

Prebrali smo *Reviews*

Raziskava marketinga

Dušan Radonjič in Matjaž Iršič

GV založba, 2006

635 str.

Obširna strokovna knjiga celovito predstavlja problematiko raziskave marketinga. V uvodnih poglavjih avtorja prikažeta temeljne značilnosti raziskave marketinga in odločanje v marketingu ter izpostavita marketing kot poslovno, koordinirajočo in ciljno dejavnost. Podrobneje predstavi marketinški informacijski sistem, povezan z raziskavo marketinga.

V osrednjem delu knjige obravnavata vsebino raziskave marketinga. Pri tem ločita področja raziskave zunaj organizacije in področja raziskave znotraj organizacije. Temeljne in operativne faze v procesu raziskave marketinga so prikazane celovito, z napakami, ki se lahko pojavijo v samem raziskovalnem procesu.

Brez ustrezne priprave raziskovalnega projekta ne moremo pričakovati dobrih rezultatov. Avtorja v posebnem poglavju prikažeta pomembnost natančnega opredeljevanja marketinškega raziskovalnega problema, opredeljevanje ciljev raziskave, izhodišča za postavljanje ciljev raziskave marketinga in najpomembnejše elemente za oblikovanje ciljev omenjene raziskave, vključno s pripravo načrta za raziskavo.

Tudi pri obravnavanju raziskovalnega projekta, s poudarkom na osnovah vzorčenja ter konceptih merjenja pri zbiranju primarnih podatkov, avtorja pokažeta veliko spretnosti in sistematičnosti. Zbiranje podatkov s strukturiranim spraševanjem ima na obravnavanem področju posebno vlogo, kar sta avtorja celovito prikazala, ob tem pa izpostavila oblike komuniciranja, sestavljanje vprašalnika in številne podrobnosti, ki so s tem povezane. Posebno vlogo ima na področju raziskave marketinga tudi zbiranje primarnih podatkov z nestrukturiranim spraševanjem in opazovanjem, zlasti pri globinskem intervjuju in razvrščanju metod opazovanja. V sklepnem delu knjige avtorja oblikujeta pripravo poročila o raziskavi ter predstavitev in uporabo rezultatov raziskave.

V obdobju globalne ekonomije poudarjamo pomen znanja informacijske tehnologije, odziv na tržne spremembe, konkurenco itn. Avtorja sta v knjigo zajela najnovejša teoretična in praktična spoznanja marketinga. Besedilo sta obogatila s številnimi slikami, tabelami in grafiki, kar daje tej strokovni knjigi preglednost in razgibanost ter omogoča lažje dojetje določenih tematik marketinga. Raziskava marketinga in ocenjevanje konkurenčnih prednosti organizacije prihajata vse bolj do izraza, zlasti s prihodom konkurenčnih izdelkov in storitev z Daljnega vzhoda. V zvezi s tem je pomembna tudi raziskava celovitega obvladovanja kakovosti. Knjiga je namenjena vsem tistim, ki se

ukvarjajo z marketingom, tako v teoriji kot tudi v praksi. Knjiga bo zlasti dobrodošla za managerje, podjetnike, obrtnike, poslovneže ter seveda študente ekonomskih in drugih fakultet, ki se ukvarjajo z marketingom in sorodnimi predmeti.

Management ekonomike izobraževanja

Metod Černetič

Moderna organizacija, 2006

375 str.

Najnovejša strokovna knjiga o ekonomiki izobraževanja je razdeljena na šest poglavij. V prvem avtor obravnava področja ekonomike izobraževanja. Tu se dotakne izobraževanja in družbenoekonomskega razvoja iz več zornih kotov. V drugem avtor celovito osvetli dileme načrtovanja izobraževanja in usposabljanja kadrov. Zanimiv in praktičen je njegov pristop za dolgoročno načrtovanje izobraževanja, kakšni so cilji organizacije in vprašanje v vzgojno-izobraževalnih organizacijah.

Zelo natančno prikaže teoretične in idejne osnove izobraževanja v tretjem poglavju. Tu je zanimiv socialnodemokratski pogled na izobraževanje, liberalni pogled in kritike določenih teorij. Priča smo globalizaciji iz najrazličnejših zornih kotov, zato avtor osvetli tudi vprašanje globalizacije izobraževalnega trga, dobo človeškega kapitala in model, ki postaja splošen v vsakdanji praksi. Za tiste, ki se ukvarjajo s problematiko izobraževanja, je najbrž najpomembnejše četrto poglavje, ki obravnava razvoj človeških virov. V ta namen avtor oriše teorijo človeškega kapitala, cilje izobraževanja, gospodarsko rast, demografske spremembe in druge zanimivosti s tega področja. Avtorju je uspelo prikazati povezovanje izobraževanja in tehnološkega razvoja. To je izjemno pomembna tema, zato ji nameni največ prostora. Prikaže zapletenost odnosa med tehnološkim razvojem in izobraževanjem ter dopolnjevanje izobraževanja in raziskovanja za družbo znanja. Tu je pomemben človeški, intelektualni in socialni kapital. Zato se avtor potrudi orisati vlogo na tem področju ter prikazati skrito vrednost podjetja v luči intelektualnega kapitala. Seveda brez lizbonske strategije in bolonjskega procesa celovit prikaz sodobnega izobraževanja ni mogoč. Prav zato tej problematiki nameni več tematskih sklopov in prikaže cilje resolucije o nacionalnem programu visokega šolstva pri nas.

V zadnjem poglavju avtor izpostavi družbeni cilj razvoja Slovenije s poudarkom na uresničevanju strategije gospodarskega razvoja ter na izboljšanju učinkovitosti države. Pri tem je pomembna usklajenost ekonomskih in socialnih reform.

Lahko rečemo, da je knjiga pomemben prispevek pri obravnavi managementa ekonomike izobraževanja. Koristna je tako za študente kot tudi za strokovnjake v vsakdanji gospodarski praksi, ki se ukvarjajo s problematiko izobraževanja, razvoja, ekonomskih reform.

Gabrijel Devetak