

**UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA**

**DIPLOMSKO DELO
PROJEKT UVAJANJA E-IZOBRAŽEVANJA V PODJETJU A**

Ljubljana, december 2009

URŠKA DVORAČEK

Izjava

Študent/ka Urška Dvoraček izjavljam, da sem avtor/ica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom mag. Roka Stritarja in dovolim njegovo objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 12.10.2009 Podpis: _____

KAZALO

UVOD	1
NAMEN IN CILJI DIPLOMSKEGA DELA	1
METODOLOGIJA	2
1 TEORETIČNE OSNOVE IZOBRAŽEVANJA ODRASLIH	3
1.1 IZOBRAŽEVANJE IN USPOSABLJANJE	4
1.2 FORMALNO IN NEFORMALNO IZOBRAŽEVANJE	5
1.3 OBLIKE IN METODE IZOBRAŽEVANJA	6
1.4 IZOBRAŽEVALNE POTREBE	7
1.5 UČNA SREDSTVA	8
2 UČENJE NA DALJAVO IN E-IZOBRAŽEVANJE	10
2.1 RAZVOJ SKOZI ZGODOVINO	10
2.2 RAZLIKE MED KLASIČNIM IZOBRAŽEVANJEM IN IZOBRAŽEVANJEM NA DALJAVO	13
2.3 E-IZOBRAŽEVANJE KOT TREND IZOBRAŽEVANJA	15
2.3.1 E-izobraževanje v Sloveniji in EU	16
2.4 PREDNOSTI IN SLABOSTI E- IZOBRAŽEVANJA	19
2.5 USPEŠNI PONUDNIKI E-IZOBRAŽEVANJA NA SLOVENSКИH TLEH	20
3 O PODJETJU A IN NJEGOVIH STORITVAH	25
3.1 IZOBRAŽEVALNE STORITVE V PODJETJU A	26
3.1.1 Izobraževanja podjetja A	26
3.1.2 SWOT matrika podjetja A za izobraževalno dejavnost.....	28
3.2 PREDSTAVITEV PODJETJA Z UPORABO FINANČNIH KAZALNIKOV	29
3.3 PRIMERJAVA STROŠKOV KLASIČNE IZVEDBE TEČAJEV IN E-TEČAJEV	30
3.4 PREGLED GLAVNIH KONKURENČNIH PODJETIJ IN NJIHOVE IZOBRAŽEVALNE PONUDBE	34
3.4.1 AVTENTA.SI	34
3.4.2 SRC	35
3.4.3 S& T	35
4 PREDLOG SPLETNEGA UČNEGA CENTRA PODJETJA A	36
4.1 MATERIALNA SREDSTVA ZA IZVEDBO IZOBRAŽEVANJA	37
4.2 OPREMA PRI KONČNIH UPORABNIKI H	38
4.3 IZVAJANJE IZOBRAŽEVALNIH VSEBIN	38
4.4 PROGRAMSKA OPREMA ZA IZVAJANJE IZOBRAŽEVANJA	39
4.5 PREDLOG VEČJEGA OBSEGA SPLETNEGA OGLAŠEVANJA	40
SKLEP	43
LITERATURA IN VIRI	44
PRILOGA	

KAZALO SLIK

Slika 1: Učna sredstva	9
Slika 2: Kronološki razvoj izobraževanja na daljavo	13
Slika 3: Podjetja glede na velikost: »Poznate pojem e-izobraževanje oziroma on-line izobraževanje?« - velja za podjetja, ki imajo vsaj en računalnik (RIS 2005, n=34, 86, 39, 32).....	17
Slika 4: Rast e-izobraževanja v nekaterih državah EU	18
Slika 5: Uporaba aplikacije za e-izobraževanje z namenom treniranja in izobraževanja zaposlenih.....	18
Slika 6: Delež izobraževanja v podjetjih.....	19
Slika 7: Primer e-tečaja v sistemu E-CHO	22
Slika 8: Proces priprave izobraževanja v podjetju A	28

KAZALO TABEL

Tabela 1: Razlike med klasičnim izobraževanjem in e-izobraževanjem	14
Tabela 2: Pregled nekaterih klasičnih izobraževanj v aprilu, maju in juniju	27
Tabela 3: SWOT matrika za izobraževalno dejavnost v podjetju A	29
Tabela 4: Stroški petdnevnega izobraževalnega seminarja na osebo na tečaj (5 dni).....	31

UVOD

Zaradi vsakodnevnih napredkov v panogah informacijske tehnologije, postajajo nova znanja tako rekoč zahtevana vrednota. Internet in multimedijaska tehnologija vedno znova prestrukturirata načine dostave znanja uporabnikom in dovoljujeta, da se e-izobraževanje pojavlja kot rešitev za problem vseživljenjskega učenja in izobraževanja delovne sile (Gregg, 2007, str. 300-312). Vseživljenjsko učenje in učinkovito izobraževanje pa sta ključ, da postane Slovenija konkurenčna, na znanju temelječa ekonomija.

S konvergenco računalnikov in komunikacij, se je družba začela zelo hitro spreminjati iz industrijske v informacijsko. Posledica te tranzicije leži v spremembi narave dela, organizacij in izobraževanja (Fagan, 2003, str. 129-136). Velike spremembe je sprožila uporabnost in fenomen interneta, saj je ta vpliven in popularen medij za izmenjavo informacij. Zaradi svoje 24-urne dostopnosti omogoča ljudem, ki se ne morejo udeležiti tradicionalnih oblik izobraževanja, da se izobražujejo na daljavo lažje, kakor kadarkoli in takrat, kadar to sami želijo (Chang, 2003, str. 196-202). Po raziskavi International Data Corp so iz leta 2003 na leto 2004 v ZDA zaznali 33% porast vpisa v programe, ki ponujajo e-izobraževanje (Chang, 2003, str. 196-202).

V preteklosti se je znanje pridobivalo predvsem v nekaterih, za to registriranih, ustanovah. Dostop do znanja je dandanes neomejen. Pri tem seveda ne mislim na formalno znanje, pridobivanje katerega je še vedno omejeno predvsem na strokovne institucije, ampak predvsem na pridobivanje različnega neformalnega znanja.

Kljub temu, da je »izobraževanje velja danes za najbolj produktivno naložbo in je hkrati najpomembnejši razvojni dejavnik« (Kaj storiti, da bo delodajalec plačnik vašega izobraževanja?, 2008) pa se moramo zavedati tudi njegovih neizogibnih spremljajočih stroškov. Na eni strani vidimo donosnost in prednosti, ki ga prinese neko usposabljanje oziroma izobraževanje, po drugi strani pa je potrebno analizirati smiselnost vlaganja denarja v nekaj, kar morda ne bo učinkovito, oz. kar morda ne bo prineslo nobenega željenega rezultata oziroma napredka.

NAMEN IN CILJI DIPLOMSKEGA DELA

Zanimanje za izobraževanje na daljavo in za učenje preko spleta je iz leta v leto večje (M.Gojkošek, Učenje preko spleta na sto in en način, 2008). Nove tehnologije (videotelefonija, razvoj spleta) omogočajo razvoj izobraževanja na daljavo. Prav tako pa izobraževanje na daljavo prinaša nekatere prednosti za izvajalca izobraževanja. Predvsem s tem mislim na stroškovno plat izobraževanja. Ker delam v podjetju, ki se prav tako ukvarja z določenimi izobraževalnimi vsebinami, ugotavljam, da bi izobraževanje na daljavo lahko pripomoglo k večji stroškovni učinkovitosti in bilo na voljo širšemu krogu potencialnih uporabnikov, saj so izobraževanja sedaj namenjena predvsem uporabnikom z območja

ljubljske regije. Namen diplomskega dela je preučiti dejavnike e-izobraževanja in kako bi ti vplivali na uvajanje e-izobraževanja v podjetju, ki sedaj ponuja le klasične oblike izobraževanja in smiselnost vzpostavitve spletnega učnega centra.

V diplomskem delu želim predstaviti:

- izobraževanje na daljavo skozi zgodovino,
- opis osnovnih značilnosti učenja na daljavo in spletnih učnih centrov,
- prednosti in pomanjkljivosti e-izobraževanja; teoretične in z vidika izvajalca,
- razširjenost e-izobraževanja v slovenskem gospodarstvu in EU,
- konkurenčna podjetja in njihove izobraževalne ponudbe.

Empirični cilji diplomskega dela:

- predstavitev podjetja skozi finančne kazalnike,
- stroškovna primerjava klasičnega in e-izobraževanja v podjetju,
- razvoj konkretnega produkta spletnega učnega centra v podjetju A.

Na podlagi zbranih podatkov bom podala »Predlog spletnega učnega centra podjetja A«, saj podjetje A zaenkrat ne izvaja izobraževanja na daljavo, niti se ne oglašuje na način, opisan v četrtem poglavju.

Raziskovalno vprašanje na katerega bom skozi diplomsko delo skušala odgovoriti pa je:

- Ali so prednosti e-izobraževanja in rastoči trend e-izobraževanja zadosten razlog za vzpostavitev spletnega učnega centra v podjetju A in ostalih podjetjih, ki do sedaj ponujajo le klasične oblike izobraževanj.

METODOLOGIJA

Metode in orodja, katere bom uporabljala pri izdelavi diplomske naloge, so večinoma teoretična izhodišča in spoznanja o izobraževalnih procesih in razvoju novih storitev. Raziskava bo usmerjena v pridobivanje in analiziranje podatkov, na osnovi česar bom lahko podala oceno o trenutnem stanju in tudi predlagala določene spremembe, to je uvedba spletnega učnega centra.

Predvsem bodo v nalogi nastopale naslednje, v raziskovalnem svetu najbolj uporabljene metode in tehnike pisanja strokovnih del:

- deskriptivna metoda, ki daje prednost opisu dejstev, pojavov ali procesov,
- kompilacijska metoda, ki pomeni koriščenje izsledkov in spoznanj iz strokovne literature, raziskav, študij in seminarjev.
- študijo primera, ki je celovit opis posameznega primera in njegova analiza oz.. opis značilnosti primera in dogajanja in opis procesa odkrivanja teh značilnosti. Podatke

o primeru sem organizirala in analizirala, primer podrobno in celostno opisala in analizirala.

V praktičnem delu naloge bom uporabila metodo študije primera izobraževalnega procesa konkretnega podjetja. Do empiričnih dokazov bom prišla z SWOT matriko in primerjalno analizo prihodkov in odhodkov med klasičnim in e-izobraževanjem. Prav tako bo podjetje predstavila s pomočjo finančnih kazalnikov. V okviru podajanja ugotovitev pa bom uporabila tudi metodo induktivnega sklepanja.

1 TEORETIČNE OSNOVE IZOBRAŽEVANJA ODRASLIH

Izobraževanje in s tem pridobljeno znanje je zelo pomemben dejavnik tako za družbeni kot človekov napredek. Navedena ugotovitev seveda ni nastala šele v 20. stoletju, saj je minilo že veliko časa, odkar je človek spoznal, da je v znanju moč. Hiter pregled zgodovine nam prikaže dejstva, ki nam jasno prikazujejo, kako so vladajoči razredi izrabljali znanje za zagotovitev lastnega obstoja in vodenje ter manipuliranje z množicami. Vse hitrejši razvoj in vse večje ekonomske zahteve so jih prisilile, da so znanje delili in ga nudili tudi drugim, saj so si le tako lahko zagotovili lasten razvoj. Sodobne družbe, ki ne bi gradile svojega lastnega razvoja na znanju, ki ne vključuje le znanja posameznikov, ampak tudi znanja vseh ljudi, si danes preprosto ne moremo več zamisliti. Strokovno izobraženi in usposobljeni zaposleni so temeljni dejavnik razvoja, kakovosti in uspešnosti neke organizacije, ne glede na to, ali je njena temeljna dejavnost proizvodnja ali opravljanje storitev. Zato je razumljivo, da tako v svetu kot pri nas organizacije posvečajo izobraževanju zaposlenih vedno večjo pozornost (Možina et al., 1998, str. 177).

Izobraževanje je v današnji družbi ključ do uspeha vsake organizacije in posameznika. Uspeh podjetja je odvisen tako od sposobnosti, znanj in motivacije ljudi, ki soustvarjajo posamezno organizacijo.

V sodobnem svetu se kaže potreba po povečanju kakovosti znanja, intenzivnosti učenja, prenovi starega neustreznega znanja in upravljanja z znanjem. To je možno doseči le v okolju, kjer so človeški viri prevladujoča strategija. Izobraževanje v podjetju omogoča, da se ljudje lahko prilagajajo novim zahtevam dela in novim izzivom iz okolja. Od ustrezne priprave in izvajanja sistema splošnega in strokovnega izobraževanja je odvisen razvoj organizacije, saj je razvoj v največji meri povezan s sposobnostjo članov organizacije, da dosegajo dolgoročne cilje.

Dolgoročna uspešnost podjetja je odvisna predvsem od tega, koliko so ljudje na odgovornih in vodstvenih mestih sposobni zaznavati in tudi koristno uporabljati vse razpoložljive vire, med katerimi so vsekakor najpomembnejši ljudje s svojim znanjem in sposobnostmi (Baša, 2005, str. 46).

Ljudje se vedno več izobražujejo. Znanje je postalo dejavnik uspeha in konkurenčne prednosti. Pomembno je, da podjetja poskrbijo za svoje zaposlene, saj jim le tako lahko ti prinesejo konkurenčno prednost. Zaposleni morajo biti obravnavani kot nosilci znanja, kot temelj uspešnega podjetja in ne kot strošek podjetja (Baša, 2005, str. 47). Zato je verjetno najboljši odraz učinkovitosti vlaganja podjetij v izobraževanje zaposlenih videti v tem, da je izobraževanje ob delu in za delo

V literaturi se vse pogosteje srečujemo z različnimi pojmi, kot so izobraževanje, usposabljanje in nenazadnje tudi razvoj, zato bi bilo dobro najprej razčleniti sam pomen besed, saj večina avtorjev pri uporabi teh terminov ni dosledna. Vse pogosteje se zamenjujeta besedi izobraževanje in usposabljanje, zato bom naslednjih nekaj stavkov namenila opisu in s tem njihovem razlikovanju.

1.1 IZOBRAŽEVANJE IN USPOSABLJANJE

V najširšem smislu pojmuje izobraževanje kot posebno družbeno dejavnost, usmerjeno k doseganju nekega izobraževalnega smotra. Izobraževanje lahko tako opredelimo kot dolgotrajen in načrten proces razvijanja posameznikovih znanj, sposobnosti in navad, ki mu omogočajo vključitev v družbeno življenje in delo ter mu oblikujejo znanstveni pogled na svet (Jereb, 1998, str. 17).

Možina et al. (1998, str. 177) pojmuje izobraževanje kot »dolgotrajen in načrten proces razvijanja posameznikovega znanja, sposobnosti in navad. Glede na cilje in vsebino moremo izobraževanje z določenimi zadržki deliti na splošno in strokovno.«

Ko govorimo o splošnem izobraževanju, govorimo o oblikovanju takšnih znanj in sposobnosti, ki jih nujno potrebujemo za življenje. O strokovnem izobraževanju govorimo, kadar je v ospredju posredovanje znanj, sposobnosti in navad, ki jih posameznik potrebuje za opravljanje določenega poklicnega dela. Splošno in strokovno izobraževanje se med seboj prepletata in pogojujeta, zlasti na višjih ravneh izobraževanja je težko ločiti mejo med strokovnim in splošnim izobraževanjem. Strokovno izobraževanje lahko opredelimo z določenim področjem strokovnega izobraževanja, kot recimo ekonomsko, organizacijsko, tehnično in podobno.

V obdobju hitrega spreminjanja povsod pričujoče spremembe sprožajo nenehne in rastoče zahteve po novem znanju, spretnostih in sposobnostih prilagajanja. To velja za vsako organizacijo, ne glede na to, ali deluje v javnem ali zasebnem sektorju, v gospodarstvu ali negospodarstvu in ne glede na njeno velikost. Znanje, pridobljeno v okviru formalnih in neformalnih oblik izobraževanja, zastareva, saj zlasti znanje, pridobljeno v času formalnega izobraževanja, pogosto ne more več nuditi ustreznih odgovorov na vedno nove zahteve okolja. Ustrezna formalna izobrazba je sicer ključna za zasedbo posameznega delovnega mesta, vendar pa na delovno uspešnost čedalje bolj vpliva dodatno znanje.

Potrebno se je zavedati, da se splošno in strokovno izobraževanje med seboj tako prepletata, da je zlasti na višjih nivojih izobraževanja povsem težko reči, kje se končuje eno in začneja drugo izobraževanje. Med obema oblikama pravzaprav ni in tudi ne more biti ostrih meja (Jereb, 1998, str. 18 - 19).

Usposabljanje je proces razvijanja sposobnosti, ki jih človek potrebuje pri opravljanju nekega konkretnega dela. V določeni dejavnosti ga najbolj pogosto označujemo s pojmom usposabljanje. Lipičnik (1996, str. 106) v svojem delu Človeški viri in ravnanje z njimi navaja, da gre pri usposabljanju za to, da s posebnimi postopki skušamo izboljšati delavčeve lastnosti, da bi lahko oziroma bo bolje opravljal svoje delo. Gre torej za konkretno delo na konkretnem delovnem mestu.

Medtem pa sta avtorja knjige *Understanding Management*, Daft in Marcic (2001, str. 305), mnenja, da je usposabljanje kratkoročno usmerjena aktivnost, ki je prvenstveno osredotočena na veščine, znanja in spremembo odnosa zaposlenih, povezanih z opravljanjem trenutnih delovnih aktivnosti oziroma z njihovim izboljšanjem.

1.2 FORMALNO IN NEFORMALNO IZOBRAŽEVANJE

Formalno izobraževanje ali izobraževanje za pridobitev izobrazbe so izobraževalni programi, s katerimi si mladi ali odrasli, redno ali bo delu, pridobijo višjo stopnjo izobrazbe. V tovrstnem logističnem procesu je težko uveljavljati sodobna sredstva za posredovanje znanj, pa čeprav tudi v tem primeru že poznamo različne sodobne načine, kot je npr. študij na daljavo s pomočjo informacijske tehnologije. Gre pa v tem primeru predvsem za dopolnilo in ne kot osnovni program ali sredstvo, zato ne moremo govoriti o kakem bistvenem zmanjšanju stroškov zaradi tovrstnega izobraževanja (Tuš, 2005, str. 10).

Dopolnilno izobraževanje so programi za zviševanje splošno izobraževalne in kulturne ravni prebivalstva, funkcionalno opismenjevanje, izpopolnjevanje znanja za delo in poklic, za izobraževanje in usposabljanje brezposelnih, izobraževanje za demokracijo, učenje tujih jezikov itd. tukaj so možnosti že precej večje, zato se tudi precej poudarka daje sodobnim izobraževalnim metodam. Manj je klasičnih izobraževalnih ustanov (Tuš, 2005, str. 10).

Izobraževalni programi so lahko namenjeni vsem občanom ali pa le določenemu krogu občanov, npr. zaposlenim osebam v določenem podjetju, brezposelnim osebam, članom društev, združenj, skupnosti, upokojencem v tretjem življenjskem obdobju, študentom, otrokom s posebnimi potrebami, predšolskim otrokom itd.

Glede na namen ločimo programe dopolnilnega izobraževanja na programe usposabljanja in izpopolnjevanja za delo ter splošnega izobraževanja. Najpogostejše oblike so tečaji, seminarji, predavanja, krožki, študijski krožek ali strokovno posvetovanje.

Predavanje je govorna predstavitev strokovne, vsebinsko zaokrožene tematike govornika, ki izbrano tematiko predstavlja kot predavatelj. Posamezna predavanja se med seboj lahko razlikujejo po kakovosti, predvsem po tem, ali gre za enkratna ali večkratna predavanja. Razlikujejo se po tem, kakšnemu nivoju izobražencev so namenjena (Jereb, 1998, str. 59). Pri izvedbi predavanj bi moral vsak predavatelj upoštevati osnovna pravila, ki zajemajo upoštevanje načela teorije izobraževanj, predstavljanje s praktičnimi primeri in spodbujanje aktivnosti udeležencev.

Seminarji so oblika izobraževanja, na kateri se pridobiva novo znanje. Namenjeni so obravnavi določene teme ali vsebine v krajšem času. Seminarji ponavadi trajajo nekaj dni, včasih pa tudi samo en dan. Prevladujejo aktivne metode in delo v skupinah. Končno znanje se ne ugotavlja. Seminarji so najpogostejša oblika izobraževanja zaposlenih. Bistvo vsakega seminarja je v tem, da zaposleni izmenjujejo znanje. Udeleženci seminarja pridobijo kompetence za vzpostavljanje in vzdrževanje delovnega odnosa za razvijanje osebnega stika in soustvarjanje edinstvenega delovnega projekta pomoči s ciljem, zagotoviti optimalne pogoje za soustvarjanje dobrih rešitev. Spoznajo posamezne elemente delovnega odnosa ter elemente v rešitev usmerjene družinske terapije kot možnega znanja za ravnanje ter koncept osebnega stika in načine za razreševanje motenj v delovnem odnosu (Jereb, 1998, str. 60).

Tečaji so oblika izobraževanja, pri katerih se pridobiva novo znanje s točno določenega področja. Prav tako so opredeljeni tudi cilji tečaja. Pogosti so tečaji tujih jezikov, predvsem tečaji angleščine. S pomočjo tečaja spoznamo novo besedišče, besedni zaklad, slovnico, pravilno izgovorjavo besede in podobno. Strokovnjak iz tega področja, torej tista oseba, ki obvlada določen jezik, nas vodi skozi tečaj. Daje nam napotke in navodila. Kot rezultat te vrste izobraževanja je potrebno opraviti pisni izpit ali odgovarjati na zastavljena vprašanja na ustnem izpitu (Jereb, 1998, str. 60).

1.3 OBLIKE IN METODE IZOBRAŽEVANJA

Oblike izobraževanja so temeljni organizacijski okvir izobraževalnega procesa, v katerem za dosego ciljev uporabljamo različne cilje.

Učna metoda je (Ferjan, 1999, str. 79) »način obravnavanja učne snovi glede na relacijo udeleženci izobraževanja – učitelj – vsebina izobraževanja – izvor znanja«. Glede na ravnanje udeležencev ločimo pasivne metode, kjer učitelj neposredno posreduje informacije, in aktivne metode, pri katerih učenci z lastno aktivnostjo iščejo znanje. Učinki izobraževanja z vidika pomnjenja in doseganja vzgojnih ciljev so neprimerno večji ob uporabi aktivnih učnih metod.

Metode izobraževanja so del izobraževalnega procesa. Z njihovo uporabo skušamo učinkovito doseči zastavljene cilje. Metode izobraževanja so določeni načini ravnanja učitelja in izobražencev v izobraževalnem procesu. Delimo jih glede na obliko komuniciranja med učiteljem, izobraževancem in glede na izvor informacij. Tako poznamo pasivne in aktivne izobraževalne metode (Ferjan, 1998, str. 79).

Pasivne izobraževalne metode – pri katerih ima poudarjeno vlogo učitelj, saj nastopa kot izključni posredovalec znanja ali informacij, izobraženci pa ga poslušajo in si predavanja zapisujejo. Pasivne metode uporabljamo pri množičnih izobraževalnih oblikah, kadar imajo izobraževanci zelo pomanjkljivo znanje. Pasivno-aktivne izobraževalne metode veliko bolj upoštevajo skupno dejavnost učitelja in izobražencev. Aktivne izobraževalne metode – pri teh izvor znanja ni učitelj. Toda predznanja in delovne izkušnje izobražencev niso tolikšne, da bi jih lahko upoštevali. Izobraževanec si mora pridobiti svoje znanje iz drugih virov in učitelj mu pri tem pomaga z nasveti in različnimi navodili (Ferjan, 1998, str. 80).

Sodobne metode učenja in poučevanja poudarjajo velik pomen celostnega dojetja sveta, ki omogoča tudi celostno učenje. Pri takšnem učenju uporabljamo obe možganski polovici in omogočimo delovanje vseh desetih čutov. To omogoča hkrati aktiviranje logičnega mišljenja in ustvarjalnega mišljenja, s tem pa vsakemu posamezniku najboljši izkoristek njegovega prevladujočega čutnega kanala. Pri učenju nihče ne sprejema informacij le z enim čutom. Vsak ima svojo kombinacijo teh načinov, vsi pa največ pridobimo, če pri učenju aktiviramo vse čute (Ferjan, 1998, str. 80).

1.4 IZOBRAŽEVALNE POTREBE

Ugotavljanje potreb po izobraževanju je temeljna stopnja izobraževalne dejavnosti, od katere so odvisne vse nadaljnje stopnje, zaradi česa jo je potrebno celovito in sistematično raziskovati.

Potrebe po izobraževanju so opredeljene s planom potreb po kadrih in s planom pridobivanja kadrov, deloma pa tudi s planom razvoja kadrov. Da lahko iz njih ugotovljamo globalne izobraževalne potrebe, morajo vsebovati te kazalce (Možina et al., 1998, str. 197):

- potrebno število delavcev za načrtovano obdobje,
- strukturo delavcev po poklicih in stopnji zahtevane izobrazbe,
- čas pridobivanja posameznih vrst kadrov.

Diferencirane izobraževalne potrebe so tiste, ki jih zadovoljujemo z usposabljanjem in izpopolnjevanjem zaposlenih. Opredeljene so predvsem v planu razvoja kadrov, deloma pa tudi v planu sprejemanja in razporejanja kadrov. Po svoji naravi so raznovrstne in številne.

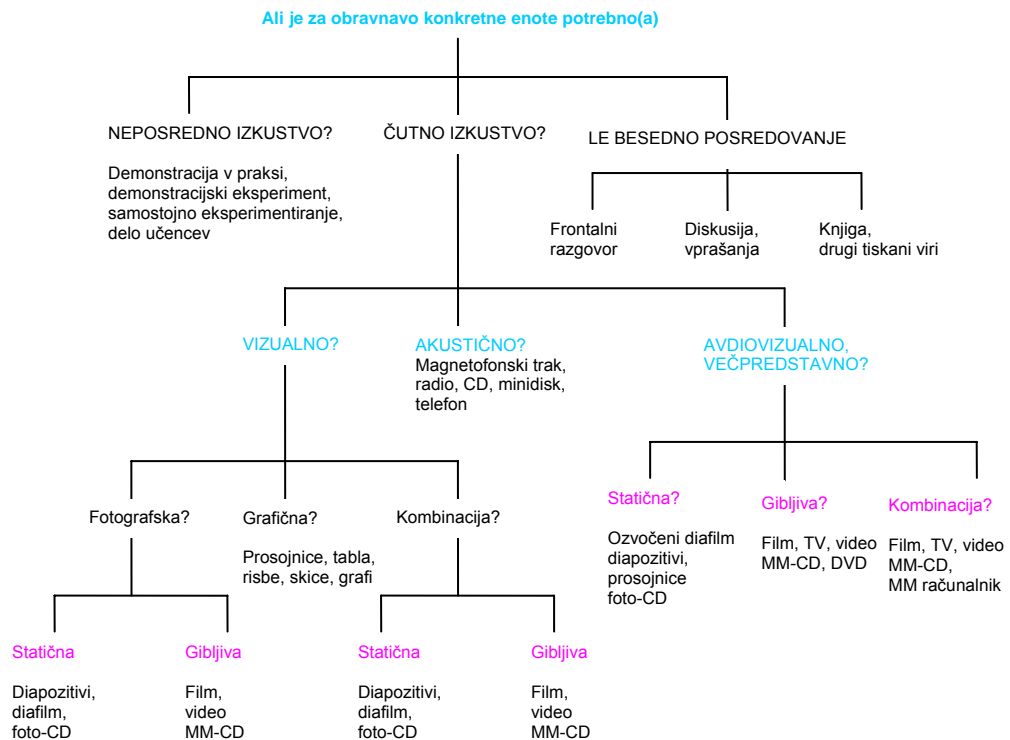
1.5 UČNA SREDSTVA

Učna sredstva so pripomočki, s pomočjo katerih izvajamo izobraževanje, torej prenašamo znanje, razvijamo spretnosti, navade, sposobnosti, stališča in odnose ter posameznikove osebnostne karakteristike. Učna sredstva v veliki meri nadomestijo nekdanj najbolj tipično funkcijo izvajalca izobraževanja, ki je veljal za edinega, ki podaja znanje. Njihovo število vse bolj narašča. Vse to so sredstva, za katera smo že v prejšnjem poglavju omenili da so sredstva za distribucijo. Pri uporabi vseh teh sredstev nastajajo določeni stroški, pri čemer pa lahko rečemo, da največji stroški nastajajo predvsem ob uporabi klasičnih sredstev (knjige in drugo učno gradivo), saj zahtevajo zraven materialnih stroškov veliko sodelovanja ljudi. Prav tako nastajajo veliki stroški zaradi alokacije potrošnikov in dobaviteljev. Sodobna sredstva komunikacije pa to premoščajo s pomočjo posredovanja vsebin s pomočjo informacijske tehnologije (internet, elektronska pošta).

Poznamo več vrst opreme za izobraževanje in jo delimo glede na to, čemu je namenjena. Tako ločimo med avdio opremo (za ušesa), vizualno opremo (za oči) ter avdiovizualno opremo (za oči in ušesa).

Naslednja slika prikazuje na kak način lahko pridobivamo znanja in s katerimi sredstvi do teh znanj pridemo. Na voljo so sredstva za vizualno, akustično in avdiovizualno pridobivanje znanj.

Slika 1: Učna sredstva



Vir: I. Vek, *Izobraževalna tehnologija*, 2008.

Uspešnost izobraževanja je odvisna od uporabe medijev in pristopa k izobraževanju. Ljudje so si med seboj različni, nekaterim ustreza učenje z branjem (vizualni – vidni tipi), drugim s poslušanjem (avditivni – slušni tipi), tretjim ustreza kombinacija prvega in drugega. Predstavimo lahko nekatere izmed teh medijev, ki so v sedanjem času precej zastopani (I. Vek, *Izobraževalna tehnologija*, 2008).

- **TISKANA GRADIVA** so najštevilnejša in so osnova študija na daljavo. Poznamo jih več vrst: knjige, delovni zvezki, priročniki... S tiskanimi gradivi ne poskrbimo samo za pisane besede, temveč tudi za različne fotografije, tabele, grafe, statistike in diagrame. Učenje z njimi je enostavno (ni nujno, da smo poznavalci računalnika) in so dostopna vsem, kar pomeni, da ni pomembno, ali so zelo oddaljeni od študijskega centra ali so vmes kakšne druge okoliščine.
- **VIDEO SREDSTVA** - največ se uporabljajo video kasete, televizijski programi.
- **UČENJE S POMOČJO RAČUNALNIKA** - danes je že veliko možnosti interaktivnega videa oziroma posredovanja znanja prek računalnika. Komuniciranja med mentorjem in slušatelji potekajo preko elektronske pošte, iskanje novih informacij in znanj pa preko interneta. Uporaba računalnika pri izobraževanju danes pridobiva vse večji pomen, kar se seveda ne nanaša le na izobraževanje iz računalniškega področja. Omogoča nam hitro delo, prav tako pridobiva na pomenu tudi zaradi dostopnosti vseh vrst informacij preko svetovnega

spleta oziroma interneta. V osnovi sicer računalnik ponuja le enosmerno vizualno komunikacijo, a ga lahko s primerno opremo (zvočniki, mikrofoni, kamere) spremenimo v sredstvo, ki ponuja dvosmerno avdio-vizualno komunikacijo.

- **VIDEO KONFERENCA** poteka preko videokonferenčnega sistema. Omogoča enosmerno ali dvosmerno komunikacijo med predavateljem in poslušateljem. Uporablja se večinoma za kratka posredovanja napotkov glede izobraževanja s strani predavatelja in postavljanja kratkih vprašanj s strani slušateljev. Slušatelji na osnovi stika s predavateljem (kot nosilcem predmeta) dobijo občutek pripadnosti tisti organizacije, katero obiskujejo.

2 UČENJE NA DALJAVO IN E-IZOBRAŽEVANJE

A. Krajnc (1981, str.12) definira pomen izraza izobraževanje na daljavo in pravi, da se je o njem pričelo govoriti takrat, ko so v izobraževanje vnesli več virov znanja (film, TV, radio, kasete, diapozitive), ki omogočajo prenos znanja na daljavo. Pisni viri so samo eden od virov in izgubijo svoj osrednji pomen, ki ga imajo v dopisnem izobraževanju.

Definicija izobraževanja na daljavo je (Zagmajster, 1995, str.113):

- učenec in učitelj sta večinoma ločena,
- izobraževalni proces organizira izobraževalna organizacija,
- uporaba tehnologije za medsebojno komuniciranje,
- skrb za dvosmerno komunikacijo,
- občasna študijska srečanja.

Na osnovi opredelitve lahko ugotovimo, da je študij na daljavo predvsem namenjen tistim udeležencem, ki so samostojen, individualen študij ocenili za njih najprimernejši. Zraven samostojnosti, morajo imeti tudi možnost in sposobnost komuniciranja preko tehničnih medijev in vse to mora biti podprto z veliko mero lastne motivacije.

2.1 RAZVOJ SKOZI ZGODOVINO

Izobraževanje na daljavo ima v svetu že dolgo tradicijo. Isaak Pitman je v Angliji leta 1840 uvedel prvo organizirano obliko dopisnega izobraževanja. Pitmanovi dopisni tečaji so se ponavljali več let in so temeljili na dvosmerni komunikaciji. Leta 1889 je tudi Ruskin College iz Oxforda ponudil programe dopisnega izobraževanja. V samih začetkih je bil tovrsten način izobraževanja poznan predvsem kot dopisni študij, ker je temeljil na pisnih gradivih oz. pisnih virih. Učitelj je v pisni obliki izrazil znanje, ki bi ga naj študent pridobil, študent pa je pisno obnavljal pridobljeno znanje. Za pisno izražanje sta imela možnost oba, učitelj in študent (Krajnc, 1981).

Učenje na daljavo ima najdaljšo tradicijo v ZDA, Angliji in na Švedskem. Segajo v sredino prejšnjega stoletja (Krajnc, 1981). Z dolgo tradicijo se lahko pohvalijo še na Poljskem, medtem, ko se je dopisno izobraževanje v obdobju med obema vojnama in tik po drugi svetovni vojni, razmahnilo tudi v drugih evropskih državah. V to obdobje segajo začetki dopisnega izobraževanja tudi pri nas.

Prvi primer institucionalnega formalnega izobraževanja pri nas je Dopisna trgovska šola v Ljubljani, ki je bila ustanovljena 1932, ko je Kraljevska banska uprava dravske banovine izdala Krajncu Molislavu, profesorju dvorazredne trgovske šole v Ljubljani dovoljenje, da odpre Dopisno trgovsko šolo. Ta šola je delovala do začetka druge svetovne vojne. Po vojni pa so se odvijali razni dopisni tečaji, kot npr. knjigovodski pri ljudskih univerzah, kjer naj bi se kandidati naučili knjigovodstva v posamezni stroki. Prav tako so se na ljudskih univerzah odvijali tečaji poslovne korespondence na daljavo.

V ta čas, (1957), sega tudi ustanovitev prve dopisne ekonomske šole, ki je delala po programu redne šole in je imela 611 dopisnikov. Odprli so več študijskih središč v raznih krajih pri šolah, ki so imele podoben program. Za kandidate, ki so imeli vrzel v znanju, so organizirali predhodne 6-mesečne uvajalne seminarje, da so jih uvedli v nov način šolanja in jih dopolnilno izobraževali z vsebinami iz osnovnošolskega programa. V naslednjih letih je bilo tovrstnih pobud vedno več, oblikuje se v Dopisna delavska univerza, zlasti pa doživi dopisno izobraževanje velik razcvet v sedemdesetih letih. Takrat je bila ustanovljena dopisna filmska in TV šola, ki je usposabljala mentorje za zvočno (avdio) izobraževalno tehnologijo.

Razvoj dopisnega izobraževanja se kaže tudi v založniških in tiskarskih dejavnostih. Dopisni delavski univerzi sta namreč postopoma razvili svojo lastno založniško dejavnost in tiskarno za svoja učna gradiva.

Pravi razcvet pa je doživelo izobraževanje na daljavo s pojavom medijev, ki omogočajo množično komuniciranje, predvsem radio, televizija in drugi mediji. Univerza v Salt Lake Cityju, (ZDA), je bila prva univerza, ki je dobila licenco, da lahko izobražuje s pomočjo radijskih valov. Že v čas pred drugo svetovno vojno, pa sega tudi izobraževanje na daljavo, ki se je odvijalo s pomočjo televizijskega signala. To so bile predvsem razvitejše države, kot npr. Anglija, ZDA, Francija in Rusija.

Že ob koncu sedemdesetih let prejšnjega stoletja, se je v Ameriki začelo izobraževanje na daljavo, kjer so se programi izobraževanja, oddajali preko satelita. Obenem pa je bil udeležencem izobraževanja omogočen dvosmeren telefonski dialog s predavatelji.

Naslednji medij, ki ima pomembno mesto pri učenju na daljavo, je video. Video je omogočal reproduciranje in tudi snemanje izobraževalnih programov. Še danes je na razpolago vrsta tečajev, ki so posneti na video kasete, oziroma v današnjem času presneti

na CD in DVD medije. Tovrstna izobraževanja so ponavadi posnele neodvisne producerske hiše, skupaj z univerzami in drugimi izobraževalnimi institucijami.

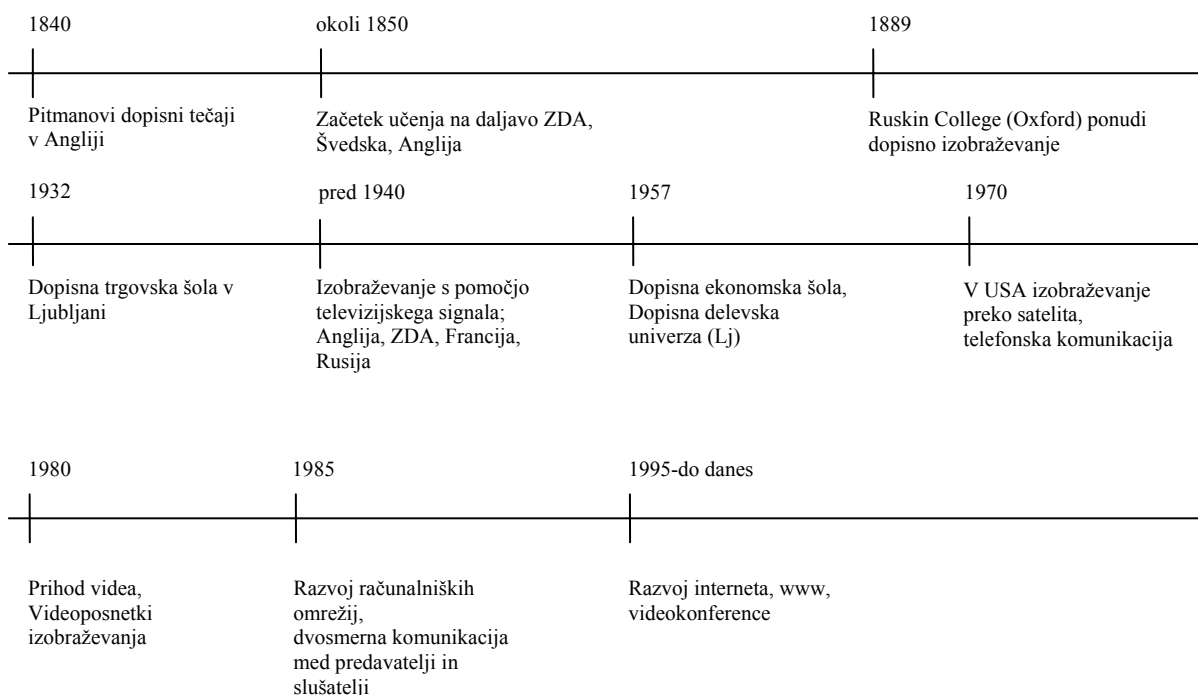
O pravem razmahu učenja na daljavo pa je možno govoriti, ko so se v osemdesetih letih prejšnjega stoletja, začela razvijati računalniška omrežja. To je medij, ki je idealen za razvoj učenja na daljavo, saj omogoča skoraj neverjetne možnosti izvajanja.

Mediji, kot so npr. radio, televizija, so bili sicer prav tako dobri za podajanje znanj. Njihova pomanjkljivost pa je bila predvsem v tem, da niso omogočali dvosmerne komunikacije.

To pomanjkljivost pa v sedanjem času dodobra razrešujejo računalniška omrežja s pomočjo najrazličnejše računalniške tehnologije. Ta tehnologija je omogočila odziv slušateljev in predavateljev v realnem času. Omogočena je dvosmerna komunikacija med učencem in učiteljem, kar je zelo pomembna komponenta, pri uspešnosti učnega procesa.

Prav tako ponuja svetovni splet (world wide web – www) številne možnosti učenja. Na voljo so tako imenovane spletne knjižnice, katerih baze podatkov so že zelo široke. Številna literatura, je na svetovnem spletu na voljo skoraj prej, kot v klasičnih knjižnicah. Vse to daje učenju na daljavo nov pomen.

Slika 2: Kronološki razvoj izobraževanja na daljavo



2.2 RAZLIKE MED KLASIČNIM IZOBRAŽEVANJEM IN IZOBRAŽEVANJEM NA DALJAVO

Izobraževanje na daljavo se loči od samostojnega privatnega učenja, ko se posameznik sam izobražuje, npr. iz knjig, revij, časopisov, televizije, radia, interneta...

Izobraževanje na daljavo je oblika izobraževanja, za katero je značilno, da sta predavatelj in slušatelj večinoma ločena, da izobraževalni proces organizira izobraževalna organizacija, da izobraževalni proces poteka s pomočjo različnih medijev ter da izobraževalna organizacija študentom nudi možnost dvosmernega komuniciranja in po potrebi organizira občasna srečanja.

Izobraževanje na daljavo je, ravno tako kot tradicionalno izobraževanje, institucionalizirana oblika izobraževanja, ki ga lahko ponujajo javne in privatne ustanove. Za izobraževanje na daljavo so značilna študijska gradiva, za konvencionalno pa predavanja, razredi in klasični učbeniki.

Tabela 1: Razlike med e-izobraževanjem in klasičnim izobraževanjem

	E-IZOBRAŽEVANJE	KLASIČNO IZOBRAŽEVANJE
PROSTORSKA OZ. FIZIČNA LOČENOST	Da	Ne
OBRAVNAVA SLUŠATELJA	Individualno	Kot član skupine
MEHANIZEM ZA POSREDOVANJE UČNE SNOVI	Elektronski mediji in računalniški programi	Tiskani mediji in občasna raba tehnologije (TV, CD, DVD, internet)
UČNE METODE	Poučevanje s pomočjo elektronskih medijev (on-line), Individualne metode	Uporaba klasičnih učnih metod (predavanje, razlage, opisovanje, pojasnjevanje)
SLUŠATELJI	Dokaj nehomogene skupine, visoko motivirani	Dokaj homogene skupine, pri študiju bolj nadzorovani, manj samostojni
FUNKCIONALNA KOMPLEKSNOŠT	Visoka, prisotnost različnih funkcij, kot so oblikovanje predavanj za prenos v elektronski obliki, distribucija učnih gradiv s pomočjo medijev, razvijanje primernih tehnologij za e-izobraževanje	Nizka
ADMINISTRATIVNA PODPORA	Visoka, kot posledica potrebe po koordiniranju različnih funkcij	Nizka, potrebna v glavnem za uskladitev dela učiteljev
STROŠKOVNA STRUKTURA	Prevladujejo stroški kapitala (računalniška strojna in programska oprema); stroški so odvisni od same priprave in prenosa predavanj in učnih gradiv in ne števila slušateljev	Prevladujejo stroški dela (plača predavateljev), materiala, prostorov; odvisno tudi od števila slušateljev
POMEN ŠTEVILA VPISANIH	Večji, saj z naraščanjem števila stroški na slušatelja upadajo	Manjši, saj je višina stroškov na slušatelja manj odvisna od števila slušateljev

Vir: E. Jereb, Razlike med e-izobraževanjem in klasičnim izobraževanjem, 2007.

2.3 E-IZOBRAŽEVANJE KOT TREND IZOBRAŽEVANJA

E-učenje (elektronsko učenje), bo glede sčasoma močno povečalo učinkovitost sedanjega izobraževanja. Leta 2005 sta avtorici Sally Maynard in Emily Cheyne v članku *Can electronic textbooks help children to learn* raziskovali kako e-knjige vplivajo na učenje otrok. Raziskava je pokazala, da je bila e- knjiga z navdušenjem sprejeta med otroci in da so tisti otroci, ki so uporabljali e- knjigo, dosegli v povprečju znatno višje rezultate, kot pa tisti z tiskano knjigo (Maynard & Cheyne, 2005, str. 103-115). E-knjiga kot vir znanja je del e-izobraževanja.

Pri razvijanju računalniško podprtega izobraževanja na daljavo je zelo pomembno sodelovanje z informatiki. Brezhibne računalniške povezave so pogoj za uspešen potek izobraževanja. Vedeti pa moramo, da medij (računalnik) ostaja le orodje, s katerim prenašamo vsebine izobraževalnega programa. Internet je lahko edini medij za pridobivanje znanj, lahko pa se uporablja skupaj z drugimi načini (tutorske delavnice).

Za kvaliteten potek e- izobraževanja je zelo pomembna dostopnost slušateljev do tehnične opreme, ki jo potrebujejo pri izobraževanju, e- izobraževanje pa je tudi ena izmed metod, ki omogoča hitro usposabljanje zaposlenih v podjetju.

E – mentor mora uspešno obvladati pisno komunikacijo, kulturo komuniciranja po internetu in seveda mora znati ravnati s programsko opremo. Rohfeld in Hiemstra (Shepherd, 2000) poudarjata, da je mentorjeva najpomembnejša naloga zagotavljanje učinkovitega učenja in prevzemanje odgovornosti za vzdrževanje razprave, usmerjanje udeležencev med razpravo in vsebino ter ohranjanje skupinske harmonije.

E- izobraževanje je namenjeno naslednjim ciljnim skupinam

- Osnovnošolskim in srednješolskim okoljem, kjer nastajajo velike navidezne šole, ki omogočajo učiteljem in učencem dostop do knjižnice zunanjih virov gradiv, prilagojen način dela za slabše in boljše učence ter nove pristope k bolj samostojnemu učenju.
- Univerzitetnim okoljem, kjer prihranimo čas in denar potreben za potovanja na fakultete, omogočimo večji vpis študentov v študijske programe, olajšamo posodabljanje in distribucijo izobraževalnih gradiv,...
- Poslovnim okoljem, kjer je razlogov za uvedbo še največ in so že opisani tudi v zgornjem odstavku.
- Vseživljenjsko izobraževanje, kjer posamezniki z nadgradnjo njihovega obstoječega in pridobitvijo novih znanj povečujejo možnost pridobivanja boljših zaposlitev, večjih finančnih prihodkov in nenazadnje večje kvalitete življenja.

Ljudje s posebnimi potrebami so še posebej pomembna ciljna skupina. Nove tehnologije jim omogočajo dostop do novih znanj in posledično tudi do zaposlitev (LTFE, E-izobraževanje, 2008).

Bistvene lastnosti e-izobraževanja pa so naslednje:

- Izobraževalne vsebine so multimedijske in interaktivne, uporablja se html, java, avdio, video izseke, animacije, simulacije in avtomatske reakcije izobraževalnega sistema na dejavnost uporabnika.
- Spletni konferenčni in videokonferenčni sistemi omogočajo delitev aplikacij, elektronsko tablo, virtualne učilnice ter komunikacijo in predavanja na daljavo
- Večnivojsko preverjanje pridobljenega znanja in kvalitete e-izobraževanja, z različnimi tipi vprašanj, sledenjem aktivnostim uporabnikov, anketami in statistično obdelavo podatkov.
- Sodelovanje med učečimi, z možnostjo skupinskega dela ter diskusij in navideznih učilnic.
- Komunikacija z učitelji ali tutorji je lahko posredna (e-pošta, diskusije, oglasne deske) ali neposredna (klepetalnice, avdio in video konference).
- Podpora učečim obsega podporo s pedagoškega, kot tudi tehničnega stališča

(LTFE, E-izobraževanje, 2008).

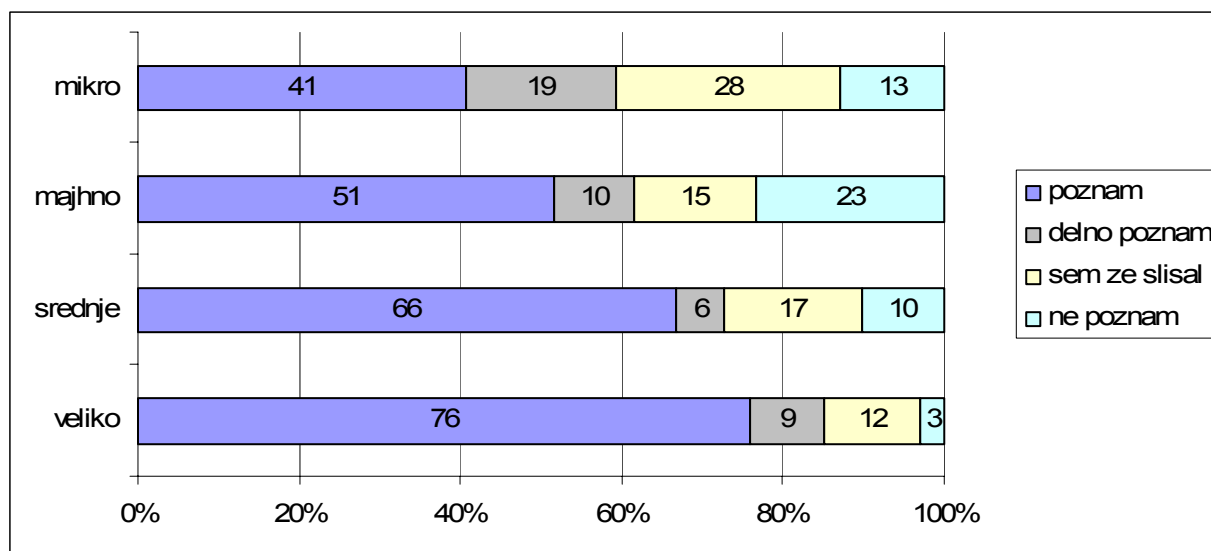
2.3.1 E-izobraževanje v Sloveniji in EU

Za lažjo predstavo kakšno je stanje in kakšni so trendi na področju e-izobraževanja v Sloveniji in EU, sem vključila nekaj grafov iz raziskave, ki jo je pripravil inštitut RIS.

Reprezentativna telefonska anketa RIS 2005 je bila izvedena med 713 slovenskimi podjetji v juniju 2005. Odgovarjali so vodje informatike ali direktorji. Razmeroma visoke ocene o obsegu e-izobraževanja za Slovenijo pa potrjujejo tudi podatki Eurostata (R. Platinovšek & V. Vehovar, E-izobraževanje – podjetja, 2005).

Poznavanje pojma e-izobraževanja narašča z velikostjo podjetja, saj ta pojem pozna tri četrtine (76%) velikih, dve tretjini (66%) srednje velikih ter polovica (51%) majhnih podjetij. Delež podjetij, ki pojma e-izobraževanja ne poznajo, je največji med majhnimi podjetji (23%). Pri ostalih treh skupinah je ta delež manjši.

Slika 3: Podjetja glede na velikost: »Poznate pojem e-izobraževanje oziroma on-line izobraževanje?« - velja za podjetja, ki imajo vsaj en računalnik (RIS 2005, n=34, 86, 39, 32)

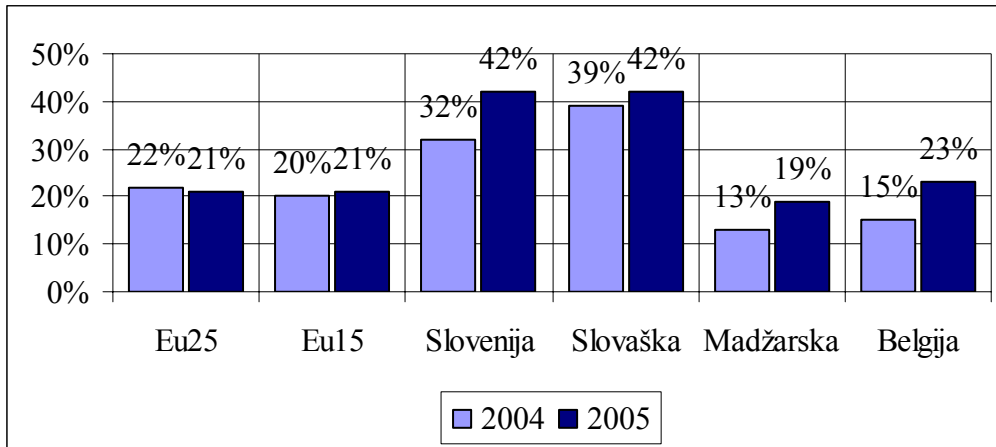


Vir: RIS, 2005.

IDC je napovedal 27% rast v letih od 2005 do 2009 na področju uporabe e-izobraževanja, predvsem zaradi večje hitrosti interneta (izgradnja optičnih omrežij) in visoke kakovosti multimedijskih storitev. Posledice pa so : visoka stopnja interaktivnosti, naraščajoče število učnih dogodkov v živo in rast stopnje sprejemanja s strani podjetij.

Iz grafa je razvidno, da Slovenija beleži največjo rast. V letu 2004 je ta znašala 32%, v letu 2005 pa se je rast povzpela na 42%, kar je 10% skok. Od novo pridruženih članic EU najvišjo rast beleži Slovaška, leta 2004 39%, leta 2005 pa 42%. EU25 so zabeležile rahel upad rasti, EU15 pa rahel dvig.

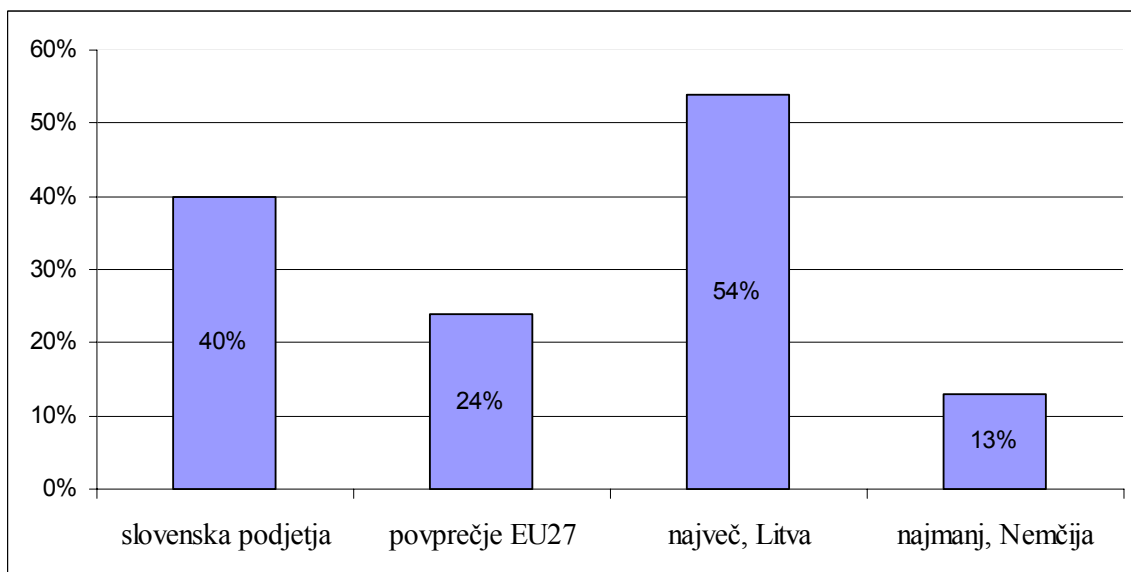
Slika 4: Rast e-izobraževanja v nekaterih državah EU



Vir: Ris, 2005.

Med slovenskimi podjetji jih, leta 2008, 40 % uporablja aplikacije za e-izobraževanje z namenom treniranja in izobraževanja zaposlenih, medtem ko je povprečje EU27 znašalo 24 %. Največ, 54 %, podjetij uporablja omenjene aplikacije v Litvi, najmanj (13 %) pa v Nemčiji.

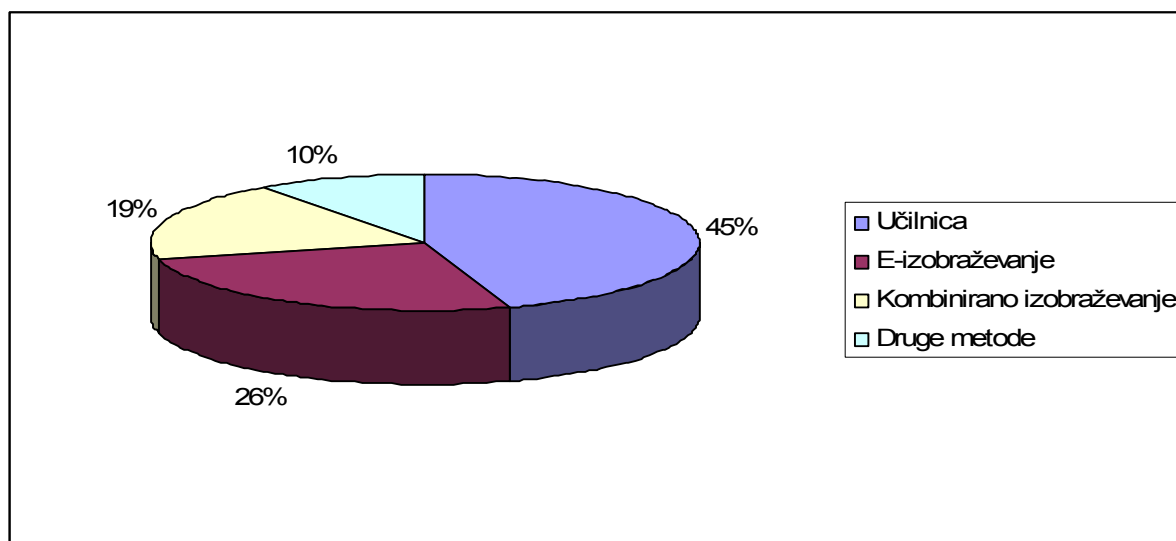
Slika 5: Uporaba aplikacije za e-izobraževanje z namenom treniranja in izobraževanja zaposlenih



Vir: RIS, 2009.

Povprečni delež različnih metod izobraževanja podjetja naslednji: 46% delež je klasičnega izobraževanja, v učilnicah. 27% odpade na e-izobraževanje., 19% je kombiniranega izobraževanja in 10% drugih metod (E. Maisie, Learning delivery methods survey, 2006).

Slika 6: Delež izobraževanja v podjetjih



Vir: E. Maisie, *Learning delivery methods survey*, 2006.

2.4 PREDNOSTI IN SLABOSTI E- IZOBRAŽEVANJA

Prednosti:

E- izobraževanje ima številne prednosti. Nekatere so bile že večkrat omenjene, nekaj pa jih v tem poglavju obravnavam bolj podrobno.

- *Neomejenost na lokacijo*

Na daljavo se lahko izobražujejo tisti, ki so preveč oddaljeni od fizične lokacije predavanj, tisti, ki se izobražujejo ob delu ali pa so telesno prizadeti, skratka vsi, ki se zaradi kakršnih koli vzrokov ne morejo udeležiti tradicionalne oblike izobraževanja.

- *Racionalna izraba časa*

Daje uporabniku možnost, da se uči kadarkoli mu to ustreza, kar ustreza današnjim zahtevam globalizacije. Internet zaradi svoje 24-urne dostopnosti omogoča ljudem, ki se ne morejo udeležiti tradicionalnih oblik izobraževanja, da se izobražujejo na daljavo lažje kakor kadarkoli in takrat, kadar to sami želijo (Chan, 2003, str. 196-202).

- *Samostojnost pri učenju*

Zaradi večje samostojnosti, je uporabnik posledično tudi bolj kreativen, saj ni pod pritiskom, kako se bodo na njegovo sodelovanje pri predavanjih odzvali ostali slušatelji.

- *Sprotno preverjanje znanja*

Omogoča uporabniku stalen odziv, s tem pa pregled nad količino znanja, ki ga pridobi z vsakim učenjem.

- *Literatura, ki se konstantno posodablja*

To je ena izmed večjih prednosti, saj je tiskane knjige veliko težje posodabljati in na račun tega nastane veliko dodatnih stroškov.

- *Hitrejša pridobivanje podatkov preko interneta*
- *Lasten tempo učenja*

Hitrost učenja je zaradi e-izobraževanja prilagodljiva, to pa povečuje zadovoljstvo in kakovost učenja ter zmanjšuje stres.

- *Nižji stroški*

Za razliko od tradicionalnega izobraževanja stroški niso tako povezani s številom udeležencev. Pri e-izobraževanju je za podjetje, ki je ponudnik e-izobraževanja, visoka le začetna investicija v informacijsko tehnologijo. Kasnejše vzdrževanje in število udeležencev pa nimata tako velikega vpliva na stroške. Zaradi naštetih lastnosti, se e-izobraževanje uveljavlja v okoljih z večjim številom udeležencev. Prav tako delodajalec udeleženca nima dodatnih stroškov s plačilom potnih stroškov ali izostanka dela zaradi odsotnosti zaposlenega (Prednosti e-izobraževanja, 2008).

- *Skrajšanje časa učenja in povečanje udeležbe*

Pri e-izobraževanju se skrajša čas učenja v povprečju od 40% do 60%. Na drugi strani se poveča udeležba, ki je višja za okoli 25% v primerjavi s klasičnim izobraževanjem (Hall, 1997, str. 111).

Slabosti:

- *Možnost pomanjkanja samodiscipline*

To ni ena izmed glavnih slabosti, saj je po raziskavah, kot navaja Roffe v članku, večina tistih, ki se poslužuje e-izobraževanja starejša od 45 let. To so večinoma vrhunsko usposobljeni kadri, katerih konstantno izobraževanje je nujno za opravljanje visoko kvalificiranega dela. Zaradi omenjenega dejstva je vprašanje/ nevarnost pomanjkanja samodiscipline manjšega pomena kakor mu pripisujemo (Roffe, 2002, str. 40-50).

- *Visoki začetni fiksni stroški*

Administratorji morajo upoštevati visoke začetne stroške e-izobraževanja. Zagotavljanje visokokakovostne e-izobraževalne institucije se lahko izkaže za zelo potratno investicijo.

- *Pomanjkanje medosebne komunikacije*

Naloge administratorjev so, da navkljub šibki interakciji med predavatelji in »učenci« maksimizirajo izobraževalno izkušnjo (Chan, 2003, str. od 196-202).

- *Potrebna visoka stopnja podpore predavateljem*

Da predavatelji lahko kvalitetno opravljajo svoje delo morajo imeti zagotovljeno podporo s strani strokovnjakov za razvoj e-izobraževanja.

Prednosti e-izobraževanja so izrazitejše kot pomanjkljivosti. Te v veliki meri določa nivo motivacije zaposlenih, s tem problemom pa se soočajo tudi klasične izobraževalne ustanove.

2.5 USPEŠNI PONUDNIKI E-IZOBRAŽEVANJA NA SLOVENSКИH TLEH

V Sloveniji je kar nekaj uspešnih ponudnikov e-izobraževanja. Ti pa so predstavniki različnih ciljnih okolij e-izobraževanja (poslovno okolje, vseživljenjsko izobraževanje, univerzitetno okolje). Za vsako ciljno okolje e-izobraževanja bom predstavila uspešen primer e-izobraževanja.

2.6.1 E-CHO (poslovno okolje)

E-CHO je brez dvoma eden izmed uspešnejših sistemov za e-izobraževanje v Sloveniji, saj ima LTFE (razvija sistem E-CHO) zelo dolg seznam naročnikov, med katerimi so pomembna slovenska podjetja. E-CHO so zasnovali na podlagi številnih izkušenj pri izvedbi e-izobraževanj ter po obsežni analizi in uporabi sorodnih komercialno dostopnih produktov v Laboratoriju za telekomunikacije Fakultete za elektrotehniko (LTFE).

Sistem E-CHO je internetna platforma za celovito izvedbo e-izobraževanja, ki omogoča:

- upravljanje e-tečajev (LCMS – Learning Content Management System),
- spremljanje aktivnosti uporabnikov,
- preverjanje znanja/testiranje,
- povezavo z obstoječimi informacijskimi sistemi (LDAP/Active Directory),
- podporo standardom e-izobraževanja (SCORM in QTI) in večjezičnost

(Sistem E-CHO, 2009).

Sistem omogoča različne vloge uporabnikov. Vsaka vloga določa nivo pravic dostopa do sistema, uporabniki pa do funkcionalnosti dostopijo preko specifičnih vmesnikov. Sistem avtentikacije in avtorizacije pa zagotavlja, da tisti, ki nimajo pooblastil, ne prehajajo med vlogami.

E-CHO obsega e-tečaje iz različnih vsebin (telekomunikacije, računalništvo, poslovni svet,...), prav tako omogočajo gostovanje e-tečajev kjer lahko zainteresirani uporabniki izvedejo e-izobraževanje z lastnim e-tečajem brez vložkov v sistem e-izobraževanja.

Kot sem že omenila se e-izobraževanja s pomočjo sistema E-CHO poslužuje veliko slovenskih podjetij, zato bom naštela najpomembnejša:

- Nova Ljubljanska banka (namestitev sistema, celovite uvedba (usposabljanja in podpora), izdelava e-tečajev, integracija z bazo človeških virov in organizacijsko shemo, integracija strežnika QuestionMark Perception za preverjanje znanja, več kot 5000 uporabnikov).
- Mobitel (namestitev sistema, celovite uvedba (usposabljanja in podpora), izdelava e-tečajev, integracija s kadrovskim informacijskim sistemom, več kot 1000 uporabnikov).
- Telekom Slovenije (gostovanje e-izobraževanja in e-tečajev, izvedba in evalvacija e-izobraževanj, izdelava e-tečajev, več sto uporabnikov)

Slika 7: Primer e-tečaja v sistemu E-CHO



Vir: E-vsebina, 2009.

2.6.2 Visoka poslovna šola DOBA Maribor (vseživljenjsko izobraževanje)

Na DOBI e-študente vpisujejo v višješolske programe poslovni sekretar in ekonomist, v visokošolski program poslovanje, pa tudi na magistrski študij na daljavo mednarodno poslovanje. V programih, ki se izvajajo v e-obliki, je bilo v letu 2007/08 vključenih 1.449 študentov, zanimanje za e-študij pa je vsako leto večje, tako da pričakujejo, da bodo v naslednjih letih presegli število dva tisoč. Doslej imajo 717 e-diplomantov (M.Gojkošek, Učenje preko spleta na sto in en način, 2008).

Na prvem mestu razlogov za vključitev v e-študij je fleksibilnost študija, saj študentje večinoma študirajo doma, v prijetnem učnem okolju in v času, ki je za njih najprimernejši (Za zaposlene, mamice in športnike, 2009).

2.6.3 Fakulteta za management Koper (univerzitetno okolje)

Na koprski fakulteti za menedžment e-izobraževanje uvajajo kot podporo oziroma dodatek klasični obliki študija. Podporo nekaterim predmetom v obliki e-izobraževanja, uporabljajo že od študijskega leta 2003/2004. Z letom 2008 pa so s spletnim učnim okoljem imenovanim e-učilnica, uvedli podporo vsem predmetom. Študenti v e-učilnici najdejo informacije v zvezi s predmetom, kot so vsebine, načrt izvedbe in študijska gradiva. Prek te komunicirajo med seboj, z učitelji oziroma mentorji. Na fakulteti ugotavljajo, da je večji uspeh pri tistih predmetih, kjer nižji obisk klasične predavalnice in večji v e-učilnici (M.Gojkošek, Učenje preko spleta na sto in en način, 2009).

2.7 E-izobraževanje v slovenskih podjetjih (izsledki povzetka ankete o e-izobraževanju)

V tej točki sem naredila izsledke povzetka ankete o e-izobraževanju. Povpraševanje po e-izobraževanju zaposlenih v slovenskih podjetjih je dokaj nizko, a kot kažejo ankete in raziskave, se bo s časom začelo premikati na bolje (E-izobraževanje v slovenskih podjetjih, 2006). Podatki, pridobljeni preko ankete, ki jo je opravil edupool, kažejo, da le približno petina podjetij, ki izvajajo izobraževanje oziroma učenje svojih zaposlenih, posega po e-izobraževanju. Tudi v primerjavi z Evropsko unijo, se Slovenija giblje, v spodnji polovici lestvice.

Z večjo informiranostjo delodajalcev (poudarek na prednostih in uspehih e-izobraževanja), agresivnejšim trženjem teh storitev (intenzivnejše oglaševanje in marketing s strani ponudnikov), s promoviranjem projektov na to temo (sredstva iz EU in strukturnih skladov), se Slovenija lahko čez čas približa evropskemu nivoju uporabe takšnih storitev.

Težave v zvezi s predstavitvijo e-izobraževanj potrošnikom se velikokrat pojavijo pri izbiri napačnega načina predstavitve. Da bi e-izobraževanje lahko v celoti zaživel v stvarnosti, mora izobraževalna institucija svoje potencialne naročnike prepričati in jasno poudariti v čem je e-izobraževanje dobro oziroma boljše od drugih oblik izobraževanj in kako jim e-izobraževanje lahko pomaga doseči zelene cilje.

Anketo o uporabi e-izobraževanja v slovenskih podjetjih je opravilo spletni portal edupool. Anketirali so podjetja z vsaj dvema zaposlenima. Velikost populacije je bila 176477. Pri edupoolu so želeli, da na anketo odgovarjajo zaposleni, ki so odgovorni za izobraževanje v podjetjih, zato so anketirali 21,37% kadrovske delavce, 15,38% vodij oziroma direktorjev kadrovske službe, 12,82% vodij splošnega sektorja, 5,98% direktorjev, 5,13% vodij oziroma direktorjev izobraževanj in 4,7% svetovalcev za izobraževanje.

Na vprašanje ali v podjetju e-izobražujejo, je 20% slovenskih podjetij odgovorilo pritrdilno. Zelo presenetljivo je, da tako malo podjetij uporablja e-izobraževanje. Podjetja ki so odgovorila, teh je bilo 240 (80%), da e-izobraževanja nimajo, so to pojasnila tudi na način, da tako izobraževanje ni primerno za njihov kader ali da ne čutijo potreb po vpeljavi.

Na vprašanje kaj se v podjetju največ e-izobražuje so anketiranci odgovorili, da zaposleni v podjetju potrebujejo znanje iz različnih področij. V edupoolu jih je zanimalo, katera področja so med podjetji, ki imajo e-izobraževanje, najbolj zastopana oziroma katerih se največ poslužujejo. Na voljo so imeli zbirati med najbolj pogostimi, kot so: informatika, tuji jeziki, računovodske in finančne teme, osebni razvoj, formalno izobraževanje in drugo. Pri vsaki izbrani tematiki so anketiranci napisali tudi prav katero temo iz omenjenega področja so e-izobraževali. Zanimivo je, da med vsemi naštetimi področji prevladuje le eno (informatika), druga so bolj v ozadju (tuji jeziki, računovodske in finančne teme, osebni razvoj, formalno izobraževanje). Kar podjetij 60% podjetij so svoje zaposlene

e-izobraževali s področja informatike. Teme, ki so jih anketiranci našli so: razvojna orodja, Word, Excel, PowerPoint, internetne rešitve, kalkulacije, informacijska varnost, računalniško opismenovanje, Autocad, ECDL, Lotus Notes,..Najverjetneje je tak rezultat zaradi tega, ker je informatika povezana z računalnikom in tako poteka e-izobraževanje lažje, saj je nekje v navadi da tovrstne tematike potekajo ob delu na računalniku.

Na vprašanje kaj bi podjetjem pomagalo pri odločitvi za e-izobraževanje, je največ anketirancev odgovorilo (105 podjetij oz. 35%), da bi jih prepričala brezplačna demo verzija na internetu, nato dober opis s slikami (79 podjetij oz. 26,3%) in nazadnje obisk predstavnika (56 podjetij oz. 18,7%). Za možnost drugo se je odločilo 60 podjetij (20%) in navedlo svoje želje kot so na primer: na enem mestu dobiti podatek o prednostih in slabostih e-izobraževanja, dobiti mnenje podjetij, ki e-izobraževanje že uporabljajo, pozitivne izkušnje poznanih oseb, več programov v slovenskem jeziku, podpora vodstva podjetja za tovrstno izobraževanje ali ugodna finančna ponudba.

Slovenski trg počasi a zanesljivo vstopa na trg e-izobraževanja. Znanje na področju e-izobraževanja je, a vendar je podjetij in ostalih organizacij, ki vpeljujejo tovrsten način izobraževanja za lastne potrebe, v Sloveniji še vedno premalo. Predvsem je premalo razvita misel, da je e-izobraževanje, zaradi svoje narave in možnosti, ki jih ponuja, postal alternativni način izobraževanja zaposlenih v podjetjih. Pomemben faktor pri odločanju za e-vsebine je tudi zniževanje stroškov, v krajšem času osvojimo vsaj enako količino znanja, kot pri klasičnem izobraževanju. Za porast ponudbe teh storitev bi lahko ponudniki poskrbeli z intenzivnejšo uporabo marketinških tehnik, ki lahko izboljšajo zavedanje in odnos uporabnika do e-izobraževanj, kar pomeni večjo prepoznavnost in uporabnost.

Na koncu teoretičnega dela bi rada poudarila, da so informacijske in komunikacijske tehnologije močna gonila sila rasti in zaposlovanja. Četrtnina rasti BDP EU in 40 % rasti produktivnosti je posledica IKT (i2010 – Evropska informacijska družba za rast in zaposlovanje, 2005). Pomembnost razvoja IKT je prepoznala tudi Slovenija in je za e-izobraževanje, enega izmed pomembnih stebrov IKT, razvila naslednje strateške cilje:

- omogočiti hiter, enostaven, prijazen in potrebam ter zmožnostim posameznika prilagojen dostop do znanja vsem prebivalcem Republike Slovenije;
- vzpostaviti enotno točko (internetni portal) z vso razpoložljivo vsebino, dostopno vsem zainteresiranim udeležencem e-znanja;
- vzpostaviti (organizacijski) sistem za pridobivanje znanja in pomoči informacijsko-komunikacijske tehnologije za vse zainteresirane udeležence;
- prilagoditi pravne predpise in izpopolniti spodbude za zagotavljanje in uporabo storitev ter izdelkov e-izobraževanja med fizičnimi in pravnimi osebami;
- izpopolniti spodbude javno-zasebnega partnerstva za raziskovalno-razvojne dejavnosti pri e-izobraževanju in pretoku znanja med njimi.

Strategija države na področju e-izobraževanja sovпада s stalno optimizacijo izvajanja temeljnih poslovnih procesov v podjetjih, ki ponujajo izobraževalne storitve. Razmišljanje o nadgradnji obstoječih, klasičnih izobraževalnih praks z razvojem in vpeljavo e-izobraževanja je naravno in v skladu s trendi. Podjetje A, ki ga obravnavam v diplomskem delu ni pri tem nikakršna izjema, saj so glavne storitve podjetja rešitve s področja informacijske tehnologije in izvajanje storitev iz izobraževanja.

3 O PODJETJU A IN NJEGOVIH STORITVAH

Gre za podjetje v popolnoma zasebni lasti. Podjetje A je bilo ustanovljeno leta 1991 z namenom postati in ostati vodilno neodvisno storitveno-svetovalno podjetje s področja informacijskih in komunikacijskih sistemov v Republiki Sloveniji in delovati tudi v tujini. Dejavnost podjetja je usmerjena izključno v opravljanje storitev.

Cilje dosegajo z rešitvami, prilagojenimi zahtevam strank in so neobremenjeni z vrstami tehnologije in njihovim komercialnim uspehom na trgu. Odlikujejo jih vrhunsko usposobljeni strokovnjaki, ki se pri soočenju z novimi izzivi hitro odzovejo in se znajo prilagoditi novostim pri uvajanju novega sistema, standarda in tehnologije.

Podjetje od ustanovitve v vseh pogledih raste: v obsegu storitev, prihodku, dobičku, številu zaposlenih ter njihovi formalni in tehnološki izobrazbeni strukturi. Pri razvoju in izvedbi/implementaciji storitev jih od 50 redno zaposlenih aktivno sodeluje 39. Načelo njihovega poslovanja je uporabnikom informacijskih in komunikacijskih sistemov zagotoviti celovite rešitve/storitve.

Storitve podjetja A so celovite rešitve v celotnem življenjskem ciklu določene informacijske tehnologije, prilagojene potrebam uporabnikov

- identifikacije potreb, to je izvajanje sistemskih analiz, strokovno in tehnološko neobremenjeno svetovanje, izdelava predloga za odpravo problema;
- načrtovanja, gre za iskanje optimalnega razmerja med lastnostmi in ceno, zanesljivost različne preverjene tehnologije, visoko razpoložljivost;
- tehnične dokumentacije, kar obsega pripravo tehnične dokumentacije za vse faze (IR - idejna raziskava, PZI - projekt za izvedbo, PZR - projekt za razpis, PID - projekt izvedbenih del);
- izvedbe/implementacije, to je izvedbo storitev do delovanja zastavljene rešitve;
- projektnega nadzora, ki predstavlja celovit tehnični nadzor nad fazami namestitve in izvedbe/implementacije rešitve;
- nadzora in upravljanja, kar pomeni spremljanje delovanja sistemov, klicni center s 4 nivoji podpore in 24/7 dežurni center;
- diagnosticiranja problemov in odprave napak, saj zaradi širokega pogleda in ozke specialistične usmerjenosti strokovnjakov obvladujejo vsa področja informacijsko

komunikacijskih sistemov (obvladujejo in razpolagajo z najzahtevnejšo diagnostično opremo in mehanizmi, prisotnimi na strojni in programski opremi).

Storitve nudijo na področjih:

- lokalnih komunikacijskih omrežij,
- transportnih omrežij,
- varnosti in upravljanja informacijskih sistemov,
- izobraževanja s področja informacijskih tehnologij.

3.1 IZOBRAŽEVALNE STORITVE V PODJETJU A

Izobraževalni center podjetja A nudi različne vrste tečajev in izpitov iz področja informacijskih tehnologij. Izobraževanje strokovnjakov s področja informatike je zaradi hitrega razvoja informacijske tehnologije še posebej pomembno. Nivo znanja postaja ključni faktor konkurenčnosti. V podjetju A so pripravili izobraževanja, kjer lahko tako začetniki kot izkušeni strokovnjaki najdejo tečaj zase:

- operacijski sistemi (Linux, Netware, HP-UX, AIX) za začetnike, systemske skrbnike in upravljalce omrežij,
- varnost informacijskih sistemov (varnostna politika, požarne pregrade, ...),
- mrežne tehnologije (TCP/IP, dinamično usmerjanje, multicast, IPv6, ...),
- programiranje, programski jeziki in tehnologije (bash, ksh, php, C, Perl, IPC, ...).

Predavatelji imajo ogromno izkušenj in so deležni priznanj na domačih in mednarodnih konferencah. Odlikuje jih visoko strokovno znanje in številni pridobljeni certifikati. V izpitnem centru A se lahko opravljajo mednarodni certifikati preko pooblaščenih centrov VUE in Thomson Prometric.

3.1.1 Izobraževanja podjetja A

Klasična/standardna izobraževanja

Lastna izobraževanja in delavnice, kjer posredujejo znanje in praktične izkušnje s področij novih tehnologij, programskih jezikov in varnosti informacijskih sistemov. Pripravljajo tudi povsem prilagojene tečaje in delavnice poljubnih vsebin.

Tabela 2: Pregled nekaterih klasičnih izobraževanj v aprilu, maju in juniju.

Tečaj	Termin	Cena (v EUR)
Nadzor inform. infrastrukture z odprtokodnimi orodji	20.-21.4.2009	450,00
Povečanje kakovosti prenosa podatkov v omrežju (QoS)	24.-26.6.2009	650,00
Osnove programiranja	18.-22.5.2009	1.050,00
Uvod v IPv6	19.5.2009	285,00
Perl programiranje – osnove	25.-27.5.2009	1.050,00
Perl programiranje - nadaljevalni tečaj	15.-19.6.2009	1.050,00
UNIX (HP - UX) OSNOVE	20.-24.4.2009	650,00
HP - UX SISTEMSKA ADMINISTRACIJA	25.-29.5.2009	950,00

Vir: Podjetje A.

IBM linux tečaji

Kljub množici informacij in dokumentov o Linux-u se je najlažje in najbolj učinkovito naučiti novosti ali podrobnosti z Linux področja na kvalitetnih seminarjih in tečajih, ki jih vodijo izkušeni predavatelji z veliko praktičnimi izkušnjami. Že vrsto let je A pooblaščen IBM izobraževalni center in edini v Sloveniji izvaja celoten IBM Linux izobraževalni program. Podjetje A ima tudi status pooblaščenega Novell izobraževalnega centra in pripravlja celovit Linux izobraževalni program.

Novell tečaji

V podjetju A že dolga leta postavljajo in vzdržujejo Novell operacijski sistem in Novell programsko opremo. S pridobitvijo statusa Novell Gold Training Partner imajo možnost svoje znanje in izkušnje posredovati slušateljem.

Glede na zapisano, vidimo, da je njihova glavna dejavnost na področju izobraževanja namenjena vsebinam za uporabnike, ki želijo naprednega dela z informacijsko tehnologijo. Gre tako za začetnike, kot tudi tiste, ki to področje že obvladajo in si želijo samo nadgradnje znanja. Z organiziranim usposabljanjem tako omogočajo slušateljem, da vso delovno dobo osvežujejo, dopolnjujejo, širijo in poglobljajo svojo izobrazbo in si s tem zagotavljajo konkurenčnost na trgu delovne sile, s stalnim pridobivanjem znanja pa svoje delo opravljajo kvalitetno in s tem zadostijo pričakovanja delodajalcev.

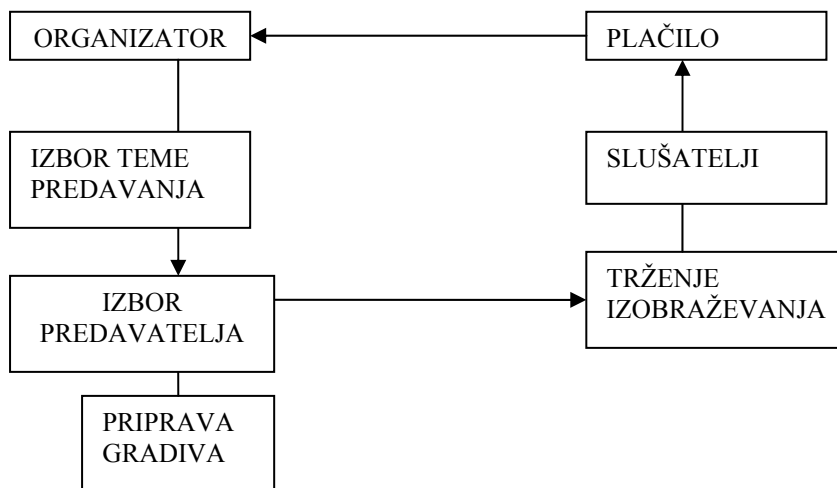
Kot organizatorji tečajev se morajo odločiti katere teme so najbolj aktualne glede na trenutne trende v svetu informacijskih tehnologij. Nato na izbrano temo izberejo ustrezne predavatelje, ki so notranji sodelavci podjetja. Ti so specialisti na svojem področju. Dogovoriti se je potrebno o načinu sodelovanju, določitvi termina izobraževanja, o kraju in pogojih sodelovanja. Predavatelji izdelajo ali posodobijo gradivo, ter ga najmanj teden dni prej predajo organizatorju tečaja.

Sledi »trženje« tečaja. V računalniškem programu naredijo povzetke tečaja in odgovorijo na vprašanja: kje, kdaj, kako, zakaj in komu je tečaj namenjen. Navedejo tudi časovni

obseg tečaja ter predavatelja. Nato povzetke dodajo na spletno stran, kjer tečaj oglašujejo. S pomočjo baz podatkov o preteklih udeležencih, kateri so razdeljeni v podskupine izberejo ciljno skupino. Nato razpošljejo mailing potencialnim udeležencem. Prijavljene udeležence nato vpišejo v bazo prijavljenih udeležencev, tistim kateri so navedli tudi e-poštni naslov pa elektronsko potrdijo prijavo. Ob morebitni spremembi o času ali kraju izvajanja tečaja pa telefonsko obvestijo udeležence.

Med tem časom predavatelj pripravi predstavitev v računalniškem programu. Organizator skupaj z njim uskladi podrobnosti o poteku celotnega tečaja. Po končanem izobraževanju kandidati prejmejo potrdilo o udeležbi, na katerem so navedeni podatki o tečaju in predavatelju. Če je tako predvideno, opravijo še izpit, za katerega prav tako dobijo potrdilo. Po pošti pa udeleženci prejmejo še račun, katerega izdela računovodja v računovodskem programu. S plačanim računom pa se tudi zaključi krog izobraževanja.

Slika 8: Proces priprave izobraževanja v podjetju A



3.1.2 SWOT matrika podjetja A za izobraževalno dejavnost

V tem poglavju predstavljam SWOT matriko podjetja A. V matriki se na podlagi opravljenih analiz povzela bistvene ugotovitve: prednosti, slabosti, priložnosti, nevarnosti za izobraževalno dejavnost v podjetju A.

Tabela 3: SWOT matrika za izobraževalno dejavnost v podjetju A

PREDNOSTI	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • Visoko izobraženi predavatelji • Tehnično usposobljen kader • Tradicija v IT izobraževanju • Obstoječa tehnologija • Razpoložljiv kapital • Certifikat VUE, Thompson Prometric • Strošek predavateljev že všteti v rednih delovnih pogodbah 	<ul style="list-style-type: none"> • Ni obstoječe knjižnice gradiv • Slaba tržna agresivnost • Premalo zaposlenih na področju izobraževanja
PRILOŽNOSTI	NEVARNOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • Napredovanje tehnologije in s tem možnost razvoja novih programov za oddaljeno komuniciranje • Širitev na področja bivše Jugoslavije • Večanje potreb po novih izobraževalnih kanalih 	<ul style="list-style-type: none"> • Možnost zlorabe informacij • Vstop novih konkurentov na trg • Svetovna recesija • Zadržanost porabnikov do novih izobraževalnih kanalov

3.2 PREDSTAVITEV PODJETJA Z UPORABO FINANČNIH KAZALNIKOV

V tem poglavju bom predstavila podjetje A z uporabo finančnih kazalnikov. Uporabila sem vodoravno analizo za analiziranje kazalnikov, s katero ugotavljamo vrednostni znesek in odstotek spremembe določene postavke v računovodskih izkazih. Kot osnovo za primerjanje sem vzela postavke iz leta 2007 proti postavkam iz leta 2008. Z vodoravno analizo dobimo informacije o velikosti, smeri in relativno pomembnosti posameznih postavk. Uporabljamo jih za ugotavljanje, ali se je poslovanje podjetja v nekem obdobju poslabšalo ali poboljšalo. S pomočjo teh sprememb se lahko ugotovi, na katerih področjih so potrebne spremembe poslovanja.

Koeficient kratkoročne likvidnosti Ker je vrednost kazalnika obeh obdobjih večja od 1, to pomeni, da podjetje A kratkoročna sredstva financira tudi dolgoročno. Čim večja je vrednost tega kazalnika, ugodnejša naj bi bila plačilna sposobnost gospodarske družbe. Koeficient kratkoročne likvidnosti je iz leta 2007 na leto 2008 zrasel za 16 odstotkov.

Delež kapitala v financiranju kaže V letu 2007 je bilo 31,4 odstotkov premoženja financiranega z lastnim kapitalom, v letu 2008 pa za 18 odstotkov več, to pomeni, da so z lastnim kapitalom financirali 37,09 odstotkov premoženja.

Delež dolga v financiranju V letu 2007 je podjetje A 68 odstotkov svojega poslovanja financiralo z dolгови, v letu 2008 pa za 8 odstotkov manj kar znaša skoraj 63 odstotkov.

Koeficient gospodarnosti poslovanja Vrednost kazalnika je nad 1, kar pomeni, da je koeficient gospodarnosti poslovanja pozitiven, čeprav opazimo, da je leta 2008 (1,1) za 2 odstotka nižji kot v letu 2007 (1,12).

Dobičkonosnost kapitala Podjetje A je v letu 2007 doseglo 37 evrov na 100 evrov vloženega kapitala, leta 2008 pa za 11 odstotkov več, kar znaša 41 evrov na 100 evrov vloženega kapitala.

Čista donosnost sredstev Leta 2007 je dobičkonosnost sredstev znašala 17 evrov za 100 evrov vloženih sredstev, leta 2008 pa le 14 evrov na 100 vloženih, kar je za 18 odstotkov manj. Negativni trend gre najverjetneje pripisati povečanju sredstev v obliki nabave nove računalniške opreme.

Prihodki na zaposlenega V podjetju A se je število zaposlenih povečalo (+9%) bolj kot so se povečali prihodki (+4%), zato je bil kazalnik v letu 2008 za štiri odstotke nižji kot v letu 2007.

Čista dobičkonosnost skupnih prihodkov V letu 2007 je bilo ugotovljenega 8,25 evrov dobička na 100 evrov prihodkov, v letu 2008 pa 6,25 kar pomeni 21 odstotno znižanje do katerega je prišlo tudi zaradi nižjega poslovnega izida.

3.3 PRIMERJAVA STROŠKOV KLASIČNE IZVEDBE TEČAJEV IN E-TEČAJEV

V poglavju o pričakovanih učinkih predlaganih sprememb se bom lotila predvsem finančne plati. Izhajam namreč iz predpostavke, da bo ostal potreben kadrovski potencial na približno isti ravni. Je pa ob tem potrebno poudariti, da se bo v določeni meri spremenil obseg dela in vrsta dela, ki ga sedaj opravljajo zaposleni v tem sektorju organizacije.

Klasična izvedba tečajev:

Za začetek bom prikazala stroškovne pokazatelje, ki nastopajo v podjetju sedaj ob izvedbi klasičnega tečaja. Predvidevam pa, da bi se ti stroški ob upoštevanju predlaganih sprememb, zmanjšali. Prikazala bom stroške pet dnevnega tečaja za Osnove UNIX (HP-UX), ki traja okoli 40 ur. Krajši tečaji pa so oblika seminarjev oz. izobraževanja, katero se izvaja en dan. To so krajši tečaji do 8 pedagoških ur. Temeljni cilji teh tečajev je osvežitev določenega znanja, seznanitev z novo tematiko. Večdnevni seminarji ali usposabljanja se

odvijajo več dni in so lahko v obliki priprav (usposabljanja) na določene strokovne izpite. Običajno se tako izobraževanje izvaja približno 40 pedagoških ur. Minimalno število oseb na takih tečajih je 7. Stroški mailinga so za 7 udeležencev tečaja zanemarljivi, zato jih pri izračunu ne bom upoštevala.. Stroškov v zvezi s predavatelji ni, saj so vsi predavatelji zaposleni podjetja A in imajo pogodbo o zaposlitvi prilagojeno tako, da je predavanje že vključeno v njegov honorar.

Tabela 4: Stroški petdnevnega izobraževalnega seminarja na osebo na tečaj (5 dni)

zap.	PREDVIDENI STROŠKI	Na osebo	Na tečaj- 10 oseb
1.	MATERIALNI STROŠKI	50	500
1.1	Tiskanje gradiv	50	500
1.2	Stroški mailinga	0	0
2.	STROŠKI GOSTINSKIH STORITEV	62	620
2.1.	Pijača	25	250
2.2.	Piškoti	15	150
2.3.	Malica	22	220
3.	ADMINISTRATIVNI STROŠKI	41	410
3.1	Režijski stroški: =organizacija, usklajevanje in izvedba predavanja =priprava gradiva, dogovori s predavatelji	21	210
3.2	Izravnavna - nepredvideni stroški	20	200
4.	STROŠKI UČILNICE	47	470
4.1.	Stroški najemnine	47	470
	SKUPAJ STROŠKI	200	2000
	KOTIZACIJA-ZNESEK Z DDV (20%)	660	

Vir: Poročila izobraževanj podjetja A, 2008.

Podjetju občasno težave povzroča tudi predvidevanje prijavljenih na izobraževalnem tečaju. Neke napovedi s pomočjo izkušenj iz preteklosti so sicer mogoče, vendar ponavadi niso najbolj točne. Pri tem si lahko pomagamo tudi s točko preloma, ki pomeni, koliko udeležencev se mora udeležiti tečaja, da bodo pokriti stroški. Za rentabilno izvedbo tečaja torej potrebujemo najmanj 4 udeležence, pri čemer velja poudariti, da je minimalno število udeležencev, pri katerem je tečaj izveden 7.

Spletni tečaj:

V tem delu je moj namen ugotoviti fiksne stroške podjetja pri izvedbi predlaganega načina izobraževanja. Med fiksne stroške (neodvisni od števila udeležencev) uvrščam stroške opreme, stroške nakupa licence ali razvoja spletne aplikacije za podporo izobraževanju. Omenjene stroške podrobneje predstavljam v nadaljevanju.

Stroški spletnega strežnika:

Podjetje razpolaga z lastnimi strežniki, ki se lahko uporabijo v namen izvajanja izobraževanja na daljavo. Investicija licenčnega operacijskega sistema iz okolja Windows,

potrebnega za ustrezno delovanje, so okoli 1500 EUR (cene so povzete na podlagi podatkov, ki so dostopne pri podjetju Microsoft Slovenija).

Investicija v nakup licence programskega okolja za podporo izobraževanju:

Investicija podjetja v nakup licence programskega okolja za podporo izobraževanju bi znašala v povprečju okoli 3000 EUR. Mesečna najemnina znaša 345 EUR. Za cene licenc se je možno običajno dodatno pogajati, kar podjetju tudi predlagam (investicija nakupa licence je določena na podlagi informacij, ki so jih podali razvijalci programskega okolja Blackboard, ki ponujajo nekaj različic tega okolja).

Stroški administracije in e-mentorstva

Stroškov mentorstva ni, saj delo mentorjev opravljajo redno zaposleni strokovnjaki, ki imajo v opisu svojih delovnih nalog tudi predavateljstvo. Za administriranje in usklajevanje skrbi študent, čigar strošek dela je enak kot pri klasični obliki in sicer približno 20€ na osebo na tečaj.

Na ta način ugotovimo, da stroškov, razen stroškov administracije, podjetje z izvedbo spletnega tečaja nima. Kotizacija klasičnega tečaja, kateremu bi konkuriralo e-izobraževanje, je okoli 660 EUR. Predlagam, da podjetje v primeru spletnega izobraževanja ponudi za okoli 20 % nižjo ceno. To pomeni, da bi lahko bilo tovrstno izobraževanje, v obsegu približno štiridesetih učnih ur v klasičnem načinu, na voljo za okoli 530 EUR. Če bi želeli investicije, ki sem jih ocenila na 4.500 EUR, pokriti v enem letu, bi se moralo za tovrstni način odločiti vsaj 10 udeležencev, kar je izredno hitro dosegljivo, saj imajo v podjetju v povprečju 10 udeležencev že na eno samo izobraževanje.

Za primerjavo bom prikazala primer izobraževanja 100 udeležencev v obeh oblikah. Po konzervativni oceni bi tečaje za toliko udeležencev izvedli v šestih mesecih. Pri izračunu bom torej upoštevala polletje.

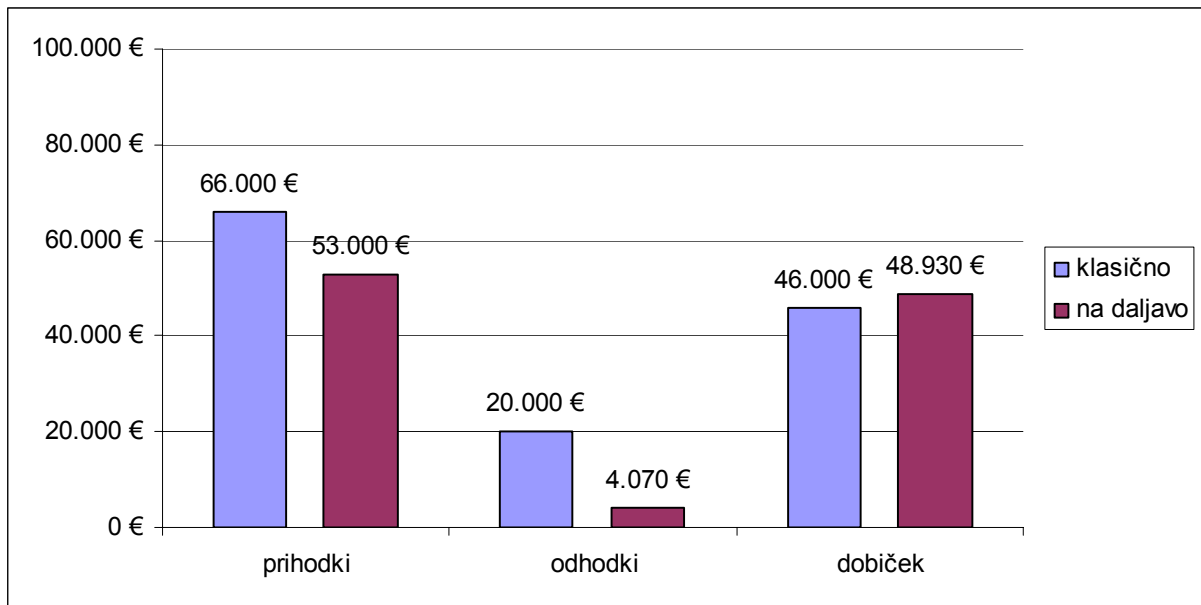
Izobraževanje na daljavo:

100 udeležencev vplača vsak po 530 EUR, kar prinese 53.000 EUR. Začetna investicija znaša 4.500 EUR. Stroški za administracijo znašajo 2000 EUR, stroški mesečne licenčnine pa 345 EUR, kar je 2070 EUR na polletni ravni. To na koncu polletja prinese 48.930 EUR dobička.

Klasična oblika seminarja:

Za usposabljanje 100 udeležencev je potrebno prirediti 10 seminarjev. Udeleženci s kotizacijo 660 EUR vplačajo 66.000 EUR. Stroški znašajo 200 EUR na udeleženca za 5-dnevni tečaj, to je 20.000 EUR. To pomeni, da je podjetje od 10 seminarjev imelo 46.000 EUR dobička.

Slika 9: Primerjalni graf (učinkovitosti) med klasičnim in seminarjem na daljavo.



Vir: Interni podatki podjetja, 2008.

Primerjalni graf nam prikaže, da bi z izvajanjem seminarjev na daljavo podjetje v enem letu ustvarilo slabih 3.000 EUR več dobička.

To so seveda dokaj poenostavljeni izračuni, ki bi se v praksi lahko spremenili, vendar menim, da ne bistveno. Predvsem sem mnenja, da so izračuni v prid izobraževanja na daljavo, saj bi bilo v prihodnjih letih potrebno le vzdrževati opremo, zato bi bili ti investicijski stroški prisotni večji del le v prvem letu.

Stroški rednega vzdrževanja in posodabljanja sistema so relativno majhni, saj bi v delo vključili že obstoječe kadre, ki bi se jim v manjši meri spremenil delokrog nalog. Del nalog, ki so jih sedaj porabili za prirejanje tečajev in drugo delo, bi namenili delu pri posodabljanju sistema. Na ta način ne bi bistveno povečali stroškov.

Zanemarljivo pa tudi ni dejstvo, da se s pomočjo uporabe izobraževanja na daljavo zmanjša potreba po distribuciji izobraževalnega gradiva, saj odpade potreba po fizični distribuciji tiskane verzije gradiva. Večina gradiva se posreduje v elektronski obliki, s čimer po večini tudi odpadejo verjetnosti, da gradivo ne bi bilo ob pravem času posredovano na pravo mesto. Nobena izmed drugih možnosti distribucije nam tega ne omogoča, saj vedno nastaja možnost, da se pripeti kak nepredviden dogodek, ki lahko vpliva na izvedbo distribucije.

Spremembe kot so predlagane seveda ne predstavljajo neke zaključene celote, pač pa bodo tudi na tem področju še vedno potrebno vedno znova spremljati novosti in trende na trgu, da bo podjetje ostajalo s svojimi storitvami konkurenčno. Predvsem bo potrebno spremljati trende na področju zainteresiranosti potencialnih uporabnikov po specifičnih novih znanjih. Znanja morajo biti aktualna, zato je nemogoče pričakovati, da bodo ponujena gradiva lahko aktualna daljši čas.

S pomočjo analiz bo potrebno spremljati interes za posamezne oblike izobraževanja ter prav tako spremljati interes za posamezne programe. V primeru, da se bo izkazalo, da je interes za izobraževanje preko spleta velik, bo smiselno razmisliti o pomenu nadaljevanja klasičnega izvajanja izobraževanja in seminarjev. Vendar pa je po mojem mnenju bolj realna možnost, da interes za klasične oblike izobraževanj ne bo padel, saj bo izobraževanje na daljavo privabilo nov segment udeležencev, ki se klasičnih oblik tečaj ne morejo udeleževati.

Ko bo sistem zaživel, bo smiselno tudi razmisliti o poslovnem sodelovanju s katero izmed strokovnih institucij za pridobivanje formalnih znanj. Na ta način bi lahko ponudili možnost izobraževanja na katerem izmed verificiranih programov. S tem bi se povečala prepoznavnost organizacije, prav tako pa s tem naraste ugled organizacije.

3.4 PREGLED GLAVNIH KONKURENČNIH PODJETIJ IN NJIHOVE IZOBRAŽEVALNE PONUDBE

V tem poglavju bom predstavila največje konkurente podjetja A na področju IT izobraževanja in njihovo izobraževalno ponudbo. Med glavne konkurente na izobraževalnem področju iz IKT sodijo podjetja Avtenta, SRC.SI, in S&T. Od naštetih podjetij je Avtenta edino podjetje, ki uporablja e-izobraževanje in sicer za pridobitev Microsoft certifikata MCSA v Avtentini poletni šoli. Vsa tri podjetja so neposredni konkurenti podjetju A, saj ponujajo izobraževanja za pridobitev različnih certifikatov s področja IT, poleg tega pa ponujajo opravljanje izpitov v enakih izpitnih centrih.

3.4.1 AVTENTA.SI

Podjetje Avtenta.si d.o.o je bilo ustanovljeno dne, 21.12.1995 in je član skupine Telekom Slovenije. V letu 2008 je bilo v Avtenti.si zaposlenih 132 ljudi, imela je 28.944.423 evrov čistih prihodkov od prodaje in 567.595 evrov čistega dobička. V podjetju Avtenta ponujajo uporabnikom celovito paleto rešitev za obvladovanje poslovnih procesov, primerno komunikacijsko infrastrukturo, IT-platfomo in ustrezno programsko opremo. Uporabnikom svojih storitev zagotavljajo dvig ravni komuniciranja med zaposlenimi in poslovnimi partnerji, izboljšano dostopnost informacij za zaposlene, optimalne delovne tokove ter s tem nižje operativne stroške in sprejemanje boljših poslovnih odločitev. V izobraževalnem centru izvajajo izobraževanja širokega spektra po licencah Microsoft, Cisco Systems in SAP. Izobraževanja potekajo v obliki predavanj, tečajev ali delavnic. Vsebine pokrivajo področja operacijskih sistemov, strežnikov, podatkovnih zbirk, informacijske varnosti, telekomunikacijskih storitev, ITIL področja ter uporabniških programov. Kakor v podjetju A, lahko tudi v Avtenti.si stranke opravljajo izpite za pridobitev certifikatov Microsoft, Cisco Systems, SAP, Microsoft Dynamics, EC-Council, CompTIA, EXIN, VMware, Juniper, v izpitnima centroma VUE in Prometric.

3.4.2 SRC

Podjetje SRC d.o.o je bilo registrirano januarja 1990. V letu 2008 je bilo v podjetju SRC 356 zaposlenih, ki so ustvarili 48.219.973 evrov čistih prihodkov od prodaje in 1.425.846 evrov dobička. V SRCu pomagajo korporacijam, finančnim institucijam in javni upravi optimizirati poslovne procese z združevanjem znanja strokovnjakov, ki so v nenehnem stiku z najnovejšimi rešitvami, in najsodobnejše informacijske tehnologije na vseh platformah. Poslovne procese optimizirajo na tri načine: z inovativnimi tehnološkimi rešitvami, ki so popolnoma ukrojene na naročnikove potrebe in njegovo stanje tehnologije, s svetovanjem glede optimizacije poslovnih procesov, ki temelji na desetletjih bogatih izkušenj v vseh panogah gospodarstva in javne uprave in z outsourcingom IT infrastrukture ali celotnih poslovnih procesov naročnika, kar omogoča učinkovitejši nadzor nad stroški, izjemno varnost podatkov in daleč učinkovitejšo izrabo virov. Tretjina najboljših 100 slovenskih podjetij uporabljajo rešitve podjetja SRC in pokrivajo več kot 70 % slovenskega bančnega trga (Pametne rešitve za boljši jutri, 2009). Na področju izobraževanja ponujajo opravljanje izpitov v izpitnih centrih Prometric Thomson Learning in ECDL. V SRC-u se zavedajo, da je vseživljenjsko izobraževanje vedno pomembnejše ne le z vidika pridobivanja znanja, temveč je neposredno povezano z zaposlovanjem, ekonomsko rastjo in socialno neodvisnostjo, zato po naročilu naročnika organizirajo delavnice e-Uprave za končne uporabnike, šolo informatike in različne tečaje na področju Microsofta in ITILa.

3.4.3 S&T

Podjetje S&T d.o.o je bilo ustanovljeno leta 1991. V letu 2008 je imelo 331 zaposlenih, 57.227.505 evrov čistih prihodkov od prodaje in 540.941 evrov čistega dobička. Od svojega začetka je podjetje S&T eno izmed vodilnih podjetij na področju celovitih rešitev informacijskih tehnologij. Strankam ponujajo zanesljive, fleksibilne, lažje dostopne in varne rešitve, s čimer omogočajo, da uporabljajo inovativne in prilagojene IT rešitve, ki pozitivno vplivajo na učinkovitost njihovega poslovanja ter posledično na njihove poslovne rezultate (O podjetju, 2009). celovita ponudba S&T Slovenija vključuje načrtovanje, razvoj, implementacijo, vzdrževanje in zunanje izvajanje vseh IT in poslovnih rešitev. S svojimi rešitvami nastopajo v panogah kot so finančne inštitucije, logistika, trgovina in vojska. Leta 1995 so kot prvo računalniško podjetje v Sloveniji pridobili certifikat o izpolnjevanju zahtev standarda ISO 9001. V izobraževalnem centru S&T se letno izobražuje okoli 450 ljudi. Ispite za certifikate lahko stranke opravljajo v izpitnih centrih VUE in Thompson prometric, kjer poteka tudi akcija Second shot, ki strankam omogoča brezplačno ponovno opravljanje izpita, če so ga v prvo neuspešno opravili. S&T je edino podjetje, ki ponuja svojim strankam izpopolnjevanje svojega znanja v Bootcampih. To so večdnevni tečaji, ki potekajo na različnih lokacijah, vključeno je tudi bivanje in prehrana. Po končanem Bootcampu imajo udeleženci dovolj znanja, da na kraju

izobraževanja opravljajo tudi izpit. Poleg Bootcampov ponujajo tudi tečaje Oracle, MS Windows, ITIL in SAP.

4 PREDLOG SPLETNEGA UČNEGA CENTRA PODJETJA A

V tem poglavju bom predstavila predlog uvedbe spletnega izobraževalnega centra, po vzoru na nekatere v svetu in pri nas že poznane spletne knjižnice in izobraževalne ustanove. Ti spletni učni centri bi bili namenjeni samostojnemu učenju in seznanjanju z določeno tematiko. Učno gradivo v tem spletnem centru bi lahko bilo identično gradivu, ki se ga uporablja na klasičnih seminarjih, dopolnjeno z gradivi, ki so namenjena preverjanju znanja. Gradivo se bi uredilo po tematikah, ki bi zanimale posamezne skupine potencialnih uporabnikov. Uporabniki bi z sodelovanjem na e-tečaju pridobil pravico do uporabe uporabo teh gradiv. Vsa gradiva bi bilo potrebno sproti dopolnjevati in posodabljati, tako, da bi bila čim bolj aktualna.

Ciljni udeleženci tovrstnega izobraževanja bi lahko bile pravne pa tudi fizične osebe. Program izobraževanja na daljavo bi bilo mogoče uporabiti tudi pri izvedbi verificiranih učnih programov, če bi se podjetje odločilo za tovrstno izobraževanje, kar bi bilo po mojem mnenju vsekakor tudi dobrodošlo, glede na široko znanje, ki je zastopano v podjetju.

Glede na dejstvo, da podjetje za izobraževalne programe nima prijavljenih več tisoč udeležencev, kot jih imajo univerze in da uporablja za izobraževanje večinoma eno predavalnico, menimo, da je za dopolnitev klasičnega načina izobraževanja najprimernejši model neodvisnega študija.

Pri omenjenem modelu, bodo slušatelji preučevali snov v domačem okolju ali okolju podjetja preko spletnih strani, kjer bodo dostopali do učnih gradiv in po potrebi nekatera tudi prenesli na svoj računalnik. Gradiva bodo dostopna kot celotni učbeniki v ustreznem formatu, primernem za tiskanje in kot multimedijški učbeniki na svetovnem spletu. Na spletnih straneh bodo uporabniki imeli na razpolago tudi interaktivni video in zvočne posnetke predavanj na klasičnih tečajih.

Slušatelji bodo s pomočjo elektronskega vodnika dobili napotke, na kaj naj bodo pozorni pri branju učnega gradiva in kje v svetovnem spletu se nahajajo dodatne informacije. Na voljo bodo imeli tudi določena orodja za samopreverjanje znanja.

Pri tem modelu bo imel pomembno vlogo tutor, ki bo slušateljem pomagal pri učenju, jih usmerjal in vodil skozi učni proces. Vzpostavljaj in vzdrževal bo motivacijo, dajal povratne informacije in sledil napredovanju slušateljev skozi učno vsebino. Komunikacija med slušatelji in tutorjem bo potekala preko elektronske pošte, klepetalnice, oglasne deske,

forumov, namizne videokonference, telefona in raznih programov za izmenjavo neposrednih sporočil (npr. MSN Messenger, Skype, ...).

4.1 MATERIALNA SREDSTVA ZA IZVEDBO IZOBRAŽEVANJA

Podlaga uspešni izvedbi bo uporaba primernih informacijskih in telekomunikacijskih tehnologij. Le-te bodo omogočile podjetju postavitev sistema, ki bo integriran v mrežno okolje in bo zagotavljal učinkovito komunikacijo med udeleženci izobraževanja ter nudil možnost upravljanja in nadzora izobraževalnega sistema.

Do izobraževalnega centra bodo uporabniki dostopali preko dostopovnega omrežja, ki ga zagotavlja ponudnik internetnih. Pri tem bo pomembna dobra povezava ISP-ja v hrbtenično omrežje, kajti le tako bo uporabnikom zagotovljen kvaliteten dostop do vsebin v izobraževalnem centru.

Uporabniki bodo za vmesnik, preko katerega bodo dostopali do izobraževalnih vsebin, uporabljali spletni brskalnik (v praksi se najpogosteje uporabljata Internet Explorer in Firefox), za sodelovanje v videokonferencah pa bodo potrebovali tudi eno izmed programskih orodij za videokonference (npr. Microsoft NetMeeting, PolyCom CX5000).

V podjetju bo potrebno za izvedbo izobraževanja zagotoviti primerno strojno opremo v obliki strežnikov vsebin, aplikacij in baz podatkov. Za izobraževanje lahko podjetje uporabi spletni strežnik Internet Information Services, ki bo omogočal izvajanje spletnih aplikacij in spletnih storitev. Podjetje že tudi sedaj razpolaga z ustreznimi rešitvami.

Strežnik bo nameščen v strežniškem prostoru poleg ostalih strežnikov v podjetju, za njegovo delovanje pa je priporočena uporaba strežniškega operacijskega sistema iz okolja Linux ali Windows Server. Omenjena operacijska sistema predlagam zaradi visoke stopnje zanesljivosti, razširljivosti in varnosti. Operacijski sistem bo podjetju omogočal skupno rabo datotek in tiskalnikov, varno povezovanje v internet, centralizirano upravljanje uvajanja namiznih aplikacij ter spletne rešitve, ki bodo povezovale zaposlene, partnerje in stranke.

Na strežniku se bodo nahajali različni dokumenti oz. datoteke (npr. WWW dokumenti, elektronske prosojnice, narejene npr. s PowerPointom, avdio in video zapisi predavanj). Za dostopanje do vsebin na strežniku bo podjetje razvilo portal, ki bo razširjen s programskim okoljem za podporo izobraževanju. Dostop do vsebin na strežniku bo zaščiten z geslom.

Podjetje za izvedbo predlaganega modela izobraževanja ne bo potrebovalo posebnih prostorov. Kot sem že omenila podjetje z omenjenim izobraževanjem ne bo nadomestilo klasičnega načina izobraževanja, ampak bo ponudbo le dopolnilo.

4.2 OPREMA PRI KONČNIH UPORABNIKI

Uporabniki bodo za izvedbo izobraževanja potrebovali:

- delovno postajo (računalnik, monitor, tipkovnico in miško),
- zvočnike ali slušalke,
- spletno kamero (katere strošek nakupa je zanemarljiv),
- programsko opremo za dostop do vsebin izobraževanja (spletni brskalnik npr. Internet Explorer, Firefox ipd.),
- programsko opremo za sodelovanje v videokonferencah (npr. Microsoft NetMeeting ali PolyCom CX5000),
- dostop do interneta.

Kvaliteten dostop do vsebin, ustrezen prenos multimedijskega materiala in uspešnost videokonference ni vprašljiva, saj je ima po zadnjih raziskavah kar 96 % podjetij z 10 ali več zaposlenimi osebami dostop do interneta, od tega ima 17 % podjetij ozkopasovni dostop in 79% podjetij širokopasovni dostop do interneta (Uporaba interneta v podjetjih z 10 ali več zaposlenimi osebami, 2008). Za dostop do izobraževalnih vsebin od doma je pomemben podatek, da ima širokopasovni dostop do interneta 58% slovenskih gospodinjstev in le za dva odstotka zaostajamo za ZDA. (Slovenija 21. Po razširjenosti uporabe širokopasovnega dostopa, 2009).

4.3 IZVAJANJE IZOBRAŽEVALNIH VSEBIN

Kot izvajalci izobraževanja bodo večinoma nastopali zaposleni v podjetju. Notranji izvajalci, kamor uvrščamo programerje, systemske inženirje, katerih znanje podjetje že poseduje, bodo v izobraževalnem procesu sodelovali kot samostojni predavatelji ali kot pomočniki pri premagovanju problemov, ki bodo nastali zaradi geografske in časovne ločitve med predavateljem in študentom. Zadolženi bodo tudi za pripravo izobraževalnih vsebin, še

posebej, če se bo podjetje odločilo ponuditi na trgu tudi druge izobraževalne vsebine, ne samo obstoječih. V nadaljevanju podrobneje predstavljam naloge.

Predavatelji, učitelji in drugi strokovnjaki določenega področja:

Njihova naloga bo priprava gradiv za izobraževanje in pošiljanje le teh podjetju. (npr. na CD-ju, DVD-ju, po elektronski pošti, oddaljeni dostop do gradiv idr.). Avtorji gradiva bodo morali poznati tudi uporabnost posameznih medijev in tehnologij, saj je zelo pomembno kdaj in kako se uporabi določena oblika medija za posredovanje.

Založnik:

Odgovoren bo za založništvo gradiv za izobraževanje. Pri svojem delu bo sodeloval z avtorji izobraževalnega gradiva in izobraževalnim centrom. Pristojen bo za oblikovanje izobraževalnih gradiv in tiskanje.

Sistemski inženirji:

Njihova naloga bo namestitev, vzdrževanje ter upravljanje vseh vrst strojne in programske opreme za potrebe izobraževalnega procesa.

Programerji:

Odgovorni bodo za razvoj portala izobraževalnega centra in posredovanje napotkov za uporabo le-tega.

Tutor:

Njegova naloga bo pomagati slušateljem pri razumevanju snovi, jih motivirati za pridobivanje znanja in voditi v procesu izobraževanja. Poleg strokovnih znanj s področij izobraževalnih programov, bodo zanj pomembna se didaktična znanja, smisel za delo z ljudmi in znanje uporabe orodij za računalniško komunikacijo. Delo tutorja bodo opravljali dosednji predavatelji znotraj svojega delovnega časa po ustaljenih komunikacijskih poteh (e-mail, znotraj spletne aplikacije).

Izobraževalni center:

Imel bo nalogo upravljanja procesa izobraževanja, razporeditve finančnih virov in vodenja tržnih aktivnosti izobraževanja (informiranje, reklamiranje, tarifiranje storitve izobraževanja in evidentiranje uporabnikov). Center bo odgovoren tudi za preverjanje kvalitete in skladnosti izobraževalnega gradiva ter ustreznosti gradiva glede na specifične potrebe določene skupine. Pri izvajanju izobraževanja bo spremljal delo ostalih izvajalcev in ga prilagajal glede na dejanske potrebe.

4.4 PROGRAMSKA OPREMA ZA IZVAJANJE IZOBRAŽEVANJA

Za izvajanje izobraževalnega procesa na daljavo bo podjetje potrebovalo programsko okolje za podporo izobraževanju. Licenco le tega bo lahko podjetje kupilo ali pa se odločilo za lasten razvoj. V primeru lastnega razvoja moram poudariti, da je takšna rešitev relativno draga in smiselna le kadar gre za veliko izobraževalno institucijo. Če pa bi jim uspelo izdelati primerljivo s ponudniki na trgu, pa bi jo verjetno lahko kasneje tudi tržili drugim ponudnikom izobraževanj.

Menim pa, da bo za podjetje najbolj ekonomično poiskati ustrezen produkt na trgu. Pri tem bo podjetje moralo poznati funkcionalnosti posameznega programskega okolja in pri izbiri upoštevati tudi druge dejavnike, kot so namen, potrebe, izkušnje in finančna sredstva.

Programsko okolje za podporo izobraževanju je torej sestavljeno iz:

- Virtualnega učbenika (v njem se nahaja jedro izobraževalnega gradiva).
- Komunikacijskega sistema (zagotavlja temeljno povezavo med uporabniki in mentorjem).

- Administratorskega dela (uporabniku je ta del skrit, mentorju pa omogoča pogled in kontrolo delovanja v sistemu. Pri tem mu je v pomoč tudi statistika, ki se vodi v ozadju npr. dostopi do posameznih strani učbenika, beleženje dostopov uporabnikov ipd.).
- Pomožnih orodij (olajšujejo in izboljšujejo kvaliteto učenja. Mednje uvrščamo npr. vprašanja, učne cilje, ocenjevanja, predstavitve uporabnikov idr).

V primeru, da se bo podjetje odločilo za nakup licence programskega okolja, bo lahko izbiralo med svetovnimi programskimi okolji za izobraževanje na daljavo (npr. LearningSpace, WebCT, Blackboard, WebMentor idr.). Cene teh produktov definira število uporabnikov in število tečajev, ki jih okolje podpira. Če vzamemo za primer programsko okolje WebMentor vidimo, da je cena malega paketa (do 25 uporabnikov in 10 različnih tečajev mesečno) 3000 dolarjev za vzpostavitev programskega okolja in 500 dolarjev mesečne »najemnine«. Cena velikega paketa (do 500 uporabnikov in do 250 različnih tečajev mesečno) pa je 6000 dolarjev za vzpostavitev in 9000 dolarjev mesečne »najemnine« (eLearning Guild Member Discount Program, 2009).

Pri vpeljavi programske opreme v delovanje bo potrebno računati tudi na določene težave, ki se bodo lahko pojavile zaradi nepoznavanja in novosti tega sistema izobraževanja tako za ponudnika kot uporabnika. To bo potrebno odpraviti s pomočjo uvajanja in kratkih seznanitvenih seminarjev za uporabnike storitev. To bo sicer povzročilo manjše dodatne stroške, ki pa bodo v primerjavi z učinki minimalni.

Sistem bo vsekakor potrebno tudi redno vzdrževati, pri čemer izhajam iz predpostavke, da je trenutni obseg kvalificiranega osebja zaposlenega v podjetju zadovoljiv in da lahko s tem osebjem primerno vzdržujejo celotni informacijski sistem. Samo kakovost izobraževalnega sistema pa bo potrebno preverjati s pomočjo uporabnikov, pri čemer priporočamo, da se v določenih obdobjih naredijo ankete o zadovoljstvu uporabnikov.

4.5 PREDLOG VEČJEGA OBSEGA SPLETNEGA OGLAŠEVANJA

Kot enega izmed problemov sem navedla tudi premajhno poznavanje potencialnih uporabnikov, kaj vse obravnavano podjetje nudi. Zaradi tega je izkoriščenost vseh ponujenih izobraževalnih programov manjša, kot bi lahko bila. To v končni fazi pomeni, da dobiček od posameznega izvedenega izobraževanja ni takšen kot bi lahko bil. Večina stroškov izvedbe tečaja je fiksnih, fiksni stroški predstavljajo največji delež, zato je zelo pomembno, da jih lahko razdelimo med večje število uporabnikov.

Do sedaj se je večina oglaševanja v podjetju opravljala s pomočjo oglasov v časopisih in drugih medijih. Potencialne uporabnike se je obveščalo tudi s pomočjo obstoječe spletne strani, pri čemer pa je težava v tem, da pri tem ni šlo za neko ciljno oglaševanje posameznih ciljnih strank, kot so npr. vzdrževalci informacijskih sistemov v podjetjih. Do

ciljnih strank, je po mojem mnenju, v zadnjem času najlažje priti s pomočjo spletnega oglaševanja. Svetovni splet je medij, ki pridobiva vse večji pomen pri trženju storitev ali izdelkov. Stroški so relativno majhni. Če primerjamo klasični oglas v enem izmed medijev, vidimo da zraven stroškov samega oglasnega prostora, nastajajo tudi stroški priprave oglasa, ki ponavadi lahko presežejo tudi vrednost samega oglasnega prostora. Pri tem pa še vedno ni zagotovila, da je oglas dosegel ciljno publiko.

Dejstva, da so postali spletni iskalniki izhodiščna točka za brskanje po svetovnem spletu, se zavedajo tudi v marketinških službah vseh sodobnih podjetij, ki preusmerjajo v iskalnike vse več oglaševalskih sredstev. Posledica priljubljenosti iskalnikov, ki dosegajo v primerjavi z drugimi spletnimi stranmi rekordne obiske in rekordne dosege med internetnimi uporabniki, je tudi ta, da se podjetja vse bolj premišljeno in načrtno lotevajo oglaševanja v iskalnikih. V to jih na neki način silijo tudi ti iskalniki sami, saj jim ponujajo pestro paleto oglaševalskih možnosti. V zadnjem času se tako še posebej veliko govori o iskalnem marketingu, ki ga tvorita dve večji obliki spletnega oglaševanja: oglaševanje, vezano na ključne besede in optimiranje spletnih strani, ki pripomore boljši uvrstitvi spletnih strani na iskalnikih. Statistike Najdi.si so pokazale, da močna medijska izpostavljenost določenega izdelka, storitve ali osebe zelo poveča iskanje v iskalnikih.

Pri tem so zelo pomembne investicije v sponzorirane objave v spletnih iskalnikih. Pomembno je da se spletna stran prikaže na prvi strani iskalnika za določeno ključno besedo. Raziskave kažejo, da se večina obiskov spletnih strani zgodi, če se spletna stran prikaže na prvi strani. Visoko uvrstitev na iskalnikih si lahko zagotovimo na dva načina: z optimiranjem spletne strani za čim boljše uvrstitev v iskalnikih, kar opravljajo določeni ponudniki spletnega gostovanja ali z zakupom sponzorirane povezave. Medtem ko lahko uvrstitev na podlagi optimiziranosti strani zaradi vpliva številnih dejavnikov precej varira, pa si z zakupom za svoje poslovanje najpomembnejših ključnih besed zagotovimo stalno mesto za ves čas trajanja oglaševalske akcije na prvi strani rezultatov iskanj. Je pa seveda res, da ima podjetje za okvir optimizacije spletne strani dovolj lastnega znanja in je ta zadeva dejansko za podjetje brezplačna.

Sponzorirane povezave omogočajo podjetju poleg ciljnega oglaševanja tudi stroškovno učinkovito izvedbo oglasnih akcij, saj podjetje, ki oglašuje, ne glede na število prikazanih oglasov, plača dejansko le klike na oglas. Tako so stroški oglasne akcije vezani zgolj na število uporabnikov, ki se s klikom na povezavo odzovejo na oglas, kar so pri televizijskem, radijskem, plakatnem in podobnem oglaševanju večinoma le sanje. Pri sponzoriranih povezavah gre za natančno ciljno oglaševanje, ki je plačano po učinku. Ker se bodo oglasi prikazali le tistim uporabnikom, ki iščejo informacije v povezavi z izobraževalnimi storitvami oglaševalca, je zagotovljen doseg ciljne publike. Raziskave tudi kažejo, da je to ena izmed najcenejših oblik direktnega marketinga.

Ena izmed najbolj znanih oblik tovrstnega oglaševanja, ki omogoča natančno spremljanje uspeha marketinških akcij je Googlov »AdWords«. Omogoča enostavno spremljanje in

upravljanje marketinške akcije ter nadzor stroškov v realnem času. Uporabnikom sistema so ves čas na voljo podrobna statistična, konverzijska in finančna poročila. Med statističnimi poročili si lahko za vsako izmed ključnih besed, oglasov, skupin oglasov, akcij ter računa ogledamo povprečje dejanske cene na klik (CNK), kolikokrat so bili oglasi prikazani (prikazi), kolikokrat so uporabniki kliknili na oglase (kliki) in kolikšna so razmerja med prikazi in kliki oglasov ter ključnih besed (RPK) (Oglašujte svoje podjetje v Googlu, 2008)

Število ključnih besed ni omejeno, saj lahko za vsako oglaševalsko kampanjo določimo, kolikšen znesek želimo nameniti za klike na posamezno spletno stran. Najmanjši znesek, ki ga lahko podjetje nameni za kampanjo je minimalnih 30 EUR. Strošek klika na posamezno ključno besedo je različen, saj varira od tega, kako spletni iskalnik oceni vrednost te ključne besede, znaša pa nekje od 0,01 EUR naprej.

Strošek klasičnega oglaševanja je lahko v določenih primerih dokaj visok, zato je potrebno težiti k racionalizaciji stroškov. Za primerjavo lahko podam strošek enega oglasa v dnevnem časopisju. Barvni oglas v enem izmed slovenskih medijev, velikosti 1/4 strani stane nekaj več okoli 2000 EUR. Ta časopis dnevno prebere okoli 180 000 bralcev, kar pomeni da znaša strošek na enega bralca 0,011 EUR. Pri tem pa je potrebno upoštevati, da vsi bralci seveda niso zainteresirani za oglaševano storitev in je v resnici strošek na ciljnega uporabnika precej večji. Po mojem mnenju je za oglaševano storitev zainteresiranih največ 5 % populacije, ki časnik bere. To pomeni da je strošek na ciljnega bralca okoli 0,22 EUR.

Pri spletnem oglaševanju sem že omenila, da se plača samo klik na prikazano spletno stran in ne sam prikaz. Torej je dosegljivost lahko rečemo 100 %. Prikazala bomo strošek na en klik na izbrano ključno besedo »Izobraževanje na daljavo«, »Spletno učenje« in »Računalniško izobraževanje«. Izbira ključnih besed je seveda poljubna in številčno ni omejena, tako, da jo je mogoče v popolnosti prilagoditi potrebam, ki se pojavijo. Strošek izbire posamezne ključne besede ni fiksen, ampak je odvisen od tega, kako spletni iskalnik oceni kvaliteto ključne besede. Boljša in zanimivejša ko je, večji je strošek. V Adwordsu sem za izbrane ključne besede pridobila podatke o stroških zanje.

Strošek za izbrane ključne besede:

- izobraževanje na daljavo – cca. 0,20 EUR na klik,
- spletno učenje – cca. 0,25 EUR na klik,
- računalniško izobraževanje – cca. 0,30 EUR na klik

Če naredimo simulacijo zakupa ključnih besed po cca. 0,30 EUR na klik, zaradi natančnosti iskalne ključne besede pa upoštevamo 3% konverzijo, pridemo do naslednjih zaključkov: 3% konverzija pomeni, da bi od stotih, ki so kliknili na sponzorirano povezavo ob iskanju ključne besede računalniško izobraževanje in obiskali spletno stran s ponudbo, trije »kupili« oz se prijavili na tečaj. To pomeni, da bi bil strošek za pridobljenega

tečajnika cca. 10 EUR. Teh stroškov v primerjavi v točki 4.3 nisem upoštevala, ker bi jih pokrivali z obstoječim oglaševalskim proračunom podjetja.

SKLEP

Podjetje A se pozicionira kot eno izmed vodilnih storitveno-svetovalnih podjetij s področja informacijskih in komunikacijskih sistemov v Republiki Sloveniji. Storitve podjetja A so celovite rešitve v celotnem življenjskem ciklu določene informacijske tehnologije, prilagojene potrebam uporabnikov.

Podjetje A odlikujejo vrhunsko usposobljeni strokovnjaki, ki se pri soočenju z novimi izzivi hitro odzovejo in se znajo prilagoditi novostim pri uvajanju novega sistema, standarda in tehnologije. V naboru storitev podjetja A vedno večjo težo dobiva izobraževalni center, kjer podjetje A nudi različne vrste tečajev in izpitov iz področja informacijskih tehnologij. Izobraževanje strokovnjakov s področja informatike je zaradi hitrega razvoja informacijske tehnologije pomembno, saj nivo znanja postaja ključni faktor konkurenčnosti. Podjetje A nudi izobraževanja, kjer lahko tako začetniki kot izkušeni strokovnjaki najdejo izobraževanje po svoji meri.

Ideja o nadgradnji obstoječega, klasičnega načina izobraževanja v elektronsko izobraževanje na daljavo, je v podjetju A ter ostalih podjetjih logična posledica spremljanja trendov in potreb v izobraževalni dejavnosti. Smelost nadgradnje dosedanje izobraževalne prakse v podjetju s področja IKT ni vprašljiva. Kapaciteta »in-house« predavateljev ter že obstoječa tehnološka in vsebinska infrastruktura ustvarjata privlačno okolje za uvedbo izobraževanja na daljavo.

V diplomski nalogi sem s praktičnim primerom/ projekcijo pokazala, da bi tovrstna oblika izobraževanja ustvarjala višjo dodano vrednost kot klasično izobraževanje. Relativno majhna začetna investicija v licenčno programsko opremo hitro postane upravičena, saj se s tem, ko ni potrebno prirediti klasičnega izobraževanja v fizični obliki, podjetje izogne visokim stroškom priprave in izvedbe izobraževanja. Razlika v dobičkonosnosti klasičnega in e-izobraževanja je, navkljub potrebni začetni investiciji pri vpeljavi e-izobraževanja, hitro opazna.

E-izobraževanje ima svetlo prihodnost, seveda v veliki meri zaradi ekonomske učinkovitosti. Redno, vseživljenjsko izobraževanje je postalo nuja, zlasti med zaposlenimi v hitro se spreminjajoči IKT panogi. Očitne prednosti za slušatelje na eni ter stroškovna in finančna učinkovitost za izvajalca/organizatorja na drugi strani so razlog za hiter in stalen razvoj, ki smo mu priča.

LITERATURA IN VIRI

- 1 A d.o.o. Najdeno 15. maja 2008 na spletnem naslovu <http://www.A.si/slo/>.
- 2 Avtenta.Si d.o.o. Najdeno 30. junija na spletnem naslovu www.avtenta.si.
- 3 BAŠA, B. (2005). *Ravnamo z znanjem kot svinja z mehomo?* *Glas gospodarstva*, (3), 46-47.
- 4 BREGAR, L. (1998). *Študij na daljavo – nove poti komuniciranja v procesu izobraževanja*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- 5 CHANG, P. (2003). Strategies for e- education. *Industrial and Commercial Training* 35. 196-202.
- 6 DAFT, L. & MARCIC, D. (2001). *Understanding management*. 3rd edition. Singapore: South-Western Thomson Learning.
- 7 E-izobraževanje v slovenskih podjetjih (Oktober 2006). Najdeno 20. junija 2009 na spletnem naslovu <http://www.edupool.si/slike/raziskava/eizob/Povzetek%20raziskave.pdf>.
- 8 eLearning Guild Member Discount Program (2009). Najdeno 31. julija 2009 na spletnem naslovu <http://www.avilar.com/solutions/elearningguildmdp-lms.html>.
- 9 FAGAN, M. H. (2003). Exploring e- education applications: A framework for analysis. *Campus-Wide Information Systems* 20. 129-136.
- 10 FERJAN, M. (1998). Naj bosta strokovna in poklicna izobrazba večina ali vrednota? *Organizacija*, (5). 288-296.
- 11 FERJAN, M. (1999). *Organizacija izobraževanja*. Kranj: Založba Moderna organizacija.
- 12 GOJKOŠEK, M. Učenje preko spleta na sto in en način (26. avgust 2008). Najdeno 31. avgusta 2009 na spletnem naslovu <http://www.finance.si/221359>.
- 13 GREGG, D. (2007). E- learning agents. *The Learning Organization* 14. 300-312.
- 14 HALL, B. (1997). Web- based training cookbook. *On the Horizon* 6. 308-314.
- 15 i2010 – Evropska informacijska družba za rast in zaposlovanje (3. junij 2005). Najdeno 15. junija 2009 na spletnem naslovu http://www.mvzt.gov.si/fileadmin/mvzt.gov.si/pageuploads/doc/dokumenti_informacijska_druzba/i2010.pdf.
- 16 JEREB, E. (2007). E-izobraževanje. Najdeno 11. marca 2009 na spletnem naslovu http://www1.fov.uni-mb.si/eva/obvestila_študentom.html.
- 17 JEREB, J. (1998). *Teoretične osnove izobraževanja*. Kranj: Založba Moderna organizacija.
- 18 Kaj storiti, da bo delodajalec plačnik vašega izobraževanja (2008). Najdeno 31. avgusta 2009 na spletnem naslovu http://www.zaposlitev.net/delo.php?m=iskalci&a=karierni_center&a2=clanek&idb=26
- 19 KRAJNC, A. (1981). *Metodika dopisnega izobraževanja*. Ljubljana: Dopisna delavska univerza Univerzum.
- 20 LIPIČNIK, B. (1996). *Človeški viri in ravnanje z njimi*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- 21 LTFE. (2006). E-izobraževanje. Najdeno 15. maja 2008 na spletnem naslovu http://www.e-cho.org/login_ltfe.asp?more_aboutelearning.
- 22 LTFE. (2006). E-vsebina. Najdeno 31. avgusta 2009 na spletnem naslovu <http://www.ltfe.org/wp-content/images/products/e-cho-evsebina-small.png>.
- 23 MAISIE, E. (2006). Learning delivery methods survey. Najdeno 20. septembra 2008 na spletnem naslovu <http://www.masie.com/Surveys/learning-systems-survey-results.htm>.

- 24 MAYNARD, S. & CHEYNE, E. (2005). Can electronic textbooks help children to learn ? *The Electronic Library* 23. 103-115.
- 25 Microsoft Slovenija. Najdeno 30. maja 2008 na spletnem naslovu <http://www.microsoft.com/sl/si/default.aspx>.
- 26 MOŽINA, Stane et al. 1998. *Management kadrovskih virov*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- 27 Oglašujte svoje podjetje v Googlu (2008). Najdeno 20. oktobra 2008 na spletnem naslovu https://www.google.com/intl/sl_si/adwords/select/tools.html.
- 28 PLATINOVŠEK, R. & VEHOVAR, V. (2005). E-izobraževanje – podjetja. Najdeno 27. Novembra 2008 na spletnem naslovu <http://www.ris.org/index.php?fl=2&lact=1&bid=1010&parent=13&id=479>.
- 29 Poslovni portal GVIN.COM. Najdeno 15. junija 2009 na spletnem naslovu www.gvin.com.
- 30 Prednosti e-izobraževanja (2008). Najdeno 15. junija na spletnem naslovu <http://www.finance-akademija.si/eizob>.
- 31 ROFFE, Ian. 2002. E- learning: engagement, enhancement and execution. *Quality Assurance in Education* 10. 40-50.
- 32 SHEPHERD, M. (2000). *Group support systems*. Ljubljana: The Slovene Society Informatika.
- 33 Slovenija 21. po razširjenosti širokopasovnega dostopa (21. Junij 2009). Najdeno 31. julija 2009 na spletnem naslovu <http://www.delo.si/clanek/83073>.
- 34 SRC d.o.o. Najdeno 30. junija 2009 na spletnem naslovu <http://www.src.si>.
- 35 S&T d.d. Najdeno 30. junija 2009 na spletnem naslovu <http://www.snt.si/>.
- 36 TUŠ, J. 2005. Se odrasli lahko nehamo izobraževati. *Andragoška spoznanja- revija za izobraževanje odraslih*, (2). 8–18.
- 37 Uporaba interneta v podjetjih z 10 ali več zaposlenimi osebami (2008). Najdeno 13. julija 2009 na spletnem naslovu <http://www.itnovice.si/splet/Uporaba-interneta-v-podjetjih-z-10-ali-ve-zaposlenimi-osebami-Slovenija-1-etrletje-2007>.
- 38 VEK, I. Izobraževalna tehnologija. (2008). Najdeno 6. maja 2008 na spletnem naslovu http://www.pfmb.uni-mb.si/mm1/pdf/mm1rp_1.pdf.
- 39 <http://www.avilar.com/solutions/elearningguildmdp-lms.html>, pridobljeno 31.7.09
- 40 ZAGMAJSTER, M. (1995). *Študij na daljavo – Nove priložnosti za izobraževanje*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- 41 Za zaposlene mamice in športnike (15. september 2009). Najdeno 17. septembra 2009 na spletnem naslovu <http://24ur.com/novice/slovenija/za-zaposlene-mamice-in-sportnike.html>.

PRILOGA

FINANČNI KAZALNIKI PODJETJA A

Osnovni finančni podatki za leto 2007 in leto 2008

	Leto 2007	Leto 2008
Sredstva	1.748.747	1.809.920
Dolgoročna sredstva	810.721	755.243
Opredmetena osnovna sredstva	595.743	577.312
Kratkoročna sredstva	920.342	1.028.862
Kratkoročne poslovne terjatve	511.832	608.507
Obveznosti do virov sredstev	1.748.747	1.809.920
Kapital	549.060	671.348
Finančne in poslovne obveznosti	1.193.197	1.138.572
Dolgoročne obveznosti	299.656	271.659
Dolgoročne finančne obveznosti	284.494	244.583
Dolgoročne poslovne obveznosti	15.162	27.076
Kratkoročne obveznosti	893.541	866.913
Kratkoročne finančne obveznosti	491.267	417.721
Kratkoročne poslovne obveznosti	402.274	449.192
Čisti prihodki od prodaje	3.645.777	3.817.610
Poslovni odhodki	3.252.360	3.504.589
Finančni prihodki	12.606	12.288
Finančni odhodki	23.791	24.272
Čisti poslovni izid obračunskega obdobja	303.107	251.130
Povprečno število zaposlenih na podlagi delovnih ur v obračunskem obdobju	49,06	53,58

Vir: Finančni kazalniki podjetja, 2008.

Osnovni finančni kazalniki

	Leto 2007	Leto 2008	Indeks 08/07
Koeficient kratkoročne likvidnosti (kratkoročna sredstva / kratkoročne finančne in poslovne obveznosti)	1,03	1,19	116
Delež kapitala v financiranju (kapital/obveznosti do virov sredstev)	31,4	37,09	118
Delež dolga v financiranju (finančne in poslovne obveznosti / obveznosti do virov sredstev)	68,23	62,91	92
Celotna gospodarnost (prihodki / odhodki)	1,12	1,1	98
Dobičkonosnost kapitala (neto dobiček / kapital) – ROE	37,21	41,15	111
Dobičkonosnost sredstev (neto dobiček / sredstva) – ROA	17,21	14,11	82
Prihodki na zaposlenega - (prihodki / povp. št. zap.)	74569,57	71479,99	96
Cista dobičkonosnost skupnih prihodkov (Čisti poslovni izid obračunskega obdobja / celotni prihodki)	8,25	6,52	79

Vir: Finančni kazalniki podjetja, 2008.

Koeficient kratkoročne likvidnosti kaže financiranje kratkoročnih sredstev iz kratkoročnih obveznosti do virov sredstev. Kot kratkoročna sredstva so upoštevane zaloge, kratkoročne terjatve iz poslovanja, kratkoročne finančne naložbe in denarna sredstva. Ker je vrednost kazalnika obeh obdobjev večja od 1, to pomeni, da podjetje A kratkoročna sredstva financira tudi dolgoročno. Čim večja je vrednost tega kazalnika, ugodnejša naj bi bila plačilna sposobnost gospodarske družbe. Koeficient kratkoročne likvidnosti je iz leta 2007 na leto 2008 zrasel za 16 odstotkov.

Delež kapitala v financiranju kaže kakšna je stopnja lastniškega financiranja, ki so ga omogočili lastniki, ko so vložili osnovni kapital v podjetje. Večja kot je vrednost kazalnika, bolj je varna finančna politika podjetja. Kazalnik je zato zelo pomemben za upnike, ki želijo oceniti, kolikšno je tveganje glede vračil posojil oziroma kako bi dodelitev dodatnega posojila vplivala na finančno tveganje gospodarske družbe. V letu 2007 je bilo 31,4 odstotkov premoženja financiranega z lastnim kapitalom, v letu 2008 pa za 18 odstotkov več, to pomeni, da so z lastnim kapitalom financirali 37,09 odstotkov premoženja.

Delež dolga v financiranju pove, kolikšen je delež dolgov v celotnih obveznostih. Kazalnik prikazuje zadolženost podjetja in kaže varnost naložb upnikov v podjetje. Kazalnik je zanimiv za posojilodajalce, za katere je pomembno, da je vrednost tega kazalnika čim manjša. V letu 2007 je podjetje A 68 odstotkov svojega poslovanja financiralo z dolгови, v letu 2008 pa za 8 odstotkov manj kar znaša skoraj 63 odstotkov.

Koeficient gospodarnosti poslovanja je kazalnik, ki kaže na intenzivnost odmikanja prihodkov iz poslovanja od odhodkov iz poslovanja. Podjetje je poslovno uspešnejše čim večja je vrednost tega kazalnika ob tem, da podjetje izkazuje čisti dobiček. Kot lahko vidimo je vrednost kazalnika nad 1, kar pomeni, da je koeficient gospodarnosti poslovanja pozitiven, čeprav opazimo, da je leta 2008 (1,1) za 2 odstotka nižji kot v letu 2007 (1,12).

Dobičkonosnost kapitala je s stališča lastnikov gospodarske družbe najpomembnejši in eden najpogosteje uporabljenih kazalnikov poslovne uspešnosti. Kazalnik pojasnjuje, kako uspešno upravlja posloводство s premoženjem lastnikov. Pokaže, koliko čistega dobička je gospodarska družba dosegla na vsakih 100 evrov vloženega kapitala. Podjetje A je v letu 2007 doseglo 37 evrov na 100 evrov vloženega kapitala, leta 2008 pa za 11 odstotkov več, kar znaša 41 evrov na 100 evrov vloženega kapitala.

Čista donosnost sredstev kaže, kako uspešno je bilo posloводство pri upravljanju sredstev. Kaže, koliko čistega dobička oziroma čiste izgube je gospodarska družba ugotovila na vsakih 100 evrov obstoječih sredstev ne glede na to, kako so financirana. Gospodarska družba posluje uspešneje, če je vrednost tega kazalnika čim večja. Leta 2007 je dobičkonosnost sredstev znašala 17 evrov za 100 evrov vloženih sredstev, leta 2008 pa le 14 evrov na 100 vloženih, kar je za 18 odstotkov manj. Negativni trend gre najverjetneje pripisati povečanju sredstev v obliki nabave nove računalniške opreme.

Prihodki na zaposlenega je kazalnik, ki nam pove kako podjetje vzdržuje višino skupnih prihodkov glede na število zaposlenih. Stroški dela včasih rastejo hitreje kot pa prihodki poslovanja. Porast kazalnika je ponavadi znak, da se je izboljšala učinkovitost poslovanja podjetja, padec pa lahko pomeni, da je bilo za obdobje zaposlenih več ljudi ali pa ni bila realizirana dovolj velike prodaja. V podjetju A gre najverjetneje za prvi primer, saj se je število zaposlenih povečalo (+9%) bolj kot so se povečali prihodki (+4%), zato je bil kazalnik v letu 2008 za štiri odstotke nižji kot v letu 2007.

Čista dobičkonosnost skupnih prihodkov pove, koliko čistega dobička oziroma čiste izgube je bilo ugotovljene na 100 evrov doseženih skupnih prihodkov gospodarske družbe. Pri presoji tega kazalnika je potrebno upoštevati, da je čisti dobiček lahko zmanjšan za znesek izgube iz prejšnjih let, ki povečuje skupne odhodke. Gospodarska družba je poslovno uspešnejša, če izkazuje čisti dobiček in je vrednost tega kazalnika čim večja. V letu 2007 je bilo ugotovljenega 8,25 evrov dobička na 100 evrov prihodkov, v letu 2008 pa 6,25 kar pomeni 21 odstotno znižanje do katerega je prišlo tudi zaradi nižjega poslovnega izida.