

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**ANALIZA USKLAJENOSTI VISOKOŠOLSКИH PROGRAMOV  
TURIZMA S POTREBAMI SLOVENSKEGA TURIZMA**

Ljubljana, november 2019

VERNEŠA ŠABIĆ

## IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Vernesa Šabić, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Analiza usklajenosti visokošolskih programov turizma s potrebami slovenskega turizma, pripravljena v sodelovanju s svetovalcem doc. dr. Kirom Kuščerjem

### IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne 26.11.2019

Podpis študentke: \_\_\_\_\_

# KAZALO

|  |           |
|--|-----------|
| UVOD .....   | 1         |
| <b>1 TEORETIČNA IZHODIŠČA ZA OBRAVNAVO PROBLEMATIKE<br/>USKLAJENOSTI ŠTUDIJSKIH PROGRAMOV Z IZOBRAŽEVALNIMI<br/>POTREBAMI V TURISTIČNEM GOSPODARSTVU .....</b> | <b>2</b>  |
| 1.1 Naraščajoča vloga izobraževanja na področju turizma .....  | 2         |
| 1.2 Povezovanje izobraževalnih institucij na področju turizma in turističnega<br>gospodarstva.....   | 4         |
| <b>2 IDENTIFICIRANJE IZOBRAŽEVALNIH POTREB TURISTIČNEGA<br/>GOSPODARSTVA.....</b>  | <b>7</b>  |
| 2.1 Ključna znanja za potrebe turizma.....   | 8         |
| 2.2 Izobraževalne vsebine v študijskih programih za potrebe turizma .....  | 9         |
| <b>3 VISOKOŠOLSKO IZOBRAŽEVANJE NA PODROČJU TURIZMA V<br/>SVETU.....</b>   | <b>13</b> |
| 3.1 Razvoj visokošolskega izobraževanja na področju turizma v nekaterih<br>državah .....   | 13        |
| 3.1.1 Razvite države .....   | 13        |
| 3.1.1.1 Velika Britanija.....  | 13        |
| 3.1.1.2 Avstralija.....  | 14        |
| 3.1.2 Države v razvoju.....  | 16        |
| 3.1.2.1 Brazilija .....  | 16        |
| 3.1.2.2 Kenija.....  | 17        |
| 3.1.3 Sloveniji primerljive države .....   | 18        |
| 3.1.3.1 Avstrija.....  | 18        |
| 3.1.3.2 Švica.....   | 21        |
| <b>4 VISOKOŠOLSKO IZOBRAŽEVANJE NA PODROČJU TURIZMA V<br/>SLOVENIJI .....</b>  | <b>23</b> |
| 4.1 Trendi na področju visokošolskega izobraževanja za turizem v Sloveniji....   | 23        |
| 4.2 Pomanjkljivosti slovenskega izobraževalnega sistema na področju<br>turizma .....   | 24        |
| 4.3 Stanje sodelovanja med izobraževalnimi institucijami na področju<br>turizma in turističnim gospodarstvom v Sloveniji.....                                  | 27        |
| 4.4 Kratek pregled visokošolskih institucij na področju turizma v Sloveniji .....  | 28        |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>5 ANALIZA USKLAJENOSTI VISOKOŠOLSКИH PROGRAMOV<br/>TURIZMA S POTREBAMI SLOVENSKEGA TURIZMA.....</b>                     | <b>35</b> |
| <b>5.1 Opredelitev problema, namena in ciljev.....</b>   | <b>35</b> |
| <b>5.2 Metodologija.....</b>   | <b>37</b> |
| 5.2.1 Predstavitev vprašalnika.....  | 37        |
| 5.2.2 Predstavitev vzorca .....  | 38        |
| <b>5.3 Omejitve raziskave .....</b>  | <b>38</b> |
| <b>5.4 Prikaz rezultatov analize usklajenosti visokošolskih programov turizma s<br/>potrebami slovenskega turizma.....</b> | <b>39</b> |
| <b>5.5 Priporočila za nadaljnja raziskovanja.....</b>  | <b>53</b> |
| <b>SKLEP.....</b>  | <b>54</b> |
| <b>LITERATURA IN VIRI.....</b>   | <b>55</b> |
| <b>PRILOGE .....</b>   | <b>61</b> |

## **KAZALO TABEL**

|   |    |
|---|----|
| Tabela 1: Število turističnih programov v Avstraliji od leta 1970 .....   | 15 |
| Tabela 2: Število dodiplomskih turističnih programov v Braziliji.....   | 16 |
| Tabela 3: Kazalci slovenskega turizma za leti 2017 in 2018 .....  | 23 |
| Tabela 4: Dodiplomski turistični programi I. stopnje .....  | 32 |
| Tabela 5: Podiplomski turistični programi II. stopnje in doktorski programi.....                                      | 33 |
| Tabela 6: T-test pomembnosti managerskih in organizacijskih znanj .....   | 46 |
| Tabela 7: T-test zastopanosti managerskih in organizacijskih znanj .....  | 47 |
| Tabela 8: T-test pomembnosti teoretičnih znanj .....  | 48 |
| Tabela 9: T-test zastopanosti teoretičnih znanj .....   | 48 |
| Tabela 10: Spearmanov test korelacije med raziskovalnimi in prenosljivimi znanji po pomembnosti .....                 | 50 |
| Tabela 11: Spearmanov test korelacije med raziskovalnimi in prenosljivimi znanji po zastopanosti .....                | 50 |
| Tabela 12: Spearmanov test korelacije med znanji »tuji jeziki za poslovni namen« po pomembnosti in zastopanosti ..... | 51 |
| Tabela 13: ANOVA, pomembnost znanj glede na vrsto sektorja .....  | 51 |
| Tabela 14: Welchev test zastopanosti znanj glede na vrsto sektorja.....   | 52 |

## **KAZALO SLIK**

|   |   |
|---|---|
| Slika 1: Podjetniška orientiranost v izobraževanju v turizmu..... | 5 |
|---|---|

|  |    |
|--|----|
| Slika 2: Model odnosa med izobraževalnimi institucijami in gospodarstvom.....  | 6  |
| Slika 3: Razkorak med turističnim gospodarstvom in izobraževalnimi institucijami glede znanj za potrebe turizma..... | 12 |
| Slika 4: Strategija izobraževanja in usposabljanja v turizmu in gostinstvu v Keniji .....                            | 17 |
| Slika 5: Horizontalni model izobraževanja .....  | 21 |
| Slika 6: Vertikalni model izobraževanja .....  | 22 |
| Slika 7: Spol (v %) .....  | 39 |
| Slika 8: Vrsta turističnega sektorja (v %).....  | 40 |
| Slika 9: Starost (v %) .....   | 40 |
| Slika 10: Izobrazba (v %).....   | 41 |
| Slika 11: Povprečne ocene strinjanja glede zastopanosti in pomembnosti managerskih in organizacijskih znanj .....    | 42 |
| Slika 12: Povprečne ocene strinjanja glede zastopanosti in pomembnosti znanj s področja ekonomije in prava.....      | 42 |
| Slika 13: Povprečne ocene strinjanja glede zastopanosti in pomembnosti teoretičnih turističnih znanj.....            | 43 |
| Slika 14: Povprečne ocene strinjanja glede zastopanosti in pomembnosti raziskovalnih znanj.....                      | 44 |
| Slika 15: Povprečne ocene strinjanja glede zastopanosti in pomembnosti prenosljivih znanj.....                       | 44 |
| Slika 16: Povprečne ocene strinjanja glede zastopanosti in pomembnosti tujih jezikov za poslovni namen.....          | 45 |

## KAZALO PRILOG

|   |    |
|---|----|
| Priloga 1: Predmetniki .....                                | 1  |
| Priloga 2: Spletni vprašalnik .....                         | 24 |
| Priloga 3: Cronbach's Alpha.....                            | 29 |
| Priloga 4: Analiza rezultatov s pomočjo programa SPSS ..... | 37 |

## SEZNAM KRATIC

**ang.** – angleško

**BDP** – Bruto domači proizvod

**CAES** – (ang. Colleges of Advanced Education); Kolidž naprednega izobraževanja

**CAUTHE** – (ang. Council of Australian University Tourism and Hospitality Education); Svet avstralskih univerz za izobraževanje v turizmu in gostinstvu

**EMTM** – (ang. European master in tourism management); Evropski magistrski program turistični management

**FKPV** – Fakulteta za komercialne in poslovne vede

**MBA** – (ang. Master of business administration); Magisterij iz poslovne administracije  
**MIRT** – Mediteranski inštitut za raziskave v turizmu  
**nem.** – nemško  
**NLG** – (ang. National Liaison Group for Higher Education in Tourism); Nacionalna zveza za visoko šolstvo v turizmu  
**NPK** – Nacionalne poklicne kvalifikacije  
**SRIPT** – Strateško razvojno inovacijsko partnerstvo turizem  
**STO** – Slovenska turistična organizacija  
**TedQual** – (ang. Tourism Education Quality); Kakovost turističnega izobraževanja  
**UL EF** – Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta  
**UM EF** – Univerza v Mariboru, Ekonomska fakulteta  
**UM FT** – Univerza v Mariboru, Fakulteta za turizem  
**UNWTO** – (ang. World Tourism Organization); Svetovna turistična organizacija  
**UP FTŠ** – Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije  
**VITT** – Visoka šola za trajnostni turizem  
**VŠHT** – Visoka šola za hotelirstvo in turizem

## UVOD

Trenutno stanje na področju kakovosti človeških virov v slovenskem turizmu ni blesteče. Opaziti je mogoče mnoge slabosti kot so razhajanja med izobraževalnimi programi in potrebami gospodarstva, kar posledično vodi v odsotnost nekaterih ključnih znanj in spretnosti, ki jih turistično gospodarstvo potrebuje, neobstoje kakovostnih izobraževalnih programov na vseh stopnjah turistične dejavnosti, nizka izobrazbena sestava turističnih kadrov, kjer je delež visoko izobraženih zaposlenih najslabši v celotnem gospodarstvu, omejeno praktično izpopolnjevanje v podjetjih, ki se ukvarjajo s turizmom, slabi delovni pogoji in nekonkurenčno okolje, visoka fluktuacija zaposlenih, postavljanje kratkoročnih prioritet pred dolgoročnimi koristimi človeških virov, upadanje zanimanja za karijerne izzive v turizmu in nezavedanje lokalnega prebivalstva o priložnostih, ki jih ustvarja turizem (Tkalčič, 2009).

Magistrsko delo analizira usklajenost visokošolske ponudbe s potrebami v turističnem gospodarstvu v Sloveniji.

**Namen** magistrskega dela je proučiti usklajenost visokošolskega izobraževanja na področju turizma s potrebami turističnega gospodarstva v Sloveniji ter podati predloge za usklajitev izobraževalnih programov s potrebami turizma. Predstavljeno je visokošolsko izobraževanje s področja turizma v nekaterih državah, povzeto je stanje na področju visokošolskega turističnega izobraževanja v Sloveniji in identificirana so ključna znanja za turizem. V empiričnem delu naloge je predstavljena analiza usklajenosti visokošolskih programov turizma s potrebami slovenskega turizma. **Cilj** magistrskega dela oz. raziskave, ki je bila izvedena med srednjim in višjim managementom s področja turizma, je ovreči ali potrditi hipoteze, ki se nanašajo na analizo usklajenosti visokošolskih programov s potrebami slovenskega turizma.

**Metodologija** magistrskega dela. Temeljne hipoteze, ki jih preverjam v nalogi, so:

H1: Managerska in organizacijska znanja so po mnenju managerjev zelo pomembna za delo v turističnem gospodarstvu, s statistično značilno oceno višjo od štiri, ter so po njihovem mnenju visoko zastopana v študijskih programih, s statistično značilno oceno višjo od tri.

H2: Teoretična turistična znanja so po mnenju managerjev manj pomembna za delo v turističnem gospodarstvu, s statistično značilno oceno nižjo od dva in pol, ter so po njihovem mnenju visoko zastopana v študijskih programih, s statistično značilno oceno višjo od štiri.

H3: Med pomembnostjo raziskovalnih znanj in prenosljivih znanj za delo v turističnem gospodarstvu in njihovo zastopanostjo v študijskih programih obstaja statistično značilna povezanost.

H4: Med pomembnostjo znanj s področja tujih jezikov za delo v turističnem gospodarstvu in njihovo zastopanostjo v študijskih programih obstaja statistično značilna povezanost.

H5: Vrsta sektorja, v katerem delajo turistični managerji, statistično značilno vpliva na povprečne vrednosti njihovih mnenj o pomembnosti znanj za delo v turističnem gospodarstvu.

H6: Vrsta sektorja, v katerem delajo turistični managerji, statistično značilno vpliva na povprečne vrednosti njihovih mnenj o zastopanosti znanj v študijskih programih.

V magistrsko delo so vpeljana dognanja tujih avtorjev, ki so se ukvarjali s proučevano problematiko. Kot izhodišče metodološkega dela magistrskega dela služita dve obstoječi raziskavi z obravnavanega področja, in sicer raziskava avtorjev Ring, Dickinger in Wöber (2009) in raziskava avtorja Wang (2008).

Empirični del magistrskega dela predstavlja kvantitativno raziskavo, izvedeno med srednjim in višjim managementom s področja turizma. Na anketo se je odzvalo 94 managerjev. Pridobljeni odgovori so analizirani z deskriptivno statistično analizo s pomočjo statističnega programa SPSS.

Magistrsko delo je razdeljeno na pet poglavij. Prvo poglavje je namenjeno opisu teoretičnih izhodišč in dosedanjih znanstvenih spoznanj na obravnavanem področju. Drugo poglavje je osrednje teoretično poglavje, ki ugotavlja izobraževalne potrebe turističnega gospodarstva in identificira ključne izobraževalne vsebine, ki bi morale biti prisotne v turističnih študijskih programih. V tretjem poglavju je predstavljeno visokošolsko izobraževanje za potrebe turizma v šestih izbranih državah. Na kratko je opisano stanje v Angliji, Avstraliji, Braziliji, Keniji, Avstriji in Švici. Četrto poglavje je namenjeno povzetku razvoja in trenutnega stanja visokošolskega izobraževanja na področju turizma v Sloveniji. V tem poglavju so prav tako predstavljene vse visokošolske institucije, katerih ponudba zajema izobraževanje za potrebe turističnega gospodarstva. Peto poglavje je namenjeno empirični raziskavi. Tu so opredeljeni namen in cilji magistrskega dela, postavljene so delovne hipoteze in opisana je metodologija dela. Predstavljeni so tudi rezultati raziskave usklajenosti visokošolskih programov turizma s potrebami slovenskega turizma. V tem poglavju so navedena tudi priporočila za nadaljnji razvoj na področju usklajenosti ponudbe visokošolskih institucij s potrebami v slovenskem turizmu. Sledi sklep, v katerem so predstavljene ključne ugotovitve magistrskega dela.

# **1 TEORETIČNA IZHODIŠČA ZA OBRAVNAVO PROBLEMATIKE USKLAJENOSTI ŠTUDIJSKIH PROGRAMOV Z IZOBRAŽEVALNIMI POTREBAMI V TURISTIČNEM GOSPODARSTVU**

## **1.1 Naraščajoča vloga izobraževanja na področju turizma**

Področje turizma doživlja vse intenzivnejše spremembe, kot so spremenjene navade turistov, vpliv informacijsko-komunikacijske tehnologije, podnebne spremembe, izginjanje



tradicionalne distribucijske verige in internacionalizacija turističnih podjetij (Rodriguez-Anton, Alonso-Almeida, Rubio Andrada & Celemin Pedroche, 2013).

Doseganje konkurenčne prednosti za destinacijo ali podjetje v času hitrih sprememb zahteva jasno razumevanje smeri sprememb in njihovih posledic na poslovanje ter upravljanje. V raziskavah med avstrijskimi turističnimi skupnostmi so avtorji opazili več področij, na katerih bi lahko zmanjšali tveganje in pripravili podjetje na globalne spremembe. Ta področja vključujejo: trajnostni razvoj v turizmu, okoljske spremembe, usmerjeni marketing, krizni menedžment, inovacije izdelkov in izobraževanje, ki je po mnenju avtorjev ključnega pomena (Dwyer, Edwards, Mistilic, Roman & Scott, 2009).

Rast turizma je lahko omejena, razlog za to pa največkrat najdemo v pomanjkanju usposobljenega kadra. Prav področje človeških virov je pomemben dejavnik, ki lahko vpliva na pozitivne gospodarske učinke, ki jih prinaša turizem (Liu, 2002). Žal pa se zaposleni v tem sektorju večinoma ukvarjajo s tekočim poslovanjem in velikokrat spregledajo trende v globalnem gospodarstvu. Če se silam zunanjega okolja ne posvetimo pravočasno, vodi to do začasne ali tudi dolgoročne nekonkurenčnosti (Tkalčič, 2009).

Turistično gospodarstvo ustvarja veliko možnosti za zaposlovanje. Če se zanašamo na rezultate študije z naslovom »Skills supply and demand in Europe: medium-term forecast up to 2020«, ki jo je opravil CEDEFOP (ang. European Centre for the Development of Vocational Training) leta 2010, potem lahko pričakujemo, da se bo do leta 2020 povpraševanje po visoko izobraženem kadru povečalo za skoraj 16 milijonov, po kadru s srednjo izobrazbo za 3,5 milijona, potreba po nižje izobraženem kadru pa se bo zmanjšala za približno 12 milijonov. Ta ugotovitev kaže na potrebo po trajnostnem vlaganju v izobraževanje in usposabljanje človeškega kapitala, saj, tako kot ugotavljajo avtorji raziskave, postaja povpraševanje po visoko kvalificiranem in kompetentnem kadru čedalje večje.

Ustrezna izobrazbena struktura prebivalstva pomembno vpliva na konkurenčno prednost nekega turističnega gospodarstva, sposobnost uporabe pridobljenega znanja pa prepoznamo kot enega od ključnih proizvodnih dejavnikov. V postindustrijski dobi se vsebina človeškega dela čedalje bom spreminja, kar od posameznikov zahteva vedno večjo samostojnost in prilagodljivost. Izobrazba posameznika je zato eden temeljnih pogojev za učinkovito odzivanje na spremembe, ki jih prinaša trg dela. Z namenom prilagajanja hitrim spremembam je treba prevetriti in preučiti vsebino izobraževalnih programov in tudi metodologijo poučevanja ter skladno s tem razviti učni načrt, ki bi bil odgovor na »novo paradigmo turističnega izobraževanja«. Ta nova paradigma mora temeljiti na vrednotah trajnostnega razvoja turizma, prav tako mora biti v skladu s potrebami vseh deležnikov turističnega gospodarstva (Sheldon, Fesenmaier, Woeber, Cooper & Antonioli, 2008).

Študij turizma pa je dokaj kompleksen in zato ni enostavnih odgovorov na vprašanja, kaj, koliko in na kakšen način izobraževati. Tribe (2005) meni, da pri študiju turizma poskušamo

odkriti nove načine, kako razumeti turizem, odkrivati nove koncepte turizma, razvijati nove teorije ter graditi znanje. Avtor nadalje navaja, da moramo ugotoviti, kateri deli turističnega znanja morajo biti obvezni elementi učnega načrta, saj lahko le na ta način turistično izobraževanje pridobi vrednost in s tem smisel samega izvajanja, hkrati pa ostane konkurenčno drugim izobraževalnim programom.

## **1.2 Povezovanje izobraževalnih institucij na področju turizma in turističnega gospodarstva**

Leta 2004 sta Petrova in Mason v Veliki Britaniji opravila raziskavo med delodajalci s področja turizma z namenom, da ugotovita, kakšna je vrednost diplome s tega področja. Dognala sta namreč, da se število dodiplomskih študentov za smer turizem povečuje hitreje, kot se širi ponudba visokošolskih ustanov. Obenem sta opozorila na pojav visokega deleža diplomantov turizma, ki po zaključenem študiju težko najdejo zaposlitev v turističnem gospodarstvu. To pa je v nasprotju s splošno državno in visokošolsko politiko, ki si prizadevata za povečanje kakovostnega kadra v gospodarstvu in promovirata višjo izobrazbo kot prispevek k boljši zaposlitvi. Ugotovila sta, da državna politika močno vpliva na mnenje delodajalcev glede splošne in strokovne izobrazbe, saj država opredeljuje visokošolsko izobraževanje. Prav tako sta ugotovila, da imajo delodajalci zelo malo ali celo nobenih neposrednih izkušenj z diplomanti turizma (Petrova & Mason, 2004).

Pa vendar v novejših raziskavah avtorji ugotavljajo, da visokošolske ustanove svoje delovanje počasi usmerjajo k potrebam družbe, v kateri prevladujejo informacije, tehnologija, globalizacija, internacionalizacija ipd. Zaradi teh potreb je ključna vzpostavitev tesnejšega sodelovanja med visokim šolstvom, gospodarstvom in državo (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000), saj, kot opozarjata Välimaa in Hoffman (2008), se znanje ustvarja v različnih organizacijah in institucijah in lahko visokošolske institucije izgubijo monopol v pridobivanju znanja.

Temeljna naloga visokošolskih institucij kot glavnih izobraževalnih organizacij je, da ustvarjajo bogat človeški kapital. Paradigma družbe znanja od visokega šolstva zahteva, da za gospodarstvo, ki je odvisno od znanja, »proizvede« čim več usposobljenih ljudi, ki naj bi ta znanja redno vzdrževali (Beerkens, 2006, str. 4). Izobraževalni programi pa se velikokrat razvijajo v smeri zadovoljitve potreb študentov. Kakovost izobraževalnih programov in število diplomantov na leto bi morala biti v skladu s kratkoročnimi, srednjeročnimi in dolgoročnimi potrebami turističnega gospodarstva. V tem kontekstu bi študentje morali biti »proizvodi« in ne »kupci« (slika 1).

Slika 1: Podjetniška orientiranost v izobraževanju v turizmu



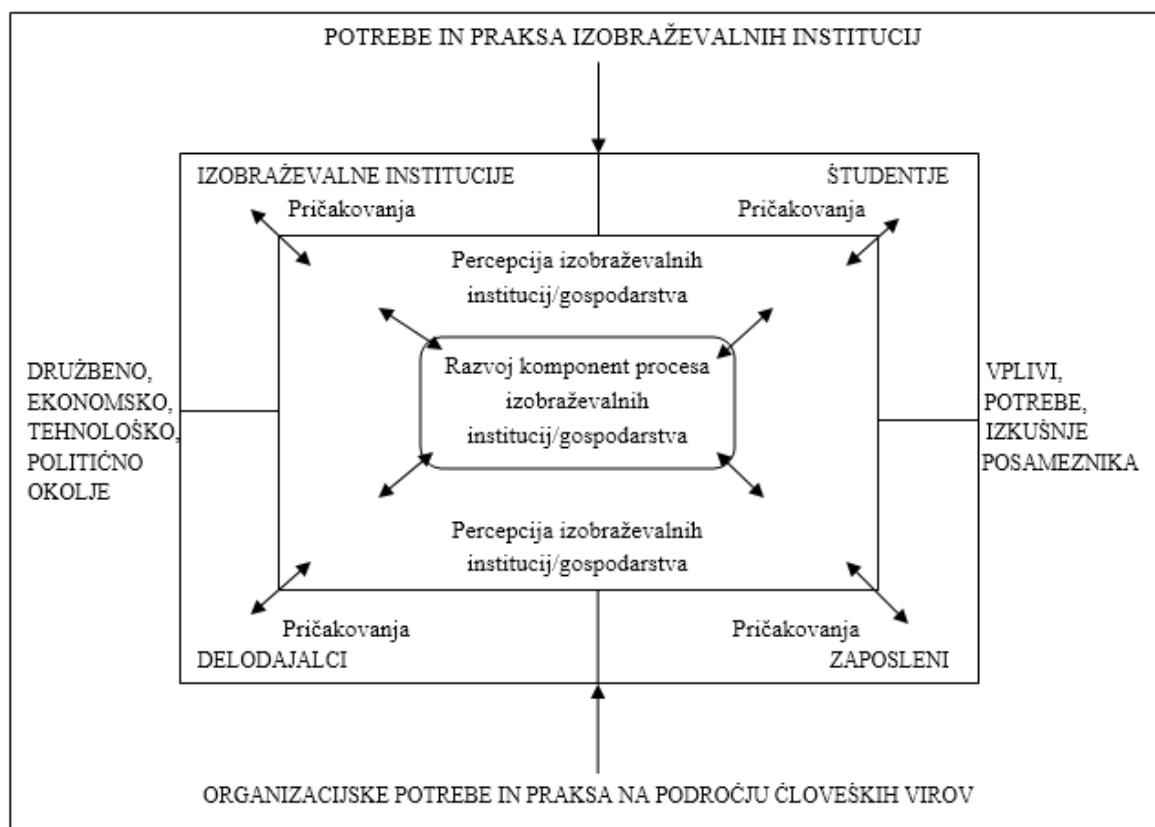
Vir: Jayawardena (1997, str. 313).

Airey in Tribe (2005) sta ugotovila, da je večina turističnih študijskih programov oblikovana brez večjega sodelovanja pedagogov s turističnim gospodarstvom. Tribe (2005) nadalje opozarja, da moramo ugotoviti kakšen je odnos med turizmom kot fenomenom, turističnim znanjem in turističnim učnim programom. Do tega spoznanja pa lahko pridemo samo, če med turističnim gospodarstvom in izobraževalnimi institucijami gradimo mostove. Tudi ostali avtorji pišejo o tem, da je slaba komunikacija s turističnim gospodarstvom največja težava turističnega izobraževalnega sistema.

Haywood in Maki (1992) sta razvila model odnosa (slika 2) med izobraževalnimi institucijami in gospodarstvom. Avtorja ugotavljata, da imata ti dve skupini različna pričakovanja glede študentov oz. zaposlenih, ki pridejo v podjetja. Delodajalci namreč zahtevajo praktična in prenosljiva znanja, medtem ko izobraževalne ustanove v svojih izobraževalnih programih poudarjajo konceptualna in specifična turistična znanja. Kot razloge za to vrzel avtorja navajata:

- nezadostno mero sodelovanja med obema deležnikoma,
- nezadostno vključenost izobraževalnih institucij v turistično gospodarstvo in
- slabo definirano vlogo turističnega gospodarstva v izobraževalnih procesih.

Slika 2: Model odnosa med izobraževalnimi institucijami in gospodarstvom



Vir: Haywood & Maki (1992).

Cooper in Shepherd (1994) pa kot ovire za sodelovanje med turističnim gospodarstvom in izobraževalnimi institucijami vidita naslednje razloge:

1. **Raznolikost turističnega gospodarstva** – turistično gospodarstvo se prepleta s številnimi drugimi sektorji gospodarstva. Kadrovske potrebe se zato po področjih turizma razlikujejo. Zaradi tega se pojavljajo različne interpretacije glede ustreznosti znanj zaposlenih s posameznih področij.
2. **Značilnosti delovne sile** – zaradi nižjega vrednotenja turističnih poklicev gospodarstvo manj vlaga v izobraževanje in usposabljanje. Majhna in srednja turistična podjetja velikokrat ne prepoznajo dolgoročnih koristi, ki jih prinese izobraževanje zaposlenih, zato tovrstnih dejavnosti finančno ne podpirajo.
3. **Nezrelost turističnega gospodarstva** – mednarodni masovni turizem se je razvil šele v petdesetih letih, zato je turistično gospodarstvo v primerjavi z drugimi področji gospodarstva še relativno mlado, izobraževalni prijemci za potrebe turističnega gospodarstva pa so še v razvoju.
4. **Področje planiranja človeških virov** – v manjših in srednjih turističnih podjetjih je opaziti pomanjkanje ali celo odsotnost planiranja na področju človeških virov, saj turizem ostaja nepriljubljen sektor gospodarstva za bolj izobražen kader.

Ponudniki izobraževalnih programov se morajo v interesu lastnega napredka povezati z gospodarstvom in v svoje učne programe integrirati njegove poglede na turizem (Cooper, Shepard & Westlake, 1996). Turistično gospodarstvo najboljše ve, katera specifična znanja in kompetence morajo imeti zaposleni v posameznih turističnih sektorjih. Zaradi tega morajo izobraževalne institucije razvijati različne oblike sodelovanja z gospodarstvom. Kot možne načine sodelovanja Tkalčič (2009) predlaga naslednje oblike:

- sodelovanje pri oblikovanju in nadgrajevanju programov izobraževanja ter usposabljanja;
- sodelovanje pri oblikovanju in nadgrajevanju programov praktičnega usposabljanja dijakov in študentov;
- izobraževanje in usposabljanje mentorjev v podjetjih;
- praktično usposabljanje dijakov in študentov v turističnih podjetjih;
- gostovanje predavateljev šole na praktičnem usposabljanju dijakov in študentov in izmenjava izkušenj med predavatelji šol in mentorji v podjetjih;
- organiziranje seminarjev za mentorje dijakom in študentom v podjetjih;
- strokovna srečanja predstavnikov turističnega gospodarstva in izobraževalnih institucij;
- sodelovanje dijakov in študentov na prireditvah, ki jih organizirajo turistična podjetja;
- izvajanje strokovnih izobraževanj za pridobitev specifičnih znanj in spretnosti v podjetjih.

Povezanost gospodarstva z izobraževalnimi institucijami je izredno pomembna. Izobraževalne institucije morajo zagotoviti, da bodo znanja prihodnjih diplomantov praktično uporabna v turističnem gospodarstvu. Zaradi tega mora vsaka država poznati vsebino svojega izobraževalnega sistema, ga nadzirati in prilagajati tako, da ustreza potrebam njenega turističnega gospodarstva, katerega razvoj narekujejo potrebe po določenih kadrih. Turistični kadri morajo torej zadovoljevati potrebe turističnega gospodarstva in nikakor ne obratno (Fidgeon, 2010).

## **2 IDENTIFICIRANJE IZOBRAŽEVALNIH POTREB TURISTIČNEGA GOSPODARSTVA**

Spreminjajoče se poslovno okolje ima neposreden vpliv na pričakovanja turističnega gospodarstva glede znanja in kompetenc, ki naj bi jih imeli njihovi zaposleni (Zehrer, Siller & Altmann, 2006). To pomeni, da morajo izobraževalne institucije pri načrtovanju svojih izobraževalnih vsebin upoštevati potrebe, želje in mnenja zunanjih deležnikov (Cooper, Shepherd & Westlake, 1996). Turistično gospodarstvo pa ne sme imeti prevladujoče vloge pri oblikovanju izobraževalnih programov, ampak se morajo ti prilagajati potrebam turističnega gospodarstva (Ritchie, 1998). Obstaja namreč nevarnost, da upoštevanje kratkoročnih potreb turističnega gospodarstva, ne pomeni nujno zadovoljevanja dolgoročnih potreb gospodarstva.

S ciljem razvoja kakovostnih izobraževalnih programov morajo biti poklicni predmeti, ki zagotavljajo neposredno praktično uporabne kompetence, in akademski predmeti, ki zagotavljajo akademsko-raziskovalne kompetence, v ravnovesju. Poleg dobrega ravnovesja poklicnih in akademskih znanj pa je potrebno tudi filozofsko razumevanje celotne sfere turizma (Paris, 2011). Delodajalci v turizmu pa v prvi vrsti zahtevajo izkušnje, ki konkretizirajo znanja, pridobljena med učnim procesom (Powell & Solga, 2008), zato to področje ne sme biti zanemarjeno.

## 2.1 Ključna znanja za potrebe turizma

Dale in Robinson (2001) sta prepoznala tri področja znanj, ki bi jih morali študentje pridobiti v svojem izobraževalnem procesu:

- generična znanja, katerih cilj sta širše razumevanje turizma in razvoj interdisciplinarnih sposobnosti;
- funkcionalna znanja, katerih namen je izobraževanje strokovnjakov za določena področja (npr. IT, marketing, turistično načrtovanje);
- znanja o specifičnih turističnih proizvodih/trgih (dediščinski turizem, urbani turizem, eko turizem ipd.).

Znanja, ki imajo natančno določen cilj in hkrati uporabno vrednost, Airey (2008) označi kot »uporabna« oz. **poklicna znanja**. Ta znanja imajo ekonomsko osredotočeno osnovo, skozi katero so druge znanstvene discipline zgradile znanstveno disciplino turizma, kot jo poznamo danes. Med avtorji obstaja splošno strinjanje, da lahko iz vsebine turističnih izobraževalnih programov zasledimo poudarek na poslovnem managementu (Cooper & Westlake, 1998; Gee, 1999; Evans, 2001).

Med poklicna znanja štejemo naslednja znanja s področja turizma:

- hotelirstvo (poznavanje oblik hotelirstva, hotelskih verig, delovanje nastanitvenih obratov, povezanost nastanitvenih obratov z drugimi elementi turistične destinacije in poznavanje dobrih delovnih praks ipd.);
- organizacijska znanja in management (ukvarjanje s procesi in upravljanjem procesov v turizmu: upravljanje destinacije, management človeških virov, event management, krizni management, trženje in prodaja, vodstvene kompetence, management znanja in izobraževanja, projektno vodenje ipd.);
- gostinstvo in kulinarika (poznavanje teorije kuharstva in delovnih procesov v kuhinji, varstvo pri delu, gastronomija, enogastronomija, enologija, strežba in procesi v strežbi, ravnanje z živili in zdravstveni standardi, dietetika, barmanstvo in mešanje pijač ipd.);
- sestavine turizma (poznavanje tipov turizma in njihovih značilnosti, poznavanje elementov destinacije, razvoj turizma skozi zgodovino, trendi v turizmu, poznavanje vloge države in deležnikov v turizmu, potovalna industrija, logistika v turizmu, mednarodni turizem ipd.);

- ekonomija in podjetništvo (računovodstvo, ekonomski pojavi, davčni sistem v turizmu, pravo v turizmu, dimenzije podjetništva, mednarodno poslovanje, bančni sistem, poznavanje in interpretacija poslovnih načrtov, finance ipd.);
- informacijska znanja (poznavanje komponent računalnika in IT, poznavanje programov za besedilo, obliko in statistično obdelavo, poznavanje spleta, podatkovnega rudarjenja, rezervacijskih sistemov, multimedijjskih sistemov ipd.).

Za širše razumevanje turizma so poleg poklicnih znanj pomembna tudi **akademska znanja**. Paris (2011) ugotavlja, da so tovrstna znanja ključna za razumevanje turizma na višji ravni, pa kljub temu so ta t. i. »neuporabna« znanja zapostavljena. Cilj akademske sfere je razumeti kompleksne turistične pojave in dvigniti ugled turizma kot izobraževalne smeri, kar bi prav tako pozitivno vplivalo na vrednost zaposlenih v turizmu.

Med akademska znanja uvrščamo:

- raziskovalna znanja (poznavanje količinskih in kakovostnih pristopov, metodologije, statistike in interpretacije znanstvenih rezultatov, poznavanje tehnik obdelave podatkov, marketinških raziskav, raziskav trga in ekonomskih raziskav ipd.);
- družboslovje turizma (poznavanje sociologije, zgodovine, psihologije, kulturologije v turizmu, poznavanje vzorcev turizma in vedenja potrošnikov, poznavanje etike in avtentičnosti turizma ipd.);
- tuje jezike za namen turizma.

Izobraževalne ustanove na področju turizma so se v svojih učnih načrtih v zadnjih nekaj desetletjih osredotočale na ponudbo tehničnih znanj, medtem ko so zanemarile nekatera **prenosljiva znanja**, ki jih turizem nujno potrebuje (Sigala & Baum, 2003; Christou, 1999). Ta znanja so specifična za vsakega posameznika in so uporabna na vseh področjih dela. Na splošno so to dobre prakse pri delu, vestnost, etična odgovornost in specifične kompetence, ki pomagajo posamezniku pri opravljanju njegovega dela ter ga poleg uspešnega naredijo tudi osebno bolj zrelega, vse to pa je stranska posledica uspešne tehnike učenja (Stergiou, Airey & Riley, 2008). Prenosljive kompetence usvajamo skozi usvajanja drugih kompetenc, kar se ne navezuje neposredno na vsebine poučevanih predmetov. Pomembne so na delovnem mestu, saj zagotavljajo večjo uspešnost pri delu. To so kritičnost, debatiranje o problematikah, timsko delo, raziskovalni zagon, inovativnost, ustvarjalnost, podjetniški čut, karierna orientiranost, empatija, komunikacijske sposobnosti ipd. (Paris, 2011). V raziskavi, ki jo je opravil Lewis (2005), so deležniki v turizmu opozorili na pomembnost vodstvenih kompetenc, razširjenega razumevanja turizma ter samostojnega in holističnega razmišljanja.

## 2.2 Izobraževalne vsebine v študijskih programih za potrebe turizma

Ključni izsledki ankete, ki je bila leta 1992 izvedena med izobraževalnimi institucijami, gospodarstvom in študenti v Veliki Britaniji, kažejo na strinjanje anketirancev glede

nekaterih glavnih vsebin, ki bi morale biti vključene v turistične izobraževalne programe (Cooper, Shepherd & Westlake, 1994):

- pomen in narava turizma ter povezanost turizma s prostim časom in rekreacijo;
- struktura turističnega gospodarstva, ključni sektorji turizma in operacije, ki se izvajajo na različnih področjih turizma;
- dimenzije narodnega in mednarodnega turizma ter merjenje ekonomskega vpliva in razsežnosti turizma;
- ekonomski, družbeni, okoljski učinki turizma in trajnosti razvoj;
- trženje v turizmu;
- načrtovanje in razvoj v turizmu;
- politike v turizmu, turistični management, finance in organizacijsko vedenje.

To kategorizacijo izobraževalnih vsebin za področje turizma je leta 1995 prevzela tudi angleška Nacionalna zveza za visoko šolstvo v turizmu (ang. UK National Liaison Group for Higher Education in Tourism, v nadaljevanju NLG). Čeprav NLG ponuja uporaben okvir glede področij izobraževalnih vsebin, pa je treba upoštevati tudi nekatere omejitve, ki se pojavljajo. Prvič, omenjene vsebine se nanašajo zgolj na znanja, povezana s turizmom. Iz predhodno navedene literature pa lahko ugotovimo, da je turizem sestavljen tudi iz različnih drugih disciplin. Airey (2008) navaja, da je področje turizma možno obravnavati iz najmanj 16 različnih disciplinskih vidikov. Drugič, turizem se je v zadnjih letih drastično spremenil, skladno s tem pa se spreminjajo in prilagajajo tudi izobraževalne vsebine, ki jih poučujejo na izobraževalnih ustanovah (Wang, 2008).

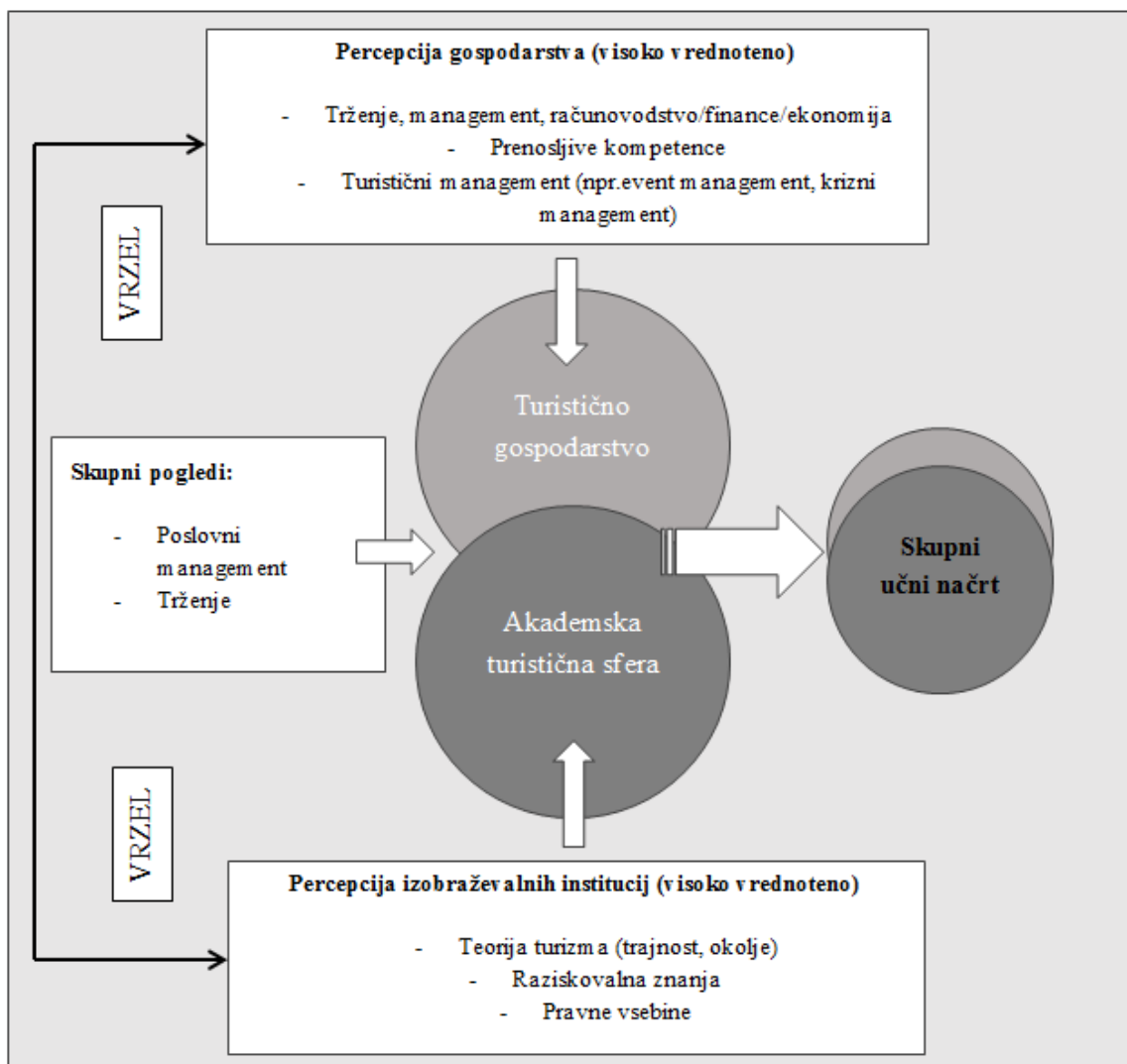
Če pa strnemo novejšo literaturo s področja visokošolske izobrazbe za turizem, ugotavljamo, da se v turističnem kurikulumu pojavlja sedem vrst izobraževalnih vsebin (Smith & Cooper, 2000; Busby & Fiedel, 2001; Tribe, 2002; Busby, 2003; Morrison & O'Mahony, 2003; Morgan, 2004; Inui, Wheeler & Lankford, 2006; Ring, Dickinger & Wöber, 2009; Wang, 2008):

- širše razumevanje turizma in turistične družbe, razumevanje pomena turističnega gospodarstva in učinkov turizma, turističnega okolja in multidisciplinarnega pristopa (družbene vede, filozofija, zgodovina, naravoznanstvene vede ipd.);
- prenosljive kompetence, kot so vseživljenjsko učenje, ustvarjalnost, kritično in fleksibilno razmišljanje in socialne kompetence;
- prihodnost turizma, ki vključuje osebno odgovornost in zmožnost vplivanja na oblikovanje prihodnosti turizma in zahteva kritično refleksijo sedanje situacije kot tudi ustvarjalnost in inovacije;
- trajnost;
- pripravljenost za delo v turističnem gospodarstvu, ki zahteva poklicna znanja;
- managerske kompetence;
- informacijska tehnologija.



Wang (2008) je na primeru Avstralije opravil raziskavo na področju usklajenosti turističnega izobraževanja s potrebami turizma. Glavna ugotovitev je, da se stališča glede vrednosti določenih znanj za področje turizma med gospodarstveniki in predstavniki izobraževalnih institucij precej razhajajo. Kljub temu pa imata oba deležnika enake poglede na nekatere izobraževalne vsebine. Kot je razvidno iz slike 3 so izobraževalne vsebine, za katere se obe strani strinjata, da morajo biti obvezni del turističnega kurikula, predvsem predmeti s področja poslovnega managementa in trženja (strateški management, temelji trženja itd.). Razhajanja pa je mogoče prepoznati v mnenju o vrednosti teoretičnih znanj in znanj s področja prava. Predstavniki gospodarstva namreč tem znanjem ne pripisujejo velikega pomena. Očitno ne prepoznajo prednosti razumevanja pravnih vsebin za delo v turističnem gospodarstvu. Turizem je del kompleksnega pravnega sistema. Upoštevati mora lokalne, državne in mednarodne pravne ureditve s področja varstva potrošnikov, davčnega prava, delovnega prava, okoljskega prava itd. Predstavniki izobraževalnih institucij menijo, da so tovrstna znanja prav tako tesno povezana s trajnostnim razvojem turizma in zato tudi njim pripisujejo velik pomen (trajnosti turizem, mednarodni trendi v turizmu, načrtovanje in razvoj turizma itd.). Glavni razlog za to vrzel najdemo v različnem poslanstvu, ki ga imajo izobraževalne institucije in gospodarstvo. Visokošolsko turistično izobraževanje temelji na teoretičnih znanjih, pogled akademikov je širše in dolgoročno naravnano. Turistično gospodarstvo pa se na drugi strani osredotoča na neposredne, kratkoročne poslovne dejavnosti, pomembni so mu dobički in ekonomski učinki. Z razvojem gospodarstva in globalnih politik ter s tehnološkim napredkom se turistično gospodarstvo spopada s težavami na področju globalizacije, okoljskih politik in regulacije. Če želijo turistična podjetja ne samo preživeti, ampak tudi postati vodilna na svojem področju, morajo upoštevati spremembe, ki jih prinaša konkurenčno okolje, in skladno s tem razviti dolgoročno vizijo. Za doseganje trenutnih in prihodnjih potreb so v očeh gospodarstvenikov pomembni predmeti, kot sta npr. management prireditvev in krizni management, prav tako turistična podjetja pri svojih zaposlenih cenijo prenosljive kompetence, medtem ko akademiki tem znanjem ne pripisujejo velike vrednosti (slika 3). To dejstvo je lahko posledica neprilaganja izobraževalnih institucij hitrim in kompleksnim razvojnim spremembam na področju turizma. Ti predmeti so namreč oblikovani kot odgovor na nove porajajoče se izzive v turizmu. Nizek poudarek na teh predmetih je posledica nerazumevanja trenutnih in prihodnjih potreb turizma s strani visokošolskih institucij, ki ponujajo izobraževanje za potrebe turizma (Wang, 2008).

Slika 3: Razkorak med turističnim gospodarstvom in izobraževalnimi institucijami glede znanj za potrebe turizma



Vir: Wang (2008).

Z namenom oblikovanja učinkovitega izobraževalnega programa za področje turizma je bila leta 2009 izvedena raziskava med akademiki in gospodarstveniki s področja turizma iz 34 držav (od tega 66 % anketirancev iz evropskih držav). Svoja pričakovanja glede izobraževalnih vsebin, ki bi jih po njihovem mnenju morale ponujati visokošolske institucije s področja turizma, so strnili na naslednja področja (Ring, Dickinger & Wöber, 2009):

- management;
- ekonomija in pravo;
- turistične vsebine;
- prenosljive/splošne kompetence;
- raziskovalna znanja;
- tuji jeziki

- praksa;
- zaključno delo.

Rezultati raziskave kažejo na to, da sta v očeh gospodarstvenikov najpomembnejši področji praksa in prenosljive kompetence, sledita jima tuji jeziki in znanje managementa. Najmanj pomembni sta področji teoretične vsebine s področja turizma in zaključna naloga. Ta kategorizacija izobraževalnih vsebin je bila nekoliko prilagojena in uporabljena pri oblikovanju vprašalnika za empirični del tega magistrskega dela.

### **3 VISOKOŠOLSKO IZOBRAŽEVANJE NA PODROČJU TURIZMA V SVETU**

#### **3.1 Razvoj visokošolskega izobraževanja na področju turizma v nekaterih državah**

Po letu 1920 in še intenzivneje po letu 1950 postanejo vplivi turizma čedalje vidnejši in upoštevanja vredni tudi v nekaterih narodnih gospodarstvih. V tem obdobju je postal turizem privlačen za ekonomska raziskovanja in tudi za proučevanja v okviru drugih znanosti. Konec 19. stoletja so se začele znanstvene študije o turizmu, predvsem v Evropi (Cvikl & Alič, 2009). Tudi izobraževanje za potrebe turizma se je začelo konec 19. stoletja (Salgado & Costa, 2011). Na začetku je šlo za usposabljanje osebja za različna področja turizma, kot npr. hotelski management. Ti tečajji so se posledično razvili v tehnične in poklicne šole, ki so nato prerasle v dodiplomske in podiplomske programe (Ring, Dickinger & Wöber, 2009, str. 107). Trenutno obstaja približno 3000 svetovnih univerz, ki ponujajo študijske programe s področja turizma in gostinstva (Cvikl & Alič, 2009). V nadaljevanju je opisano visokošolsko izobraževanje na področju turizma v izbranih državah.

##### 3.1.1 Razvite države

###### *3.1.1.1 Velika Britanija*

V Veliki Britaniji se je visokošolsko izobraževanje za področje turizma začelo sredi šestdesetih let prejšnjega stoletja kot izbirna smer v okviru dodiplomskega študija in študijskih programov Hotelska in Gostinska administracija (ang. Hotel and Catering Administration). Ob koncu šestdesetih let sta bila na voljo dva programa za pridobitev višje nacionalne diplome (ang. Higher National Diploma) kot del poslovnega poklicnega izobraževanja (Airey, 1979).

Izobraževanje na področju turizma je v Veliki Britaniji dobro razvito in pokriva izobraževanje na vseh ravneh: na poklicnih/tehničnih kolidžih kakor tudi na univerzah (Cooper, Shepherd & Westlake, 1996). Programe za področje turizma najdemo na vseh stopnjah izobraževanja (vajeništvo, dodiplomski in podiplomski programi in doktorati).

Možni so redni in izredni študij ter tudi študij na daljavo. Prav tako je razvito sodelovanje z gospodarstvom na vseh ravneh izobraževanja (Baum, 2005).

Izobraževanje na področju turizma ima v Veliki Britaniji petstopenjsko strukturo, kjer prva stopnja predstavlja najnižjo raven poklicnega izobraževanja, na kateri študentje osvojijo rutinsko uporabne spretnosti in veščine za delovna mesta v turizmu, peta stopnja pa predstavlja podiplomsko izobraževanje in usposabljanje na najvišji ravni (program MBA). Študentje pridobijo znanje za reševanje najkompleksnejših nalog in za delovanje na pogosto nepredvidljivih področjih turizma. Po koncu študija se ti zaposleni ukvarjajo z analizami, projekcijami, diagnozami, načrtovanjem, implementacijo in nadzorom visoko kompleksnih delovnih procesov (Baum, 2005).

Britanski izobraževalni sistem ne določa točno, kje in na kakšen način študentje pridobijo potrebno znanje za potrebe turizma, ampak upošteva pridobljene kompetence in znanja z vseh področij turizma (preko univerz, prakse v gospodarstvu ali pa preko izobraževalnih shem v podjetju). Izobraževanje je torej fleksibilno in progresivno ter omogoča mnoge priložnosti za razvoj in nadaljnje izobraževanje in usposabljanje po izobraževalni lestvici navzgor (Baum, 2005, str. 32).

### *3.1.1.2 Avstralija*

Univerzitetni programi s področja turizma so se v Avstraliji razvili iz različnih poklicnih programov, ki so bili na voljo od leta 1960 na tehničnih šolah in kolidžih. V sedemdesetih letih prejšnjega stoletja je na novo ustanovljeni Colleges of Advanced Education (v nadaljevanju CAES) začel nuditi poklicno usmerjene študijske programe s področja turizma in gostinstva. Leta 1976 je nekdanji Footscray Institute of Technology v Melbournu predstavil prvi dodiplomski program s področja turističnega managementa. Kot navaja Richardson (1999), je bil to prvi turistični program v Avstraliji in tudi na svetu. Zaradi hitre gospodarske rasti na področju Azije in Pacifika se je število turistov v Avstraliji sredi osemdesetih let prejšnjega stoletja drastično povečalo (King & Craig-Smith, 2005). Posledično se je povečala tudi ponudba turističnih in gostinskih programov, in sicer je bilo v tem obdobju na voljo približno 15 programov (večina s področja turizma in nekaj s področja gostinstva). Večino teh programov je ponujal CAES.

Pozno leta 1987 je avstralska vlada uvedla reforme, ki so obstoječi binarni sistem visokega šolstva (65 univerz) prestrukturirali v enoten sistem, v katerem je bilo 37 univerz (Sharpham, 1993). Nekateri CAES so se prekvalificirali v »nove generacijske univerze«, medtem ko so nekatere univerze priključili k že uveljavljenim univerzam. Posledično se je število turističnih in gostinskih programov v devetdesetih letih povišalo s prvotnih 15 na 44, kjer je bil fokus na turističnih programih in ne toliko na gostinskih programih. Rast števila turističnih programov v Avstraliji od leta 1970 do 2004 je prikazana v tabeli 1.

*Tabela 1: Število turističnih programov v Avstraliji od leta 1970*

| Leto                          | 1970–1979 | 1980–1989 |      |      |      | 1990–1999 |      |      |      | 2004 |
|-------------------------------|-----------|-----------|------|------|------|-----------|------|------|------|------|
|                               | 1976      | 1980      | 1985 | 1987 | 1989 | 1990      | 1993 | 1995 | 1997 |      |
| Število turističnih programov | 2         | 4         | 5    | 6    | 15   | 19        | 21   | 32   | 44   | 95*  |

Legenda: \* Vključeni tudi programi s področja specializacije

*Vir: King & Craig-Smith (2005).*

V letu 1989 je bil študij turizma v celoti priznan kot samostojno področje, in sicer je Univerza James Cook v Townsvillu ustanovila prvo Katedro za management v turizmu (ang. Chair of Tourism Management) in prvi raziskovalno usmerjen študij turizma (Richardson, 1999; Pearce, 2005). Avstralija je tako postala ena od prvih držav, ki je promovirala visokošolsko izobraževanje za turizem kot del nacionalne politike (McKercher, 2002). Hkrati sta se povečala zanimanje in povpraševanje po študiju turizma, prav tako je narastel ugled turističnega gospodarstva. Rast se je nadaljevala tudi v novem tisočletju, čeprav počasneje (Craig-Smith & Ruhanen, 2006).

Stopnja rasti razvoja turističnih programov je zadnje čase upočasnjena, oživitve pa se zdi malo verjetna. Raziskava CAUTHE-ja (ang. Council of Australian University Tourism and Hospitality Education) je zabeležila upad povpraševanja po turističnih izobraževalnih programih. Nekatere dolgoletne programe so ukinili, druge prestrukturirali. Izobraževanje za turizem in gostinstvo se v nekaterih primerih ponovno izvaja znotraj širših generičnih študijskih programov, kot je npr. MBA (ang. Master of Business Administration).

V Avstraliji obstaja približno 8000 dodiplomskih študentov, vpisanih v študijske programe s področja turizma. Čeprav je skupna številka visoka, je povprečno vpisanih 90 študentov na program, ki tipično traja tri ali štiri leta. Z namenom zagotavljanja ekonomije obsega si izobraževalne institucije prizadevajo dosegati minimalno število vpisa 100 študentov. Na podiplomske študijske programe se vpiše približno 35 študentov na program, večina teh študentov pa je iz tujine. Ker je ponudba splošnih turističnih in gostinskih programov že dosegla svoj vrh, so se univerze začele osredotočati na nišne programe turizma, kot npr. ekoturizem in kulturni turizem (King & Craig-Smith, 2005).

Danes več kot tri četrtine avstralskih univerz ponuja študij s področja turizma. Avstralija slovi po ponudbi kakovostnih izobraževalnih programov s področja turizma in tako ostaja vodilna država na področju izobraževanja za potrebe turizma in gostinstva (King & Craig-Smith, 2005).

### 3.1.2 Države v razvoju

#### 3.1.2.1 Brazilija

Prva faza razvoja visokošolskega izobraževanja na področju turizma in gostinstva se je v Braziliji zgodila v sedemdesetih letih prejšnjega stoletja, ko so se pojavila prva strokovna znanja s tega področja. Zaradi vpliva ekonomske krize v osemdesetih letih je drugo fazo zaznamovalo majhno število novih izobraževalnih programov s področja turizma in gostinstva. V devetdesetih letih se je število strokovnih turističnih programov na področju visokošolskega izobraževanja povečalo, nekateri viri navajajo porast za 900 %. V četrti razvojni fazi pa lahko zasledimo uravnoteženost med količino in kakovostjo izobraževalnih programov. Z namenom zadovoljevanja konkretnih potreb turistov v posameznih regijah države so se razvili tudi mnogi drugi kurikuli kot npr. ekoturizem, rekreacija ipd. (Airey & Tribe, 2005). Leta 1994 je bilo v ponudbi 32 dodiplomskih programov s področja turizma in gostinstva, leta 2003 pa kar 510.

*Tabela 2: Število dodiplomskih turističnih programov v Braziliji*

| Leto              | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 |
|-------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Število programov | 32   | 36   | 40   | 53   | 89   | 156  | 230  | 322  | 463  | 510  |

*Vir: Airey & Tribe (2005).*

Zadnje čase je opaziti porast tudi v interesu za podiplomski študij na področju turizma in gostinstva. Ob prelomu tisočletja je ponudba brazilskega izobraževalnega sistema zajemala 1490 magistrskih in 821 doktorskih programov, vendar turizem ni bil obravnavan kot samostojen podiplomski študijski program in je bil vključen le v nekatere od teh programov. V letu 2004 obstajali le štirje podiplomski magistrski in dva doktorska programa s področja turizma in gostinstva, ki so bili enakovredni programom Mphil<sup>1</sup> v Veliki Britaniji. Pomembno je omeniti tudi težavo premajhnega števila predavateljev z ekspertnim znanjem s področja turizma in gostinstva. Podobno kot v nekaterih drugih državah je težava tudi, da na trgu obstaja velik delež institucij, ki ponujajo nekakovostno izobraževanje, ki ni usklajeno s standardi znanja, ki ga turistično gospodarstvo dejansko potrebuje. Sodelovanje med univerzami in turističnim gospodarstvom do nedavnega ni obstajalo. Kot drugod po svetu so imele izobraževalne institucije v Braziliji težave pri vzpostavitvi ravnovesja med akademskimi, poslovnimi in strokovnimi znanji. Na trgu dela je bil zato kader s področja turizma necenjen. Brazilsko šolsko ministrstvo je zato sestavilo komisijo s področja turistične stroke, ki je zadolžena za pripravo meril in standardov kakovosti dodiplomskih študijskih programov s področja turizma in gostinstva (Airey & Tribe, 2005).

---

<sup>1</sup> Master of Philosophy.

### 3.1.2.2 Kenija

Zametki izobraževanja za potrebe turizma in gostinstva v Keniji segajo v konec šestdesetih let, ko so na zavodu Kenya Polytechnic prvič začeli izvajati seminarje osredotočene predvsem na področje hotelskega managementa. Sredi sedemdesetih let je turistični sektor začel rasti z veliko hitrostjo, zato je potreba po strokovno usposobljenem kadru postajala čedalje bolj izrazita. Kot odgovor na ta izziv je država leta 1975 ustanovila prvo višjo strokovno šolo za turizem in gostinstvo Kenya Utalii College, katere namen je bil ponuditi široko paleto znanj s področja turizma in gostinstva. Kasneje se je na trgu pojavilo več kot 200 novih javnih in zasebnih institucij, ki ponujajo certificirana izobraževanja, predvsem za srednješolske poklice.

Slednje so velikokrat predmet razprav v strokovnih in akademskih krogih, saj mnogi dvomijo v kakovost teh institucij in pozivajo k ureditvi nastale situacije. Stanje poslabšujejo tudi mnoge državne agencije in organizacije, ki delujejo v okviru razvojne politike turizma v državi. Njihove pristojnosti in področja njihovega delovanja velikokrat niso jasno definirani. Poleg tega ni jasno določeno, v čigavi pristojnosti so visokošolski izobraževalni programi. Posledica številnih javnih in zasebnih iniciativ je premajhna odgovornost in neustrezno vodenje na področju razvoja kakovostnih izobraževalnih programov, ki nudijo uporabno znanje. Ustanovitev Moi University v devetdesetih letih prejšnjega stoletja štejemo kot začetek visokošolskega izobraževanja na področju turizma in gostinstva v Keniji. Kmalu zatem je bilo ustanovljenih še nekaj univerz (Maseno, Kenyatta, Nairobi, Egerton). Kljub temu pa novonastali programi ne zadovoljujejo potreb po kakovostnih kadrih v turistično-gostinskem sektorju (Mayaka & Akama, 2007).

Slika 4: Strategija izobraževanja in usposabljanja v turizmu in gostinstvu v Keniji



Prirejeno po Mayaka & Akama (2007).

Kenija je dober primer države v razvoju, ki z izobraževanjem ljudi prispeva k ustvarjanju večje blaginje in zmanjševanju revščine. Zaradi tega je potrebno oblikovanje ustrezne strategije, ki bo hitro rastočo turistično dejavnost preskrbela s kakovostnimi človeškimi viri. Mayaka in Akama (2007) predlagata naslednji strateški model izobraževanja in usposabljanja v turizmu (slika 4).

Glavni cilj predlagane strategije je zagotovitev izobraženega in učinkovitega kadra za potrebe turizma. Strategija mora biti usklajena z državnimi razvojnimi načrti in razvojno politiko na področju turizma. Zgornji model spodbuja oblikovanje številnih povezav med ključnimi deležniki ter tesnejši odnos med vsemi subjekti v državi. Strategija predlaga tudi vzpostavitev mehanizma za izboljšanje standardov kakovosti izobraževalnih programov. Leti naj bi zagotovili več strokovnega znanja, ki se posledično odraža v kakovostnejši turistični ponudbi. Medsebojno sodelovanje spodbuja večjo dinamiko lokalnega okolja, v katerem se izobražuje posameznik, zato je pri oblikovanju študijskih programov potrebno upoštevati tudi specifiko tega okolja. Tak sistemski pristop prinaša koristi vsem deležnikom, saj upošteva vrednote različnih subjektov in omogoča globlje razumevanje izobraževalne politike. Mayaka in Akama (2007) predlagata naslednje korake:

- identificiranje in opredelitev sodelujočih deležnikov;
- temeljite študije in analize sodelujočih, ki bi omogočile boljšo preglednost in vpogled v dejansko stanje;
- identificiranje in določanje strateških prioritet;
- razvoj nacionalne strategije;
- oblikovanje načrta za implementacijo strategije po fazah.

### 3.1.3 Sloveniji primerljive države

#### 3.1.3.1 Avstrija

Osnovnošolsko izobraževanje poteka od 1. do 4. razreda. Sekundarna raven izobraževanja se v Avstriji deli na 3 področja, in sicer nižja sekundarna raven (ali drugo osnovnošolsko obdobje od 5. do 8. razreda), višja sekundarna raven (od 9. do 13. razreda) in postsekundarna, a neterciarna raven (Piskaty, Elsik, Blumberger & Thonabauer, 2000).

V letu 2002 so v Avstriji sprejeli nov zakon, imenovan Zakon o univerzah (nem. Universitätsgesetz), ki ureja novo razmerje med univerzami in državo. Univerze so še vedno državne institucije, financirane s strani države, vendar so popolnoma avtonomne v smislu njihovih statutih, notranjih zadev in učnih načrtov. Visokošolsko izobraževanje v Avstriji poteka na 22 javnih univerzah, 21 univerzah, ki posredujejo znanstveno zasnovano poklicno znanje (nem. Fachhochschule), na 13 zasebnih univerzah in 17 univerzah za izobraževanje učiteljev (nem. Pädagogische Hochschulen). Sprejem na univerzitetni program prve stopnje je mogoč s potrdilom višje sekundarne šole (nem. Reifezeugnis) ali s posebnim



univerzitetnim izpitom, imenovanim Studienberechtigungsprüfung ali Berufsreifeprüfung. Na podlagi zadnjih dveh opravljenih izpitov je omogočen prehod na univerzo z vseh poklicnih šol (Eurydice, 2018).

Terciarna raven se deli na programe prve (diplomski študij), druge (magistrski študij) in tretje stopnje (doktorski študij), ne nudi pa višješolskega izobraževanja na omenjeni stopnji. Univerze so v letu 2011/12 prvič uvedle t. i. orientacijsko poskusno obdobje, v katerem ta faza zajema od 4 do 30 kreditnih točk, traja en semester, v katerem morajo študentje opraviti vsaj dva izpita. S tem so želeli doseči, da študentje opravijo to poskusno obdobje, da sploh lahko nadaljujejo s programom in zares pokažejo zanimanje za študij ter se ne vpisujejo le zaradi statusa. Veliko avstrijskih univerz ima karijerne centre, kjer študentom nudijo podporo za poklicno orientacijo, iskanje prve zaposlitve in oblikovanje poklicnih omrežij. Za sprejem v magistrski program je potreben uspešen zaključek dodiplomskega študija, diplome iz univerze uporabnih znanosti ali kakega drugega enakovrednega programa na visokošolski stopnji (Eurydice, 2018).

Zakon o znanstvenem poklicnem znanju (nem. Fachhochschul-Studiengesetz, FHStG) je ustvaril možnost za vzpostavitev praktično usmerjenega študija tudi na visokošolski ravni. Študijski programi tako ponujajo znanstveno in poklicno usmerjene tečaje na visokošolski ravni. Izobraževanje je namenjeno usposabljanju študentov za pridobitev ustreznih poklicnih kvalifikacij, ki jim omogočijo realne možnosti za opravljanje danega poklica ob vstopu na trg dela (Tritscher-Archan & Nowak, 2011). Dekani univerz se redno sestajajo s socialnimi partnerji in posameznimi družbami za izmenjavo idej. V bistvu se Avstrija ponaša s preizkušenim in testiranim modelom socialnega partnerstva. Vključeni so tako predstavniki zaposlenih (delavska zbornica, sindikati) in delodajalcev (Avstrijska gospodarska zbornica, Združenje avstrijske industrije) kot tudi strokovnjaki iz univerz. V razpravah postavljajo mejnike in aktualne dogodke vključno s terciarno izobrazbo. Predstavniki strokovnih področij so vključeni v razvoj učnega načrta (Eurydice, 2018). Iz tega lahko razberemo, da je tudi na terciarni ravni izobraževanja poskrbljeno za usmerjeno, povezano, kvalitetno izobraževanje, ki je skupek povezanosti različnih akterjev.

Po mednarodnih standardih se avstrijski turizem uvršča zelo visoko na lestvici. Razlog za visoko kakovostno turistično ponudbo je v visoki kvalificirani turistični delovni sili. Avstrijski izobraževalni sistem za področje turizma se deli na štiri komponente (Weiermair & Bieger, 2014):

- tradicionalno vajeniško izobraževanje in usposabljanje (dualni sistem),
- sekundarne poklicne turistične šole,
- postsekundarna raven brez univerzitetne izobrazbe,
- turistično izobraževanje na univerzitetni ravni.

## **Vajeništvo**

Vajeništvo temelji na dualnem sistemu. Dualni sistem poklicnega izobraževanja je sistem, ki združuje teoretično znanje, ki ga vajenec pridobi skozi formalno izobraževanje v izobraževalnih institucijah, in praktično usposabljanje v delovnem procesu (Muršak, 2002).

### **Sekundarne poklicne turistične šole**

Cilj sekundarnega poklicnega izobraževanja za turistični sektor je omogočiti tako dostop do splošnega znanja in usposabljanja, kot tudi do specifičnega znanja po področjih turizma. Študij običajno traja dve leti, v okviru katerega študenti opravijo tudi 12-tedensko prakso v turističnih podjetjih. Študij se zaključi z zaključnim izpitom, študenti pa so po končanem šolanju takoj pripravljene za delo v turizmu. Tovrstno poklicno izobraževanje zasleduje cilj pridobitve visoko usposobljenega kadra za vodilna mesta v hotelih, gostinskih obratih in potovalnih agencijah, kot tudi v turističnih administrativnih ustanovah (Weiermair & Bieger, 2014).

### **Postsekundarni turistični programi**

Turistično izobraževanje na politehničnih kolidžih

V letu 1994/95 so nastali novi izobraževalni programi, ki so omogočali izobraževanje na več področjih, tako imenovani politehnični kolidži. Zaradi poklicne usmerjenosti in krajšega študija (7–8 semestrov) ti programi predstavljajo alternativo univerzitetnim programom. Politehnični študij se zaključi z diplomom (neuniverzitetna stopnja). Po uspešnem zaključku študija študent pridobi naziv »magister« ali »diplomirani inženir« z navedbo specifične študijske usmeritve, študij pa lahko nadaljujejo na univerzitetni ravni. Avstrijska vlada je vsem politehničnim kolidžem podelila avtonomijo pri oblikovanju magistrskih programov, ki so primerljivi z univerzitetnimi programi (Weiermair & Bieger, 2014).

Univerzitetni študijski programi za turizem (diploma)

Namen univerzitetnih študijskih programov za turizem je poglobiti znanje na področju administracije in managementa, predvsem v hotelirstvu in nevladnih turističnih organizacijah. Poleg tega študenti pridobijo tudi specifično turistično znanje (Weiermair & Bieger, 2014).

### **Specializirano turistično izobraževanje na univerzitetni ravni**

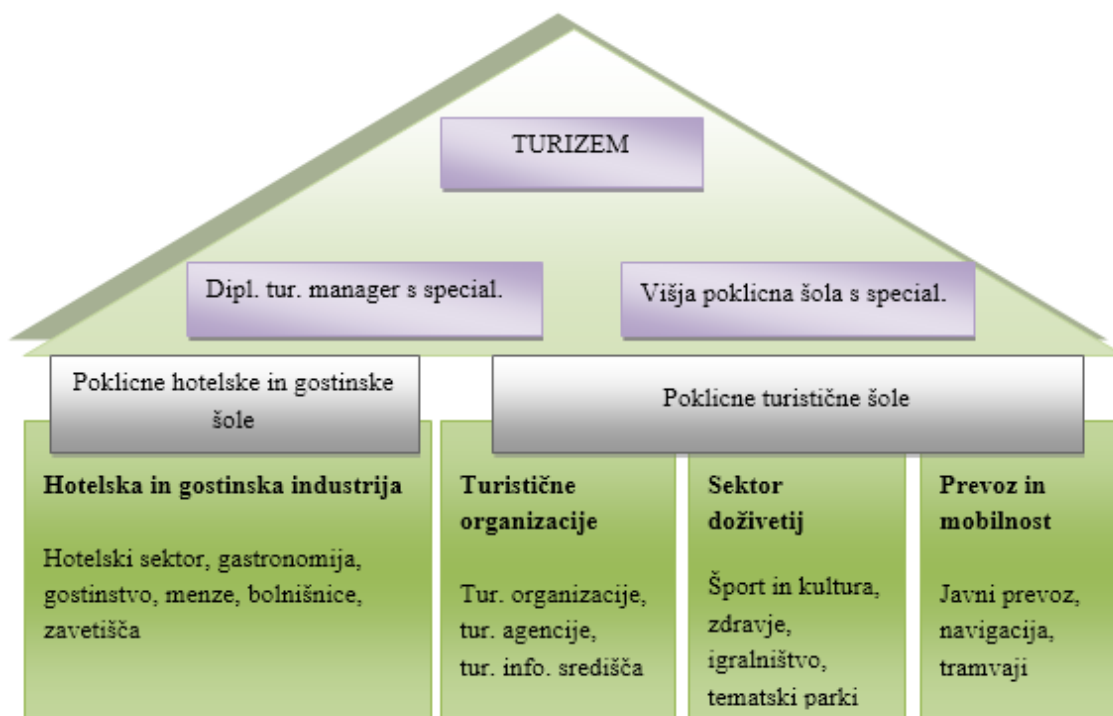
Dve avstrijski univerzi ponujata izobraževanje s področja turizma na univerzitetni ravni, Ekonomska univerza na Dunaju in univerza v Innsbrucku, kjer študenti lahko izberejo usmeritev s področja turizma. V Avstriji lahko zapazimo trend povečanega povpraševanja po postsekundarnih turističnih programih, tako po izobraževanju na politehničnih kolidžih, kot tudi na univerzitetni ravni. Od leta 1997 do 2003 se je povpraševanje po tovrstnih programih zvišalo za 36 %. V istem obdobju se je povpraševanje po srednješolski izobrazbi

znižalo za 6 %. Podatki torej kažejo na to, da v splošnem povpraševanje po visoki izobrazbi skokovito narašča (Weiermair & Bieger, 2014).

### 3.1.3.2 Švica

Izobraževanje za potrebe turizma se je začelo z odprtjem zelo slavne šole za hotelirstvo v Lozani in Glionu po drugi svetovni vojni. V času prve strukturne krize v turizmu in nastanka novega turizma, v nasprotju z drugimi državami, Švica ni imela razvitega celovitega sistema izobraževanja za področje turizma, razen klasičnega hotelirstva. Razvoj formalnega izobraževanja za področje turizma se je začel v devetdesetih letih z ustanovitvijo višjih šol ali t. i. »kolidžev« (Greuter, 2000). Te šole so se osredotočale predvsem na splošno upravljanje turizma in so bile subvencionirane s strani zvezne in deželne vlade. Turistični izobraževalni sistem se je preoblikoval v naslednjih letih. Novi zvezni zakon, ki pokriva področje poklicnega usposabljanja (Neues Berufsbildungsgesetz, nBBG), je stopil v veljavo 1. januarja 2004. Zaradi neusklajenega razvoja različnih izobraževalnih ustanov in posledično njihovih kompleksnih struktur ter zaradi sprememb v gospodarstvu, ki so zahtevale nove pristojnosti, je bila potrebna reorganizacija turističnega izobraževalnega sistema (Müller, 2002). Nova struktura turističnega izobraževanja je vsebovala pripravništvo za delo v turizmu in povečala transparentnost izobraževanja.

Slika 5: Horizontalni model izobraževanja

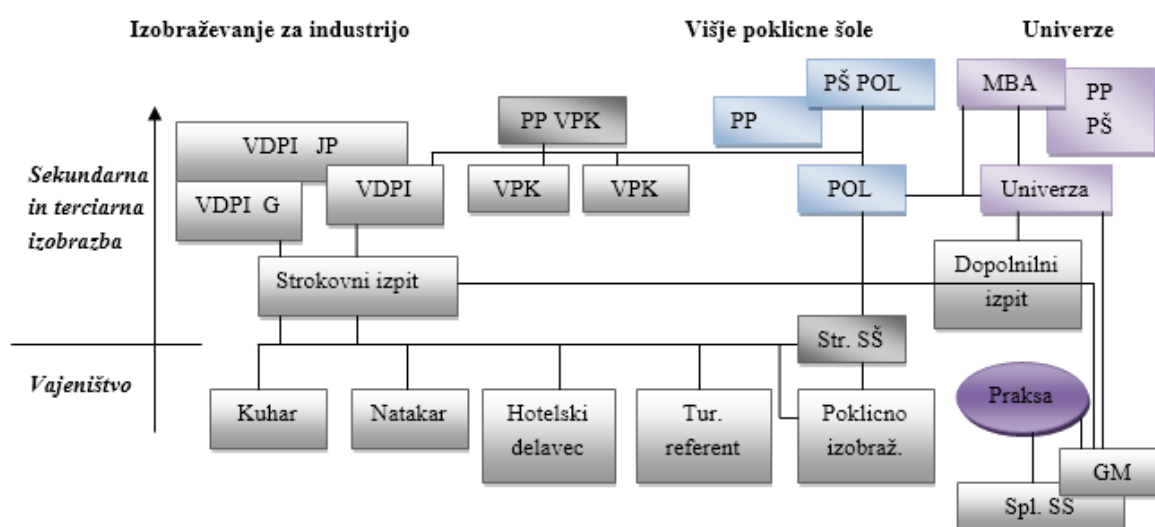


Prirjeno po Müller (2002).

Ker je turizem sektor, kjer se stikajo vsa druga ekonomska področja, lahko izobraževanje na področju turizma opišemo na vertikalni in horizontalni ravni. Kot je prikazano na zgornji sliki, lahko vodoravni model izobraževanja v turizmu razdelimo na štiri področja: hotelirstvo in gostinstvo, turistične organizacije, sektor »doživetij« ter promet in mobilnost (slika 5). Model prikazuje turistično relevantna področja izobraževalnega sistema, ki jih je treba upoštevati.

Vertikalna dimenzija prikazuje različne načine za pridobitev izobrazbe na področju turizma. Razvidno je, da so programi na področju turizma na voljo na vseh ravneh izobraževanja (slika 6).

Slika 6: Vertikalni model izobraževanja



#### Legenda:

- POL – politehnična šola,
- VPK – višji poklicni kolidž (T – turizem, G – gostinstvo),
- PP – podiplomski program,
- PŠ – podiplomski študij,
- VDPI – višji državni poklicni izpit (JP – javni prevoz, T – turizem, G – gostinstvo),
- MBA – magisterij poslovne administracije (T – turizem),
- GM – gimnazijska matura,
- STR. SŠ – strokovna srednja šola,
- SPL. SŠ- splošna srednja šola.

Prirjeno po Renner-Bach (2003).

Obstajajo različni načini za pridobitev višje izobrazbe na področju turizma. Nekateri med njimi so višja poklicna diploma »dipl Toursimusexperte«, poklicni kolidž, tehniške šole, univerzitetna izobrazba s poudarkom na turizmu. Največji delež diplomantov prihaja s strokovnih šol za turizem, in sicer približno 600 vsako leto (Bieger, 2005).

## 4 VISOKOŠOLSKO IZOBRAŽEVANJE NA PODROČJU TURIZMA V SLOVENIJI

### 4.1 Trendi na področju visokošolskega izobraževanja za turizem v Sloveniji

Po podatkih Slovenske turistične organizacije (v nadaljevanju STO) iz leta 2019 smo v Sloveniji leta 2017 zabeležili več kot 5,5 milijona turistov, ki so skupno ustvarili 14,2 milijona prenočitev. Leta 2018 smo zabeležili več kot 5,9 milijona turističnih prihodov (domači 1,5 milijona in tuji 4,4 milijona) in skoraj 15,7 milijona turističnih prenočitev (od tega so tuji gostje ustvarili 11,2 milijona prenočitev, domači pa 4,5 milijona). Dvig prilivov iz naslova izvoza potovanj se je v letu 2018 prav tako povečal, in sicer za 13,4 % v primerjavi z enakim obdobjem v letu 2017, in tako dosegel rekordnih 2,71 milijarde evrov. Turistična panoga je v letu 2017 posredno ustvarila 11,90 % bruto domačega proizvoda, v letu 2018 pa je skupni prispevek k BDP znašal 12,30 %. Vsi ti rezultati se odražajo tudi v deležu zaposlenih v turizmu, saj je število zaposlenih v turizmu v letu 2017 znašalo 56.014, leta 2018 pa 57.800.

Tabela 3: Kazalci slovenskega turizma za leti 2017 in 2018

|                           | 2017         | 2018         | Sprememba |
|---------------------------|--------------|--------------|-----------|
| Število turistov          | 5.503.284    | 5.933.266    | +7,8 %    |
| Število prenočitev        | 14.208.545   | 15.694.705   | +10,5 %   |
| Število zaposlenih        | 56.014       | 57.800       | +3,2 %    |
| Prilivi iz naslova izvoza | 2,39 mrd EUR | 2,71 mrd EUR | +13,4 %   |
| Skupni prispevek k BDP    | 11,90 %      | 12,30 %      | +0,4 %    |

Vir: SURS (2019).

Leta 1999 je Slovenija podpisala tako imenovano Bolonjsko deklaracijo, v kateri se je zavezala k oblikovanju skupnega evropskega visokošolskega prostora, katerega glavni cilj je razvoj na znanju temelječe družbe. V sklopu tega cilja je bil leta 2004 sprejet Zakon o visokem šolstvu (ZVis), Ur. l. RS, št. 32/12 – uradno prečiščeno besedilo, 40/12 – ZUJF, 57/12 – ZPCP-2D, 109/12, 85/14, 75/16, 61/17 – ZUPŠ in 65/17, ki je temeljil na smernicah Bolonjske deklaracije. V veljavo je stopila nova študijska struktura, ki jo sestavljajo tri stopnje: dodiplomska stopnja (univerzitetni in visokošolski strokovni študijski programi), podiplomska stopnja (magistrski študijski programi in enoviti magistrski programi) in podiplomska stopnja, kjer se opravlja doktorat znanosti. Izobraževalni sistem deluje tako, da diplome po prvi stopnji omogočajo prehod do programov druge stopnje, diplome po drugi stopnji pa dostop do programov doktorskega študija. Zakon omogoča prepoznavne in primerljive stopnje in tudi uveljavitev nacionalnega sistema za zagotavljanje kakovosti v visokem šolstvu (ZVis).

V slovenskem visokošolskem prostoru je mogoče zaslediti kar nekaj izzivov, s katerimi se moramo spoprijeti tako na nacionalni kot na institucionalni ravni. Nekateri izmed teh izzivov so masifikacija visokega šolstva, kakovost, konkurenčnost, internacionalizacija, globalizacija, mobilnost ipd. Na področju visokošolskega izobraževanja lahko opredelimo naslednje trende (Košmrlj in drugi, 2013):

- velik vpis študentov na visokošolske študijske programe,
- veliko zanimanje študentov za le določene študijske programe in smeri,
- veliko novonastalih visokošolskih zavodov in
- potreba po uskladitvi visokega šolstva s potrebami trga dela.

Množičnost vpisa mladih v visokošolske izobraževalne sisteme in povečana ponudba visokošolskih institucij je trend, ki je značilen za 21. stoletje in je v veliki meri vplival na sistem financiranja in kakovost visokega šolstva v Evropi in tudi v Sloveniji. Za študij se odloča več kot polovica mladih, trg dela pa postaja pri zaposlovanju diplomantov vse zahtevnejši. Ob naraščajočem številu deležnikov v visokošolskem izobraževanju in posledično povečanem številu diplomantov sta področji kakovosti in zaposljivosti diplomantov zelo pomembni (Košmrlj in drugi, 2013). Z vidika kakovosti se težava izraža predvsem v povečanem številu študentov visokošolskega izobraževanja in hkrati nespremenjenih zmogljivostih in finančnih virih za visokošolsko izobraževanje. Bistveno je, da so predvsem finančni viri, ki so jih institucije pridobile od države (govorimo o javnih visokošolskih zavodih), ostali isti in večinoma ne zadostujejo več za »zagotavljanje kakovostnih diplomantov«. Ugotovitve glede gibanj povpraševanja po visokošolskem izobraževanju v bližnji prihodnosti kažejo, da se kljub neugodnim demografskim trendom povpraševanje ne bo zmanjšalo, ampak se bo le strukturno spremenilo, pri čemer bosta v vpisne populacije v primerjavi s preteklimi obdobji vključena manjši delež mladih (srednješolcev) in večji delež starejših oseb (npr. z namenom dopolnitve izobrazbe, prekvalifikacije, napredovanja) (Čepar, 2009). Na drugi strani smo priča vse večjemu številu samostojnih visokošolskih zavodov. Z naraščanjem konkurence in ponudbe na nacionalni in mednarodni ravni se je povečala tudi potreba po izkazovanju kakovosti visokošolskih institucij. Ugotavljanje, spremljanje in zagotavljanje kakovosti dela v visokem šolstvu so bistvenega pomena za nadaljnji razvoj visokega šolstva (Strašek, 2010).

## **4.2 Pomanjkljivosti slovenskega izobraževalnega sistema na področju turizma**

Izsledki raziskave, ki je bila izvedena med slovensko turistično javnostjo, kažejo zanimive rezultate, in sicer je bilo področje izobraževanja ocenjeno kot najbolj »zanemarjeno« področje turističnega razvoja v Sloveniji. Vprašani so izpostavili potrebo po izobraževanju skupnosti ter razvoju izobraževalnih programov v podporo turističnega gospodarstva. Do sedaj v tej smeri niso bili sprejeti še nobeni vladni ali nevladni ukrepi. Strategije za starajočo se populacijo, na primer vključevanje prostovoljcev v industrijo, prekvalifikacija starejših

za zaposlitev v turizmu in vseživljenjsko učenje, vidijo vprašani kot manj pomembne naloge, s katerimi se bodo ukvarjali v prihodnosti (Knežević Cvelbar, 2010).

Slovenija se srečuje, podobno kot večina turistično razvitih evropskih držav, s problematiko pomanjkanja kadrov za nekatere ključne poklice v gostinstvu (Sibila Lebe, 2010). Največje povpraševanje trenutno obstaja po kadru, ki ima srednjo poklicno izobrazbo (75 % vseh zaposlitev je v tem razredu) ter srednjo strokovno ali nižjo poklicno izobrazbo (v obeh primerih nekaj več kot 10 % zaposlenih) (Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021). Nižje vrednotenje poklicev s področja turizma pripomore k temu, da poklicno izobraževanje ni dovolj privlačno za sposobnejše in bolj nadarjene učence. V družbi se je oblikovalo mnenje, da so poklicne in strokovne šole vredne manj, zato je tudi delo učitelja na teh šolah manj cenjeno. Posledično taki učitelji ne morejo izobraževati samostojnih in samozavestnih prihodnjih strokovnjakov (Ministrstvo za šolstvo in šport, 2000). Da bi več mladih prepričali o prednostih in pozitivnih platih teh poklicev, je treba razumeti način razmišljanja mladih ter poznati njihove vrednote, povezane s poklicem in življenjem, predvsem pa vzode odločanja pri mladih v starostnih obdobjih, v katerih izbirajo poklic. Sedanji intenzivni promocijski ukrepi morajo biti v prid višanja ugleda gostinskih poklicev, uspešni pa bodo šele takrat, ko se bo več osnovnošolcev odločalo za vpis v strokovne srednje šole (Sibila Lebe, 2010).

Na področju visokošolskega izobraževanja se je v zadnjem obdobju povečalo število programov na področju turizma. Kljub široki ponudbi pa v Sloveniji nimamo kakovostnega in sodobnega poslovnega programa za hotelirstvo, ki je največji zaposlovalec v turizmu. Tak program bi bil namenjen usposabljanju srednjega vodstva po mednarodnih standardih. Na trgu namreč obstaja pomanjkanje kakovostnega kadra na področju srednjega vodstva v turizmu (predvsem: vodje recepcije, receptorji, vodje gostinstva, vodje gospodinjstva, vodje wellnessa ipd.). Slovenski turizem potrebuje kadre, ki imajo praktična, konkretna in sodobna znanja za vodenje hotela. Tovrstna znanja vključujejo trženje, prodajo, rezervacije, prihodkovno upravljanje, organizacijo delovnih procesov, finančno vodenje ter znanja na področju skrbi za gosta in oblikovanja turističnih doživetij (Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021).

Na nekaterih stopnjah izobraževanja se je ustvarila prevelika ponudba izobraževalnih programov za področje turizma, vendar gre tukaj velikokrat za količino in manj za kakovost tovrstnih programov. Obstaja torej potreba po kakovostnih in učinkovitih izobraževalnih programih, ki bi zagotovili tudi kakovost in učinkovitost turističnega gospodarstva. Turistično izobraževanje mora upoštevati razvojne potrebe turističnega gospodarstva, kot tudi mora slediti spremembam in svetovnim trendom na področju turizma. Povezava med prakso in izobraževanjem mora biti dvostranska. Turistično gospodarstvo potrebuje konkurenčne in kompatibilne kadre. S tem namenom je potrebno oblikovati izobraževalne programe, ki bodo primerljivi s programi drugih evropskih fakultet (Mihalič, 2003).

Slabost je tudi prenizka prehodnost znotraj in med programi. Prav tako izobraževalne institucije na področju turizma in gostinstva med sabo ne komunicirajo in posledično ne poznajo svojih programov. V ponudbi visokošolskih programov lahko zasledimo podvajanje programov, istočasno pa nekaterih vsebin nihče ni vključil v svoje izobraževalne programe. Kljub temu, da v Sloveniji obstaja veliko izobraževalnih institucij za področje turizma, gospodarstvo poroča o nezadovoljstvu s kakovostjo diplomantov, ki pridejo v turistična podjetja. Nekateri diplomanti nastopijo z delom brez osnovnih ekonomskih znanj in brez občutka za inovativnost (Ogorelc, 2001). Udeleženci izobraževanja premalo razvijajo sposobnost vključevanja podjetniškega znanja v prakso in preslabo poznajo trg delovne sile (Ministrstvo za šolstvo in šport, 2000). V vse učne načrte od srednje šole naprej je treba vključiti pripravo poslovnega načrta ter predmete, ki spodbujajo inovativnost in razvijajo podjetništvo. Visokošolsko in univerzitetno izobraževanje na področju turizma bo v prihodnosti zahtevalo poglobljeno znanje na področju obstoječih izobraževalnih disciplin, poleg tega pa vključevanje nekaterih novih disciplin. Pomembna znanja za delo v turizmu bodo v prihodnosti predvsem znanja z naslednjih področij (Ogorelc, 2001):

- poslovna ekonomija (zlasti marketing),
- informacijska tehnologija,
- ekološki učinki turizma in metode okoljskega managementa,
- sociološki vplivi turizma,
- psihologija,
- antropologija,
- pravo (pravo EU),
- druga znanja.

Sibila Lebe (2010) opozarja, da bo za izpopolnitev izobraževalnega sistema na področju turizma treba spremeniti tako vsebine učnih programov kakor tudi organiziranost izobraževanja. V izobraževalne programe, tako visokošolske kot univerzitetne, je potrebno vključiti več prakse, saj bodo udeleženci izobraževanja le na tak način boljše razumeli turistično gospodarstvo. Kot zgled navaja zahodnoevropske države, kjer poudarjajo dualno izobraževanje, ki poteka ob pomoči mentorjev in se je kot tako izkazalo za uspešno in pripomore k zadrževanju perspektivnega kadra. Poleg nižje izobraženega kadra je treba v Sloveniji izobraziti tudi vodilne strokovnjake, ki bodo imeli znanje za oblikovanje in ohranjanje segmenta luksuzne turistične ponudbe. Avtorica tukaj opaža težavo med slovenskimi ponudniki izobraževanja za potrebe turizma, saj med njimi ni zaslediti elitne izobraževalne institucije, ki bi ponujala nove programe z aktualnimi vsebinami s področja turizma in zaposlovala domače in tuje strokovnjake s področja turizma, ki bi se znali hitro prilagajati trendom v turizmu in to znanje tudi hitro posredovati. Slovenski izobraževalni sistem pa nove programe uvaja z zamikom in je zaradi dolgih postopkov akreditacij rigid. Kot možno rešitev te težave avtorica predlaga šolanje kadrov na elitnih šolah v tujini, vendar opozarja na tveganje, da si ta kader poišče zaposlitev izven meja Slovenije (Sibila Lebe, 2010).



Mihaličeva (2003) nadalje opozarja, da bo v prihodnosti treba izboljšati merjenje relevantnosti programov v očeh turističnega zasebnega in javnega sektorja, programi morajo ostajati sodobni, kadri pa dosežati mednarodne standarde kakovosti. Avtorica poudarja, da v Sloveniji nimamo mehanizma, ki bi v praksi nadzoroval kakovost in ustreznost kadrov na turističnih šolah, kaj šele njihovih referenc za posamezno znanstveno disciplino, ki jo dejansko predavajo. To vidi kot eno največjih pomanjkljivosti turističnega izobraževanja. Prav tako ugotavlja odsotnost mehanizma, ki bi zagotavljal, da se v programih ne uporablja literatura, ki je že zastarela in zato neprimerna. Zaradi vedno hitrejših sprememb se morajo učbeniki, vsebine ter postopki izobraževalnih programov ves čas prilagajati. Omenjene pomanjkljivosti se lahko odpravijo z uvedbo mednarodnih standardov kakovosti, ki izvajalcem izobraževalnih turističnih programov nudijo orodje in tehnike, s katerimi preprečujejo, da bi se takšni odkloni zgodili (Mihalič, 2003). Slovenske izobraževalne institucije za turizem bi morale stremeti k pridobitvi mednarodnih certifikatov kakovosti (npr. mednarodni certifikat kakovosti Svetovne turistične organizacije TedQual).<sup>2</sup> Prav tako se težava kaže v prepočasnem odzivanju na spremembe in integraciji novitet v izobraževalni proces. Najsodobnejše izobraževalne metode morajo vključevati predavanja tujih profesorjev, diskusije s predavatelji in turističnimi poslovneži, študije primerov, individualno in skupinsko delo, elektronsko delo ob pomoči informacijske tehnologije, raziskovalno delo, sprotno kritično sledenje in komentiranje aktualnih turističnih dogodkov, simulacije in inovativno reševanje predstavljenih primerov ter potovanja – delo na terenu (Ogorelc, 2001).

#### **4.3 Stanje sodelovanja med izobraževalnimi institucijami na področju turizma in turističnim gospodarstvom v Sloveniji**

Značilnosti odnosa med znanostjo in gospodarstvom v Sloveniji so se oblikovale šele v procesu tranzicije, zato lahko trdimo, da je področje sodelovanja med državo, znanostjo in gospodarstvom slabo razvito. Povezovanje visokošolskih institucij z gospodarstvom je še vedno v povojih, kljub temu pa lahko zasledimo že prve pozitivne spremembe, ki se kažejo predvsem v ustanavljanju različnih razvojno-znanstvenih inkubatorjev, odcepljenih (ang. spin-off) podjetij, konferenc ipd. Vsekakor pa stanje še ni zadovoljivo, saj na tem področju primanjkuje konkretnega sodelovanja. Če Slovenijo primerjamo z drugimi državami, lahko ugotovimo zaostanek po kazalcih inovativnosti, učinkovitosti nacionalnega inovacijskega sistema in razvojnih politikah. V primerjavi z drugimi državami smo premalo uspešni v povezovanju in prenašanju znanja (podjetja, raziskovalne organizacije in visokošolske organizacije, podporne institucije, javni sektor in vlada). Znanost (inštituti in fakultete) in gospodarstvo različno dojemata, kaj so bistvene predpostavke za sodelovanje med podjetji, državo in univerzo. Gospodarstvo vidi ovire na strani znanosti, znanost pa jih vidi na strani

---

<sup>2</sup> TedQual je metodologija, ki zagotavlja obliko standardizacije pri turističnem izobraževanju in usposabljanju. Cilj te metodologije je odkrivanje morebitnih razkorakov med potrebami in pričakovanji gospodarstva ter rezultati izobraževalnih načrtov in izobraževalnih institucij. Razvila jo je Svetovna turistična organizacija.

gospodarstva. Oboji pa kot glavno oviro prepoznajo nejasno vlogo države in slabo finančno okolje (predvsem v povezavi z državnimi sredstvi). Prenos znanja pa je pogoj za ustvarjanje dodane vrednosti ter povečanje inovativnosti in produktivnosti v gospodarstvu (Lenarčič, 2007).

Raziskava z naslovom »Sodoben model upravljanja s človeškimi viri za področje turizma«, ki je potekala med zaposlenimi na višjih šolah pod vodstvom avtorice Sibila Lebe in drugi (2009), razkriva, da v Sloveniji obstajajo neizrabljene možnosti sodelovanja z gospodarstvom in z ostalimi izobraževalnimi institucijami. Med načini sodelovanja z drugimi izobraževalnimi institucijami se največkrat pojavljajo gostovanja predavateljev, dogodki za gospodarstvo ter dogodki za lastne zaposlene, katerih se udeležujejo tudi zaposleni s sorodnih institucij. Rezultati raziskave pa kažejo na to, da je to sodelovanje potrebno še okrepiti. To je možno storiti na različne načine: sodelovanje pri sestavi učnih načrtov in izmenjava izkušenj, organiziranje strokovnih razprav in strokovnih ekskurzij v tujino, izobraževanje in usposabljanje osebja ter nepristransko preverjanje in nadziranje kakovosti pedagoškega dela s strani tujih strokovnjakov. Poleg domačega je treba spodbuditi tudi mednarodno sodelovanje, s pomočjo katerega bi oblikovali mednarodno primerljive izobraževalne programe. Mednarodno sodelovanje bi prav tako omogočilo prenos dobrih praks v domače okolje ter povečanje kompetenc študentov in možnosti njihove zaposlitve. Na področju sodelovanja z gospodarstvom obstajajo mnoge neizkoriščene možnosti. Te se kažejo predvsem v kadrovskega štipendiranju in v praktičnem usposabljanju študentov, v vključevanju gospodarstva v oblikovanje študijskih programov in vseživljenjskem učenju ter v posredovanju informacij o deficitarnih znanjih pri diplomantih, ki se zaposlijo v turističnem gospodarstvu.

V Sloveniji je opaziti kompetenčno podhranjenost kadra, ki jo turistična podjetja rešujejo z dodatnimi izobraževanji v nizki sezoni. Ta obsegajo notranja izobraževanja v gostinskem sektorju, dodatna izobraževanja za kakovost gospodinjstva, prekvalifikacije, izobraževanja zunaj podjetja, izobraževanja o poslovnem bontonu in delovni klimi, krepitev ekipnega duha (ang. teambuilding) in komunikaciji. Postavlja se vprašanje, ali je to posledica slabe komunikacije med gospodarstvom in visokošolskimi institucijami ali je le ceneje zaposliti slabše izobražen kader in mu nato ponuditi dodatna izobraževanja znotraj podjetja (Praprotnik Gomzi, 2009). Iz vsega navedenega izhaja, da je ključni izziv doseči soglasje med visokim šolstvom in gospodarstvom, ki bi omogočalo izobraževanje neposredno zaposljlivega kadra.

#### **4.4 Kratak pregled visokošolskih institucij na področju turizma v Sloveniji**

Kadri v slovenskem turizmu so eden njegovih najpomembnejših neizkoriščenih razvojnih potencialov za prihodnji, trajnostni razvoj (Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021). Vlaganje v človeške resurse je bilo do nedavnega nepovezano in razdrobljeno med deležniki v turistični dejavnost, ni bilo sistemsko urejeno, prav tako niso bili oblikovani

konkretni cilji na tem področju. Sistem za izobraževanje na področju turizma je bil pomanjkljiv in preohlapen, zaradi česar je nastal primanjkljaj visoko izobraženih kadrov v turističnem gospodarstvu (Sibila Lebe in drugi, 2009). Obravnava turizma kot interdisciplinarne in multidisciplinarne vede ter raziskovalno delo vezano na turizem sta v Sloveniji še v začetni razvojni fazi. Kljub temu je v zadnjih nekaj letih možno opaziti znaten napredek v smeri nadgrajevanja obstoječih in oblikovanja novih izobraževalnih programov, tudi na visokošolski ravni (Tkalčič, 2009).

V Sloveniji obstaja sedem visokošolskih zavodov, ki izvajajo visokošolske turistične programe. Od tega so trije zavodi samostojni, štiri pa spadajo pod tri slovenske univerze (Univerza v Ljubljani, Mariboru in na Primorskem) (UL EF, 2018; UM EF, 2018; UM FT, 2018; UP FTŠ, 2018; FZKPV, 2018; Erudio – Visoka šola za trajnostni turizem, 2018; VŠHT, 2018):

1. Ekonomska fakulteta Univerze v Ljubljani,
2. Ekonomska fakulteta Univerze v Mariboru,
3. Fakulteta za turizem v Brežicah Univerze v Mariboru,
4. Fakulteta za turistične študije – Turistica Univerze na Primorskem,
5. Erudio – Visoka šola za trajnostni turizem,
6. Fakulteta za komercialne in poslovne vede in
7. Visoka šola za hotelirstvo in turizem Bled.

Študij turizma na **Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani** (v nadaljevanju EF) se izvaja od leta 1961. Obstoječi dodiplomski in podiplomski študij na EF je od leta 2002 nosilec akreditacije oz. certifikata TedQual (ang. Tourism Education Quality). Tega po pooblastilu in kriterijih Svetovne turistične organizacije podeljuje fundacija THEMIS in pomeni, da programi, ki se izvajajo na EF, dosegajo določene standarde kakovosti in da so po vsebini in načinu izvajanja primerljivi s turističnimi programi drugod po svetu. Akreditacija in certifikat omogočata večjo prepoznavnost programov v tujini in odpirata možnosti za sodelovanje na področju izobraževanja in raziskovanja z drugimi, predvsem evropskimi univerzami. Po besedah prof. Tanje Mihalič je bilo v pridobitev certifikata ob pomoči vlade vloženega veliko napora. Največji napor so občutili na področju institucionalizacije odnosov s prakso, kjer sta jih omejevala veljavna šolska zakonodaja in način financiranja.

Na EF izvajajo naslednje študijske programe s področja turizma (UL EF, 2018):

1. študijski program smer Turizem na Visoki poslovni šoli;
2. študijski program smer Turizem na Univerzitetni in poslovni ekonomski šoli;
3. študijski program smer Turizem na podiplomskem študijskem programu (magistrski program) v slovenskem in angleškem jeziku;
4. dvoletni študijski program na podiplomski ravni EMTM (ang. Erasmus Mundus Tourism Management), kjer študentje študirajo v treh izobraževalno, kulturno in družbeno

različnih evropskih državah: na Danskem (Esbjerg), v Sloveniji (Ljubljana) in v Španiji (Girona);

5. možnost usmeritve v doktorsko raziskovalno delo na področju turizma.

Na **Ekonomsko poslovni fakulteti Univerze v Mariboru** izvajajo študijske programe s področja turizma le na bolonjskem visokošolskem programu. Na univerzitetnem in magistrskem programu se smer turizem ne izvaja. Študentje se srečajo s turističnimi predmeti v drugem letniku. Ta smer usposablja diplomanta za potrebe turističnega gospodarstva s posebnimi poudarki na turističnem trženju in na vodenju turističnih podjetij. Zato je diplomant izobražen za tržno obravnavo turistov. Obvezna je tudi praksa, kjer študentje sodelujejo s turističnimi podjetji, predvsem v marketinških službah. Področje turističnih predmetov pokrivajo štirje domači predavatelji. Na fakulteti se ukvarjajo tudi z raziskovalno-svetovalno dejavnostjo, vendar odprtih projektov s področja turizma ni zaslediti (Ekonomsko-poslovna fakulteta Maribor, 2018).

Študentje ekonomskih fakultet pridobijo v času študija znanje s področja ekonomije in poslovnih ved. Slabost je le v tem, da se na znanja iz turizma in gostinstva nanaša le majhen del njihovega izobraževanja. Po uspešno končanem študiju pa pridobijo naziv diplomirani ekonomist/diplomirana ekonomistka (VS) ali diplomirani ekonomist/diplomirana ekonomistka (UN) ter VII. stopnjo izobrazbe.

Najmlajša članica **Univerze v Mariboru** je v letu 2009 ustanovljena **Fakulteta za turizem** s sedežem v Brežicah, ki je prve študente univerzitetnega in visokošolskega programa vpisala v študijskem letu 2012/2013. Za študijsko leto 2017/2018 je razpisala 140 mest za visokošolski program in 55 mest za univerzitetni program. Zaposluje 43 sodelavcev, od tega 12 rednih in 6 izrednih profesorjev. Ponuja izobraževanje na področju turizma na visokošolski, univerzitetni in podiplomski ravni. Izobraževanje na visokošolskem strokovnem študijskem programu 1. stopnje Turizem je usmerjeno v oblikovanje in realizacijo turistične ponudbe. Diplomanti se lahko zaposlijo v podjetjih, ki opravljajo turistično dejavnost, prav tako pa tudi v vseh drugih, ki se na trgu pojavljajo kot sodelujoča ali dopolnilna podjetja pri oblikovanju turistične ponudbe. Po zaključenem študiju študentje pridobijo naziv diplomant turizma/diplomantka turizma (VS). Univerzitetni študijski program 1. stopnje Turizem je interdisciplinaren, saj študentje pridobijo znanja z vseh relevantnih področij, ki so: upravljanje, trženje, organizacija, psihologije porabnikov, komuniciranje, jeziki, turistične strategije ipd. Poleg tega lahko študentje izberejo vsebine s področij različnih vej turizma (npr. zdraviliški, wellness, športni turizem). Po zaključenem študiju je pridobljeni naslov diplomant turizma (UN). Fakulteta je pred nekaj leti prvič razpisala tudi redni magistrski študij. Strokovni naziv po končanem dvoletnem programu je magister/magistrica turizma. Kot svojo prednost navajajo vključevanje uspešnih gospodarstvenikov v študijski proces ter vključevanje študentov v delo gospodarskih družb med njihovim študijem, tj. praktično usposabljanje, ki poteka na vseh študijskih programih. Študentje lahko praktično usposabljanje opravljajo tudi v tujini v okviru programa Erasmus. Pred nastopom dela se študent udeleži uvodnega seminarja, po zaključku prakse pa pripravi

pisno poročilo o opravljenem praktičnem usposabljanju ter ga zagovarja. Fakulteta se ukvarja tudi z znanstvenoraziskovalnim delom, v okviru katerega lahko študentje, asistenti in profesorji skupaj s turističnim gospodarstvom izvajajo znanstvenoraziskovalno dejavnost in razvojne projekte. Trenutno je aktualen raziskovalni projekt z naslovom Identifikacija kompetenc zaposlenih, potrebnih za dolgoročno konkurenčnost slovenskega turizma in oblikovanje predlogov posodobitve izobraževalnih programov, ki bo trajal do leta 2020 (Fakulteta za turizem, 2018).

**Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije Portorož – Turistica** (v nadaljevanju UP FTŠ Turistica) izobražuje mlade kadre na področju turizma in povezanih dejavnosti od leta 1995. Leta 2003 so se kot ustanovna članica pridružili Univerzi na Primorskem. Skladno z Bolonjsko deklaracijo ponujajo dva visokošolska strokovna študijska programa prve stopnje (Management turističnih destinacij in Management turističnih podjetij), dva univerzitetna študijska programa prve stopnje (Turizem in Kulturni turizem), od študijskega leta 2017/18 dalje pa ponujajo tudi študijski program v angleškem jeziku (Tourism Enterprise Management). Diplomanti njihove šole pridobijo naziv diplomirani organizator turizma ter VII. stopnjo izobrazbe. Nadgradnja na podiplomski ravni se je začela izvajati leta 2004. Na podiplomskem študiju izvajajo magistrske programe (Turizem, Dediščinski turizem in Management trajnostnega razvoja) in doktorski program (Inovativni turizem).

Evropski projekt Tempus, v okviru katerega je leta 1995 nastala UP FTŠ Turistica, je že takrat zagotavljal mednarodno primerljivost edinstvenega dodiplomskega študijskega programa hotelirstva in turizma v Sloveniji. Ob sprejemu smernic Bolonjskega procesa in preoblikovanju študijskih programov so danes ti še bolj primerljivi in mednarodno priznani. UP FTŠ Turistica je postala največje središče znanstvenoraziskovalnega dela na področju turizma v Sloveniji. MIRT – Mediteranski inštitut za raziskave v turizmu – je bil ustanovljen leta 2009 z namenom, da postane vodilna znanstvenoraziskovalna institucija na področju turizma tako v Sloveniji kot širšem mednarodnem prostoru. Turistica in MIRT si prizadevata za vzpostavitev sodobnega sistema raziskovalno-razvojne dejavnosti v turizmu ter povečevanje razvoja in prenosa znanja v turistično gospodarstvo in med druge uporabnike znanja. Turistica je trenutno najbolj specializirana za turistične vede. Državni zbor ji je leta 2008 podelil status Fakultete za turistične študije (UP FTŠ Turistica, 2018).

**Visoka šola za trajnostni turizem Erudio** (v nadaljevanju VITT) je samostojni visokošolski zavod, ki je bil ustanovljen leta 2011. Vizija VITT je predstavljati center medorganizacijskega povezovanja z namenom širjenja zavedanja pomena trajnostnega turizma. Tu se izvaja program Dediščinski in kulinarčni turizem, v okviru katerega ponujajo dve smeri: Turizem v naravi in dediščinski turizem in Kulinarčni turizem in protokolarni dogodki. Po opravljenih študijskih obveznostih študentje pridobijo naziv diplomirani organizator/diplomirana organizatorica trajnostnega turizma (VS). Na VITT poskušajo vpeljati projektno in aplikativno delo pri predavanjih z vključevanjem aktualnih primerov

turistične prakse (študije primerov). Razvito imajo tudi mednarodno mobilnost, saj Erasmus omogoča mednarodno izmenjavo tako za predavatelje kot tudi za študente (VITT, 2018).

**Na Fakulteti za komercialne in poslovne vede Celje** (v nadaljevanju FKPV) se izvaja dodiplomski in podiplomski študij za turizem. Študijski program omogoča študentom pridobivanje specifičnih znanj za delo na področju turizma in hotelirstva ter znanj s področja ekonomije in menedžmenta, potrebnih za vodenje poslovnih turističnih sistemov. Na dodiplomski ravni je možen redni in izredni študij. Magistrski študijski program 2. stopnje Turizem se izvaja v dveh modulih: turistična destinacija in hotelirska industrija. Strokovni naslov, ki ga pridobijo študentje po uspešno končanem študiju, je magister/magistrica turizma (FKPV, 2018).

**Visoka šola za hotelirstvo in turizem Bled** (v nadaljevanju VŠHTB) je bila ustanovljena leta 2010. Ponuja izobraževanje na prvi bolonjski stopnji, smereh Hotelirstvo in turizem in Zdravstveni turizem. Študij traja tri leta, pridobljeni naziv ob koncu študija pa je diplomirani organizator/diplomirana organizatorica poslovanja. Predavanja se izvajajo na Bledu, možen pa je samo izredni študij. Diplomanti te šole so zaposljivi v turizmu, drugih raznovrstnih poslovnih dejavnostih (dejavnost potovalnih agencij, organizatorjev potovanj in s potovanji povezanih dejavnosti), v kulturnih, razvedrilnih in rekreacijskih dejavnostih. Visokošolski učitelji in sodelavci VŠHTB opravljajo tudi izobraževalno ter znanstvenoraziskovalno in strokovno delo. Ob pedagoškem delu so vključeni tudi v raziskovalno delo v okviru raziskovalnih in razvojnih projektov. Vključeni so v nekatere domače in mednarodne projekte, trenutno je aktualnih pet projektov (VŠHTB, 2018).

*Tabela 4: Dodiplomski turistični programi I. stopnje*

| Visokošolski zavod | Program                                    | Trajanje | Strokovni naziv         | Način izvajanja študija | Vpisna mesta 2018/19 – 1. letnik                                    |
|--------------------|--|----------|-------------------------|-------------------------|---|
| UL EF              | Turizem VPŠ                                | 3 leta   | dipl. ekon. (VS)        | redni                   | 40  |
|                    | Turizem UNI                                |          | dipl. ekon. (UN)        | redni                   | 32  |
| UM EF              | Turizem VPŠ                                | 3 leta   | dipl. ekon. (VS)        | redni                   | n. p.   |
| UM FT Brežice      | Turizem VPŠ                                | 3 leta   | diplomant turizma (VS)  | redni/izredni           | 140 (70 redni, 70 izredni)  |
|                    | Turizem UNI                                |          | diplomant turizma (UN)  | redni/izredni           | 55 (40 redni, 15 izredni)   |
| UP FTŠ Turistica   | visokošolski strokovni program (MTD, MTP*) | 3 leta   | dipl. org. turizma (VS) | redni/izredni           | MTD izredni 30, MTP redni 90 (slo. jezik), izredni 30 (angl. jezik) |
|                    | univerzitetni program Kulturni turizem     |          | dipl. org. turizma (UN) | redni                   | 30  |

se nadaljuje

Tabela 4: Dodiplomski turistični programi I. stopnje (nad.)

| Visokošolski zavod | Program   | Trajanje | Strokovni naziv                   | Način izvajanja študija | Vpisna mesta 2018/19 – 1. letnik |
|--------------------|---|----------|-----------------------------------|-------------------------|----------------------------------|
|                    | univerzitetni program Turizem                         |          | dipl. org. tur. (UN)              | redni                   | 60                               |
| <b>VITT Erudio</b> | visokošolski strokovni program DKT**                  | 3 leta   | dipl. org. trajnostnega tur. (VS) | izredni                 | 120                              |
| <b>FKPV Celje</b>  | visokošolski strokovni program Turizem                | 3 leta   | dipl.org. tur. (VS)               | redni/izredni           | 230 (50 redni, 180 izredni)      |
| <b>VŠHT Bled</b>   | visokošolski študijski program Hotelirstvo in turizem | 3 leta   | dipl. org. hot. in tur. (VS)      | izredni                 | 100                              |
|                    | visokošolski študijski program Zdravstveni turizem    |          | dipl. org. zdr. tur. (VS)         |                         | 100                              |

Legenda: \* MTD – Management turističnih destinacij, MTP – Management turističnih podjetij; \*\* DKT – Dediščinski in kulinarčni turizem.

Vir: UL EF (2018), UM EPF (2018), UM FT Brežice (2018), UP FTŠ Turistica (2018), VITT (2018), FKPV (2018) in VŠHTB (2018).

Tabela 5: Podiplomski turistični programi II. stopnje in doktorski programi

| Visokošolski zavod | Program                                   | Trajanje | Strokovni naziv | Način izvajanja študija | Vpisna mesta 2018/19            |
|--------------------|---|----------|-----------------|-------------------------|---------------------------------|
| <b>UL EF</b>       | magistrski program Turizem                | 2 leti   | mag. posl. ved  | redni                   | 40 mest za EU, 12 mest za ne-EU |
|                    | turistični management EMTM*               |          |                 |                         |                                 |
| <b>UM EF</b>       | doktorski program poslovne vede – Turizem | 3 leta   | dr. znanosti    | redni/izredni           | n. p.                           |

se nadaljuje

Tabela 5: Podiplomski turistični programi II. stopnje in doktorski programi (nad.)

| Visokošolski zavod      | Program  | Trajanje | Strokovni naziv            | Način izvajanja študija | Vpisna mesta 2018/19      |
|-------------------------|--|----------|----------------------------|-------------------------|---------------------------|
| <b>UM FT Brežice</b>    | magistrski program Turizem   | 2 leti   | mag. turizma               | redni/izredni           | 40 (30 redni, 10 izredni) |
| <b>UP FTŠ Turistica</b> | magistrski program Turizem   | 2 leti   | mag. turizma               | redni/izredni           | 50 (40 redni, 10 izredni) |
|                         | magistrski program Dediščinski turizem   |          | mag. dediščinskega turizma | redni                   | 30                        |
|                         | magistrski program Management trajnostnega razvoja                                 |          | mag. trajnostnega razvoja  | redni                   | n. p.                     |
|                         | doktorski program Inovativni turizem   | 3 leta   | dr. znanosti               | izredni                 | 8                         |
| <b>VITT Erudio</b>      | /  | /        | /                          | /                       | /                         |
| <b>FKPV Celje</b>       | magistrski program Turizem (modula: Turistična destinacija, Hotelirska industrija) | 2 leti   | mag. turizma               | Izredni                 | 120                       |
|                         | doktorski program poslovne vede – Turizem  | 3 leta   | dr. znanosti               | Izredni                 | n. p.                     |
| <b>VŠHT Bled</b>        | /  | /        | /                          | /                       | /                         |

Legenda: \* European master in tourism management.

Vir: UL EF (2018), UM EPF (2018), UM FT Brežice (2018), UP FTŠ Turistica (2018), VITT (2018), FKPV (2018) in VŠHTB (2018).

Pomembno je navesti še sistem pridobivanja uradno prepoznavnih kvalifikacij preko Nacionalnih poklicnih kvalifikacij (v nadaljevanju NPK), ki služijo kot dopolnitev standardnemu načinu pridobivanja izobrazbe na področju turizma. Namen tovrstnih izobraževanj je pridobiti neko kvalifikacijo za opravljanje dela na določenem delovnem mestu s področja turizma ali pa prekvalifikacijo oz. izpopolnitev delovnih kompetenc. Mayaka in Akama (2007) izpostavljata, da je težava v tem, da diploma in NPK zakonsko ne omogočata enake stopnje izobrazbe, včasih pa predvidevata isto delovno mesto. Način pridobivanja izobrazbe preko NPK je prav tako odraz nizkega akademskega statusa, ki ga ima turizem.

V Sloveniji je področje vseživljenjskega izobraževanja v začetni razvojni fazi. Na področju turizma zasledimo tudi veliko neformalno pridobljenega znanja, ki pa ga delodajalci



največkrat zanemarjajo in ga ne priznavajo. To za zaposlene pomeni dodatno zadrego, za turistično gospodarstvo in državo pa slabšo kvalifikacijsko strukturo kadrovskega virov in posledično nekonkurenčnost na mednarodnih trgih (Sibila Lebe in drugi, 2009).

Vidimo lahko, da so v Sloveniji na voljo izobraževalni programi za smer turizem na vseh ravneh. Kljub pestrosti izobraževalnih programov ostaja pereča problematika razmeroma nizka stopnja izobrazbe v turističnem gospodarstvu. Uveljavilo se je prepričanje, da študij turizma vodi k nestimulativni karieri, saj spada med nestimulativne študijske smeri. Sibila Lebe (2010) opozarja na neusklajenost izobraževalne vertikale in nerazumevanje pomembnosti višješolskega izobraževanja za področje turizma in gostinstva. Poleg tega ugotavlja, da se kompetence po vertikali formalnega izobraževanja (srednje, višje, visoke šole s področja gostinstva, hotelirstva in turizma) ne dopolnjujejo z usposobljenostjo diplomantov in s potrebami ter pričakovanji gospodarstva. S težavami se soočamo tudi na področju strokovnega usposabljanja, saj tudi tukaj ne moremo govoriti o sistemu, še manj pa o njegovi kakovosti (Tkalčič, 2009).

## **5 ANALIZA USKLAJENOSTI VISOKOŠOLSKIH PROGRAMOV TURIZMA S POTREBAMI SLOVENSKEGA TURIZMA**

V empiričnem delu sem najprej pripravila raziskovalni načrt, kjer sem opredelila raziskovalni problem in namen magistrskega dela. Tu sem navedla vsebinske cilje raziskave in oblikovala svoje hipoteze. Nato sem opisala izbrano metodologijo in potek raziskave. Na podlagi zastavljenih hipotez sem sestavila vprašalnik, izvedla anketo ter analizirala njene rezultate. S pomočjo rezultatov sem sprejela oziroma nisem sprejela postavljene hipoteze ter tako prišla do odgovora na raziskovalno vprašanje, ali so visokošolski programi, ki jih ponujajo zavodi s področja turizma, usklajeni s potrebami v turističnem gospodarstvu.

### **5.1 Opredelitev problema, namena in ciljev**

Za izbrano temo magistrskega dela sem se odločila zato, ker je področje ponudbe visokošolskih zavodov za potrebe slovenskega turizma slabo raziskano. Vodstveni kader na izobraževalnih institucijah se pogosto ne zaveda, kakšne so potrebe v turizmu, in posledično so ponudba visokošolskih programov in potrebe na področju turizma slabo usklajene.

Namen magistrskega dela je proučiti usklajenost visokošolskega programov s področja turizma s potrebami turističnega gospodarstva v Sloveniji ter podati predloge za usklajitev izobraževalnih programov s potrebami turizma. Predstavila sem visokošolsko izobraževanje s področja turizma v nekaterih državah, na kratko sem opisala visokošolske institucije na področju turizma v Sloveniji ter identificirala ključna znanja za turizem. V empiričnem delu naloge sem analizirala podatke, pridobljene s pomočjo spletne ankete, naslovljene na srednji in visoki management, zaposlen v turističnem gospodarstvu.

V magistrskem delu sem si zastavila naslednje vsebinske cilje:

- ugotoviti, kakšno je stanje na področju visokošolskega izobraževanja v Sloveniji in katere so izobraževalne potrebe na področju turizma;
- pregledati predmetnike visokošolskih institucij s področja turizma v Sloveniji in ugotoviti, katera znanja so zastopana v njihovih izobraževalnih programih;
- analizirati podatke, pridobljene na podlagi spletne ankete, ter na podlagi tega ovreči ali sprejeti hipoteze, ki se nanašajo na analizo usklajenosti visokošolskih programov s potrebami slovenskega turizma.

V empiričnem delu magistrskega dela sem na podlagi raziskane literature oblikovala šest hipotez. Testne vrednosti pri H1 in H2 sem določila na podlagi rezultatov raziskave, ki je omenjena v teoretičnem delu naloge. Wang (2008) je na podoben način ugotavljal razkorak med izobraževalnimi programi s področja turizma in potrebami avstralskega turizma. V omenjeni raziskavi so sodelovali tako turistično gospodarstvo kot tudi predstavniki izobraževalnih institucij. Managerji in akademiki so na lestvici od 1 do 5 ocenjevali pomembnost določenih znanj za zadovoljevanje potreb turističnega gospodarstva.

Hipoteze so zapisane v nadaljevanju:

H1: Managerska in organizacijska znanja so po mnenju managerjev zelo pomembna za delo v turističnem gospodarstvu, s statistično značilno oceno višjo od štiri, ter so po njihovem mnenju visoko zastopana v študijskih programih, s statistično značilno oceno višjo od tri.

H2: Teoretična turistična znanja so po mnenju managerjev manj pomembna za delo v turističnem gospodarstvu, s statistično značilno oceno nižjo od dva in pol, ter so po njihovem mnenju visoko zastopana v študijskih programih, s statistično značilno oceno višjo od štiri.

H3: Med pomembnostjo raziskovalnih znanj in prenosljivih znanj za delo v turističnem gospodarstvu in njihovo zastopanostjo v študijskih programih obstaja statistično značilna povezanost.

H4: Med pomembnostjo znanj s področja tujih jezikov za delo v turističnem gospodarstvu in njihovo zastopanostjo v študijskih programih obstaja statistično značilna povezanost.

H5: Vrsta sektorja, v katerem delajo turistični managerji, statistično značilno vpliva na povprečne vrednosti mnenj o pomembnosti znanj za delo v turističnem gospodarstvu.

H6: Vrsta sektorja, v katerem delajo turistični managerji, statistično značilno vpliva na povprečne vrednosti mnenj o zastopanosti znanj v študijskih programih.

## 5.2 Metodologija

Prvi del magistrskega dela je teoretičen. Tu sem uporabila deskriptivni pristop raziskovanja, in sicer metodo kompilacije, kjer sem raziskala, opisala in povzela stališča, spoznanja in ugotovitve avtorjev, ki so delovali na obravnavanem področju. Pri metodološkem delu naloge sem se opirala predvsem na dve obstoječi raziskavi z obravnavanega področja, in sicer na raziskavo avtorjev Ring, Dickinger in Wöber (2009) in na že omenjeno raziskavo avtorja Wanga (2008).

V empiričnem delu magistrske naloge sem uporabila primarno metodo zbiranja podatkov, saj so bili podatki zbrani s pomočjo spletnega vprašalnika, ki je bil posredovan v elektronski obliki in naslovljen na srednji in višji management s področja turizma. Uporabljeni vprašalniki so strukturirani, z vprašanji zaprtega tipa.

Pri deskriptivni statistični analizi (opisni statistični analizi) sem uporabila frekvenčne porazdelitve in srednje vrednosti. Inferenčna statistična analiza (sklepna statistična analiza) je tista analiza, s katero ocenjujemo parametre in preverjamo hipoteze. Za ocenjevanje parametrov sem uporabila intervale zaupanja, za preverjanje hipotez in statistično analizo vzorčnih podatkov pa sem uporabila t-test, Spearmanov korelacijski koeficient in analizo varianc (ANOVA) ter Games-Howellov in Tukeyev post-hoc test.

### 5.2.1 Predstavitev vprašalnika

Primarne podatke sem pridobila s pomočjo spletnega vprašalnika (Priloga 1), ki sem ga pripravila na spletnem portalu »EnKlikANKETA«. Vprašalnik je bil oblikovan na podlagi zbrane literature v predhodnem poglavju tega magistrske naloge. Na podlagi teorije je bilo razvitih šest širših sklopov znanj, kamor je bilo na podlagi vsebinske analize razvrščenih 462 predmetov sedmih visokošolskih zavodov, ki ponujajo izobraževanje na področju turizma (Priloga 2). Ti sklopi so naslednji:

- managerska in organizacijska znanja (19 vprašanj/trditev),
- ekonomija in pravo (4 vprašanja/trditve),
- teoretična turistična znanja (12 vprašanj/trditev),
- raziskovalna znanja (4 vprašanja/trditve),
- prenosljiva znanja (6 vprašanj/trditev) in
- tuji jeziki za poslovni namen (5 vprašanj/trditev).

Anketiranci so v prvem stolpcu ocenjevali v kolikšni meri se strinjajo, da so zgoraj omenjena znanja zastopana v študijskih programih, v drugem stolpcu pa v kolikšni meri se strinjajo, da so ta znanja pomembna za delo v turizmu. V vprašalniku sem uporabila petstopenjsko Likertovo lestvico (ocena 1 kaže najnižjo stopnjo strinjanja, ocena 5 pa najvišjo stopnjo strinjanja). Zanesljivost oz. notranjo konsistentnost vprašalnika sem merila s Cronbach alfo. Vrednosti Cronbach alfe se gibljejo na intervalu od 0 do 1, v splošnem višje vrednosti

pomenijo boljšo zanesljivost konstrukta. Rezultati mojega testa so se gibali med 0,8 in 0,95 (Priloga 3) kar pomeni, da je vprašalnik zanesljiv. Vprašalnik je bil predhodno testiran na majhnem vzorcu ciljnih anketirancev, na podlagi njihovih odgovorov pa so bila nekatera vprašanja naknadno popravljena. Končna anketa je bila objavljena na spletnem naslovu <https://www.1ka.si/a/124735>.

Vprašanja sem razdelila na sklope po logičnem vrstnem redu. Demografska vprašanja so postavljena na koncu vprašalnika. Vprašanja sem postavila na čim bolj jasen in razumljiv način.

### 5.2.2 Predstavitev vzorca

Spletni vprašalnik je bil objavljen na spletu od 8. 10. 2017 do 8. 1. 2018. Povezava do spletnega vprašalnika je bila poslana na 654 elektronskih naslovov. Populacijo je predstavljal srednji in višji management v podjetjih s področja turizma. Bazo s podatki za stik sem pridobila na spletnih straneh podjetij in preko družbenega omrežja LinkedIn. Na povabilo se je s klikom na vprašalnik odzvalo 212 predstavnikov podjetij, od tega jih je 94 vprašalnik popolnoma rešilo, 118 vprašalnikov pa je bilo nepopolno izpolnjenih. Nepopolno izpolnjene vprašalnike sem obravnavala kot neveljavne, zato je bilo v raziskavo vključenih 94 anketirancev, kar predstavlja moj vzorec. Odzivnost je bila skupno 32-odstotna, veljavni odstotek pa 14.

## 5.3 Omejitve raziskave

Pri raziskavi za magistrsko delo sem naletela na težavo ustvarjanja baze podatkov za stik s ciljno populacijo. Ker na spletnih straneh podjetij niso objavljeni vsi elektronski naslovi managerjev, sem povezavo do spletnega vprašalnika pošiljala tudi preko profesionalnega omrežja LinkedIn, saj je bilo tam veliko lažje priti do ciljne populacije. Druga težava, na katero sem naletela, je neodzivnost, saj je na spletno anketo, ki je bila poslana na 654 elektronskih naslovov, kliknilo le 212 anketiranih, kar predstavlja 32 % vprašanih, od tega sem jih lahko samo 94 upoštevala pri analizi rezultatov. Neveljavnih vprašalnikov je bilo torej 118. Veliko je bilo takih, ki na spletno anketo niso niti kliknili. Drugo težavo je predstavljalo dejstvo, da niso vsi anketirani v celoti odgovarjali na vsa vprašanja.

Medtem ko ima spletno anketiranje marsikatero prednost, kot so preprostost izvajanja, nizki stroški zbiranja podatkov, dostopnost do posameznikov v oddaljenih krajih in posledično zmanjševanje raziskovalčevega truda in porabe časa (Wright, 2005), se moramo po drugi strani zavedati, da lahko pri takem načinu zbiranja podatkov pride do nekaterih merskih napak. Najpogosteje se omenjata dve vrsti napak, tiste, ki izhajajo iz neopazovanja in do katerih pride še pred samim procesom zbiranja podatkov, in napake opazovanja, do katerih pride med merjenjem. Te napake so lahko naslednje (Lozar Manfreda, Vehovar & Batagelj, 2000):

- nepokritja: ciljna populacija zaradi določenih razlogov ni imela možnosti, da bi bila izbrana v vzorec;
- neodgovorov: odgovori tistih, ki v anketi niso sodelovali, bi lahko bili drugačni od odgovorov anketirancev;
- vzorčenja: anketirani niso bili vsi iz ciljne populacije;
- merjenja: odgovori sodelujočih v anketi odstopajo od njihove resnične vrednosti.

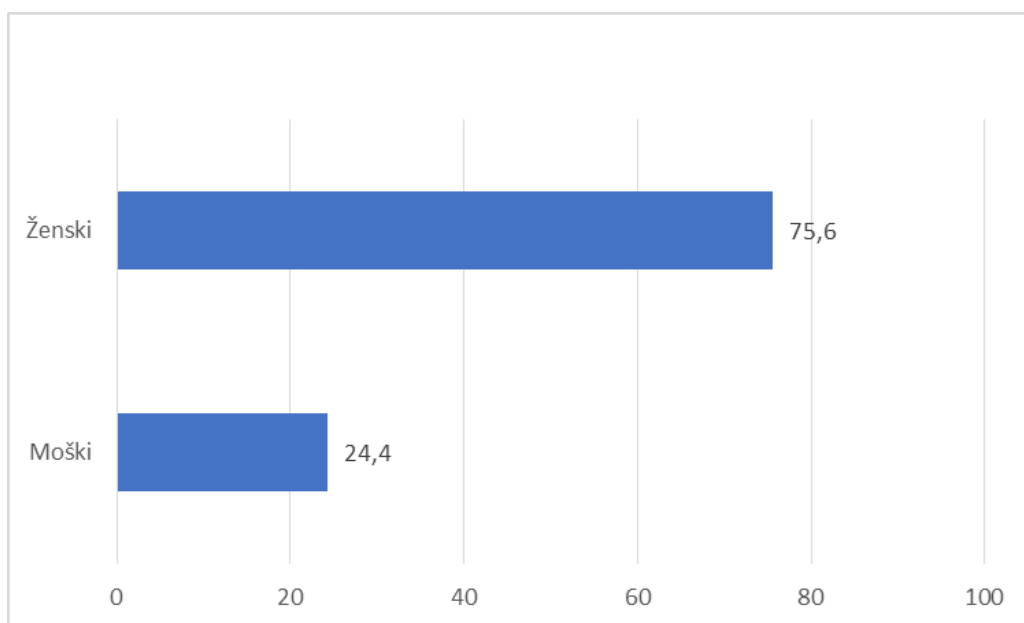
Zaradi navedenega poudarjam, da je pri sklepanju za celotno populacijo, tj. zaposlene v srednjem in višjem managementu na področju turizma, zajete v moji raziskavi, lahko prišlo do zgoraj omenjenih merskih napak.

#### 5.4 Prikaz rezultatov analize usklajenosti visokošolskih programov turizma s potrebami slovenskega turizma

Za statistično obdelavo vprašanj sem uporabljala statistični program SPSS (angl. Statistical Package for Social Sciences). Ker je bil vprašalnik objavljen na spletu, sem podatke izvozila v SPSS, kjer sem pregledala vprašalnike in tiste, ki niso bili pravilno izpolnjeni, izključila iz analize.

V vzorec je bilo zajetih 94 anketirancev, od tega 75,60 % žensk in 24,40 % moških (slika 7). Kot vidimo, je pretežen del anketirancev ženskega spola.

*Slika 7: Spol (v %)*

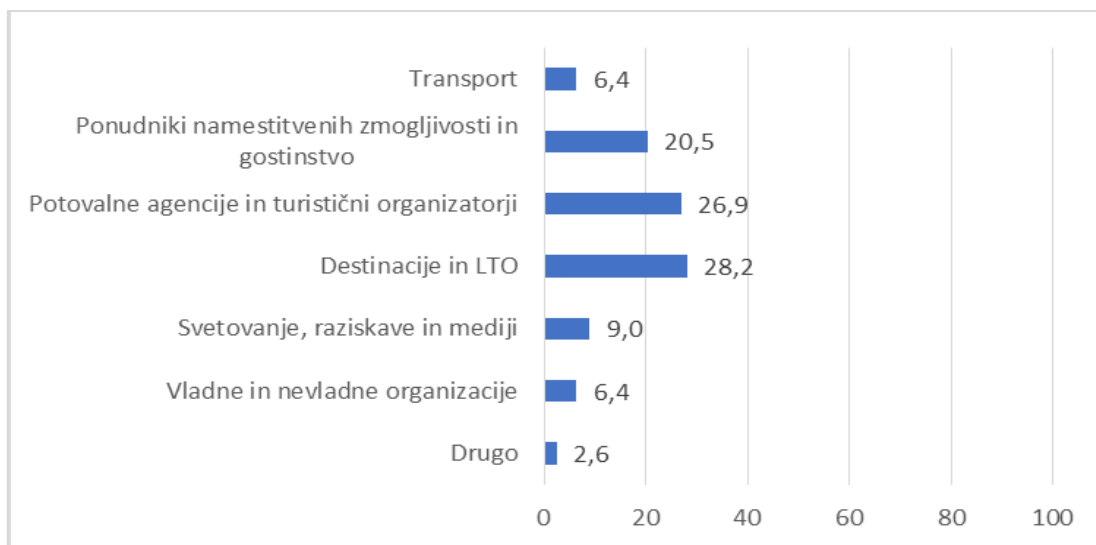


*Vir: Lastno delo.*

Največ anketirancev je zaposlenih v destinacijah in lokalnih turističnih organizacijah (28,20 %) ter v potovalnih agencijah in turističnih organizacijah (26,90 %). 20,50 %

anketirancev je zaposlenih pri ponudnikih namestitvenih zmogljivosti in obratov. 9 % anketirancev je zaposlenih na področju svetovanja, raziskav in medijev. V vladnih in nevladnih organizacijah in na področju transporta je zaposlen enak delež anketirancev, in sicer 6,4 %, 2,6 % anketirancev pa je zaposlenih na drugih področjih turizma (slika 8).

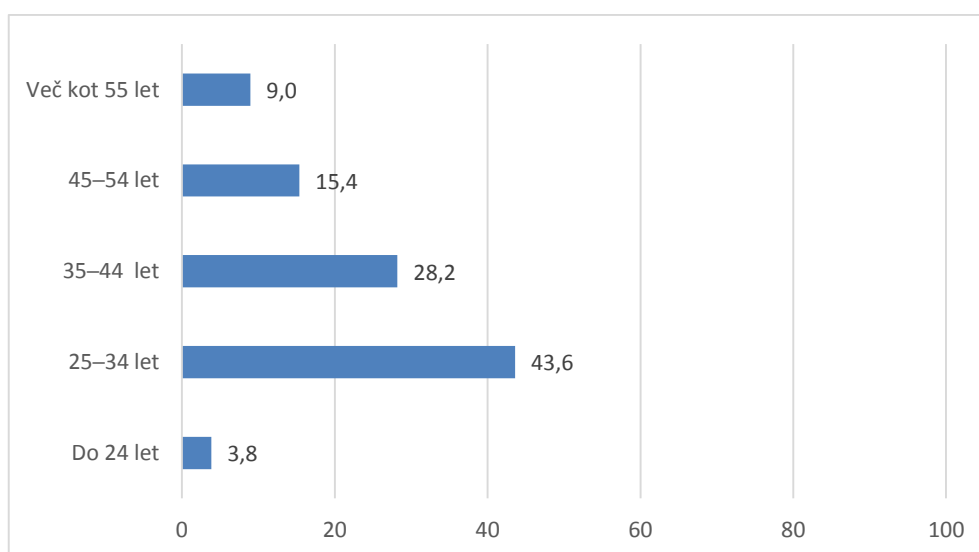
*Slika 8: Vrsta turističnega sektorja (v %)*



*Vir: Lastno delo.*

43,60 % anketirancev je starih od 25 do 34 let, 28,20 % spada v starostno skupino od 35 do 44 let. Približno 15 % udeleženi v anketi je starih od 45 do 54 let, 9 % anketirancev je starejših od 55 let ter 3,80 % mlajših od 24 let (slika 9).

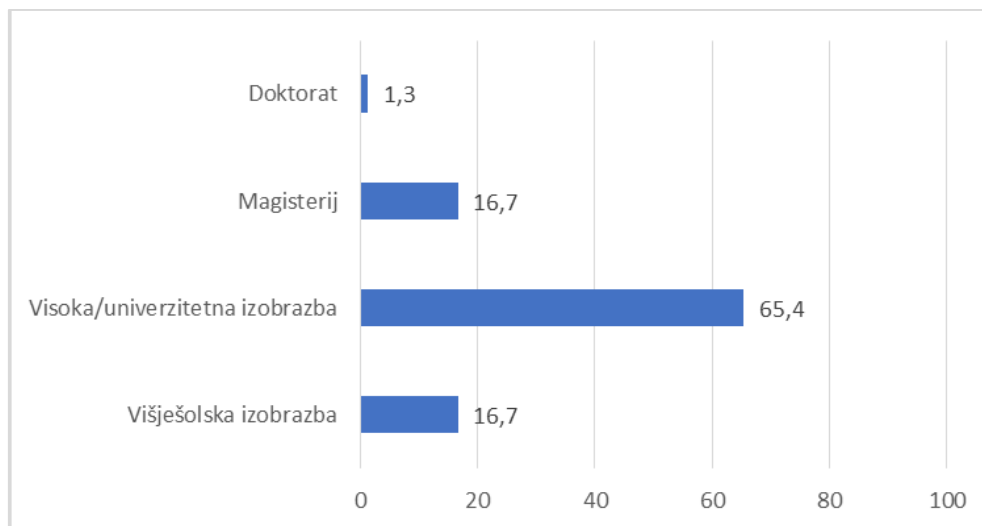
*Slika 9: Starost (v %)*



*Vir: Lastno delo.*

Zanimala me je tudi izobrazbena struktura anketirancev. Pretežen del anketirancev, tj. 65,40 %, ima visoko ali univerzitetno izobrazbo. Višješolsko izobrazbo ima 16,70 % anketirancev, enak delež anketirancev ima magisterij, zanemarljiv odstotek (1,30 %) pa ima doktorat (slika 10).

Slika 10: Izobrazba (v %)



Vir: Lastno delo.

Prvi sklop vprašanj se je nanašal na **managerska in organizacijska znanja**. Anketiranci so morali na lestvici od 1 do 5 označiti stopnjo strinjanja glede zastopanosti naštetih znanj v študijskih programih in stopnjo strinjanja glede pomembnosti teh znanj za delo v turizmu. Kot vidimo s slike 11, lahko največji razkorak najdemo pri znanjih s področja kriznega managementa, znanjih s področja managementa kakovosti in znanjih s področja prihodkovnega managementa. Splošna ugotovitev je, da so po mnenju managerjev managerska in organizacijska znanja premalo zastopana v študijskih programih in bi moral biti poudarek na njih večji, saj so za delo na turističnem področju po njihovem mnenju izrednega pomena. Managerji torej menijo, da mora biti v vsebini turističnih izobraževalnih programov poudarek na poslovnem managementu. Podobne rezultate so poročali tudi avtorji raziskav, ki so predstavljene v teoretičnem delu naloge. Znanja s področja managementa (npr. krizni management) so v očeh managerjev pomembnejša kot v očeh akademikov.

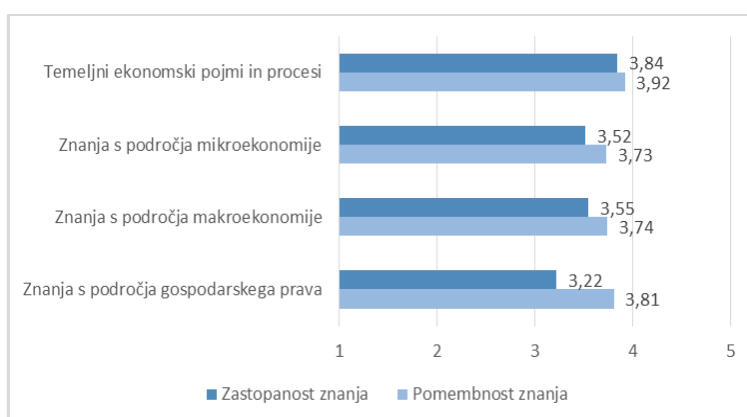
*Slika 11: Povprečne ocene strinjanja glede zastopanosti in pomembnosti managerskih in organizacijskih znanj*



Vir: Lastno delo.

Drugi sklop znanj se je nanašal na **ekonomijo in pravo**. Kot lahko razberemo s slike 12, je po mnenju managerjev ponudba tovrstnih znanj v študijskih programih dobro usklajena s potrebami v gospodarstvu. Največji razkorak najdemo pri znanjih s področja gospodarskega prava. To je skladno z ugotovitvijo v teoretičnem delu naloge, kjer avtorji trdijo, da bodo v prihodnosti znanja s področja prava zelo pomembna, česar se managerji pri nas že zavedajo.

*Slika 12: Povprečne ocene strinjanja glede zastopanosti in pomembnosti znanj s področja ekonomije in prava*

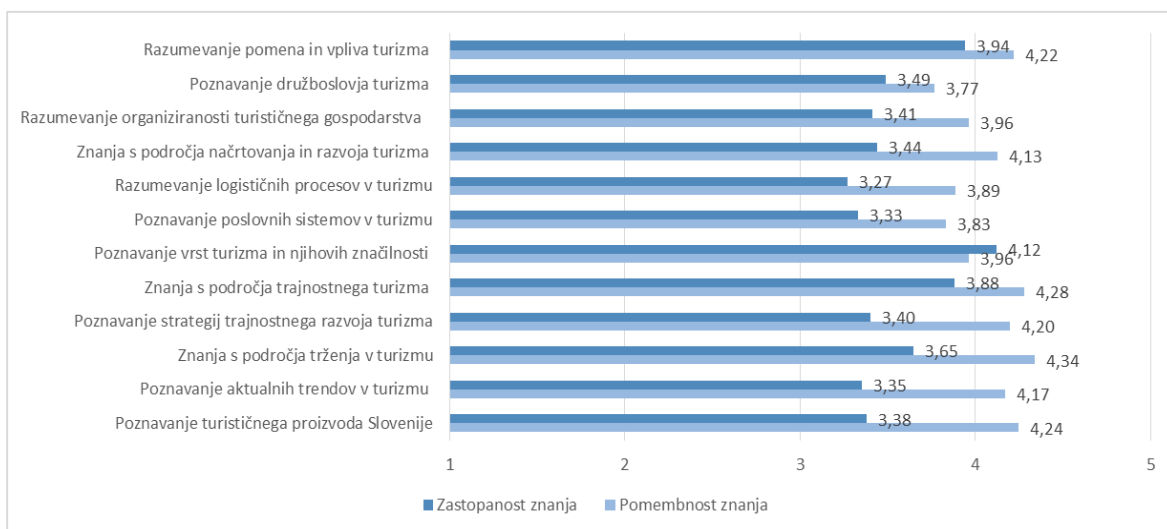


Vir: Lastno delo.



Naslednji sklop znanj se je nanašal na **teorijo turizma** (slika 13). Ugotovitev je v nasprotju z mojo predpostavko, da so teoretična znanja manj pomembna za delo v turizmu. Managerji namreč tudi tem znanjem pripisujejo velik pomen. Managerjem se zdijo najpomembnejša znanja s področja trženja v turizmu, znanja s področja trajnostnega turizma, zelo pomembno se jim zdi tudi poznavanje turističnega proizvoda Slovenije. Po njihovem mnenju so v študijskih programih najmanj zastopana znanja s področja razumevanja logističnih procesov v turizmu, znanja s področja poslovnih sistemov v turizmu in s področja aktualnih trendov v turizmu.

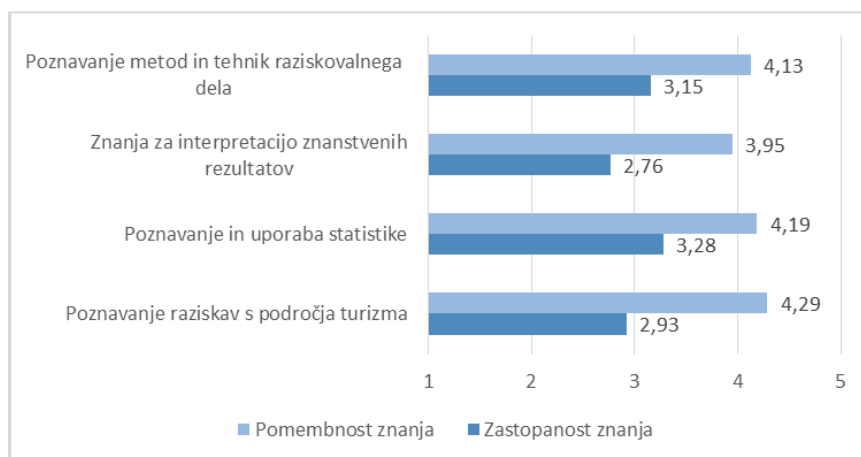
*Slika 13: Povprečne ocene strinjanja glede zastopanosti in pomembnosti teoretičnih turističnih znanj*



*Vir: Lastno delo.*

Četrty sklop znanj se je nanašal na **raziskovalna znanja**. Tudi tem vrstam znanj managerji pripisujejo velik pomen in menijo, da njihova zastopanost v študijskih programih ni zadostna. Največja vrzel se pojavlja pri poznavanju raziskav s področja turizma in pri znanjih za interpretacijo znanstvenih rezultatov (slika 14). Prenizka zastopanost teh znanj v izobraževalnih programih kaže na to, da področja turizma pri nas še ne obravnavamo kot samostojno znanstveno disciplino. Raziskovalna znanja so pogoj za širše in kompleksnejše razumevanje turizma, posledica česar je dvig ugleda turizma.

Slika 14: Povprečne ocene strinjanja glede zastopanosti in pomembnosti raziskovalnih znanj



Vir: Lastno delo.

Peti sklop znanj se navezuje na **prenosljiva znanja**, kjer je mogoče zaslediti največji razkorak med mnenji glede pomembnosti in zastopanosti teh znanj v študijskih programih. Prenosljiva znanja so po mnenju managerjev torej najpomembnejša za delo v turizmu in so po njihovem mnenju najmanj zastopana v študijskih programih (slika 15). Sklepamo lahko, da managerji ocenjujejo, da jim obstoječi izobraževalni proces ne omogoča usvojitve tovrstnih znanj. Prav zato so pomembni povezovanje visokošolskih institucij z gospodarstvom in prakso, vlaganje v mednarodne izmenjave in spodbujanje vseživljenjskega učenja.

Slika 15: Povprečne ocene strinjanja glede zastopanosti in pomembnosti prenosljivih znanj

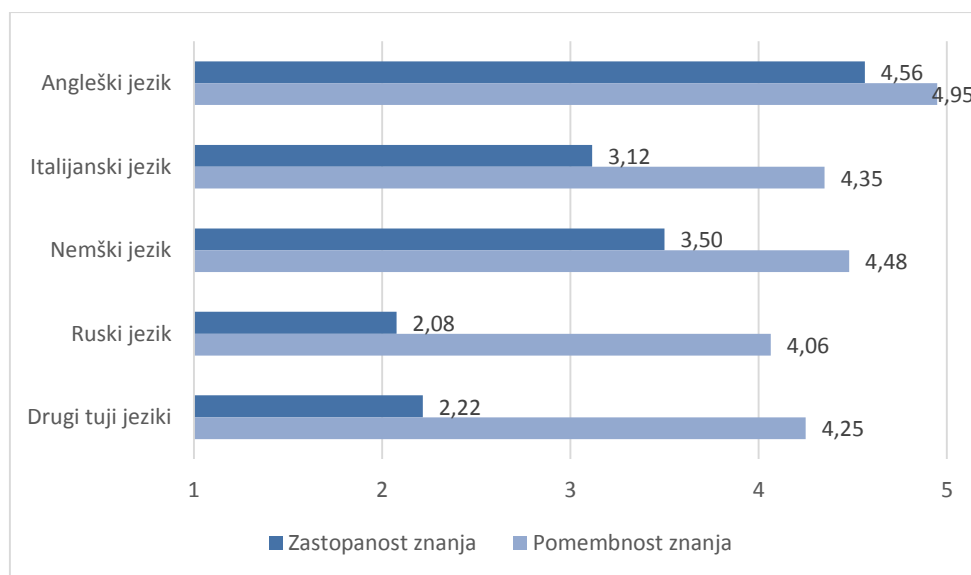


Vir: Lastno delo.

Zadnji sklop znanj se je nanašal na **tuje jezike za poslovni namen** (slika 16). Ugotavljam, da so potrebe po znanju tujih jezikov precej visoke. Zastopanost tujih jezikov v študijskih

programih je po mnenju managerjev nezadovoljiva (izjema je angleški jezik). Pod »drugi tuji jeziki« so anketiranci največkrat navajali kitajski jezik, španski jezik in srbohrvaški jezik.

*Slika 16: Povprečne ocene strinjanja glede zastopanosti in pomembnosti tujih jezikov za poslovni namen*



*Vir: Lastno delo.*

V nadaljevanju sem testirala zastavljene hipoteze. Rezultati testov so priloženi v Prilogi 4.

**H1: Managerska in organizacijska znanja so po mnenju managerjev zelo pomembna za delo v turističnem gospodarstvu, s statistično značilno oceno višjo od štiri, ter so po njihovem mnenju visoko zastopana v študijskih programih, s statistično značilno oceno višjo od tri.**

Hipotezo sem preverjala z dvema t-testoma za en vzorec, s katerima sem želela ugotoviti, ali se povprečje testne vrednosti (hipotetično povprečje) razlikujejo od povprečij drugih spremenljivk. Najprej sem vsa managerska in organizacijska znanja (19 trditvev) združila v skupini po pomembnosti (Priloga 4, Tabela 1) in zastopanosti (Priloga 4, Tabela 3). Nato sem povprečno vrednost skupine po pomembnosti in zastopanosti primerjala s testnima povprečjema štiri in tri. Če se bodo povprečja statistično značilno razlikovala od obeh testnih vrednosti, bom hipotezo sprejela.

V prvem delu preverjanja hipoteze 1 sem primerjala povprečne vrednosti pri sklopu **pomembnost managerskih in organizacijskih znanj** in izvedla t-test za en vzorec. P-vrednost je pod 0,05 pri desetih trditvah, kar pomeni, da se povprečja statistično značilno razlikujejo od testnega. Pri devetih trditvah je p-vrednost nad 0,05 (Priloga 4, Tabela 2). Povprečja so v večini višja od štiri. Izjeme so trditve, razvidne v tabeli Opisna statistika (Priloga 4, Tabela 1), in sicer znanja s področja managementa procesov, znanja s področja

managementa živilskih obratov, znanja s področja managementa prireditev in dogodkov, računovodska znanja za poslovno odločanje, znanja s področja e-poslovanja in znanja s področja poslovne informatike. Ne glede na to, da so se pri nekaterih trditvah pojavile statistično značilne razlike, hipoteze ne sprejemem.

*Tabela 6: T-test pomembnosti managerskih in organizacijskih znanj*

|  | Pomembnost managerskih in organizacijskih znanj ( $\bar{x}$ ) | T-test | P            |
|--|---|--------|--------------|
| Znanja s področja managementa človeških virov        | 4,28  | 3,381  | <b>0,001</b> |
| Znanja s področja finančnega managementa             | 4,19  | 2,349  | <b>0,021</b> |
| Znanja s področja strateškega managementa            | 4,22  | 2,719  | <b>0,008</b> |
| Znanja s področja projektnega managementa            | 4,20  | 2,427  | <b>0,017</b> |
| Znanja s področja kriznega managementa               | 4,06  | 0,685  | 0,495        |
| Znanja s področja managementa kakovosti              | 4,28  | 3,840  | <b>0,000</b> |
| Znanja s področja managementa trženja in prodaje     | 4,45  | 6,819  | <b>0,000</b> |
| Znanja s področja managementa procesov               | 3,66  | -4,068 | <b>0,000</b> |
| Znanja s področja managementa turističnih destinacij | 4,43  | 5,351  | <b>0,000</b> |
| Znanja s področja prihodkovnega managementa          | 4,00  | 0,000  | 1,000        |
| Znanja s področja hotelskega managementa             | 4,13  | 1,523  | 0,132        |
| Znanja s področja managementa živilskih obratov      | 3,50  | -4,735 | <b>0,000</b> |
| Znanja s področja managementa prireditev in dogodkov | 3,98  | -0,257 | 0,798        |
| Znanja s področja organizacijskega vedenja           | 4,11  | 1,452  | 0,150        |
| Računovodska znanja za poslovno odločanje            | 3,90  | -1,240 | 0,218        |
| Znanja s področja mednarodnega poslovanja            | 4,07  | 0,884  | 0,379        |
| Znanja s področja e-poslovanja                       | 3,93  | -0,715 | 0,476        |
| Znanja s področja poslovne informatike               | 3,75  | -2,501 | <b>0,014</b> |
| Poznavanje in uporaba informacijskih sistemov        | 4,10  | 1,195  | 0,235        |

Legenda: ( $\bar{x}$ ) – aritmetična sredina

\* Statistično pomembne razlike pri stopnji manjši od 0,05.

*Vir: Lastno delo.*

V drugem delu preverjanja hipoteze 1 sem prav tako primerjala vrednosti pri sklopu **zastopanost managerskih in organizacijskih znanj** in izvedla t-test za en vzorec. P-vrednost je pod 0,05 pri štirinajstih trditvah, kar pomeni, da se povprečja statistično značilno razlikujejo od testnega. Pri petih trditvah je p-vrednost nad 0,05 (Priloga 4, Tabela 4). Povprečja glede zastopanosti teh znanj v študijskih programih so večinoma višja od tri, izjema so znanja s področja kriznega managementa, znanja s področja managementa procesov in znanja s področja managementa živilskih obratov (Priloga 4, Tabela 3). Ne glede na to, da so se pri nekaterih trditvah pojavile statistično značilne razlike, hipoteze ne sprejemem.

Tabela 7: T-test zastopanosti managerskih in organizacijskih znanj

|   | Zastopanost managerskih in organizacijskih znanj ( $\bar{x}$ ) | T-test | P            |
|---|--|--------|--------------|
| Znanja s področja managementa človeških virov           | 3,50   | 5,608  | <b>0,000</b> |
| Znanja s področja finančnega managementa                | 3,52   | 5,468  | 0,912        |
| Znanja s področja strateškega managementa               | 3,63   | 7,016  | <b>0,000</b> |
| Znanja s področja projektnega managementa               | 3,23   | 2,404  | 1,000        |
| Znanja s področja kriznega managementa                  | 2,60   | -3,500 | <b>0,048</b> |
| Znanja s področja managementa kakovosti                 | 3,05   | 0,547  | <b>0,012</b> |
| Znanja s področja managementa trženja in prodaje        | 3,64   | 6,595  | 0,923        |
| Znanja s področja managementa procesov                  | 2,99   | -0,110 | <b>0,000</b> |
| Znanja s področja managementa turističnih destinacij    | 3,59   | 5,562  | <b>0,000</b> |
| Znanja s področja prihodkovnega managementa             | 3,00   | 0,000  | <b>0,001</b> |
| Znanja s področja hotelskega managementa                | 3,23   | 2,009  | <b>0,004</b> |
| Znanja s področja managementa živilskih obratov         | 2,71   | -2,579 | <b>0,025</b> |
| Znanja s področja managementa prirediteljev in dogodkov | 3,01   | 0,097  | <b>0,032</b> |
| Znanja s področja organizacijskega vedenja              | 3,50   | 5,116  | <b>0,000</b> |
| Računovodska znanja za poslovno odločanje               | 3,38   | 3,708  | 0,912        |
| Znanja s področja mednarodnega poslovanja               | 3,41   | 3,593  | <b>0,000</b> |
| Znanja s področja e-poslovanja                          | 3,34   | 2,990  | 1,000        |
| Znanja s področja poslovne informatike                  | 3,24   | 2,273  | <b>0,048</b> |
| Poznavanje in uporaba informacijskih sistemov           | 3,23   | 2,176  | <b>0,012</b> |

Legenda: ( $\bar{x}$ ) – aritmetična sredina

\* Statistično pomembne razlike pri stopnji manjši od 0,05.

Vir: Lastno delo.

**H2: Teoretična turistična znanja so po mnenju managerjev manj pomembna za delo v turističnem gospodarstvu, s statistično značilno oceno nižjo od dva in pol, ter so po njihovem mnenju visoko zastopana v študijskih programih, s statistično značilno oceno višjo od štiri.**

Tudi hipotezo 2 bom preverjala z dvema t-testoma za en vzorec. Vsa teoretična znanja (12 trditev) sem združila v skupini po pomembnosti (Priloga 4, Tabela 5) in zastopanosti (Priloga 4, Tabela 7). Nato sem povprečno vrednost skupine po pomembnosti in zastopanosti primerjala s testnima povprečjema dva in pol ter štiri. Če se bodo povprečja statistično značilno razlikovala od obeh testnih vrednosti, bom hipotezo sprejela.

V prvem delu preverjanja hipoteze 2 sem primerjala povprečne vrednosti pri sklopu **pomembnost teoretičnih znanj** in izvedla t-test za en vzorec. P-vrednost je pod 0,05 pri vseh trditvah (Priloga 4, Tabela 6), kar pomeni, da se povprečja statistično značilno razlikujejo od testnega. Nobeno povprečje ni nižje od testnega povprečja dva in pol (Priloga 4, Tabela 5). Hipoteze ne sprejemem. Teoretična znanja so pomembnejša, kot sem predvidevala.

*Tabela 8: T-test pomembnosti teoretičnih znanj*

|   | Pomembnost teoretičnih znanj ( $\bar{x}$ ) | T-test | P            |
|---|--|--------|--------------|
| Razumevanje pomena in vpliva turizma  | 4,22                                       | 16,744 | <b>0,000</b> |
| Poznavanje družboslovja turizma (antropologija, kulturologija, sociologija, psihologija, filozofija, zgodovina turizma) | 3,77                                       | 11,238 | <b>0,000</b> |
| Razumevanje organiziranosti turističnega gospodarstva (nacionalnega in mednarodnega)                                    | 3,96                                       | 14,583 | <b>0,000</b> |
| Znanja s področja načrtovanja in razvoja turizma  | 4,13                                       | 15,812 | <b>0,000</b> |
| Razumevanje logističnih procesov v turizmu  | 3,89                                       | 13,363 | <b>0,000</b> |
| Poznavanje poslovnih sistemov v turizmu   | 3,83                                       | 12,142 | <b>0,000</b> |
| Poznavanje vrst turizma in njihovih značilnosti   | 3,96                                       | 11,874 | <b>0,000</b> |
| Znanja s področja trajnostnega turizma  | 4,28                                       | 18,042 | <b>0,000</b> |
| Poznavanje strategij trajnostnega razvoja turizma   | 4,20                                       | 17,151 | <b>0,000</b> |
| Znanja s področja trženja v turizmu   | 4,34                                       | 20,682 | <b>0,000</b> |
| Poznavanje aktualnih trendov v turizmu  | 4,17                                       | 16,320 | <b>0,000</b> |
| Poznavanje turističnega proizvoda Slovenije   | 4,24                                       | 17,889 | <b>0,000</b> |

Legenda: ( $\bar{x}$ ) - aritmetična sredina

\* Statistično pomembne razlike pri stopnji manjši od 0,05.

*Vir: Lastno delo.*

V drugem delu preverjanja hipoteze 2 sem primerjala povprečne vrednosti pri sklopu **zastopanost teoretičnih znanj** in izvedla t-test za en vzorec. P-vrednost je pod 0,05 pri devetih trditvah, kar pomeni, da se povprečja statistično značilno razlikujejo od testnega. Pri treh trditvah je p-vrednost nad 0,05 (Priloga 4, Tabela 8). Le ena trditev ima povprečje statistično značilno višje od testnega, in sicer poznavanje vrst turizma in njihovih značilnosti (Priloga 4, Tabela 7). Čeprav so se pri nekaterih znanjih pojavile statistično značilne razlike, hipoteze ne sprejemem.

*Tabela 9: T-test zastopanosti teoretičnih znanj*

|                                      | Zastopanost teoretičnih znanj ( $\bar{x}$ ) | T-test | P     |
|--------------------------------------|---|--------|-------|
| Razumevanje pomena in vpliva turizma | 3,94  | -0,628 | 0,532 |

se nadaljuje

Tabela 9: T-test zastopanosti teoretičnih znanj (nad.)

|   | Zastopanost teoretičnih znanj ( $\bar{x}$ ) | T-test | P            |
|---|---|--------|--------------|
| Poznavanje družboslovja turizma (antropologija, kulturologija, sociologija, psihologija, filozofija, zgodovina turizma) | 3,49  | -4,438 | <b>0,000</b> |
| Razumevanje organiziranosti turističnega gospodarstva (nacionalnega in mednarodnega)                                    | 3,41  | -5,031 | <b>0,000</b> |
| Znanja s področja načrtovanja in razvoja turizma  | 3,44  | -5,308 | <b>0,000</b> |
| Razumevanje logističnih procesov v turizmu  | 3,27  | -6,663 | <b>0,000</b> |
| Poznavanje poslovnih sistemov v turizmu   | 3,33  | -7,051 | <b>0,000</b> |
| Poznavanje vrst turizma in njihovih značilnosti   | 4,12  | 1,254  | 0,213        |
| Znanja s področja trajnostnega turizma  | 3,88  | -1,368 | 0,175        |
| Poznavanje strategij trajnostnega razvoja turizma   | 3,40  | -6,101 | <b>0,000</b> |
| Znanja s področja trženja v turizmu   | 3,65  | -3,476 | <b>0,001</b> |
| Poznavanje aktualnih trendov v turizmu  | 3,35  | -6,547 | <b>0,000</b> |
| Poznavanje turističnega proizvoda Slovenije   | 3,38  | -5,426 | <b>0,000</b> |

Legenda: ( $\bar{x}$ ) – aritmetična sredina

\* Statistično pomembne razlike pri stopnji manjši od 0,05.

Vir: Lastno delo.

### **H3: Med pomembnostjo raziskovalnih znanj in prenosljivih znanj za delo v turističnem gospodarstvu in njihovo zastopanostjo v študijskih programih obstaja statistično značilna povezanost.**

Hipotezo 3 sem preverjala s Spearmanovim korelacijskim koeficientom, ki nam govori o povezanosti dveh spremenljivk. Če je korelacijski koeficient pozitiven, potem se s povečanjem ene spremenljivke povečuje tudi druga, če je negativen, potem se s povečanjem ene spremenljivke druga zmanjšuje.

Raziskovalna znanja in prenosljiva znanja sem združila po pomembnosti v skupno dimenzijo. Prav tako sem združila trditve, ki se navezujejo na zastopanost teh znanj v študijskih programih. Če bosta dimenziji pozitivno statistično značilno povezani, bom hipotezo sprejela.

Obe povezavi med raziskovalnimi znanji in prenosljivimi znanji sta statistično značilni, obe p-vrednosti sta 0,00. Spearmanov koeficient korelacije med raziskovalnimi znanji in prenosljivimi znanji po pomembnosti je 0,645 (Priloga 4, Tabela 9), po zastopanosti pa 0,600 (Priloga 4, Tabela 10). Moč povezanosti oz. korelacijski koeficient je pri obeh visok in pozitiven. Sklepamo torej lahko, da bolj kot so pomembna in zastopana raziskovalna znanja, bolj so pomembna in zastopana prenosljiva znanja. Hipotezo sprejemem.

*Tabela 10: Spearmanov test korelacije med raziskovalnimi in prenosljivimi znanji po pomembnosti*

|                                |                                | Raziskovalna znanja pomembnost | Prenosljiva znanja pomembnost |
|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|
| Raziskovalna znanja pomembnost | Koeficient korelacije          | 1,000                          | <b>0,645**</b>                |
|                                | Asimp. p-vrednost (2-stranska) |                                | <b>0,000</b>                  |
|                                | N                              | 79                             | 78                            |
| Prenosljiva znanja pomembnost  | Koeficient korelacije          | 0,645                          | 1,000                         |
|                                | Asimp. p-vrednost (2-stranska) | 0,000                          |                               |
|                                | N                              | 78                             | 79                            |

\*\* Statistično pomembne razlike pri stopnji manjši od 0,01 (2-stranska).

*Vir: Lastno delo.*

*Tabela 11: Spearmanov test korelacije med raziskovalnimi in prenosljivimi znanji po zastopanosti*

|                                 |                                | Raziskovalna znanja zastopanost | Prenosljiva znanja zastopanost |
|---------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|
| Raziskovalna znanja zastopanost | Koeficient korelacije          | 1,000                           | <b>0,600**</b>                 |
|                                 | Asimp. p-vrednost (2-stranska) |                                 | <b>0,000</b>                   |
|                                 | N                              | 78                              | 78                             |
| Prenosljiva znanja zastopanost  | Koeficient korelacije          | 0,600                           | 1,000                          |
|                                 | Asimp. p-vrednost (2-stranska) | 0,000                           |                                |
|                                 | N                              | 78                              | 80                             |

\*\* Statistično pomembne razlike pri stopnji manjši od 0,01 (2-stranska).

*Vir: Lastno delo.*

**H4: Med pomembnostjo znanj s področja tujih jezikov za delo v turističnem gospodarstvu in njihovo zastopanostjo v študijskih programih obstaja statistično značilna povezanost.**

V hipotezi domnevam, da je povezava med pomembnostjo in zastopanostjo znanj na področju tujih jezikov statistično pozitivno povezana. Hipotezo sem preverjala s Spearmanovim korelacijskim koeficientom. Če bosta pomembnost in zastopanost znanj tujih jezikov za poslovni namen pozitivno statistično značilno povezani, bom hipotezo sprejela.

Rezultati Spearmanovega korelacijskega koeficienta kažejo, da je stopnja značilnosti višja od 0,05, kar pomeni, da ni statistične povezanosti med pomembnostjo in zastopanostjo znanj na področju tujih jezikov (Priloga 4, Tabela 11). Hipoteze 4 ne sprejmem.



Tabela 12: Spearmanov test korelacije med znanji »tuji jeziki za poslovni namen« po pomembnosti in zastopanosti

|                         |                                | Tuji jeziki zastopanost | Tuji jeziki pomembnost |
|-------------------------|--------------------------------|-------------------------|------------------------|
| Tuji jeziki zastopanost | Koeficient korelacije          | 1                       | <b>0,275</b>           |
|                         | Asimp. p-vrednost (2-stranska) |                         | <b>0,062</b>           |
| Tuji jeziki pomembnost  | Koeficient korelacije          | 0,275                   | 1                      |
|                         | Asimp. p-vrednost (2-stranska) | 0,062                   |                        |

Vir: Lastno delo.

**H5: Vrsta sektorja, v katerem delajo turistični managerji, statistično značilno vpliva na povprečne vrednosti mnenj o pomembnosti znanj za delo v turističnem gospodarstvu.**

Hipotezo sem preverjala z analizo variance (One-way ANOVA), ki preveri homogenost varianc in kako se skupine oziroma sektorji v povprečju statistično značilno razlikujejo glede na pomembnost znanj za delo v turističnem gospodarstvu. Homogenost varianc preverimo z Levenovim testom. Če je pri Levenovem testu p-vrednost večja kot 0,05, potem se variance ne razlikujejo in ne kršimo pravila homogenosti. V tem primeru uporabimo test ANOVA. Če pa je pri Levenovem testu p-vrednost manjša kot 0,05, potem se variance razlikujejo, s tem pa kršimo pravilo homogenosti. V takem primeru za preverjanje statistično pomembnih razlik med sektorji uporabimo Welchev test.

Najprej sem iz spremenljivke Sektor izločila skupino Drugo, ker se test ANOVA oziroma Welchev test zaradi skupin manjših od dveh enot ne more ustrezno izvesti. Rezultati Levenovega testa (Priloga 4, Tabela 12) kažejo, da variance pri raziskovalnih in prenosljivih znanjih niso homogene ( $p < 0,05$ ), kar pomeni, da kršimo pravilo homogenosti, zato sem izvedla Welchev test. Izkazalo se je, da je Welchev test neizvedljiv (Priloga 4, Tabela 14), saj ima pri navedenih znanjih vsaj en sektor ničelno varianco. Iz tega razloga sem v nadaljevanju uporabila rezultate testa ANOVA.

Rezultati testa ANOVA kažejo, da se statistično značilne razlike ( $p < 0,05$ ) med sektorji glede na mnenje o pomembnost znanj kažejo le pri teoretičnih znanjih (Priloga 4, Tabela 13).

Tabela 13: ANOVA, pomembnost znanj glede na vrsto sektorja

|                               | Znanja po pomembnosti ( $\bar{x}$ ) | F     | Asimp. p-vrednost |
|-------------------------------|-------------------------------------|-------|-------------------|
| Raziskovalna znanja           | 4,14                                | 1,850 | 0,114             |
| Prenosljiva znanja            | 4,70                                | 1,964 | 0,095             |
| Tuji jeziki za poslovni namen | 4,42                                | 0,922 | 0,476             |

se nadaljuje

Tabela 13: ANOVA, pomembnost znanj glede na vrsto sektorja (nad.)

|                                     | Znanja po pomembnosti<br>( $\bar{x}$ ) | F     | Asimp.<br>p-vrednost |
|-------------------------------------|--|-------|----------------------|
| Managerska in organizacijska znanja | 4,06                                   | 0,745 | 0,593                |
| Ekonomija in pravo                  | 3,80                                   | 0,943 | 0,459                |
| <b>Teorija turizma</b>              | 4,08                                   | 6,614 | <b>0,000</b>         |

Legenda: ( $\bar{x}$ ) – aritmetična sredina

\* Statistično pomembne razlike pri stopnji manjši od 0,05.

Vir: Lastno delo.

Test ANOVA nam ne pove dovolj natančno, kateri sektorji se pri pomembnosti teoretičnih turističnih znanj med seboj statistično značilno razlikujejo, zato sem v nadaljevanju izvedla Tukeyev post-hoc test (Priloga 4, Tabela 15). Rezultati post-hoc testa kažejo ( $p < 0,05$ ), da managerji v sektorju transport ter v sektorju svetovanje, raziskave in mediji v povprečju bolj pomembno ocenjujejo teoretična turistična znanja kot managerji v sektorjih potovalne agencije in turistični organizatorji ter managerji v sektorju destinacije in LTO. Prav tako ponudniki namestitvenih zmogljivosti in gostinstvo v povprečju bolj pomembno ocenjujejo teoretična turistična znanja kot managerji iz potovalnih agencij in turističnih organizatorjev.

Pete hipoteze ne sprejemem, saj se statistično značilne razlike ne kažejo pri managerskih mnenjih o pomembnosti vseh vrst znanj za delo v turizmu.

#### **H6: Vrsta sektorja, v katerem delajo turistični managerji, statistično značilno vpliva na povprečne vrednosti mnenj o zastopanosti znanj v študijskih programih.**

K preverjanju hipoteze 6 sem pristopila enako kot pri hipotezi 5. Za preverjanje homogenosti in statistično značilnih razlik pri zastopanosti znanj v študijskih programih glede na vrsto sektorja sem izvedla test ANOVA.

Rezultati Levenovega testa (Priloga 4, Tabela 16) za preverjanje homogenosti varianc pri šesti hipotezi kažejo, da se variance razlikujejo ( $p < 0,05$ ) pri raziskovalnih, prenosljivih, managersko organizacijskih in teoretičnih znanjih. S tem je kršeno pravilo homogenosti in zato sem namesto ANOVE izvedla Welch test.

Rezultati Welchvega testa kažejo statistično značilne razlike ( $p < 0,05$ ) med sektorji glede na mnenja o zastopanosti raziskovalnih znanj v študijskih programih (Priloga 4, Tabela 17).

Tabela 14: Welch test zastopanosti znanj glede na vrsto sektorja

|                            | Znanja po zastopanosti<br>( $\bar{x}$ ) | Asimp.<br>F | Asimp.<br>p-vrednost |
|----------------------------|---|-------------|----------------------|
| <b>Raziskovalna znanja</b> | 3,03                                    | 2,953       | <b>0,034</b>         |
| Prenosljiva znanja         | 3,15                                    | 2,233       | 0,085                |

se nadaljuje

Tabela 14: Welchov test zastopanosti znanj glede na vrsto sektorja (nad.)

|                                     | Znanja po zastopanosti<br>( $\bar{x}$ ) | Asimp.<br>F | Asimp.<br>p-vrednost |
|-------------------------------------|---|-------------|----------------------|
| Tuji jeziki za poslovni namen       | 3,09                                    | 0,898       | 0,511                |
| Managerska in organizacijska znanja | 3,25                                    | 0,290       | 0,913                |
| Ekonomija in pravo                  | 3,53                                    | 0,248       | 0,058                |
| Teorija turizma                     | 3,55                                    | 0,932       | 0,481                |

Legenda: ( $\bar{x}$ ) – aritmetična sredina

\* Statistično pomembne razlike pri stopnji manjši od 0,05.

Vir: Lastno delo.

Za prikaz statistično značilnih razlik ( $p < 0,05$ ) med vrsto sektorja pri zastopanosti raziskovalnih znanj sem uporabila Games-Howellov post-hoc test (Priloga 4, Tabela 18). Rezultati Games-Howellovega testa kažejo, da managerji v sektorju destinacije in LTO v povprečju menijo, da so raziskovalna znanja manj zastopana v študijskih programih kot managerji v sektorjih svetovanje, raziskave in mediji ter v sektorju ponudniki namestitvenih zmogljivosti in gostinstvo.

Šeste hipoteze ne sprejemem, saj se statistično značilne razlike ne kažejo pri managerskih mnenjih o zastopanosti vseh vrst znanj v študijskih programih.

## 5.5 Priporočila za nadaljnja raziskovanja

Pričujoče magistrsko delo ima nekatere omejitve, pa tudi možnost nadgradnje. Magistrsko delo lahko predstavlja izhodišče za nadaljnja raziskovanja s področja usklajenosti visokošolskih programov s potrebami v slovenskem turizmu. V raziskavi so sodelovali le predstavniki gospodarstva, medtem ko predstavniki visokošolskih institucij niso sodelovali. Raziskavo bi lahko nadgradili tako, da bi k sodelovanju povabili tudi predstavnike visokošolskih institucij. Na ta način bi lahko pridobili še natančnejše rezultate glede področij razhajanja obeh omenjenih deležnikov.

Poudariti je treba, da je raziskava merila zgolj mnenja anketirancev, kar pomeni, da so odgovori lahko ponekod zavajajoči in niso odraz dejanskega stanja na obravnavanem raziskovalnem področju. Poleg spletne ankete bi tako lahko opravili tudi intervjuje s predstavniki turističnega gospodarstva, kar bi bolj osvetlilo dejansko stanje na obravnavanem področju.

Turistično gospodarstvo je po področjih delovanja izredno raznoliko. Sestavljajo ga različni sektorji, kot so namestitveni in gostinski obrati, transportna podjetja, potovalne agencije, turistične organizacije itd. V raziskavo so bila zajeta naključna podjetja in organizacije s področja turizma, zato so anketiranci neenakomerno porazdeljeni po sektorjih delovanja. Nadaljnje raziskovanje bi lahko ugotavljalo izobraževalne potrebe po vrstah sektorja.

Rezultati in spoznanja tovrstnega raziskovanja bi lahko služili kot usmeritev za povečanje učinkovitosti in uspešnosti turističnega gospodarstva na dolgi rok.

Teoretična znanja so se izkazala kot pomembna za delo v turističnem gospodarstvu. Kljub temu pa predavanja ne smejo biti zasnovana le na teoriji, temveč tudi na izkušnjah, zato je povezava med teorijo in prakso bistvena. Anketiranci predmetne raziskave niso bili neposredno vprašani o pomenu prakse za nadaljnji karierni razvoj v turističnem gospodarstvu. Tudi na tem področju obstaja priložnost za nadaljnja raziskovanja.

Potencialno področje raziskovanja je lahko tudi trajnostna naravnost visokošolskih turističnih programov. Podjetja namreč vse bolj prevzemajo trajnostna načela poslovanja in so vse bolj trajnostno naravnana. V prihodnosti lahko zato pričakujemo trajnostno strateško preobrazbo podjetij in prehod na zeleno gospodarstvo. To pomeni, da bomo potrebovali visoko izobražen kader, ki bo pravilno razumel vse vidike trajnostnega razvoja turizma.

## **SKLEP**

Razvoj človeških virov in izboljšanje kakovosti intelektualnega kapitala sta temeljna dejavnika, ki lahko vplivata na dvig konkurenčnosti vsakega gospodarstva. Zaradi vse intenzivnejšega vključevanja turističnega gospodarstva in izobraževalnih institucij v širše mednarodno okolje se od zaposlenih v turizmu pričakuje, da imajo vedno več znanja in kompetenc.

Magistrsko delo analizira usklajenost visokošolskih programov s potrebami v turističnem gospodarstvu v Sloveniji. Prvi zastavljeni cilj je bil raziskati stanje na področju visokošolskega izobraževanja v Sloveniji. Ugotavljam, da v Sloveniji obstaja pestra ponudba visokošolskih programov s področja turizma. Ne glede na količino teh programov pa potrebujemo kakovostnejše in učinkovitejše izobraževalne programe (npr. program za hotelirstvo), ki bi zagotovili učinkovitost turističnega gospodarstva. Ta težava izhaja predvsem iz nezadostnega sodelovanja med visokošolskimi institucijami in gospodarstvom. Izobraževalni sistem je tisti, ki v veliki meri prispeva k neskladju med ponudbo in povpraševanjem znanja in spretnosti na trgu dela. Izobraževalni sistem se mora zato pravočasno in ustrezno odzvati na potrebe razvijajočega se turističnega gospodarstva, ki zahteva prilagodljive profile zaposlenih. Dodatno oviro predstavlja nezainteresiranost gospodarstva, da bi se dejavno vključevalo v proces oblikovanja in izvajanja učnih programov, na kar kaže tudi slaba odzivnost anketirancev za sodelovanje v predmetni raziskavi. Ključno je torej dolgoročno sodelovanje med gospodarstvom in visokim šolstvom, saj lahko le na ta način ugotavljamo in zadovoljujemo kadrovske potrebe v turizmu.

Drugi in tretji cilj sta bila ugotoviti, katera znanja so zastopana v izobraževalnih programih, in analizirati podatke, pridobljene na podlagi spletne ankete. Rezultati raziskave kažejo na strinjanje managerjev glede pomembnosti nekaterih managerskih znanj za delo v turističnem gospodarstvu. Četudi večina obstoječih predmetnikov temelji na ekonomsko-managerski

osnovi, jih je treba nadgraditi z znanji, kot so krizni management, management kakovosti in prihodkovni management, saj managerji menijo, da ta znanja niso dovolj zastopana v študijskih programih. Visokošolske institucije morajo dati večji poudarek prenosljivim znanjem, saj rezultati kažejo, da so ta za gospodarstvo izjemnega pomena. Študente je treba pripraviti do tega, da krepijo svoje veščine in se prilagajajo zahtevam delodajalca. To lahko storijo tudi tako, da več truda vložijo v mednarodne izmenjave (za študente in predavatelje). Na tak način se študentje osebno razvijajo ter razvijajo svoje socialne in komunikacijske kompetence. V novem okolju se lahko naučijo tujih jezikov, spoznavajo nove kulture in poglobljajo svoje znanje. Zaposleni, ki se vključujejo v sodelovanje z izobraževalnimi institucijami v tujini, na tak način krepijo dolgoročne odnose ter pridobijo izkušnje in nova znanja, ki jih lahko dodajo v svoje učne vsebine. Veliko vrzel najdemo tudi na področju znanj za podjetništvo. Izobraževalni programi morajo temeljiti na podjetništvu in zagotavljati praktično usposabljanje, saj lahko študenti le na tak način spoznajo različne segmente poslovanja podjetja, ki je lahko tudi njihov potencialni delodajalec. Visokošolske institucije s področja turizma v svojih študijskih programih premalo poudarjajo raziskovalna znanja. Študenti morajo skozi študijski proces spoznati metode raziskovalnega dela, usvojiti morajo statistična znanja, seznanjati se morajo z aktualnimi raziskavami s področja turizma, prav tako morajo znati interpretirati rezultate raziskav. Tovrstna znanja pripomorejo k boljšemu razumevanju kompleksnih turističnih pojavov in dvigujejo ugled turizma na področju znanstvenega in akademskega raziskovanja. Večji poudarek je treba dati tudi znanju tujih jezikov, ki naj bo odziv na spreminjajoče se demografske karakteristike turistov. Poudarek naj ne bo le na angleškem in nemškem jeziku, temveč tudi na drugih jezikih (ruski, kitajski, japonski itd.).

Dinamičnost turističnega sektorja in vedno bolj konkurenčno okolje zahtevata temeljit razmislek o tem, kakšna znanja potrebuje slovensko turistično gospodarstvo. Menim, da na tem področju obstajajo mnoge priložnosti za nadaljnja raziskovanja.

## LITERATURA IN VIRI

1. Airey, D. (1979). Tourism education in the United Kingdom. *Journal article: Tourist Review*, 34(2), 13–15.
2. Airey, D. (2008). Tourism Education Life Begins at 40. *Téoros. Revue de recherche en tourisme*, 27(27–1), 27–32.
3. Airey, D. & Tribe, J. (2005). Growth and Development. V *An International Handbook of Tourism Education* (str. 13–19). Oxford: Elsevier.
4. Baum, T. (2005). On the social construction of skills in hospitality: Preliminary findings from comparative international studies. *3rd Asia-Pacific CHRIE Conference* (str. 56–58). Kuala Lumpur: Asia-Pacific CHRIE.
5. Beerkens, E. (2006). University policies for the knowledge society: Global standardization, Local re-inventions. *Conference of the international sociological association* (str. 6). Durban: International Sociological Association.

6. Bieger, T. (2005). *Tourismuslehre – Ein Grundriss (Tourism studies - A layout)*. Bern: Haupt.
7. Busby, G. & Fiedel, D. (2001). A contemporary review of tourism degrees in UK. *Journal of Vocational Education and Training*, 53(4), 501–521.
8. Busby, G. (2003). The Concept of Sustainable tourism within the Higher education Curriculum: A British Case Study. *Journal of hospitality, leisure, sport and tourism education*, 2(2), 48–58.
9. Christou S. E. (1999). *Hospitality management education in Greece (An exploratory study)*. Thessalonik: Department of Tourism Business, Technological Educational Institute of Thessalonik.
10. Cooper, C. & Shepherd, R. (1994). Dimensions of the education-tourism interface for tourism. *Industry and Higher education*, 8(1), 36–45.
11. Cooper, C. & Westlake, J. (1998). Stakeholders in tourism education. *Industry and Higher education*, 12(2), 93–100.
12. Cooper, C., Shepherd, R. & Westlake, J. (1994). *Tourism Hospitality Education*. Guildford: University of Surrey.
13. Cooper, C., Shepherd, R. & Westlake, J. (1996). *Educating the educators in tourism: a manual of tourism and hospitality education*. Madrid: The World Tourism Organisation, The University of Surrey.
14. Craig-Smith, S. & Ruhanen, L. (2006). Trends in Australia University Tourism Education: Three Decades of Growth and Development V P. Papageorgiou & E. Svivas (ur.), *Proceedings of Cutting Edge Research in Tourism – New Directions, Challenges and Applications* (str. 102–106). Guildford: University of Surrey.
15. Cvikl, H. & Alič, A. (2009). *Uvod v ekonomiko turizma*. Ljubljana: Višja strokovna šola za gostinstvo in turizem Maribor.
16. Čepar, Ž. (2009). *Socio-ekonomski dejavniki povpraševanja po visokošolskem izobraževanju v Sloveniji (doktorska disertacija)*. Koper: Fakulteta za management.
17. Dale, C. & Robinson, N. (2001). The theming of tourism education: a three-domain approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(1), 30–34.
18. Dwyer, L., Edwards, D., Mistilic, N., Roman, C. & Scott, N. (2009). Destination and enterprise management for a tourism future. *Tourism management*, 30(1), 63–74.
19. Ekonomska fakulteta. (2018). *Magistrski študijski programi*. Pridobljeno 23. marca 2018 iz <http://www.ef.uni-lj.si/podiplomsko>
20. Ekonomska fakulteta Maribor. (2018). *Študijski programi*. Pridobljeno 23. marca 2018 iz <http://www.epf.um.si/izobrazevalna-dejavnost/studijski-programi/>
21. Etzkowitz, H. & Leydesdorff, L. (2000). The Dynamics of Innovation: From National Systems and »Mode 2« to a Triple Helix of University-Industry-Government Relations. *Research Policy*, 29(2), 109–123.
22. Eurydice. (2018). *Better knowledge for better education policies*. Pridobljeno 14. aprila 2019 iz [https://eacea.ec.europa.eu/national-policies/eurydice/index\\_en.php\\_sl](https://eacea.ec.europa.eu/national-policies/eurydice/index_en.php_sl)

23. Evans, N. (2001). The development and positioning of business related university tourism education: A UK perspective. *Journal of Teaching in Travel and Tourism*, 1(1), 17–36.
24. Fakulteta za turizem. (2018). *Vpis na dodiplomski študij*. Pridobljeno 23. marca 2018 iz [https://www.ft.um.si/bodoci-studenti/vpis\\_na\\_dodiplomski/Strani/default.aspx](https://www.ft.um.si/bodoci-studenti/vpis_na_dodiplomski/Strani/default.aspx)
25. Fidgeon, P. R. (2010). Tourism education and curriculum design: A time for consolidation and review? *Tourism Management*, 31(6), 699–723.
26. FKPV-Fakulteta za komercialne in poslovne Celje. (2018). *Splošno o programu Turizem*. Pridobljeno 23. marca 2018 iz <http://www.fkpv.si/studij/dodiplomski-studij/turizem-i/splosno-2/>
27. Gee, C. Y. (1999). *Human capital in the tourism industry: In search of professionalism for the 21st century: the need for standards in tourism education in a changing marketplace*. Madrid: The World Tourism Organisation.
28. Greuter, F. (2000). *Bausteine der schweizerischen Tourismuspolitik – Grundlagen, Beschreibung und Empfehlungen für die Praxis (Building blocks of the Swiss tourism policy – Principles, description and recommendations for the practice)* (doktorska disertacija). Bern: Universität St. Gallen.
29. Haywood, K. M. & Maki, K. (1992). A conceptual model of the Education/employment interface for the tourism industry. *World travel and tourism review*, 2, 237–246.
30. Inui, Y., Wheeler, D. & Lankford, S. (2006). Rethinking Tourism Education: What should schools teach? *Journal of hospitality, leisure, sport and tourism education*, 5(2), 25–35.
31. Jayawardena, C. (1997). *International hotel management*. Sri Lanka: Ceylon hotel school graduates Association.
32. King, B. & Craig-Smith, S. (2005). International tourism education: Australasia. V D. Airey & J. Tribe (ur.), *An international handbook of tourism education* (str. 111–121). London: Elsevier.
33. Knežević Cvelbar, L. (2010, 8. december). *Trendi v turističnem menedžmentu: implikacije za slovenski turizem*. Pridobljeno 15. oktobra 2017 iz <http://www.kongres-magazine.eu/sl/2010/12/trendi-v-turisticnem-menedzmentu-implikacije-za-slovenski-turizem/>
34. Košmrlj, K., Trunk Širca, N., Arzenšek, A., Novak, M., Jošt Lešer, V., Barle Lakota, A. & Lesjak, D. (2013). *Med produkcijo in prenosom znanja. Analiza programa mladih raziskovalcev*. Koper: Fakulteta za management.
35. Lenarčič, B. (2007). Transfer znanja in socialni kapital v družbi znanja. *Družboslovne razprave*, 23(56), 91–108.
36. Lewis, A. (2005). Rationalising a tourism curriculum for sustainable tourism development in small island states: A stakeholder perspective. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 4(2), 4–15.
37. Liu, A.Y. (2002). *Human resources development and planning for tourism* (diplomsko delo). Waterloo: University of Waterloo.

38. Lozar Manfreda, K., Vehovar, V. & Batagelj, Z. (2000). Veljavnost interneta kot anketnega orodja. *Teorija in praksa*, 37(6), 1035–1051.
39. Mayaka, M. & Akama, J. S. (2007). Systems approach to tourism training and education: The Kenyan case study. *Tourism Management*, 28(1), 298–306.
40. McKercher, B. (2002). *The Future of Tourism Education: An Australian Scenario?* *Tourism and Hospitality Research*, 3(3), 199–210.
41. Mihalič, T. (2003). *Kakovost in razvoj turističnega izobraževanja – primer Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
42. Ministrstvo za šolstvo in šport. (2000). *Inovacijska strategija na področju poklicnega in strokovnega izobraževanja v Sloveniji*. Ljubljana: Ministrstvo RS za šolstvo in šport.
43. Morgan, M. (2004). From production line to drama school: Higher education or the future of tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(2) 91–99.
44. Morrison, A. & O'Mahony, O. (2003). The liberation of hospitality management education. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 1(1), 38–44.
45. Müller, H. (2002). Grundlagen zu einem touristischen Berufsbildungskonzept (Principles of a tourism education concept). *Jahrbuch der Schweizerischen Tourismuswirtschaft*, 93–113.
46. Muršak, J. (2002). *Pojmovni slovar za področje poklicnega in strokovnega izobraževanja*. Ljubljana: Ministrstvo za šolstvo, znanost in šport, Urad RS za šolstvo: Center RS za poklicno izobraževanje.
47. Ogorelc, A. (2001). *Mednarodni turizem*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
48. Paris, C. M. (2011). Social constructivism and tourism education. *Journal of Hospitality, Leisure, Sports and Tourism Education*, 10(2), 103.
49. Pearce, P. L. (2005). Australian tourism education: the quest for status. V C. H. Hsu (ur.), *Global tourism higher education: past, present, and future* (str. 251–267). New York: The Haworth Hospitality Press.
50. Petrova, P. & Mason, P. (2004). How Valuable Are Tourism Degrees? The Views Of The Tourism Industry. V J. Tribe & E. Wickens (ur.), *Critical Issues in Tourism Education* (str. 14). Buckinghamshire: Association for Tourism in Higher Education.
51. Piskaty, G., Elsik, M., Blumberger, W. & Thonabauer, C. (2000). *Vocational education and training in Austria*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
52. Powell, J. J. & Solga, H. (2008). *Internationalization of vocational and higher education systems: a comparative-institutional approach*. Pridobljeno 14. marca 2018 iz <http://www.econstor.eu/handle/10419/47650>
53. Praprotnik Gomzi, S. (2009). Izobraževanje kot pomemben element turizma. V A. Brezovec & J. Mekinc (ur.), *Management, izobraževanje in turizem – kreativno v spremembe* (str. 31–38). Portorož: Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije Portorož, Založba Turistica.



54. Renner-Bach, J. (2003). *Bildung hat Konjunktur - auch im Tourismus (Education is booming also in tourism)*. Bergamo: Montagna.
55. Richardson, J. I. (1999). *A history of Australian travel and tourism*. Melbourne: Hospitality press.
56. Ring, A., Dickinger, A. & Wöber, K. (2009). Designing the ideal undergraduate program in tourism: Expectations from industry and educators. *Journal of Travel Research*, 48(1), 106–121.
57. Ritchie, J. R. B. (1998). Alternative approaches to teaching tourism. *Proceedings of the First International Conference for Tourism Educators* (str. 23–24). Colombo: Leap Business Management.
58. Rodriguez-Anton, J. M., Alonso-Almeida, M. M., Rubio Andrada, L. & Celemin Pedroche, M. (2013). Are university tourism programmes preparing the professionals the tourist industry needs? A longitudinal study. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 12(1), 25–35.
59. Salgado, M. & Costa, C. (2011). Science and tourism education: National observatory for Tourism Education. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 2(3), 143–157.
60. Sharpham, J. (1993). Managing the transition to mass higher education in Australia. *Long Range Planning*, 26(2), 51–58.
61. Sheldon, P., Fesenmaier, D., Woeber, K., Cooper, C. & Antonioli, M. (2008). Tourism Education Futures, 2010–2030: Building the Capacity to Lead. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 7(3), 61–68.
62. Sibila Lebe, S. (2010). Vpliv privlačnosti študija na višjih strokovnih šolah za gostinstvo in turizem na pomanjkanje tovrstnega kadra v Sloveniji. 2. mednarodna znanstveno – strokovna konferenca kakovost in inovativnost v turizmu in gostinstvu (str. 23–38). Bled: Višja strokovna šola za gostinstvo in turizem.
63. Sibila Lebe, S. Rok, M., Milfelner, B., Cvikl, H., Šarotar Žižek, S., Treven, S., Vrečko, I. & Iršič, M. (2009). *Sodoben model upravljanja s človeškimi viri za področje turizma: raziskovalni projekt v okviru ciljnega raziskovalnega programa »Konkurenčnost Slovenije 2006–2013« v letu 2008*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
64. Sigala, M. & Baum, T. (2003). Trends and issues in tourism and hospitality higher education: Visioning the future. *Tourism and Hospitality Research*, 4(4), 367–376.
65. Slovenska turistična organizacija. (2019). *Turizem v številkah 2016*. Ljubljana: Slovenska turistična organizacija.
66. Smith, G. & Cooper, C. (2000). Competitive approaches to tourism and hospitality curriculum design. *Journal of travel research*, 39(1), 90–95.
67. Stergiou, D., Airey, D. & Riley, M. (2008). Making sense of tourism teaching. *Annals of Tourism Research*, 35(3), 631–649.
68. Strašek, R. (2010). *Financiranje visokega šolstva za tretje tisočletje*. Pridobljeno 23. marca 2018 iz [http://www.mvzt.gov.si/fileadmin/mvzt.gov.si/pageuploads/doc/dokumenti\\_visokosolstvo/KNJIZNICA/CRP-F3T-porocilo.pdf](http://www.mvzt.gov.si/fileadmin/mvzt.gov.si/pageuploads/doc/dokumenti_visokosolstvo/KNJIZNICA/CRP-F3T-porocilo.pdf)

69. SURS – Statistični urad Republike Slovenije. (2019). *Kazalci slovenskega turizma za leti 2017 in 2018*. Pridobljeno 23. marca 2019 iz <https://www.stat.si/StatWeb/Field/Index/24>
70. Tkalčič, M. (2009). *Vpliv managementa v turističnem gospodarstvu na izobraževanje za turizem – primer Slovenije* (doktorska disertacija). Maribor: Fakulteta za organizacijske vede.
71. Tribe, J. (2002). The Philosophic Practitioner. *Annals of tourism research*, 29(2), 338–357.
72. Tribe, J. (2005). *Tourism, knowledge and the curriculum. An international handbook of tourism education*. Amsterdam: Elsevier.
73. Tritscher-Archan, S. & Nowak, S. (ur.) (2011). *VET in Europe. Country Report Austria. Report within the Framework of ReferNet Austria*. Vienna: Cedefop ReferNet.
74. UP FTŠ – Turistica-Fakulteta za turistične študije – Turistica. (2018). *Dodiplomski študij*. Pridobljeno 23. marca 2018 iz <http://www.turistica.si/studij-na-turistici/dodiplomski-studij>
75. Välimaa, J. & Hoffman, D. (2008). Knowledge society discourse and higher education. *Higher Education*, 56(3), 265–285.
76. VITT – Erudio, Visoka šola za turizem. (2018). *Predstavitev*. Pridobljeno 23. marca 2018 iz [https://www.erudio.si/index.php?option=com\\_content&view=article&id=288&Itemid=124&lang=sl](https://www.erudio.si/index.php?option=com_content&view=article&id=288&Itemid=124&lang=sl)
77. VŠHTB – Visoka šola za hotelirstvo in turizem Bled. (2018). *Programi*. Pridobljeno 23. marca 2018 iz <http://www.vs-bled.si/vpis/programi/>
78. Wang, J. (2008). *Is tourism education meeting the needs of the tourism industry: An Australian case study*. Canberra: University of Canberra, Australian Capital Territory.
79. Weiermair, K. & Bieger, T. (2014). *Tourism education in Austria and Switzerland: Past problems and future challenges*. Innsbruck: University of Innsbruck, Center for Tourism and Service Economics.
80. Zehrer, A., Siller, H. & Altmann, A. (2006). A module system in tourism and leisure education-theoretical and practical perspectives. V C. Hu (ur.), *Imagining the future of travel and tourism education, Proceedings of the ISTEE Conference 2007* (str. 23–26). Las Vegas: ISTEE.

## **PRILOGE**



## Priloga 1: Predmetniki

### Ekonomska fakulteta, program VPŠ, usmeritev Turizem

|  |
|--|
| 1. Letnik                                  |
| <b>1. semester (zimski)</b>                |
| Poslovna matematika                        |
| Pravo družb in poslovno pravo              |
| Temelji managementa in organizacije        |
| Temelji mikroekonomije                     |
| Uvod v poslovanje                          |
| <b>2. semester (letni)</b>                 |
| Osnove statistike                          |
| Poslovna informatika                       |
| Tuji jezik za poslovne in ekonomske vede 1 |
| Temelji makroekonomije                     |
| Uvod v računovodstvo                       |

|  |
|--|
| 2. Letnik                                      |
| <b>3. semester (zimski)</b>                    |
| Ekonomika Slovenije v EU                       |
| Tuji jezik za poslovne in ekonomske vede 2     |
| Osnove poslovnih financ                        |
| Statistična analiza                            |
| Uvod v trženje                                 |
| <b>4. semester (letni)</b>                     |
| Davki in davčne obremenitve podjetij           |
| Podjetništvo                                   |
| Tehnike in oblike mednarodnega poslovanja      |
| Temelji finančnega in poslovnega računovodstva |
| Ravnanje z ljudmi pri delu                     |

|  |
|--|
| 3. Letnik                                      |
| <b>5. semester (zimski)</b>                    |
| STROKOVNA PRAKSA                               |
| Strateški management 1                         |
| Osnove turizma                                 |
| **Management v turizmu                         |
| **Poslovanje turističnih podjetij              |
| Management proizvodnih in storitvenih procesov |
| <b>6. semester (letni)</b>                     |
| Elektronsko poslovanje                         |
| Poslovno okolje podjetja                       |
| Trajnostni turizem                             |
| IZBIRNI PREDMET                                |
| ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA                     |

\*\* - izbire en predmet tipa 4

## Ekonomska fakulteta, program UPEŠ, usmeritev Turizem

| 1. Letnik                                |
|--|
| <b>1. semester (zimski)</b>              |
| Matematika za poslovne in ekonomske vede |
| Mikroekonomija 1                         |
| Pravo družb in poslovno pravo            |
| Temelji managementa                      |
| Uvod v poslovanje                        |
| <b>2. semester (letni)</b>               |
| Informatika                              |
| Makroekonomija 1                         |
| Organizacijsko vedenje                   |
| Osnove statistike                        |
| Uvod v računovodstvo                     |

| 2. Letnik                                      |
|--|
| <b>3. semester (zimski)</b>                    |
| Ekonomika EU in Slovenije                      |
| Management proizvodnih in storitvenih procesov |
| Poslovne finance 1                             |
| Statistična analiza                            |
| Temelji trženja                                |
| <b>4. semester (letni)</b>                     |
| Davki in poslovanje podjetij                   |
| Podjetništvo                                   |
| Ravnanje z ljudmi pri delu                     |
| Temelji finančnega in poslovnega računovodstva |
| Tuji jezik za poslovne in ekonomske vede 1     |

| 3. Letnik                                  |
|--|
| <b>5. semester (zimski)</b>                |
| Poslovno okolje podjetja                   |
| Strateški management 1                     |
| Osnove turizma                             |
| **Management v turizmu                     |
| **Poslovanje turističnih podjetij          |
| Tuji jezik za poslovne in ekonomske vede 2 |
| <b>6. semester (letni)</b>                 |
| Elektronsko poslovanje                     |
| Mednarodno poslovanje                      |
| Trajnostni turizem                         |
| ** Informacijske tehnologije v turizmu     |
| ** Oblikovanje turističnih proizvodov      |
| IZBIRNI PREDMET _____                      |

\*\* - izbere en predmet tipa 4

## Ekonomska fakulteta, Podiplomski študijski program, usmeritev Turizem

|                                       |
|---------------------------------------|
| 1. Letnik                             |
| <b>1. semester (zimski)</b>           |
| Upravljalna ekonomika                 |
| Metode in tehnike raziskovalnega dela |
| Ekonomija turizma                     |
| Računovodske informacije za odločanje |
| <b>2. semester (letni)</b>            |
| Ekonomske politike EU                 |
| Ekonomija okolja v turizmu            |
| Management turističnih destinacij     |
| IZBIRNI PREDMET                       |
| Razvoj poslovnih spretnosti 1         |

|  |
|--|
| 2. Letnik  |
| <b>3. semester (zimski)</b>                      |
| Oblikovanje in inoviranje turističnih proizvodov |
| * Raziskovalne metode v turizmu                  |
| * Turistični marketing                           |
| ** Pravo v turizmu                               |
| ** Turistična politika                           |
| DISPOZICIJA MAGISTRSKEGA DELA                    |
| <b>4. semester (letni)</b>                       |
| IZBIRNI PREDMET                                  |
| Razvoj poslovnih spretnosti 2                    |
| MAGISTRSKO DELO                                  |

\* Študent izbere en predmet tipa 11 izmed obeh navedenih.

\*\* Študent izbere en predmet tipa 11 izmed obeh navedenih.

## Ekonomska poslovna fakulteta, UM, Visokošolski program, usmeritev Turizem

|  |
|--|
| 1. Letnik                                    |
| <b>1. semester (zimski)</b>                  |
| Osnove organizacije in splošnega managementa |
| Osnove ekonomike podjetja                    |
| Osnove ekonomije                             |
| Gospodarsko pravo                            |
| Sociologija                                  |
| Tuji poslovni jezik I/I. (NEM), (ANG)        |
| <b>2. semester (letni)</b>                   |
| Gospodarska matematika                       |
| Osnove marketinga                            |
| Osnove računovodstva                         |
| Osnove poslovne informatike                  |
| Osnove finančnega poslovanja                 |
| Tuji poslovni jezik I/I. (NEM),(ANG)         |

|   |
|---|
| 2. Letnik                                       |
| <b>3. semester (zimski)</b>                     |
| Ekonomika turizma                               |
| Mednarodni finančni inštrumenti                 |
| Ekonomska politika                              |
| Poslovna statistika I                           |
| Projektni management                            |
| Izbirni predmet strokovnega razvoja 1/I         |
| Obvezen: Tuji poslovni jezik II                 |
| <b>4. semester (letni)</b>                      |
| Marketing za turizem in gostinstvo              |
| Izbirni predmet 1                               |
| Osnove stroškovnega in poslovnega računovodstva |
| Izbirni predmet strokovnega razvoja 1/II        |
| Obvezen: Tuji poslovni jezik II                 |
| Praktično usposabljanje                         |

|   |
|---|
| 3. Letnik                                 |
| <b>5. semester (zimski)</b>               |
| Gostinski management                      |
| Izbirni predmet usmeritve                 |
| Management kadrov                         |
| Metode raziskovanja tržišča               |
| Sodelovanje javnega in zasebnega sektorja |
| E-poslovanje                              |
| Ekonomika logističnih sistemov            |
| Politika podjetja in strateški management |
| Izbirni predmet strokovnega razvoja 2/I   |
| <b>6. semester (letni)</b>                |
| Potovanja in počitniške destinacije       |
| Izbirni predmet 2                         |
| Izbirni predmet strokovnega razvoja 2/II  |
| Praktično usposabljanje                   |
| Diplomski projekt                         |

### Fakulteta za turizem, UM, Visokošolski strokovni študijski program Turizem

|  |
|--|
| 1. Letnik  |
| Osnove turizma                                     |
| Ekonomika podjetja                                 |
| Turistična geografija                              |
| Zgodovina in kulturna dediščina v turizmu          |
| Prvi tuj jezik – angleščina za turistično stroko 1 |
| Nemščina za turistično stroko 1                    |
| Pravo v turizmu                                    |
| Komuniciranje in etika v turizmu                   |
| Potovalna dejavnost                                |
| Slovenski turistični proizvod                      |
| Prvi tuj jezik – angleščina za turistično stroko 2 |
| Nemščina za turistično stroko 2                    |



| 2. Letnik  |
|--|
| Logistika v turizmu                                |
| Športni turizem                                    |
| Ravnanje z ljudmi pri delu                         |
| Informatika in analiza podatkov v turizmu          |
| Prvi tuj jezik – angleščina za turistično stroko 3 |
| Nemščina v hotelirstvu in gostinstvu               |
| Management prehrambnih obratov                     |
| Hotelirstvo  |
| Management prireditev                              |
| Varnost v turizmu                                  |
| Praktično usposabljanje 1                          |

| 3. Letnik                                |
|--|
| Trženjsko komuniciranje                  |
| Marketing in raziskave turističnih trgov |
| Destinacijski management                 |
| Izbirni predmet 1                        |
| Izbirni predmet 2                        |
| Izbirni predmet 3                        |
| Praktično usposabljanje 2                |
| Diplomsko delo                           |

| IZBIRNI PREDMETI                       |
|--|
| Turizem v tretjem življenjskem obdobju |
| Kakovost in odličnost                  |
| Zdravstvena rehabilitacija             |
| Inovativnost v turizmu                 |
| Gastronomija in enogastronomija        |
| Velnes                                 |
| Igralniški turizem                     |
| Retorika za turistične delavce         |
| Trajnostni turizem                     |
| Tuj jezik 3: italijanski jezik 1 in 2  |
| Osnove turističnega vodenja            |

**Fakulteta za turizem, UM, Univerzitetni študijski program Turizem**

| 1. Letnik                                       |
|---|
| Teorija turizma                                 |
| Ekonomika podjetja                              |
| Turistična geografija                           |
| Organiziranost poslovanja turističnega podjetja |
| Prvi tuj jezik – angleščina v turizmu 1         |
| Nemščina v turizmu                              |
| Uvod v gospodarsko pravo                        |
| Logistika turističnih sistemov                  |
| Informatika in analiza podatkov                 |
| Slovenska kulturna dediščina in turizem         |
| Prvi tuj jezik – angleščina v turizmu 2         |
| Nemščina v turističnem gospodarstvu             |

| 2. Letnik                                |
|--|
| Turistične strategije                    |
| Finance in poslovanje                    |
| Psihologija porabnikov v turizmu         |
| Management človeških virov               |
| Prvi tuj jezik – angleščina v turizmu 3  |
| Nemški jezik in turizem                  |
| Marketing in raziskave turističnih trgov |
| Destinacijski management                 |
| Varnost v turizmu                        |
| Medijska kultura in turizem              |
| Športni turizem                          |

| 3. Letnik                       |
|---------------------------------|
| Trajnostni razvoj               |
| Sociologija turizma             |
| Gastronomija in enogastronomija |
| Izbirni predmet 1               |
| Izbirni predmet 2               |
| Izbirni predmet 3               |
| Praktično usposabljanje         |
| Diplomsko delo                  |

| IZBIRNI PREDMETI                                |
|---|
| Turizem v tretjem življenjskem obdobju          |
| Kakovost in odličnost                           |
| Management prireditev                           |
| Zdravstveni in medicinski turizem               |
| Inovativnost in dobre prakse v turizmu          |
| Velnes  |
| Igralniški turizem                              |
| Retorika v poslovnem komuniciranju              |
| Turistična promocija                            |
| Turistično vodenje in spremljanje               |
| 3. tuji jezik v turizmu I in II – italijanščina |
| Enologija in turizem                            |

### **Fakulteta za turizem, UM, Magistrski študijski program Turizem**

| 1. Letnik                                      |
|--|
| Mednarodno turistično poslovanje               |
| Mediji in turizem: oblikovanje zgodb v turizmu |
| Projektiranje in investiranje v turizmu        |
| Trajnostni in družbeno odgovorni turizem       |
| Politični vidiki turizma                       |
| Angleščina v turizmu - višja raven 1           |
| Športni in aktivni turizem                     |
| Gost v središču turističnega dogajanja         |
| Človeški kapital v turizmu                     |
| Zeleni turizem                                 |
| Angleščina v turizmu - višja raven 2           |
| Zgodovina Evrope za turizem                    |

|                                       |
|---------------------------------------|
| <b>2. Letnik</b>                      |
| Metode znanstveno-raziskovalnega dela |
| Analiza podatkov                      |
| Praktično usposabljanje               |
| Izbirni predmet 1                     |
| Izbirni predmet 2                     |
| Izbirni predmet 3                     |
| Individualno raziskovalno delo        |
| Magistrska naloga                     |

|   |
|---|
| <b>IZBIRNI PREDMETI</b>                             |
| 3. tuji jezik v turizmu I in II - italijanski jezik |
| Kulturna dediščina                                  |
| Enologija in turizem                                |
| Poslovna komunikacija v nemščini 1 in 2             |
| Krizni management v turizmu                         |
| Psihologija porabnikov v turizmu                    |
| Turizem za 3. življenjsko obdobje                   |
| Globalizacija in turizem                            |
| Management oskrbovalnih verig v turizmu             |
| Doživetja prehranskih kultur                        |
| Razvoj podeželja                                    |
| Turistični prostori                                 |
| Mednarodni menedžment v turizmu                     |
| Management prostega časa                            |
| Hotelirstvo   |

**Turistica, UP, Univerzitetni študijski program, usmeritev Turizem**

|   |
|---|
| <b>1. Letnik</b>  |
| Turistični sistemi  |
| Upravljanje poslovnih sistemov  |
| Metodološka izhodišča   |
| Paradigme turizma   |
| Človeški viri v turizmu   |
| Angleški jezik v turizmu I  |
| Komunikologija v turizmu  |
| Upravljanje s prostorom in trajnostni turizem   |
| Informacijski sistemi v turizmu   |
| <b>IZBIRNI PREDMETI</b>   |
| Zunanji izbirni predmet: Študent lahko izbere predmet s področja družboslovnih ali humanističnih znanosti (Študent lahko predmet izbere tudi iz nabora ponujenih notranjih izbirnih predmetov 1. letnika) |

|   |
|---|
| <b>IZBIRNI PREDMETI</b>   |
| Kulturna dediščina in razvoj turistične kulture   |
| Turistična geografija   |
| <b>2. Letnik</b>  |
| Management kakovosti v turizmu  |
| Vedenje potrošnikov v turizmu   |
| Analiza in kvantitativne ter kvalitativne metode  |
| Hotelirstvo in gostinstvo   |
| Potovalne dejavnosti  |
| E-turizem in globalne mreže   |
| Osnove trženja v turizmu  |
| Računovodstvo v turizmu   |
| Ekonomika turizma   |
| <b>IZBIRNI PREDMETI</b>   |
| Zunanji izbirni predmet: Študent lahko izbere enega od svetovnih jezikov na začetni ravni, lahko pa izbere predmet tudi iz nabora ponujenih notranje izbirnih predmetov |

|   |
|---|
| <b>IZBIRNI PREDMETI</b>   |
| Tuji jezik v turizmu – začetna raven (nemški, italijanski, ruski ali francoski jezik) |
| Angleški jezik v turizmu II   |
| Tematski turizem  |

|  |
|--|
| <b>3. Letnik</b>   |
| Projektno vodenje  |
| Destinacijski management   |
| Strateški management v turizmu   |
| Podjetništvo   |
| Turistične atrakcije   |
| Varnost in turizem   |
| <b>IZBIRNI PREDMETI IN MODULI</b>  |
| IZBIRNI MODUL I: študent izbere dva predmeta iz modula   |
| IZBIRNI MODUL II: študent izbere dva predmeta iz modula  |
| Izbirni predmet  |
| DIPLOMSKI SEMINAR (Študent v sklopu predmeta Diplomski seminar izdelava tudi zaključni predmet, pri katerem sodelujejo mentorji) |

|   |
|---|
| <b>IZBIRNI PREDMETI IN MODULI</b>   |
| <b>IZBIRNI MODUL I</b>  |
| Trženjske raziskave v turizmu   |
| Avtentičnost v turizmu  |
| Tržno komuniciranje v turizmu   |
| Inovativnost v turizmu  |
| <b>IZBIRNI MODUL II</b>   |
| Računovodstvo za managerje  |
| Poslovne finance v turizmu  |
| Pravo v turizmu   |
| <b>IZBIRNI PREDMETI</b>   |
| Turistične prireditve   |
| Tuji jezik v turizmu II- nižja nadaljevalna raven (nemščina, italijanščina) |

|                             |
|-----------------------------|
| Praktikum                   |
| Športni turizem             |
| Kongresni turizem           |
| Digitalno trženje v turizmu |

**Turistica, UP, Univerzitetni študijski program, usmeritev Kulturni turizem**

|                              |
|------------------------------|
| 1. Letnik                    |
| Paradigme turizma            |
| Kultura in kulturni turizem  |
| Metodološka izhodišča        |
| Angleški jezik v turizmu I   |
| Ekonomika turizma            |
| Turistična geografija        |
| Komunikologija v turizmu     |
| Izbirni predmet 1            |
| Izbirni predmet 2            |
| Drugi tuji jezik v turizmu I |
| Izbirni predmet 1            |
| Izbirni predmet 1            |
| Drugi tuji jezik v turizmu I |

|  |
|--|
| <b>IZBIRNI PREDMETI</b>                                    |
| Človeški viri v turizmu                                    |
| Informacijski sistemi v turizmu                            |
| Avtentičnost v turizmu                                     |
| Drugi tuji jezik v turizmu I - nemški jezik                |
| Drugi tuji jezik v turizmu I - italijanski jezik           |
| Zunanje izbirni predmet: izberejo katerikoli drugi predmet |

|  |
|--|
| 2. Letnik                              |
| Turistična podjetja                    |
| Trženje kulturnega turizma             |
| Dediščina in turizem                   |
| Umetnost in turizem                    |
| Urbani turizem in turizem na podeželju |
| Upravljanje poslovnih sistemov         |
| Raziskave v turizmu                    |
| Interpretacija v kulturnem turizmu     |
| Izbirni predmet 3                      |
| Izbirni predmet 4                      |

|   |
|---|
| <b>IZBIRNI PREDMETI</b>                           |
| Podjetništvo                                      |
| Festivalski turizem                               |
| Turizem specifičnih ciljnih skupin                |
| Angleški jezik v turizmu II                       |
| Drugi tuji jezik v turizmu II - nemški jezik      |
| Drugi tuji jezik v turizmu II - italijanski jezik |
| Kreativno dizajnersko razmišljanje                |

|  |
|--|
| Zunanje izbirni predmet: izberejo katerikoli drugi predmet |
|--|

|                        |
|------------------------|
| 3. Letnik              |
| Management prireditvev |
| Turistične atrakcije   |
| Poslovne finance       |
| Turistično vodenje     |
| Gastronomski turizem   |
| Antropologija turizma  |
| Strokovna praksa       |
| Izbirni predmet 5      |
| Izbirni predmet 6      |
| Diplomski seminar      |

|  |
|--|
| <b>IZBIRNI PREDMETI</b>                                    |
| Muzeji, galerije in zbirateljstvo                          |
| Varovana območja narave in parki                           |
| Tržno komuniciranje v turizmu                              |
| Projektno vodenje  |
| Vedenje potrošnikov v turizmu                              |
| Zunanje izbirni predmet: izberejo katerikoli drugi predmet |

### **Turistica, UP, Visokošolski študijski program, usmeritev Management turističnih destinacij**

|   |
|---|
| 1. Letnik   |
| Upravljanje poslovnih sistemov                      |
| Kultura in kulturni turizem                         |
| Uvod v turizem                                      |
| Osnove metodologije in statistike                   |
| Destinacija kot sistem                              |
| Angleški jezik v turizmu                            |
| Ekonomika turističnih podjetij                      |
| Turistični produkt Slovenije                        |
| Osnove računovodstva v turizmu                      |
| <b>IZBIRNI PREDMETI IN MODULI</b>                   |
| 2. tuji jezik v turizmu I (študent izbere en jezik) |
| <b>Izbirni modul (študent izbere enega):</b>        |
| - Družboslovni modul                                |
| - Modul E-turizem                                   |
| - Jezikovni modul                                   |
| - Zunanje izbirni modul                             |

|   |
|---|
| <b>IZBIRNI PREDMETI IN MODULI</b>               |
| 2. tuji jezik v turizmu I - nemški jezik        |
| 2. tuji jezik v turizmu I - italijanski jezik   |
| <b>DRUŽBOSLOVNI MODUL</b>                       |
| Psihologija in etika v turizmu                  |
| Družboslovni vidiki turizma                     |
| <b>MODUL E-TURIZEM</b>                          |
| Osnove informacijsko komunikacijskih tehnologij |
| Upravljanje turističnih informacijskih sistemov |
| <b>JEZIKOVNI MODUL</b>                          |

|  |
|--|
| Poslovni angleški jezik v turizmu  |
| Medkulturna komunikacija v turizmu v nemškem jeziku – izbirni predmet v Jezikovnem modulu      |
| Medkulturna komunikacija v turizmu v italijanskem jeziku – izbirni predmet v Jezikovnem modulu |

|  |
|--|
| <b>2. Letnik</b>   |
| Poslovne finance   |
| Destinacijski management   |
| Trajnostni turizem   |
| Osnove potovalne dejavnosti  |
| Marketing v turizmu  |
| Človeški viri v turizmu  |
| Tematski turizem   |
| Organizacija in procesi v hotelirstvu  |
| Načrtovanje in urejanje prostora   |
| Projektni management   |
| <b>IZBIRNI PREDMETI</b>  |
| 2. tuji jezik v turizmu II (študent nadaljuje z izbranim jezikom iz 1.letnika) |

|  |
|--|
| <b>IZBIRNI PREDMETI</b>                        |
| 2. tuji jezik v turizmu II - nemški jezik      |
| 2. tuji jezik v turizmu II - italijanski jezik |

|   |
|---|
| <b>3. Letnik</b>  |
| Strateški management v turizmu  |
| Pravno upravne vsebine v turizmu  |
| Management kakovosti v turizmu  |
| Trendi v potovalni dejavnosti   |
| <b>IZBIRNI MODULI</b>   |
| Izbirni moduli Hotelirstvo, Potovalne agencije in navtični turizem, Sodobni trendi v turizmu (študent znotraj modula izbere 3 predmete) |
| Strokovna praksa  |
| Zaključni projekt ali dodatni predmet izbranega Izbirnega modula v tekočem študijskem letu  |

|   |
|---|
| <b>IZBIRNI PREDMETI V MODULIH</b>                           |
| <b>IZBIRNI MODUL HOTELIRSTVO</b>                            |
| Management nastanitvenih obratov                            |
| Management prehrambenih obratov                             |
| Varnost in turizem  |
| Kongresna dejavnost   |
| <b>IZBIRNI MODUL POTOVALNE AGENCIJE IN NAVTIČNI TURIZEM</b> |
| Management potovalne dejavnosti                             |
| Navtični turizem  |
| E-poslovanje  |
| Informacijski sistemi                                       |
| <b>IZBIRNI MODUL SODOBNI TRENDI V TURIZMU</b>               |
| Podjetništvo v turizmu                                      |
| Inovativnost v turizmu                                      |

|  |
|--|
| Prihodkovni management v turizmu       |
| Trženjske raziskave v turizmu          |
| Športni turizem                        |
| <b>IZBIRNI MODUL KULTURNI TURIZEM</b>  |
| Kulturna dediščina in turizem          |
| Urbani turizem in turizem na podeželju |
| Potovanje, turizem in umetnost         |
| Gastronomski turizem                   |

**Turistica, UP, Visokošolski študijski program, usmeritev Management turističnih podjetij**

|                                       |
|---------------------------------------|
| <b>1. Letnik</b>                      |
| Upravljanje poslovnih sistemov        |
| Uvod v turizem                        |
| Osnove metodologije in statistike     |
| Vedenje potrošnikov v turizmu         |
| Angleški jezik v turizmu              |
| Ekonomika turističnih podjetij        |
| Osnove informatike                    |
| <b>IZBIRNI PREDMETI IN MODULI</b>     |
| Izbirni modul (študent izbere enega): |
| - Družboslovni modul                  |
| - Modul E-turizem                     |
| - Jezikovni modul ali                 |
| - zunanje izbirni modul               |

|   |
|---|
| <b>IZBIRNI PREDMETI IN MODULI</b>   |
| 2. tuji jezik v turizmu I - nemški jezik  |
| 2.tuji jezik v turizmu I - italijanski jezik  |
| <b>DRUŽBOSLOVNI MODUL</b>   |
| Psihologija in etika v turizmu  |
| Družboslovni vidiki turizma   |
| <b>MODUL E-TURIZEM</b>  |
| Osnove informacijsko komunikacijskih tehnologij   |
| Upravljanje turističnih informacijskih sistemov   |
| <b>JEZIKOVNI MODUL</b>  |
| Poslovni angleški jezik v turizmu   |
| Medkulturna komunikacija v turizmu v nemškem jeziku<br>– izbirni predmet v Jezikovnem modulu      |
| Medkulturna komunikacija v turizmu v italijanskem jeziku<br>– izbirni predmet v Jezikovnem modulu |

|  |
|--|
| <b>1. Letnik</b>                             |
| Poslovne finance                             |
| Komunikologija v turizmu                     |
| Trajnostni turizem                           |
| Marketing v turizmu                          |
| Človeški viri v turizmu                      |
| Organizacija in procesi v hotelirstvu        |
| Organizacija in procesi v prehrabnih obratih |
| Projektni management                         |
| <b>IZBIRNI PREDMETI</b>                      |



|   |
|---|
| 2. tuji jezik v turizmu II ( študent nadaljuje z izbranim jezikom iz 1.letnika) |
| STROKOVNA PRAKSA 1  |

|  |
|--|
| <b>IZBIRNI PREDMETI</b>                        |
| 2. tuji jezik v turizmu II - nemški jezik      |
| 2. tuji jezik v turizmu II - italijanski jezik |

## Magistrski študijski programi 2. stopnje, usmeritev Turizem

|  |
|--|
| <b>1. Letnik</b>                                       |
| Ekonomika turizma                                      |
| Družbene in individualne dimenzije turizma             |
| Prostorski učinki turizma                              |
| Organizacija in upravljanje turističnih struktur       |
| Metodologija in raziskovanje v turizmu                 |
| <b>POSLOVNO-ORGANIZACIJSKA SMER (obvezni predmeti)</b> |
| Oblikovanje globalnih turističnih mrež                 |
| Računovodstvo za odločanje v turizmu                   |
| Organizacijska kultura in vodenje                      |
| Podjetništvo v turizmu                                 |
| Razvoj človeških potencialov                           |
| <b>DRUŽBENO-PROSTORSKA SMER (obvezni predmeti)</b>     |
| Sociologija mobilnih kultur                            |
| Socialne mreže v turizmu                               |
| Turizem in prosti čas                                  |
| Sonaravna paradigma trajnostnega družbenega razvoja    |
| Destinacijski management                               |

|  |
|--|
| <b>1. Letnik</b>   |
| <b>IZBIRNI PREDMETI (Študent izbere predmete v obsegu 30 ECTS)</b>   |
| Regionalno planiranje  |
| Strategije v turizmu   |
| Metodologije kadrovanja v turizmu                                    |
| Korporativno upravljanje   |
| Varnost in turizem   |
| Prihodkovni management in poslovno odločanje v turističnih podjetjih |
| Projektno vodenje  |
| Management kakovosti v turizmu                                       |
| Mednarodni turistični marketing                                      |
| Culture and communication in tourism                                 |
| Športni turizem  |
| Zunanje izbirni predmet 1  |
| Zunanje izbirni predmet 2  |
| <b>MAGISTRSKA NALOGA</b>   |

## Magistrski študijski programi 2. stopnje, usmeritev Dediščinski turizem

|  |
|--|
| <b>1. semester</b>                             |
| Koncepti upravljanja in prezentacije dediščine |
| Metodologija raziskovanja v turizmu            |
| Kulturni spomeniki Slovenije                   |
| Zgodovina turizma                              |
| Notranje izbirni predmet 1                     |
| <b>2. semester</b>                             |
| Turistični sistemi                             |
| Naravne vrednote in njihovo varovanje          |
| Strateški management turističnih podjetij      |
| Notranje izbirni predmet 2                     |
| Notranje izbirni predmet 3                     |
| <b>3. semester</b>                             |
| Projektno vodenje                              |
| Marketing dediščine v turizmu                  |
| Notranje izbirni predmet 4                     |
| Notranje izbirni predmet 5                     |
| Zunanje izbirni predmet 1*                     |

\* Zunanje izbirne predmete lahko študent izbira v okviru študijskih programov UP FTŠ Turistice in UP FHŠ, v okviru drugih študijskih programov UP ali iz drugih študijskih programov iste stopnje v Sloveniji in v tujini (znotraj in izven stroke). Študent lahko izbere predmet tudi iz nabora notranje izbirnih predmetov na tem študijskem programu.

|                             |
|-----------------------------|
| <b>4. semester</b>          |
| Notranje izbirni predmet 6* |
| Zunanje izbirni predmet 2** |
| Magistrsko delo             |

\*\* Zunanje izbirne predmete lahko študent izbira v okviru študijskih programov UP FTŠ Turistice in UP FHŠ, v okviru drugih študijskih programov UP ali iz drugih študijskih programov iste stopnje v Sloveniji in v tujini (znotraj in izven stroke). Študent lahko izbere predmet tudi iz nabora notranje izbirnih predmetov na tem študijskem programu.

### Notranje izbirni predmeti modula »Turizem«

|                                       |
|---------------------------------------|
| <b>Predmet</b>                        |
| Ekonomika turizma                     |
| Prostorski učinki turizma             |
| Sociologija mobilnih kultur (strok.)  |
| Valorizacija avtentičnosti v turizmu  |
| Interpretacija turističnih resursov   |
| Destinacijski management              |
| Management kulturnih prireditev       |
| Kulinarična kultura                   |
| Verske prireditve in romarski turizem |

### Notranje izbirni predmeti modula »Dediščina«

|                                    |
|------------------------------------|
| <b>Predmet</b>                     |
| Dediščina v muzejih in muzeologija |
| Praktikum dediščine                |
| Pomorska antropologija             |
| Nesnovna dediščina                 |
| Zgodovina okolja in krajine        |

### Notranje izbirni predmeti modula »Jezik in komuniciranje v turizmu«

|                          |
|--------------------------|
| <b>Predmet</b>           |
| Angleščina v turizmu     |
| Italijanščina v turizmu  |
| Nemščina v turizmu       |
| Turistični diskurz       |
| Komunikologija v turizmu |

### Doktorski študijski program 3. stopnje, usmerite Inovativni turizem

Študijski program 3. stopnje Inovativni turizem je zasnovan kot triletni doktorski študij.

#### Predmetnik 1. letnika

|  |
|--|
| Predmeti                                   |
| <b>Obvezni predmet</b>                     |
| Metodologija raziskovanja v turizmu        |
| Organizacijsko-poslovni vidiki v turizmu   |
| Družboslovno-humanistični vidiki v turizmu |
| Prostorsko-okoljski vidiki v turizmu       |
| Praktikum za pripravo dispozicije          |
| Samostojno delo na dispoziciji             |
| Izbirni predmet                            |
| Izbirni predmet                            |

#### Predmetnik 2. letnika

|  |
|--|
| Predmeti   |
| <b>Obvezni predmet</b>   |
| Pisanje in objavljanje znanstvenih besedil   |
| Management inoviranja  |
| Inovativnost v turizmu   |
| Izbirni predmet  |
| Izbirni predmet  |
| Samostojno raziskovalno delo, priprava in javna predstavitev doktorske dispozicije |

#### Predmetnik 3. letnika

|   |
|---|
| Predmeti  |
| <b>Obvezno delo</b>   |
| Samostojno raziskovalno delo, priprava in zagovor doktorske disertacije |

## Notranje izbirni predmeti študijskega programa

|  |
|--|
| Predmeti   |
| Intelektualni kapital v turizmu  |
| Prostorsko planiranje turizma  |
| Čezmejno sodelovanje v turizmu   |
| Avtentičnost v turizmu   |
| Turizem in varnost   |
| Vpliv kulturnih razlik na komunikacijo v turizmu/Communication and cultural difference |
| Sistemi in sistemska dinamika  |
| Marketinške inovacije v turizmu  |
| Novi pristopi k merjenju uspešnosti v turizmu  |
| Človeški viri v turizmu – sodobni pristopi   |
| Raziskovanje podjetništva  |
| Management znanja v turističnih podjetjih  |
| Strateški razvoj in konkurenčnost turizma  |
| Kakovost v turizmu   |
| Dediščina, potencial razvoja turizma   |
| Kulturna dediščina- izhodišče turističnih inovacij                                     |
| Literarni in filmski turizem   |
| Turizem in potovalne kulture Azije   |
| Kultura hrane in kulinarični turizem   |
| Potenciali športnega turizma   |
| Okoljska etika in filozofija trajnostnega turizma                                      |
| Psihološki vidiki komuniciranja  |
| Ekonomska zgodovina inovacij v turizmu   |
| Kreativno reševanje problemov  |
| Mrežna analiza destinacije   |

## ERUDIO, Dodiplomski program Dediščinski in kulturni turizem

|  |
|--|
| 1. letnik  |
| <b>Skupni predmeti 1:</b>  |
| Uvod v turizem in prosti čas                                     |
| Poslovanje gostinskih in hotelskih podjetij                      |
| Osnove pisnega, vizualnega in poslovnega komuniciranja           |
| Pravne podlage v turizmu   |
| <b>SMER 1 - Turizem v naravi in dediščinski turizem:</b>         |
| Upravljanje zavarovanih območij                                  |
| Ohranitvena biologija, ekologija in Natura 2000                  |
| <b>SMER 2 - Kulinarični turizem in protokolarni dogodki:</b>     |
| Ekološko kmetovanje in pomen lokalne trajnostne oskrbe v turizmu |
| Zaščitene narodne posebnosti in gastronomska kultura             |
| <b>Skupni predmeti 2:</b>  |
| Vodenje skupin in participativno upravljanje                     |
| Osnove kreativnega mišljenj                                      |
| Osnove doživljanja narave in temelji izkustvenega učenja         |
| Interpretacija naravne in kulturne dediščine v turizmu           |
| Poslovna komunikacija v angleščini                               |

|  |
|--|
| 2. letnik  |
| <b>Skupni predmeti 1:</b>                                    |
| Osnove podjetništva in menedžmenta                           |
| Geografija turizma   |
| Ekonomika turizma  |
| Ekoturizem   |
| Uvod v trajnostni razvoj in kakovost življenja               |
| Osnove zbiranja in analize podatkov                          |
| Trženje v gostinstvu in turizmu                              |
| Komunikacija v nemščini                                      |
| <b>SMER 1 - Turizem v naravi in dediščinski turizem:</b>     |
| Doživljanje krajine  |
| Tri izbirni predmeti   |
| <b>SMER 2 - Kulinarični turizem in protokolarni dogodki:</b> |
| Govorice prehranskih kultur                                  |
| Tri izbirni predmeti   |
| <b>PROGRAMSKI IZBIRNI PREDMETI:</b>                          |
| Menedžment arheološke dediščine za turistično izrabo         |
| Etnološka dediščina in turizem                               |
| Turizem in medkulturne razlike                               |
| Pohodniški in kolesarski turizem                             |
| Urbani turizem in umetnost                                   |
| Trajnostni dizajn v turizmu                                  |
| Turizem in mediatizacija                                     |
| Turizem pustolovščin in doživetij                            |
| Turizem in rekreacija na podeželju                           |
| Management prireditvev                                       |
| Podjetništvo v popularni kulturi                             |
| Spletno podjetništvo   |
| Tehniška dediščina in osnove muzeologije                     |
| Zdravje in turizem   |

|  |
|--|
| 3. letnik  |
| <b>Skupni predmeti 1:</b>                                    |
| Komunikacija v italijanskem jeziku                           |
| <b>SMER 1 - Turizem v naravi in dediščinski turizem:</b>     |
| Menedžment potovanj in poslovanje potovalnih agencij         |
| Menedžment turistične destinacije                            |
| Izbirni predmeti   |
| <b>SMER 2 - Kulinarični turizem in protokolarni dogodki:</b> |
| Dietetika in prehranski stili                                |
| Kakovost hrane in pijače                                     |
| Vino, gastronomija in kultura                                |
| Kuharstvo in organizacija velikih kuhinj                     |
| Poslovni protokol in bonton                                  |
| Izbirni predmeti   |
| Skupni predmeti 2:   |
| Praktično izobraževanje                                      |
| Diplomsko delo   |
| <b>PROGRAMSKI IZBIRNI PREDMETI:</b>                          |
| Menedžment arheološke dediščine za turistično izrabo         |
| Etnološka dediščina in turizem                               |
| Turizem in medkulturne razlike                               |

|  |
|--|
| <b>3. letnik</b>                         |
| Pohodniški in kolesarski turizem         |
| Urbani turizem in umetnost               |
| Trajnostni dizajn v turizmu              |
| Turizem in mediatizacija                 |
| Turizem pustolovščin in doživetij        |
| Turizem vodnih športov                   |
| Turizem in rekreacija na podeželju       |
| Management prireditev                    |
| Podjetništvo v popularni kulturi         |
| Spletno podjetništvo                     |
| Tehniška dediščina in osnove muzeologije |
| Zdravje in turizem                       |

**Visoka šola za hotelirstvo in turizem Bled, Visokošolski študijski program Hotelirstvo in turizem**

|  |
|--|
| <b>1. letnik</b>   |
| <b>1. semester</b>   |
| Statistika   |
| 2. tuj jezik (ANJ/NEJ/ITJ)   |
| Ekonomika turističnih podjetij   |
| Ekonomika turizma  |
| Gastrokultura  |
| <b>2. semester</b>   |
| Poslovno komuniciranje   |
| 1. tuj jezik (ANJ/NEJ)   |
| Dediščina in avtentičnost  |
| <b>Izbirni modul: Hotelirski management:</b><br>Procesna tehnika v pripravi in ponudbi hrane |
| <b>Izbirni modul: Turistični management:</b><br>Inovativnost in podjetnost v turizmu         |
| Praktično usposabljanje  |

|   |
|---|
| <b>2. letnik</b>  |
| <b>3. semester</b>  |
| Ravnanje z ljudmi pri delu  |
| 2. tuj jezik (ANJ/NEJ/ITJ)  |
| Trženje storitev  |
| <b>Izbirni modul: Hotelirski management:</b><br>Poslovanje v hotelirstvu  |
| <b>Izbirni modul: Turistični management:</b><br>Strategije in sestavine gostoljubnosti v hotelirstvu in turizmu |
| <b>4. semester</b>  |
| 1. tuj jezik (ANJ/NEJ)  |
| E-trženje   |

|                           |
|---------------------------|
| <b>2. letnik</b>          |
| Dediščina in avtentičnost |
| Pravni predpisi           |
| Kakovost hrane in pijač   |
| Praktično usposabljanje   |

|  |
|--|
| <b>3. letnik</b>   |
| <b>5. semester</b>   |
| Poslovne finance in računovodstvo  |
| Osební management  |
| 2. tuj jezik (ANJ/NEJ/ITJ)   |
| Trajnostni turizem   |
| Management kakovosti in odličnosti v hotelirstvu in turizmu                        |
| <b>6. semester</b>   |
| 1. tuj jezik (ANJ/NEJ)   |
| <b>Izbirni modul: Hotelirski management:</b><br>Management v hotelirstvu           |
| <b>Izbirni modul: Hotelirski management:</b><br>Kultura bivalnega okolja v turizmu |
| <b>Izbirni modul: Hotelirski management:</b><br>izbirni predmet                    |
| <b>Izbirni modul: Turistični management:</b><br>Poslovni turizem                   |
| <b>Izbirni modul: Turistični management:</b><br>Destinacijski management           |
| <b>Izbirni modul: Turistični management:</b><br>izbirni predmet                    |
| <b>Diplomsko delo</b>  |

|                                   |
|-----------------------------------|
| <b>Izbirni predmeti</b>           |
| Sodobna družba in prosti čas      |
| Protokol v hotelirstvu in turizmu |
| Podjetništvo                      |
| Cenovne strategije v turizmu      |
| Vedenje uporabnikov               |
| 3. tuj jezik (NEJ/ITJ)            |
| Management v velneškem turizmu    |

**Visoka šola za hotelirstvo in turizem Bled, Visokošolski študijski program Zdravstveni turizem**

|                            |
|----------------------------|
| <b>1. letnik</b>           |
| <b>1. semester</b>         |
| Statistika                 |
| 2. tuj jezik (ANJ/NEJ/ITJ) |
| Ekonomika in podjetništvo  |

|                            |
|----------------------------|
| Ekonomika turizma          |
| Pravni predpisi            |
| Poslovno komuniciranje     |
| <b>2. semester</b>         |
| 1. tuj jezik (ANJ/NEJ)     |
| Uvod v zdravstveni turizem |
| Destinacijski management   |
| Trženje storitev           |
| Praktično usposabljanje    |

|  |
|--|
| <b>2. letnik</b>   |
| <b>3. semester</b>   |
| Poslovne finance in računovodstvo  |
| 2. tuj jezik (ANJ/NEJ/ITJ)   |
| Dejavniki vpliva na zdravje  |
| Osnove anatomije in fiziologije človeka  |
| Veda o boleznih  |
| <b>4. semester</b>   |
| Ravnanje z ljudmi pri delu   |
| 1. tuj jezik (ANJ/NEJ)   |
| E-trženje  |
| <b>Izbirni modul: Management zdraviliškega turizma:</b><br>Zdraviliški turizem |
| <b>Izbirni modul: Management wellness turizma:</b><br>Wellness turizem         |
| Praktično usposabljanje  |

|   |
|---|
| <b>3. letnik</b>  |
| <b>5. semester</b>  |
| Zdravstveni sistemi   |
| Ustvarjanje vrednosti v zdravstvenem turizmu  |
| 2. tuj jezik (ANJ/NEJ/ITJ)  |
| Preventiva, zdravljenje in rehabilitacija v zdravstvenem turizmu  |
| Integrativni pristopi v zdravstvenem turizmu  |
| <b>6. semester</b>  |
| Osební management in razvoj vodstvenih veščin   |
| <b>Izbirni modul: Management zdraviliškega turizma:</b><br>Management zdravilišč in rehabilitacijskih centrov |
| <b>Izbirni modul: Management zdraviliškega turizma:</b><br>Medkulturna komunikacija                           |
| <b>Izbirni modul: Management zdraviliškega turizma:</b><br>Izbirni predmet                                    |



|   |
|---|
| <b>Izbirni modul: Management wellness turizma:</b><br>Management wellness centrov |
| <b>Izbirni modul: Management wellness turizma:</b><br>Trajnostni turizem          |
| <b>Izbirni modul: Management wellness turizma:</b><br>Izbirni predmet             |
| <b>Diplomsko delo</b>   |

|                          |
|--------------------------|
| <b>Izbirni predmeti</b>  |
| Management stresa        |
| Zdravje in gibanje       |
| Zdravje in prehrana      |
| Gastrokultura            |
| 3. tuj jezik (ITJ/NEJ)   |
| Management v hotelirstvu |

**Fakulteta za poslovne in komercialne vede Celje, dodiplomski študij, usmeritev Turizem I**

|  |
|--|
| <b>1. letnik</b>   |
| Poslovna informatika                                     |
| Uporaba statističnih metod                               |
| Prvi tuji jezik I (angleščina, nemščina)                 |
| Drugi tuji jezik I (italijanščina, angleščina, nemščina) |
| Osnove trženja v turizmu                                 |
| Osnove vodenja v turizmu                                 |
| Poslovno komuniciranje                                   |
| Ekonomika poslovnih sistemov                             |

|   |
|---|
| <b>2.letnik</b>   |
| Osnove študija turizma                                    |
| Uvod v trajnostni razvoj v turizmu                        |
| Prvi tuji jezik II (angleščina, nemščina)                 |
| Drugi tuji jezik II (italijanščina, angleščina, nemščina) |
| Računovodski in finančni vidiki poslovanja                |
| Poslovni sistemi v turizmu                                |
| Kadri v turistični dejavnosti                             |
| Trendi v turistični dejavnosti                            |

| 3.letnik  |   |  |  |
|---|---|--|--|
| Modul:<br>WELLNESS<br>TURIZEM   | Modul:<br>MENEDŽMENT<br>PRIREDITEV          | Modul:<br>MENEDŽMENT<br>ŠPORTA                 | Modul:<br>MARKETING<br>TURIZMA                 |
| Zdraviliški in Spa<br>menedžment  | Menedžment<br>prireditev                    | Menedžment športnih<br>organizacij             | Trženje storitev v<br>turizmu                  |
| Trženje storitev v<br>turizmu   | Trženje storitev v<br>turizmu               | Organizacija in trženje<br>športnih prireditev | Organizacija in trženje<br>športnih prireditev |
| Izbirni predmeti modula (Študent izbere dva iz izbranega modula):   |   |  |  |
| Trendi v ekološkem in<br>wellness turizmu   | Trendi razvoja<br>menedžmenta<br>prireditev | Menedžment<br>športnega turizma                | Nabavno poslovanje v<br>turizmu                |
| Hotelski menedžment   | Financiranje storitev v<br>turizmu          | Prosti čas                                     | Menedžment<br>turistične destinacije           |
| Gostinsko poslovanje  | Prosti čas                                  | Financiranje storitev v<br>turizmu             | Upravljanje odnosov s<br>kupci                 |
| Izbirni predmet   |   |  |  |
| Menedžment inovacij v turizmu<br>Psihologija in etika<br>Menedžment kakovosti v turizmu<br>Menedžment znanja v turistični organizaciji<br>Pridobivanje sredstev EU<br>Organizacijska kultura<br>Tretji tuji jezik I (ita.)<br>Igralniško-zabavišni turizem<br>Sodobno elektronsko poslovanje v turizmu<br>E-trženje<br>Turistična geografija in kulturna dediščina<br>Uporaba blockchain tehnologije in kriptovalut |   |  |  |
| Strokovno usposabljanje   |   |  |  |
| DIPLOMSKA NALOGA<br>ali DIPLOMSKA IZPITA:<br>Kalkulacije v turizmu<br>Veščine pogajanj  |   |  |  |

### Fakulteta za poslovne in komercialne vede Celje, podiplomski študij, usmeritev Turizem II

|                                    |
|------------------------------------|
| 1. letnik                          |
| Raziskovalna metodologija          |
| Usmerjanje ustvarjalnosti          |
| Primerjalni gospodarski sistemi    |
| Strategija in razvoj podjetja      |
| Prihodkovni menedžment v turizmu   |
| Kadri v turizmu                    |
| Modul: TURISTIČNA DESTINACIJA      |
| Upravljanje turističnih destinacij |
| Modul: HOTELIRSKA INDUSTRIJA       |
| Menedžment hotela                  |

|  |
|--|
| 2. letnik  |
| Raziskovalni seminar   |
| Modul: TURISTIČNA DESTINACIJA                                    |
| Ekonomija trajnostnega razvoja                                   |
| Ekonomija športa   |
| Trženje v turizmu  |
| Turizem in regionalni razvoj                                     |
| Modul: HOTELIRSKA INDUSTRIJA                                     |
| Hotelske verige  |
| Računovodsko poročanje za hotelirstvo                            |
| Menedžment hrane in pijače (F&B)                                 |
| Organizacija in informatizacija hotelov                          |
| Prosto izbirni predmet na FKPV ali drugi visokošolski institucij |
| Medkulturno komuniciranje  |
| Menedžment turističnih agencij                                   |
| Informacijska podpora poslovanju                                 |
| Pravo v turizmu  |
| Dispozicija magistrske naloge                                    |
| MAGISTRSKA NALOGA  |

## **Priloga 2: Spletni vprašalnik**

Pozdravljeni, sem Vernesa Šabić, študentka Ekonomske fakultete v Ljubljani, in pripravljam magistrsko nalogo z naslovom »Analiza usklajenosti visokošolskih programov turizma s potrebami v slovenskem turizmu«. Namen raziskave je ugotoviti, kakšen je razkorak med visokošolskimi turističnimi programi in potrebami v slovenskem turističnem gospodarstvu. Vaše sodelovanje je za raziskavo ključno, saj lahko le z vašimi odgovori dobim odgovore na zastavljena raziskovalna vprašanja. Anketa je anonimna, za izpolnjevanje pa boste potrebovali približno 7 minut časa. Zbrani podatki bodo uporabljeni izključno za pripravo tega magistrskega dela. Obravnavani bodo strogo zaupno in analizirani na splošno (in nikakor ne na ravni odgovorov posameznika ali podjetja). Za sodelovanje se vam prijazno zahvaljujem.

Vernesa Šabić

**Q1 – V prvem stolpcu ocenite, v kolikšni meri se strinjate, da so spodaj naštetá znanja zastopana v študijskih programih. V drugem stolpcu ocenite, v kolikšni meri se strinjate, da so spodaj naštetá znanja pomembna za delo v turizmu. Ocenjevalna lestvica je petstopenjska (od 1 do 5), pri čemer 1 pomeni »Sploh se ne strinjam«, 2 pomeni »Ne strinjam se«, 3 pomeni »Niti se strinjam niti se ne strinjam«, 4 pomeni »Strinjam se« in 5 pomeni »Popolnoma se strinjam«. Pri vsaki trditvi označite le oceno, ki najbolj ustreza vašemu mnenju.**

## Q2 – MANAGERSKA IN ORGANIZACIJSKA ZNANJA

|  | Zastopanost znanja    |                       |                       |                       |                       | Pomembnost znanja     |                       |                       |                       |                       |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
|  | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
| Znanja s področja managementa človeških virov        | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Znanja s področja finančnega managementa             | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Znanja s področja strateškega managementa            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Znanja s področja projektnega managementa            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Znanja s področja kriznega managementa               | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Znanja s področja managementa kakovosti              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Znanja s področja managementa trženja in prodaje     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Znanja s področja managementa procesov               | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Znanja s področja managementa turističnih destinacij | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Znanja s področja prihodkovnega managementa          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Znanja s področja hotelskega managementa             | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Znanja s področja managementa živilskih obratov      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Znanja s področja managementa prireditev in dogodkov | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Znanja s področja organizacijskega vedenja           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Računovodska znanja za poslovno odločanje            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Znanja s področja mednarodnega poslovanja            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Znanja s področja e-poslovanja                       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Znanja s področja poslovne informatike               | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Poznavanje in uporaba informacijskih sistemov        | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

### Q3 – EKONOMIJA IN PRAVO

|  | Zastopanost znanja    |                       |                       |                       |                       | Pomembnost znanja     |                       |                       |                       |                       |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
|  | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
| Poznavanje temeljnih ekonomskih pojmov in procesov | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Znanja s področja mikroekonomije                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Znanja s področja makroekonomije                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Poznavanje zakonodaje in pravnih vsebin            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

### Q4 – TEORETIČNA TURISTIČNA ZNANJA

|   | Zastopanost znanja    |                       |                       |                       |                       | Pomembnost znanja     |                       |                       |                       |                       |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
|   | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
| Razumevanje pomena in vpliva turizma  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Poznavanje družboslovja turizma (antropologija, kulturologija, sociologija, psihologija, filozofija, zgodovina turizma) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Razumevanje organiziranosti turističnega gospodarstva (nacionalnega in mednarodnega)                                    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Znanja s področja načrtovanja in razvoja turizma  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Razumevanje logističnih procesov v turizmu  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Poznavanje poslovnih sistemov v turizmu   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Poznavanje vrst turizma in njihovih značilnosti   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Znanja s področja trajnostnega turizma  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Poznavanje strategij trajnostnega razvoja turizma   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Znanja s področja trženja v turizmu   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Poznavanje aktualnih trendov v turizmu  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

|   | Zastopanost znanja    |                       |                       |                       |                       | Pomembnost znanja     |                       |                       |                       |                       |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
|   | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
| Poznavanje turističnega proizvoda Slovenije | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

### Q5 – RAZISKOVALNA ZNANJA

|   | Zastopanost znanja    |                       |                       |                       |                       | Pomembnost znanja     |                       |                       |                       |                       |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
|   | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
| Poznavanje raziskav s področja turizma          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Poznavanje in uporaba statistike                | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Znanja za interpretacijo znanstvenih rezultatov | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Poznavanje metod in tehnik raziskovalnega dela  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

### Q6 – PRENOSLJIVA ZNANJA

|  | Zastopanost znanja    |                       |                       |                       |                       | Pomembnost znanja     |                       |                       |                       |                       |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
|  | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
| Osebnostne kompetence (vseživljenjsko učenje in osebni razvoj)   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Socialne kompetence (predstavitvene sposobnosti, komunikacijske in pogajalske sposobnosti, timsko delo ipd.) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ustvarjalnost, refleksija in kritično razmišljanje   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Poslovna etika   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Uporaba informacijsko-komunikacijske tehnologije   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Podjetništvo in razumevanje pomena podjetništva za gospodarski razvoj  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

### Q7 – TUJI JEZIKI ZA POSLOVNI NAMEN

|                   | Zastopanost znanja    |                       |                       |                       |                       | Pomembnost znanja     |                       |                       |                       |                       |
|-------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
|                   | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
| Angleški jezik    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Italijanski jezik | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Nemški jezik      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

|                  | Zastopanost znanja    |                       |                       |                       |                       | Pomembnost znanja     |                       |                       |                       |                       |
|------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
|                  | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
| Ruski jezik      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Drug tuji jezik: | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

**XDS2a4 – V katerem turističnem sektorju delate?**

- Transport
- Ponudniki namestitvenih zmogljivosti in gostinstvo
- Potovalne agencije in turistični organizatorji
- Destinacije in LTO
- Svetovanje, raziskave in mediji
- Vladne in nevladne organizacije
- Drugo:

**XSPOL – Spol:**

- Moški
- Ženski

**XSTAR2a4 – V katero starostno skupino spadate?**

- Do 24 let
- 25–34 let
- 35–44 let
- 45–54 let
- Več kot 55 let

**XIZ1a2 – Kakšna je vaša najvišja dosežena formalna izobrazba?**

- Višješolska izobrazba
- Visoka/univerzitetna izobrazba
- Magisterij
- Doktorat
- Drugo:



### Priloga 3: Cronbach's Alpha

#### SKLOP 1

| Item-Total Statistics                                | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|--|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Znanja s področja managementa človeških virov        | 58,06                      | 162,192                        | 0,804                            | 0,942                            |
| Znanja s področja finančnega management              | 58,1                       | 162,829                        | 0,71                             | 0,943                            |
| Znanja s področja strateškega management             | 57,99                      | 163,965                        | 0,707                            | 0,943                            |
| Znanja s področja projektne managementa              | 58,34                      | 164,411                        | 0,603                            | 0,945                            |
| Znanja s področja kriznega managementa               | 58,95                      | 163,768                        | 0,562                            | 0,946                            |
| Znanja s področja managementa kakovosti              | 58,53                      | 162,137                        | 0,725                            | 0,943                            |
| Znanja s področja managementa trženja in prodaje     | 57,9                       | 162,208                        | 0,719                            | 0,943                            |
| Znanja s področja managementa procesov               | 58,6                       | 160,587                        | 0,762                            | 0,942                            |
| Znanja s področja managementa turističnih destinacij | 57,97                      | 161,183                        | 0,688                            | 0,943                            |
| Znanja s področja prihodkovnega managementa          | 58,57                      | 159,237                        | 0,755                            | 0,942                            |
| Znanja s področja hotelskega managementa             | 58,35                      | 160,737                        | 0,637                            | 0,944                            |
| Znanja s področja managemente živilskih obratov      | 58,89                      | 159,757                        | 0,712                            | 0,943                            |
| Znanja s področja managementa prireditev in dogodkov | 58,58                      | 161,764                        | 0,612                            | 0,945                            |
| Znanja s področja organizacijskega vedenje           | 58,08                      | 160,534                        | 0,78                             | 0,942                            |
| Računovodska znanja za poslovno odločanje            | 58,2                       | 161,59                         | 0,701                            | 0,943                            |
| Znanja s področja mednarodnega poslovanja            | 58,16                      | 162,733                        | 0,587                            | 0,945                            |

| Item-Total Statistics                         |                            |                                |                                  |                                  |
|---|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
|   | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| Znanja s področja e-poslovanja                | 58,26                      | 162,563                        | 0,589                            | 0,945                            |
| Znanja s področja poslovne informatike        | 58,34                      | 162,388                        | 0,629                            | 0,944                            |
| Poznavanje in uporaba informacijskih sistemov | 58,35                      | 161,978                        | 0,648                            | 0,944                            |

| Scale Statistics |          |                |            | Reliability Statistics |            |
|------------------|----------|----------------|------------|------------------------|------------|
| Mean             | Variance | Std. Deviation | N of Items | Cronbach's Alpha       | N of Items |
| 61,57            | 179,88   | 13,412         | 19         | 0,946                  | 19         |

| Item-Total Statistics                                |                            |                                |                                  |                                  |
|--|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
|  | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| Znanja s področja managementa človeških virov        | 73,1                       | 84,821                         | 0,671                            | 0,916                            |
| Znanja s področja finančnega managementa             | 73,17                      | 88,452                         | 0,497                            | 0,920                            |
| Znanja s področja strateškega managementa            | 73,14                      | 84,72                          | 0,706                            | 0,915                            |
| Znanja s področja projektnega managementa            | 73,12                      | 84,441                         | 0,702                            | 0,915                            |
| Znanja s področja kriznega managementa               | 73,36                      | 86,077                         | 0,6                              | 0,918                            |
| Znanja s področja managementa kakovosti              | 73,09                      | 86,135                         | 0,67                             | 0,916                            |
| Znanja s področja managementa trženja in prodaje     | 72,95                      | 88,283                         | 0,578                            | 0,918                            |
| Znanja s področja managementa procesov               | 73,64                      | 86,337                         | 0,607                            | 0,918                            |
| Znanja s področja managementa turističnih destinacij | 72,97                      | 86,934                         | 0,568                            | 0,918                            |
| Znanja s področja prihodkovnega managementa          | 73,33                      | 85,965                         | 0,623                            | 0,917                            |
| Znanja s področja hotelskega managementa             | 73,27                      | 85,524                         | 0,653                            | 0,916                            |
| Znanja s področja managemente živilskih obratov      | 73,81                      | 87,092                         | 0,429                            | 0,922                            |

| Item-Total Statistics                                 |                            |                                |                                  |                                  |
|---|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
|   | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| Znanja s področja managementa prireditvev in dogodkov | 73,4                       | 86,554                         | 0,535                            | 0,919                            |
| Znanja s področja organizacijskega vedenje            | 73,23                      | 87,66                          | 0,523                            | 0,919                            |
| Računovodska znanja za poslovno odločanje             | 73,44                      | 89,236                         | 0,412                            | 0,922                            |
| Znanja s področja mednarodnega poslovanja             | 73,33                      | 86,459                         | 0,618                            | 0,917                            |
| Znanja s področja e-poslovanja                        | 73,46                      | 82,46                          | 0,715                            | 0,915                            |
| Znanja s področja poslovne informatike                | 73,58                      | 84,351                         | 0,606                            | 0,918                            |
| Poznavanje in uporaba informacijskih sistemov         | 73,31                      | 85,592                         | 0,608                            | 0,917                            |

| Scale Statistics |          |                |            |                        |            |
|------------------|----------|----------------|------------|------------------------|------------|
| Mean             | Variance | Std. Deviation | N of Items | Reliability Statistics |            |
| 77,37            | 95,587   | 9,777          | 19         | Cronbach's Alpha       | N of Items |
|                  |          |                |            | 0,922                  | 19         |

## SKLOP 2

| Item-Total Statistics                 |                            |                                |                                  |                                  |
|---------------------------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
|                                       | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| Temeljni ekonomski pojmi in procesi   | 10,29                      | 4,868                          | 0,68                             | 0,731                            |
| Znanja s področja mikroekonomije      | 10,62                      | 5,034                          | 0,668                            | 0,737                            |
| Znanja s področja makroekonomije      | 10,58                      | 4,359                          | 0,814                            | 0,657                            |
| Znanja s področja gospodarskega prava | 10,91                      | 6,265                          | 0,362                            | 0,869                            |

| Scale Statistics |          |                |            |                        |            |
|------------------|----------|----------------|------------|------------------------|------------|
| Mean             | Variance | Std. Deviation | N of Items | Reliability Statistics |            |
| 14,13            | 8,573    | 2,928          | 4          | Cronbach's Alpha       | N of Items |
|                  |          |                |            | 0,807                  | 4          |

| Item-Total Statistics                 |                            |                                |                                  |                                  |
|---------------------------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
|                                       | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| Temeljni ekonomski pojmi in procesi   | 11,28                      | 5,909                          | 0,767                            | 0,836                            |
| Znanja s področja mikroekonomije      | 11,47                      | 5,116                          | 0,807                            | 0,816                            |
| Znanja s področja makroekonomije      | 11,46                      | 5,206                          | 0,828                            | 0,807                            |
| Znanja s področja gospodarskega prava | 11,39                      | 6,446                          | 0,568                            | 0,905                            |

| Scale Statistics |          |                |            | Reliability Statistics |            |
|------------------|----------|----------------|------------|------------------------|------------|
| Mean             | Variance | Std. Deviation | N of Items | Cronbach's Alpha       | N of Items |
| 15,2             | 9,686    | 3,112          | 4          | 0,878                  | 4          |

### SKLOP 3

| Item-Total Statistics   |                            |                                |                                  |                                  |
|---|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
|   | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| Razumevanje pomena in vpliva turizma  | 38,72                      | 52,204                         | 0,735                            | 0,894                            |
| Poznavanje družboslovja turizma (antropologija, kulturologija, sociologija, psihologija, filozofija, zgodovina turizma) | 39,17                      | 51,748                         | 0,631                            | 0,899                            |
| Razumevanje organiziranosti turističnega gospodarstva (nacionalnega in mednarodnega)                                    | 39,24                      | 50,73                          | 0,699                            | 0,895                            |
| Znanja s področja načrtovanja in razvoja turizma  | 39,22                      | 51,531                         | 0,719                            | 0,894                            |
| Razumevanje logističnih procesov v turizmu  | 39,39                      | 52,858                         | 0,586                            | 0,901                            |
| Poznavanje poslovnih sistemov v turizmu   | 39,33                      | 53,656                         | 0,628                            | 0,899                            |
| Poznavanje vrst turizma in njihovih značilnosti   | 38,54                      | 53,807                         | 0,6                              | 0,900                            |
| Znanja s področja trajnostnega turizma  | 38,78                      | 55,087                         | 0,55                             | 0,902                            |
| Poznavanje strategij trajnostnega razvoja turizma   | 39,26                      | 54,415                         | 0,544                            | 0,902                            |
| Znanja s področja trženja v turizmu   | 39,01                      | 53,691                         | 0,577                            | 0,901                            |
| Poznavanje aktualnih trendov v turizmu  | 39,3                       | 52,017                         | 0,737                            | 0,894                            |
| Poznavanje turističnega proizvoda Slovenije   | 39,28                      | 52,081                         | 0,612                            | 0,900                            |

| Scale Statistics |          |                |            |  |                        |            |
|------------------|----------|----------------|------------|--|------------------------|------------|
| Mean             | Variance | Std. Deviation | N of Items |  | Reliability Statistics |            |
| 42,66            | 62,326   | 7,895          | 12         |  | Cronbach's Alpha       | N of Items |
|                  |          |                |            |  | 0,906                  | 12         |

| Item-Total Statistics   |                            |                                |                                  |                                  |
|---|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
|   | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| Razumevanje pomena in vpliva turizma  | 44,38                      | 68,54                          | 0,845                            | 0,943                            |
| Poznavanje družboslovja turizma (antropologija, kulturologija, sociologija, psihologija, filozofija, zgodovina turizma) | 44,81                      | 70,101                         | 0,643                            | 0,950                            |
| Razumevanje organiziranosti turističnega gospodarstva (nacionalnega in mednarodnega)                                    | 44,61                      | 69,146                         | 0,844                            | 0,943                            |
| Znanja s področja načrtovanja in razvoja turizma  | 44,42                      | 68,877                         | 0,808                            | 0,944                            |
| Razumevanje logističnih procesov v turizmu  | 44,7                       | 69,746                         | 0,761                            | 0,946                            |
| Poznavanje poslovnih sistemov v turizmu   | 44,76                      | 69,748                         | 0,719                            | 0,947                            |
| Poznavanje vrst turizma in njihovih značilnosti   | 44,62                      | 66,458                         | 0,812                            | 0,944                            |
| Znanja s področja trajnostnega turizma  | 44,31                      | 71,258                         | 0,702                            | 0,948                            |
| Poznavanje strategij trajnostnega razvoja turizma   | 44,38                      | 71,006                         | 0,714                            | 0,947                            |
| Znanja s področja trženja v turizmu   | 44,24                      | 72,707                         | 0,667                            | 0,949                            |
| Poznavanje aktualnih trendov v turizmu  | 44,39                      | 68,707                         | 0,854                            | 0,943                            |
| Poznavanje turističnega proizvoda Slovenije   | 44,32                      | 69,619                         | 0,81                             | 0,944                            |

| Scale Statistics |          |                |            |  |                        |            |
|------------------|----------|----------------|------------|--|------------------------|------------|
| Mean             | Variance | Std. Deviation | N of Items |  | Reliability Statistics |            |
| 48,54            | 82,526   | 9,084          | 12         |  | Cronbach's Alpha       | N of Items |
|                  |          |                |            |  | 0,950                  | 12         |

#### SKLOP 4

| Item-Total Statistics                  |                            |                                |                                  |                                  |
|--|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
|  | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| Poznavanje raziskav s področja turizma | 9,24                       | 6,031                          | 0,65                             | 0,789                            |

|   |      |       |       |       |
|---|------|-------|-------|-------|
| Poznavanje in uporaba statistike                | 8,88 | 5,662 | 0,7   | 0,766 |
| Znanja za interpretacijo znanstvenih rezultatov | 9,41 | 6,063 | 0,606 | 0,811 |
| Poznavanje metod in tehnik raziskovalnega dela  | 9,04 | 6,453 | 0,692 | 0,776 |

|                  |          |                |            |  |                        |            |
|------------------|----------|----------------|------------|--|------------------------|------------|
| Scale Statistics |          |                |            |  |                        |            |
| Mean             | Variance | Std. Deviation | N of Items |  | Reliability Statistics |            |
| 12,19            | 10,183   | 3,191          | 4          |  | Cronbach's Alpha       | N of Items |
|                  |          |                |            |  | 0,830                  | 4          |

|   |                            |                                |                                  |                                  |  |
|---|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|--|
| Item-Total Statistics                           |                            |                                |                                  |                                  |  |
|   | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |  |
| Poznavanje raziskav s področja turizma          | 12,28                      | 10,152                         | 0,804                            | 0,940                            |  |
| Poznavanje in uporaba statistike                | 12,38                      | 9,059                          | 0,884                            | 0,914                            |  |
| Znanja za interpretacijo znanstvenih rezultatov | 12,61                      | 8,729                          | 0,858                            | 0,925                            |  |
| Poznavanje metod in tehnik raziskovalnega dela  | 12,44                      | 9,224                          | 0,901                            | 0,909                            |  |

|                  |          |                |            |  |                        |            |
|------------------|----------|----------------|------------|--|------------------------|------------|
| Scale Statistics |          |                |            |  |                        |            |
| Mean             | Variance | Std. Deviation | N of Items |  | Reliability Statistics |            |
| 16,57            | 16,197   | 4,025          | 4          |  | Cronbach's Alpha       | N of Items |
|                  |          |                |            |  | 0,941                  | 4          |

## SKLOP 5

|  |                            |                                |                                  |                                  |
|--|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Item-Total Statistics  |                            |                                |                                  |                                  |
|  | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| Osebnostne kompetence (vseživljensko učenje in osebnostni razvoj)  | 15,84                      | 20,29                          | 0,676                            | 0,906                            |
| Socialne kompetence (predstavitvene sposobnosti, komunikacijske in pogajalske sposobnosti, timsko delo ipd.) | 15,61                      | 19,253                         | 0,777                            | 0,891                            |
| Ustvarjalnost, refleksija in kritično razmišljanje   | 15,99                      | 19                             | 0,816                            | 0,885                            |

|   |       |        |       |       |
|---|-------|--------|-------|-------|
| Poslovna etika  | 15,84 | 18,872 | 0,816 | 0,885 |
| Uporaba informacijsko-komunikacijske tehnologije                      | 15,35 | 22,104 | 0,633 | 0,911 |
| Podjetništvo in razumevanje pomena podjetništva za gospodarski razvoj | 15,75 | 19,911 | 0,801 | 0,888 |

|                  |          |                |            |                        |            |
|------------------|----------|----------------|------------|------------------------|------------|
| Scale Statistics |          |                |            |                        |            |
| Mean             | Variance | Std. Deviation | N of Items | Reliability Statistics |            |
| 18,88            | 28,161   | 5,307          | 6          | Cronbach's Alpha       | N of Items |
|                  |          |                |            | 0,911                  | 6          |

|  |                            |                                |                                  |                                  |
|--|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Item-Total Statistics  |                            |                                |                                  |                                  |
|  | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| Osebnostne kompetence (vseživljensko učenje in osebnostni razvoj)  | 23,48                      | 5,612                          | 0,817                            | 0,845                            |
| Socialne kompetence (predstavitvene sposobnosti, komunikacijske in pogajalske sposobnosti, timsko delo ipd.) | 23,41                      | 6,065                          | 0,547                            | 0,881                            |
| Ustvarjalnost, refleksija in kritično razmišljanje   | 23,61                      | 4,677                          | 0,8                              | 0,841                            |
| Poslovna etika   | 23,48                      | 5,92                           | 0,715                            | 0,861                            |
| Uporaba informacijsko-komunikacijske tehnologije   | 23,59                      | 5,27                           | 0,713                            | 0,856                            |
| Podjetništvo in razumevanje pomena podjetništva za gospodarski razvoj  | 23,76                      | 5,134                          | 0,648                            | 0,871                            |

|                  |          |                |            |                        |            |
|------------------|----------|----------------|------------|------------------------|------------|
| Scale Statistics |          |                |            | Reliability Statistics |            |
| Mean             | Variance | Std. Deviation | N of Items | Cronbach's Alpha       | N of Items |
| 28,27            | 7,659    | 2,768          | 6          | 0,880                  | 6          |

## SKLOP 6

|                       |                            |                                |                                  |                                  |
|-----------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Item-Total Statistics |                            |                                |                                  |                                  |
|                       | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| Angleški jezik        | 10,65                      | 17,673                         | 0,419                            | 0,841                            |
| Italijanski jezik     | 12,14                      | 13,961                         | 0,672                            | 0,778                            |
| Nemški jezik          | 11,82                      | 13,388                         | 0,831                            | 0,733                            |
| Ruski jezik           | 13,14                      | 13,841                         | 0,688                            | 0,773                            |
| Drugi tuji jeziki     | 12,96                      | 13,478                         | 0,556                            | 0,823                            |

| Scale Statistics |          |                |            |                        |            |
|------------------|----------|----------------|------------|------------------------|------------|
| Mean             | Variance | Std. Deviation | N of Items | Reliability Statistics |            |
| 15,18            | 21,668   | 4,655          | 5          | Cronbach's Alpha       | N of Items |
|                  |          |                |            | 0,827                  | 5          |

| Item-Total Statistics |                            |                                |                                  |                                  |  |
|-----------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|--|
|                       | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |  |
| Angleški jezik        | 17,35                      | 12,744                         | 0,225                            | 0,931                            |  |
| Italijanski jezik     | 17,85                      | 8,383                          | 0,803                            | 0,833                            |  |
| Nemški jezik          | 17,77                      | 8,904                          | 0,838                            | 0,831                            |  |
| Ruski jezik           | 18,15                      | 6,808                          | 0,853                            | 0,827                            |  |
| Drugi tuji jeziki     | 18,04                      | 7,19                           | 0,91                             | 0,802                            |  |

| Scale Statistics |          |                |            |                        |            |
|------------------|----------|----------------|------------|------------------------|------------|
| Mean             | Variance | Std. Deviation | N of Items | Reliability Statistics |            |
| 22,29            | 13,36    | 3,655          | 5          | Cronbach's Alpha       | N of Items |
|                  |          |                |            | 0,881                  | 5          |



#### Priloga 4: Analiza rezultatov s pomočjo programa SPSS

Tabela 1: Opisna statistika pomembnosti managerskih in organizacijskih znanj

|   | N  | Povprečje | Std. odklon | Std. napaka povprečja |
|---|----|-----------|-------------|-----------------------|
| Znanja s področja managementa človeških virov         | 90 | 4,28      | 0,779       | 0,082                 |
| Znanja s področja finančnega managementa              | 90 | 4,19      | 0,763       | 0,080                 |
| Znanja s področja strateškega managementa             | 89 | 4,22      | 0,780       | 0,083                 |
| Znanja s področja projektnega managementa             | 90 | 4,20      | 0,782       | 0,082                 |
| Znanja s področja kriznega managementa                | 90 | 4,06      | 0,770       | 0,081                 |
| Znanja s področja managementa kakovosti               | 88 | 4,28      | 0,694       | 0,074                 |
| Znanja s področja managementa trženja in prodaje      | 89 | 4,45      | 0,622       | 0,066                 |
| Znanja s področja managementa procesov                | 88 | 3,66      | 0,786       | 0,084                 |
| Znanja s področja managementa turističnih destinacij  | 87 | 4,43      | 0,741       | 0,079                 |
| Znanja s področja prihodkovnega managementa           | 88 | 4,00      | 0,830       | 0,089                 |
| Znanja s področja hotelskega managementa              | 86 | 4,13      | 0,779       | 0,084                 |
| Znanja s področja managementa živilskih obratov       | 86 | 3,50      | 0,979       | 0,106                 |
| Znanja s področja managementa prireditvev in dogodkov | 87 | 3,98      | 0,835       | 0,090                 |
| Znanja s področja organizacijskega vedenja            | 88 | 4,11      | 0,734       | 0,078                 |
| Računovodska znanja za poslovno odločanje             | 88 | 3,90      | 0,774       | 0,082                 |
| Znanja s področja mednarodnega poslovanja             | 88 | 4,07      | 0,724       | 0,077                 |
| Znanja s področja e-poslovanja                        | 88 | 3,93      | 0,894       | 0,095                 |
| Znanja s področja poslovne informatike                | 88 | 3,75      | 0,938       | 0,100                 |
| Poznavanje in uporaba informacijskih sistemov         | 88 | 4,10      | 0,803       | 0,086                 |

*Tabela 2: Prikaz rezultatov t-testa za en vzorec za preverjanje prve hipoteze o pomembnosti managerskih in organizacijskih znanj*

|  | Testna vrednost = 4 |    |                                      |                         |                           |        |
|--|---------------------|----|--------------------------------------|-------------------------|---------------------------|--------|
|  | t                   | df | Asimp.<br>p-vrednost<br>(2-stranska) | Razlika v<br>povprečjih | 95-% interval<br>zaupanja |        |
|  |                     |    |                                      |                         | Nizki                     | Visoki |
| Znanja s področja managementa človeških virov        | 3,381               | 89 | 0,001                                | 0,278                   | 0,11                      | 0,44   |
| Znanja s področja finančnega managementa             | 2,349               | 89 | 0,021                                | 0,189                   | 0,03                      | 0,35   |
| Znanja s področja strateškega managementa            | 2,719               | 88 | 0,008                                | 0,225                   | 0,06                      | 0,39   |
| Znanja s področja projektnega managementa            | 2,427               | 89 | 0,017                                | 0,200                   | 0,04                      | 0,36   |
| Znanja s področja kriznega managementa               | 0,685               | 89 | 0,495                                | 0,056                   | -0,11                     | 0,22   |
| Znanja s področja managementa kakovosti              | 3,840               | 87 | 0,000                                | 0,284                   | 0,14                      | 0,43   |
| Znanja s področja managementa trženja in prodaje     | 6,819               | 88 | 0,000                                | 0,449                   | 0,32                      | 0,58   |
| Znanja s področja managementa procesov               | -4,068              | 87 | 0,000                                | -0,341                  | -0,51                     | -0,17  |
| Znanja s področja managementa turističnih destinacij | 5,351               | 86 | 0,000                                | 0,425                   | 0,27                      | 0,58   |
| Znanja s področja prihodkovnega managementa          | 0,000               | 87 | 1,000                                | 0,000                   | -0,18                     | 0,18   |
| Znanja s področja hotelskega managementa             | 1,523               | 85 | 0,132                                | 0,128                   | -0,04                     | 0,29   |
| Znanja s področja managementa živilskih obratov      | -4,735              | 85 | 0,000                                | -0,500                  | -0,71                     | -0,29  |
| Znanja s področja managementa prireditev in dogodkov | -0,257              | 86 | 0,798                                | -0,023                  | -0,20                     | 0,15   |
| Znanja s področja organizacijskega vedenja           | 1,452               | 87 | 0,150                                | 0,114                   | -0,04                     | 0,27   |
| Računovodska znanja za poslovno odločanje            | -1,240              | 87 | 0,218                                | -0,102                  | -0,27                     | 0,06   |
| Znanja s področja mednarodnega poslovanja            | 0,884               | 87 | 0,379                                | 0,068                   | -0,09                     | 0,22   |
| Znanja s področja e-poslovanja                       | -0,715              | 87 | 0,476                                | -0,068                  | -0,26                     | 0,12   |
| Znanja s področja poslovne informatike               | -2,501              | 87 | 0,014                                | -0,250                  | -0,45                     | -0,05  |
| Poznavanje in uporaba informacijskih sistemov        | 1,195               | 87 | 0,235                                | 0,102                   | -0,07                     | 0,27   |

*Tabela 3: Opisna statistika zastopanosti managerskih in organizacijskih znanj*

|   | N  | Povprečje | Std. odklon | Std. napaka povprečja |
|---|----|-----------|-------------|-----------------------|
| Znanja s področja managementa človeških virov           | 94 | 3,50      | 0,864       | 0,089                 |
| Znanja s področja finančnega managementa                | 94 | 3,52      | 0,924       | 0,095                 |
| Znanja s področja strateškega managementa               | 94 | 3,63      | 0,867       | 0,089                 |
| Znanja s področja projektnega managementa               | 94 | 3,23      | 0,944       | 0,097                 |
| Znanja s področja kriznega managementa                  | 94 | 2,60      | 1,120       | 0,116                 |
| Znanja s področja managementa kakovosti                 | 92 | 3,05      | 0,953       | 0,099                 |
| Znanja s področja managementa trženja in prodaje        | 92 | 3,64      | 0,933       | 0,097                 |
| Znanja s področja managementa procesov                  | 90 | 2,99      | 0,954       | 0,101                 |
| Znanja s področja managementa turističnih destinacij    | 90 | 3,59      | 1,004       | 0,106                 |
| Znanja s področja prihodkovnega managementa             | 90 | 3,00      | 1,017       | 0,107                 |
| Znanja s področja hotelskega managementa                | 90 | 3,23      | 1,102       | 0,116                 |
| Znanja s področja managementa živilskih obratov         | 90 | 2,71      | 1,063       | 0,112                 |
| Znanja s področja managementa prirediteljev in dogodkov | 90 | 3,01      | 1,086       | 0,114                 |
| Znanja s področja organizacijskega vedenja              | 90 | 3,50      | 0,927       | 0,098                 |
| Računovodska znanja za poslovno odločanje               | 90 | 3,38      | 0,967       | 0,102                 |
| Znanja s področja mednarodnega poslovanja               | 88 | 3,41      | 1,068       | 0,114                 |
| Znanja s področja e-poslovanja                          | 90 | 3,34      | 1,093       | 0,115                 |
| Znanja s področja poslovne informatike                  | 90 | 3,24      | 1,020       | 0,108                 |
| Poznavanje in uporaba informacijskih sistemov           | 90 | 3,23      | 1,017       | 0,107                 |

*Vir: Lastno delo.*

Tabela 4: Prikaz rezultatov t-testa za en vzorec za preverjanje prve hipoteze o zastopanosti managerskih in organizacijskih znanj

|  | Testna vrednost = 3 |    |                                      |                         |                           |        |
|--|---------------------|----|--------------------------------------|-------------------------|---------------------------|--------|
|  | t                   | df | Asimp.<br>p-vrednost<br>(2-stranska) | Razlika v<br>povprečjih | 95-% interval<br>zaupanja |        |
|  |                     |    |                                      |                         | Nizki                     | Visoki |
| Znanja s področja managementa človeških virov        | 5,608               | 93 | 0,000                                | 0,500                   | 0,32                      | 0,68   |
| Znanja s področja finančnega managementa             | 5,468               | 93 | 0,000                                | 0,521                   | 0,33                      | 0,71   |
| Znanja s področja strateškega managementa            | 7,016               | 93 | 0,000                                | 0,628                   | 0,45                      | 0,81   |
| Znanja s področja projektnega managementa            | 2,404               | 93 | 0,018                                | 0,234                   | 0,04                      | 0,43   |
| Znanja s področja kriznega managementa               | -3,500              | 93 | 0,001                                | -0,404                  | -0,63                     | -0,17  |
| Znanja s področja managementa kakovosti              | 0,547               | 91 | 0,586                                | 0,054                   | -0,14                     | 0,25   |
| Znanja s področja managementa trženja in prodaje     | 6,595               | 91 | 0,000                                | 0,641                   | 0,45                      | 0,83   |
| Znanja s področja managementa procesov               | -0,110              | 89 | 0,912                                | -0,011                  | -0,21                     | 0,19   |
| Znanja s področja managementa turističnih destinacij | 5,562               | 89 | 0,000                                | 0,589                   | 0,38                      | 0,80   |
| Znanja s področja prihodkovnega managementa          | 0,000               | 89 | 1,000                                | 0,000                   | -0,21                     | 0,21   |
| Znanja s področja hotelskega managementa             | 2,009               | 89 | 0,048                                | 0,233                   | 0,00                      | 0,46   |
| Znanja s področja managementa živilskih obratov      | -2,579              | 89 | 0,012                                | -0,289                  | -0,51                     | -0,07  |
| Znanja s področja managementa prireditev in dogodkov | 0,097               | 89 | 0,923                                | 0,011                   | -0,22                     | 0,24   |
| Znanja s področja organizacijskega vedenja           | 5,116               | 89 | 0,000                                | 0,500                   | 0,31                      | 0,69   |
| Računovodska znanja za poslovno odločanje            | 3,708               | 89 | 0,000                                | 0,378                   | 0,18                      | 0,58   |
| Znanja s področja mednarodnega poslovanja            | 3,593               | 87 | 0,001                                | 0,409                   | 0,18                      | 0,64   |
| Znanja s področja e-poslovanja                       | 2,990               | 89 | 0,004                                | 0,344                   | 0,12                      | 0,57   |
| Znanja s področja poslovne informatike               | 2,273               | 89 | 0,025                                | 0,244                   | 0,03                      | 0,46   |
| Poznavanje in uporaba informacijskih sistemov        | 2,176               | 89 | 0,032                                | 0,233                   | 0,02                      | 0,45   |

Vir: Lastno delo.

Tabela 5: Opisna statistika pomembnosti teoretičnih znanj

|   | N  | Povprečje | Std. odklon | Std. napaka povprečja |
|---|----|-----------|-------------|-----------------------|
| Razumevanje pomena in vpliva turizma  | 82 | 4,22      | 0,930       | 0,103                 |
| Poznavanje družboslovja turizma (antropologija, kulturologija, sociologija, psihologija, filozofija, zgodovina turizma) | 82 | 3,77      | 1,022       | 0,113                 |
| Razumevanje organiziranosti turističnega gospodarstva (nacionalnega in mednarodnega)                                    | 82 | 3,96      | 0,909       | 0,100                 |
| Znanja s področja načrtovanja in razvoja turizma  | 80 | 4,13      | 0,919       | 0,103                 |
| Razumevanje logističnih procesov v turizmu  | 81 | 3,89      | 0,935       | 0,104                 |
| Poznavanje poslovnih sistemov v turizmu   | 82 | 3,83      | 0,991       | 0,109                 |
| Poznavanje vrst turizma in njihovih značilnosti   | 82 | 3,96      | 1,116       | 0,123                 |
| Znanja s področja trajnostnega turizma  | 79 | 4,28      | 0,876       | 0,099                 |
| Poznavanje strategij trajnostnega razvoja turizma   | 82 | 4,20      | 0,895       | 0,099                 |
| Znanja s področja trženja v turizmu   | 80 | 4,34      | 0,795       | 0,089                 |
| Poznavanje aktualnih trendov v turizmu  | 82 | 4,17      | 0,927       | 0,102                 |
| Poznavanje turističnega proizvoda Slovenije   | 82 | 4,24      | 0,883       | 0,097                 |

Vir: Lastno delo.

Tabela 6: Prikaz rezultatov t-testa za en vzorec za preverjanje prve hipoteze o pomembnosti teoretičnih znanj

|   | Testna vrednost = 2,5 |    |                                |                      |                        |        |
|---|-----------------------|----|--------------------------------|----------------------|------------------------|--------|
|   | t                     | df | Asimp. p-vrednost (2-stranska) | Razlika v povprečjih | 95-% interval zaupanja |        |
|   |                       |    |                                |                      | Nizki                  | Visoki |
| Razumevanje pomena in vpliva turizma  | 16,744                | 81 | 0,000                          | 1,720                | 1,52                   | 1,92   |
| Poznavanje družboslovja turizma (antropologija, kulturologija, sociologija, psihologija, filozofija, zgodovina turizma) | 11,238                | 81 | 0,000                          | 1,268                | 1,04                   | 1,49   |
| Razumevanje organiziranosti turističnega gospodarstva (nacionalnega in mednarodnega)                                    | 14,583                | 81 | 0,000                          | 1,463                | 1,26                   | 1,66   |
| Znanja s področja načrtovanja in razvoja turizma  | 15,812                | 79 | 0,000                          | 1,625                | 1,42                   | 1,83   |
| Razumevanje logističnih procesov v turizmu  | 13,363                | 80 | 0,000                          | 1,389                | 1,18                   | 1,60   |
| Poznavanje poslovnih sistemov v turizmu   | 12,142                | 81 | 0,000                          | 1,329                | 1,11                   | 1,55   |
| Poznavanje vrst turizma in njihovih značilnosti   | 11,874                | 81 | 0,000                          | 1,463                | 1,22                   | 1,71   |
| Znanja s področja trajnostnega turizma  | 18,042                | 78 | 0,000                          | 1,778                | 1,58                   | 1,97   |
| Poznavanje strategij trajnostnega razvoja turizma   | 17,151                | 81 | 0,000                          | 1,695                | 1,50                   | 1,89   |
| Znanja s področja trženja v turizmu   | 20,682                | 79 | 0,000                          | 1,838                | 1,66                   | 2,01   |

|   | Testna vrednost = 2,5 |    |                                      |                         |                           |        |
|---|-----------------------|----|--------------------------------------|-------------------------|---------------------------|--------|
|   | t                     | df | Asimp.<br>p-vrednost<br>(2-stranska) | Razlika v<br>povprečjih | 95-% interval<br>zaupanja |        |
|   |                       |    |                                      |                         | Nizki                     | Visoki |
| Poznavanje aktualnih trendov v turizmu      | 16,320                | 81 | 0,000                                | 1,671                   | 1,47                      | 1,87   |
| Poznavanje turističnega proizvoda Slovenije | 17,889                | 81 | 0,000                                | 1,744                   | 1,55                      | 1,94   |

Vir: Lastno delo.

Tabela 7: Opisna statistika zastopanosti teoretičnega znanja

|   | N  | Povprečje | Std. odklon | Std. napaka<br>povprečja |
|---|----|-----------|-------------|--------------------------|
| Razumevanje pomena in vpliva turizma  | 82 | 3,94      | 0,880       | 0,097                    |
| Poznavanje družboslovja turizma (antropologija, kulturologija, sociologija, psihologija, filozofija, zgodovina turizma) | 82 | 3,49      | 1,045       | 0,115                    |
| Razumevanje organiziranosti turističnega gospodarstva (nacionalnega in mednarodnega)                                    | 82 | 3,41      | 1,054       | 0,116                    |
| Znanja s področja načrtovanja in razvoja turizma  | 82 | 3,44      | 0,957       | 0,106                    |
| Razumevanje logističnih procesov v turizmu  | 82 | 3,27      | 0,994       | 0,110                    |
| Poznavanje poslovnih sistemov v turizmu   | 82 | 3,33      | 0,861       | 0,095                    |
| Poznavanje vrst turizma in njihovih značilnosti   | 82 | 4,12      | 0,880       | 0,097                    |
| Znanja s področja trajnostnega turizma  | 82 | 3,88      | 0,807       | 0,089                    |
| Poznavanje strategij trajnostnega razvoja turizma   | 82 | 3,40      | 0,887       | 0,098                    |
| Znanja s področja trženja v turizmu   | 82 | 3,65      | 0,921       | 0,102                    |
| Poznavanje aktualnih trendov v turizmu  | 82 | 3,35      | 0,894       | 0,099                    |
| Poznavanje turističnega proizvoda Slovenije   | 82 | 3,38      | 1,038       | 0,115                    |

Vir: Lastno delo.

Tabela 8: Prikaz rezultatov t-testa za en vzorec za preverjanje prve hipoteze o zastopanosti teoretičnih znanj

|   | Testna vrednost = 4 |    |                                      |                         |                           |        |
|---|---------------------|----|--------------------------------------|-------------------------|---------------------------|--------|
|   | T                   | df | Asimp.<br>p-vrednost<br>(2-stranska) | Razlika v<br>povprečjih | 95-% interval<br>zaupanja |        |
|   |                     |    |                                      |                         | Nizki                     | Visoki |
| Razumevanje pomena in vpliva turizma  | -0,628              | 81 | 0,532                                | -0,061                  | -0,25                     | 0,13   |
| Poznavanje družboslovja turizma (antropologija, kulturologija, sociologija, | -4,438              | 81 | 0,000                                | -0,512                  | -0,74                     | -0,28  |

|   | Testna vrednost = 4 |    |                                      |                         |                           |        |
|---|---------------------|----|--------------------------------------|-------------------------|---------------------------|--------|
|   | T                   | df | Asimp.<br>p-vrednost<br>(2-stranska) | Razlika v<br>povprečjih | 95-% interval<br>zaupanja |        |
|   |                     |    |                                      |                         | Nizki                     | Visoki |
| psihologija, filozofija,<br>zgodovina turizma)  |                     |    |                                      |                         |                           |        |
| Razumevanje organiziranosti<br>turističnega<br>gospodarstva (nacionalnega in<br>mednarodnega) | -5,031              | 81 | 0,000                                | -0,585                  | -0,82                     | -0,35  |
| Znanja s področja načrtovanja<br>in razvoja turizma   | -5,308              | 81 | 0,000                                | -0,561                  | -0,77                     | -0,35  |
| Razumevanje logističnih<br>procesov v turizmu   | -6,663              | 81 | 0,000                                | -0,732                  | -0,95                     | -0,51  |
| Poznavanje poslovnih<br>sistemov v turizmu  | -7,051              | 81 | 0,000                                | -0,671                  | -0,86                     | -0,48  |
| Poznavanje vrst turizma in<br>njihovih značilnosti  | 1,254               | 81 | 0,213                                | 0,122                   | -0,07                     | 0,32   |
| Znanja s področja trajnostnega<br>turizma   | -1,368              | 81 | 0,175                                | -0,122                  | -0,30                     | 0,06   |
| Poznavanje strategij<br>trajnostnega razvoja turizma  | -6,101              | 81 | 0,000                                | -0,598                  | -0,79                     | -0,40  |
| Znanja s področja trženja v<br>turizmu  | -3,476              | 81 | 0,001                                | -0,354                  | -0,56                     | -0,15  |
| Poznavanje aktualnih trendov<br>v turizmu   | -6,547              | 81 | 0,000                                | -0,646                  | -0,84                     | -0,45  |
| Poznavanje turističnega<br>proizvoda Slovenije  | -5,426              | 81 | 0,000                                | -0,622                  | -0,85                     | -0,39  |

*Vir: Lastno delo.*

*Tabela 9: Korelacija raziskovalnih in prenosljivih znanj po pomembnosti*

|                                     |                                   | Raziskovalna_znanja<br>_pomembnosti | Prenosljivost_znanja<br>_pomembnosti |
|-------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|
| Raziskovalna_znanja_pom<br>embnost  | Koeficient<br>korelacije          | 1,000                               | 0,645**                              |
|                                     | Asimp. p-vrednost<br>(2-stranska) |                                     | 0,000                                |
|                                     | N                                 | 79                                  | 78                                   |
| Prenosljivost_znanja_pom<br>embnost | Koeficient<br>korelacije          | 0,645**                             | 1,000                                |
|                                     | Asimp. p-vrednost<br>(2-stranska) | 0,000                               |                                      |
|                                     | N                                 | 78                                  | 79                                   |

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*Vir: Lastno delo.*

Tabela 10: Korelacija raziskovalnih in prenosljivih znanj po zastopanosti

|                                  |                                | Raziskovalna_znanja_zastopanost | Prenosljivost_znanja_zastopanost |
|----------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|
| Raziskovalna_znanja_zastopanost  | Koeficient korelacije          | 1,000                           | 0,600**                          |
|                                  | Asimp. p-vrednost (2-stranska) |                                 | 0,000                            |
|                                  | N                              | 78                              | 78                               |
| Prenosljivost_znanja_zastopanost | Koeficient korelacije          | 0,600**                         | 1,000                            |
|                                  | Asimp. p-vrednost (2-stranska) | 0,000                           |                                  |
|                                  | N                              | 78                              | 80                               |

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Vir: Lastno delo.

Tabela 11: Korelacija tujih jezikov za poslovni namen po pomembnosti in zastopanosti

|                         |                                | Tuji_jeziki_zastopanost | Tuji_jeziki_pomembnost |
|-------------------------|--------------------------------|-------------------------|------------------------|
| Tuji_jeziki_zastopanost | Koeficient korelacije          | 1                       | 0,275                  |
|                         | Asimp. p-vrednost (2-stranska) |                         | 0,062                  |
|                         | N                              | 51                      | 47                     |
| Tuji_jeziki_pomembnost  | Koeficient korelacije          | 0,275                   | 1                      |
|                         | Asimp. p-vrednost (2-stranska) | 0,062                   |                        |
|                         | N                              | 47                      | 48                     |

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Vir: Lastno delo.

Tabela 12: Levenov test homogenosti varianc

|                                 | Levenova statistika | df1 | df2 | Asimp. p-vrednost |
|---------------------------------|---------------------|-----|-----|-------------------|
| Raziskovalna_znanja_pomembnost  | 3,030               | 5   | 69  | ,016              |
| Prenosljivost_znanja_pomembnost | 4,515               | 5   | 69  | ,001              |
| Tuji_jeziki_pomembnost          | 2,239               | 5   | 42  | ,068              |
| Managerska_org_pomembnost       | 2,143               | 5   | 63  | ,072              |
| Ekonomija_pravo_pomembnost      | 1,598               | 5   | 70  | ,172              |
| Teorija_pomembnost              | 2,148               | 5   | 64  | ,071              |

Vir: Lastno delo.



Tabela 13: ANOVA

|                                 | Vsota kvadratov | df | Povprečje kvadratov | F     | Asimp. p-vrednost |
|---------------------------------|-----------------|----|---------------------|-------|-------------------|
| Raziskovalna_znanja_pomembnost  | 8,222           | 5  | 1,371               | 1,850 | 0,114             |
| Prenosljivost_znanja_pomembnost | 2,060           | 5  | 0,349               | 1,964 | 0,095             |
| Tuji_jeziki_pomembnost          | 2,485           | 5  | 0,497               | 0,922 | 0,476             |
| Managerska_org_pomembnost       | 1,089           | 5  | 0,186               | 0,745 | 0,593             |
| Ekonomija_pravo_pomembnost      | 3,031           | 5  | 0,537               | 0,943 | 0,459             |
| Teorija_pomembnost              | 16,960          | 5  | 2,827               | 6,614 | 0,000             |

Vir: Lastno delo.

Tabela 14: Welch test

|                                 | Asimp. F | df1 | df2 | p-vrednost |
|---------------------------------|----------|-----|-----|------------|
| Raziskovalna_znanja_pomembnost  | Welch    | .   | .   | .          |
| Prenosljivost_znanja_pomembnost | Welch    | .   | .   | .          |

a. Robust tests of equality of means cannot be performed for Raziskovalna\_znanja\_pomembnost because at least one group has 0 variance.

b. Robust tests of equality of means cannot be performed for Prenosljivost\_znanja\_pomembnost because at least one group has 0 variance.

Vir: Lastno delo.

Tabela 15: Mnogotere primerjave

| Dependent Variable | (I) Sektor   | (J) Sektor   | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig.  | 95% Confidence Interval |             |
|--------------------|--|--|-----------------------|------------|-------|-------------------------|-------------|
|                    |  |  |                       |            |       | Lower Bound             | Upper Bound |
| Teorija_pomembnost | 1 Transport  | 2 Ponudniki namestitvenih zmogljivosti in gostinstvo | -,50130               | ,37309     | ,760  | -1,5974                 | ,5948       |
|                    |  | 3 Potovalne agencije in turistični organizatorji     | -1,24976*             | ,35994     | ,011  | -2,3072                 | -,1923      |
|                    |  | 4 Destinacije in LTO                                 | -1,19256*             | ,35479     | ,016  | -2,2349                 | -,1503      |
|                    |  | 5 Svetovanje, raziskave in mediji                    | ,23636                | ,45292     | ,995  | -1,0942                 | 1,5669      |
|                    |  | 6 Vladne in nevladne organizacije                    | -,69091               | ,45292     | ,649  | -2,0215                 | ,6397       |
|                    |  | 1 Transport  | ,50130                | ,37309     | ,760  | -,5948                  | 1,5974      |
|                    | 2 Ponudniki namestitvenih zmogljivosti in gostinstvo | 3 Potovalne agencije in turistični organizatorji     | -,74846*              | ,25223     | ,046  | -1,4895                 | -,0074      |
|                    |  | 4 Destinacije in LTO                                 | -,69126               | ,24483     | ,066  | -1,4105                 | ,0280       |
|                    |  | 5 Svetovanje, raziskave in mediji                    | ,73766                | ,37309     | ,367  | -,3584                  | 1,8337      |
|                    |  | 6 Vladne in nevladne organizacije                    | -,18961               | ,37309     | ,996  | -1,2857                 | ,9065       |
|                    |  | 1 Transport  | 1,24976*              | ,35994     | ,011  | ,1923                   | 2,3072      |
|                    |  | 2 Ponudniki namestitvenih zmogljivosti in gostinstvo | ,74846*               | ,25223     | ,046  | ,0074                   | 1,4895      |
|                    | 3 Potovalne agencije in turistični organizatorji     | 4 Destinacije in LTO                                 | ,05720                | ,22428     | 1,000 | -,6017                  | ,7161       |
|                    |  | 5 Svetovanje, raziskave in mediji                    | 1,48612*              | ,35994     | ,001  | ,4287                   | 2,5436      |
|                    |  | 6 Vladne in nevladne organizacije                    | ,55885                | ,35994     | ,632  | -,4986                  | 1,6163      |
|                    |  | 1 Transport  | 1,19256*              | ,35479     | ,016  | ,1503                   | 2,2349      |
|                    | 4 Destinacije in LTO                                 | 2 Ponudniki namestitvenih zmogljivosti in gostinstvo | -,69126               | ,24483     | ,066  | -,0280                  | 1,4105      |

| Dependent Variable | (I) Sektor                        | (J) Sektor   | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig.  | 95% Confidence Interval |             |
|--------------------|-----------------------------------|--|-----------------------|------------|-------|-------------------------|-------------|
|                    |                                   |  |                       |            |       | Lower Bound             | Upper Bound |
|                    |                                   | 3 Potovalne agencije in turistični organizatorji     | -,05720               | ,22428     | 1,000 | -,7161                  | ,6017       |
|                    |                                   | 5 Svetovanje, raziskave in mediji                    | 1,42893*              | ,35479     | ,002  | ,3866                   | 2,4712      |
|                    |                                   | 6 Vladne in nevladne organizacije                    | ,50165                | ,35479     | ,719  | -,5407                  | 1,5440      |
|                    | 5 Svetovanje, raziskave in mediji | 1 Transport  | -,23636               | ,45292     | ,995  | -1,5669                 | 1,0942      |
|                    |                                   | 2 Ponudniki namestitvenih zmogljivosti in gostinstvo | -,73766               | ,37309     | ,367  | -1,8337                 | ,3584       |
|                    |                                   | 3 Potovalne agencije in turistični organizatorji     | -1,48612*             | ,35994     | ,001  | -2,5436                 | -,4287      |
|                    |                                   | 4 Destinacije in LTO                                 | -1,42893*             | ,35479     | ,002  | -2,4712                 | -,3866      |
|                    |                                   | 6 Vladne in nevladne organizacije                    | -,92727               | ,45292     | ,328  | -2,2579                 | ,4033       |
|                    | 6 Vladne in nevladne organizacije | 1 Transport  | ,69091                | ,45292     | ,649  | -,6397                  | 2,0215      |
|                    |                                   | 2 Ponudniki namestitvenih zmogljivosti in gostinstvo | ,18961                | ,37309     | ,996  | -,9065                  | 1,2857      |
|                    |                                   | 3 Potovalne agencije in turistični organizatorji     | -,55885               | ,35994     | ,632  | -1,6163                 | ,4986       |
|                    |                                   | 4 Destinacije in LTO                                 | -,50165               | ,35479     | ,719  | -1,5440                 | ,5407       |
|                    |                                   | 5 Svetovanje, raziskave in mediji                    | ,92727                | ,45292     | ,328  | -,4033                  | 2,2579      |

Vir: Lastno delo.

Tabela 16: Levenov test homogenosti varianc

|                                  | Levenova statistika | Df1 | Df2 | Asimp. p-vrednost |
|----------------------------------|---------------------|-----|-----|-------------------|
| Raziskovalna_znanja_zastopanost  | 3,114               | 5   | 68  | 0,014             |
| Prenosljivost_znanja_zastopanost | 4,539               | 5   | 70  | 0,001             |
| Tuji_jeziki_zastopanost          | 1,625               | 5   | 45  | 0,173             |
| Managerska_org_zastopanost       | 3,408               | 5   | 68  | 0,008             |
| Ekonomija_pravo_zastopanost      | 1,543               | 5   | 70  | 0,188             |
| Teorija_zastopanost              | 4,919               | 5   | 70  | 0,001             |

Vir: Lastno delo.

Tabela 17: Welchov test

|                                  | Asimp. F | df | df2    | Asimp. p-vrednost |
|----------------------------------|----------|----|--------|-------------------|
| Raziskovalna_znanja_zastopanost  | 2,953    | 5  | 22,161 | 0,034             |
| Prenosljivost_znanja_zastopanost | 2,233    | 5  | 23,172 | 0,085             |
| Tuji_jeziki_zastopanost          | 0,898    | 5  | 12,982 | 0,511             |
| Managerska_org_zastopanost       | 0,290    | 5  | 20,208 | 0,913             |
| Ekonomija_pravo_zastopanost      | 0,248    | 5  | 18,370 | 0,058             |
| Teorija_zastopanost              | 0,932    | 5  | 20,190 | 0,481             |

Vir: Lastno delo.

Tabela 18: Mnogotere primerjave

| Dependent Variable              | (I) Sektor   | (J) Sektor   | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig.  | 95% Confidence Interval |             |
|---------------------------------|--|--|-----------------------|------------|-------|-------------------------|-------------|
|                                 |  |  |                       |            |       | Lower Bound             | Upper Bound |
| Raziskovalna_znanja_zastopanost | 1 Transport  | 2 Ponudniki namestitvenih zmogljivosti in gostinstvo | ,12813                | ,23332     | ,993  | -,6242                  | ,8805       |
|                                 |  | 3 Potovalne agencije in turistični organizatorji     | -,34286               | ,26048     | ,773  | -1,1585                 | ,4728       |
|                                 |  | 4 Destinacije in LTO                                 | -,67500               | ,22906     | ,081  | -1,4089                 | ,0589       |
|                                 |  | 5 Svetovanje, raziskave in mediji                    | ,12143                | ,20306     | ,989  | -,5918                  | ,8347       |
|                                 |  | 6 Vladne in nevladne organizacije                    | -,05000               | ,17678     | 1,000 | -,7176                  | ,6176       |
|                                 | 2 Ponudniki namestitvenih zmogljivosti in gostinstvo | 1 Transport  | -,12813               | ,23332     | ,993  | -,8805                  | ,6242       |
|                                 |  | 3 Potovalne agencije in turistični organizatorji     | -,47098               | ,28246     | ,561  | -1,3222                 | ,3802       |
|                                 |  | 4 Destinacije in LTO                                 | -,80313*              | ,25378     | ,036  | -1,5701                 | -,0362      |
|                                 |  | 5 Svetovanje, raziskave in mediji                    | -,00670               | ,23059     | 1,000 | -,7308                  | ,7174       |
|                                 |  | 6 Vladne in nevladne organizacije                    | -,17813               | ,20781     | ,952  | -,8349                  | ,4787       |
|                                 | 3 Potovalne agencije in turistični organizatorji     | 1 Transport  | ,34286                | ,26048     | ,773  | -,4728                  | 1,1585      |
|                                 |  | 2 Ponudniki namestitvenih zmogljivosti in gostinstvo | ,47098                | ,28246     | ,561  | -,3802                  | 1,3222      |
|                                 |  | 4 Destinacije in LTO                                 | -,33214               | ,27895     | ,839  | -1,1691                 | ,5048       |
|                                 |  | 5 Svetovanje, raziskave in mediji                    | ,46429                | ,25803     | ,484  | -,3301                  | 1,2587      |
|                                 | 4 Destinacije in LTO                                 | 6 Vladne in nevladne organizacije                    | ,29286                | ,23790     | ,818  | -,4428                  | 1,0285      |
|                                 |  | 1 Transport  | ,67500                | ,22906     | ,081  | -,0589                  | 1,4089      |
|                                 |  | 2 Ponudniki namestitvenih zmogljivosti in gostinstvo | ,80313*               | ,25378     | ,036  | ,0362                   | 1,5701      |
|                                 |  | 3 Potovalne agencije in turistični organizatorji     | ,33214                | ,27895     | ,839  | -,5048                  | 1,1691      |
|                                 |  | 5 Svetovanje, raziskave in mediji                    | ,79643*               | ,22627     | ,021  | ,0923                   | 1,5006      |
|                                 |  | 6 Vladne in nevladne organizacije                    | ,62500                | ,20302     | ,054  | -,0068                  | 1,2568      |
|                                 | 5 Svetovanje, raziskave in mediji                    | 1 Transport  | -,12143               | ,20306     | ,989  | -,8347                  | ,5918       |
|                                 |  | 2 Ponudniki namestitvenih zmogljivosti in gostinstvo | ,00670                | ,23059     | 1,000 | -,7174                  | ,7308       |
|                                 |  | 3 Potovalne agencije in turistični organizatorji     | -,46429               | ,25803     | ,484  | -1,2587                 | ,3301       |
|                                 |  | 4 Destinacije in LTO                                 | -,79643*              | ,22627     | ,021  | -1,5006                 | -,0923      |
|                                 |  | 6 Vladne in nevladne organizacije                    | -,17143               | ,17316     | ,911  | -,7751                  | ,4322       |
|                                 | 6 Vladne in nevladne organizacije                    | 1 Transport  | ,05000                | ,17678     | 1,000 | -,6176                  | ,7176       |
|                                 |  | 2 Ponudniki namestitvenih zmogljivosti in gostinstvo | ,17813                | ,20781     | ,952  | -,4787                  | ,8349       |
|                                 |  | 3 Potovalne agencije in turistični organizatorji     | -,29286               | ,23790     | ,818  | -1,0285                 | ,4428       |
|                                 |  | 4 Destinacije in LTO                                 | -,62500               | ,20302     | ,054  | -1,2568                 | ,0068       |
|                                 |  | 5 Svetovanje, raziskave in mediji                    | ,17143                | ,17316     | ,911  | -,4322                  | ,7751       |

Vir: Lastno delo.