

# Abstracts in Slovene

## Empirična analiza vrednosti tržnih znamk in zvestobe znamki pri bančnih storitvah

Vikas Gautam in Mukund Kumar

Raziskava poskuša na podlagi ocene uporabnikov bančnih storitev določiti dejavnike, ki vplivajo na vrednost tržnih znamk teh storitev. Temelji na k uporabniku usmerjenem modelu vrednotenja tržnih znamk, ki ga je predlagal Keller (2001) in ga poimenoval model odmevnosti tržne znamke. Model temelji na šestih sestavinah vrednosti tržne znamke: odmevnosti tržne znamke, mnenjih o njej, čustvih, ki jih vzbuja, kakovosti, predstavah o tržni znamki in njeni poudarjenosti. Da bi zmanjšali število dejavnikov, smo opravili eksploratorno faktorsko analizo, katere rezultat so bile prav zgoraj navedene sestavine. Alfa koeficienti, ki jih je pokazal test zanesljivosti, so bili med 0,781 in 0,912 za vsako posamezno sestavino vrednosti tržnih znamk in 0,837 za celotno lestvico vrednosti. Povezave med različnimi sestavinami vrednosti tržnih znamk smo poiskali s korelacijsko analizo. Iz izsledkov večkratne regresijske analize izhajajo, da je kakovost tržne znamke najpomembnejša sestavina njene odmevnosti; sledijo jim čustva, ki jih vzbuja, ter mnenja o tržni znamki.

*Ključne besede:* model odmevnosti tržne znamke, bančne storitve, odjemalec, korelacijska analiza

*Management 7 (1): 3–16*

## Vrednotenje človeških virov v hotelih

George Aspridis in Dimitrios Kyriakou

Namen članka je predstaviti in analizirati sisteme ocenjevanja učinkovitosti človeških virov in njihovega razvoja v hotelih. Želeli smo strniti in posodobiti različne vidike ocenjevanja učinkovitosti; da bi dokazali vlogo ocenjevanja učinkovitosti osebja in poiskali ustrezne načine razvoja osebja, ki naj jih izberejo podjetja, se članek osredotoča na hotelske nastanitvene zmogljivosti. Analiza ocenjevanja človeških virov je predstavljena z ustrezno teoretično podlago ocenjevalne metode in s prikazom problemov v praksi, s čimer poskuša podati celotno sliko sistema ocenjevanja v grških hotelih.

*Ključne besede:* upravljanje s človeškimi viri, ocenjevanje učinkovitosti, hoteli, razvoj zaposlenih

*Management 7 (1): 17–34*

## Primerjalna raziskava kognitivnih shem o HRM med gospodarsko krizo v dveh slovenskih panogah

Ana Arzenšek

V članku je predstavljena kvalitativna raziskava o kognitivnih shemah o HRM v obdobju aktualne gospodarske krize v Sloveniji. Kognitivne sheme vplivajo na percepcijo in na vedenje ter so pomemben okvir za osmišljanje poslovnih situacij. Opravljeni so bili poglobljeni intervjuji s 16 predstavniki vodstev podjetij, vodstev HRM oddelkov in s predstavniki delavcev iz proizvodnih in storitvenih podjetij. Istočasno smo opravili analize letnih poročil vključenih podjetij. Oba vira informacij sta bila temelj za ugotavljanje shem o HRM pri udeležencih. Opravljena je bila primerjalna analiza med shemami podjetij iz obeh panog. Rezultati kažejo, da sheme o HRM v podjetjih iz finančne panoge vključujejo več atributov »HRM je birokratski,« medtem ko v izbranih podjetjih iz panoge, ki proizvaja za avtomobilsko industrijo, prevladujejo atributi »HRM je strateški.« V letnih poročilih vseh izbranih podjetij je družbeno odgovorna vloga HRM do zaposlenih omenjena poredkoma. Medtem ko je bila kriza v 90. letih prejšnjega stoletja pomemben dejavnik osmišljanja in je vodila do atributa »prožnost je ključna« pri proizvodjalcih za avtomobilsko industrijo, je na sheme o HRM v izbranih finančnih institucijah vplivala konjunktura.

*Ključne besede:* socialna kognicija, kognitivne sheme, HRM, gospodarska kriza

*Management* 7 (1): 35–53

## Vpliv usposobljenosti ravnateljev na strokovni (samo)razvoj zaposlenih

Hariz Agić

Volitve ravnateljev lahko včasih postanejo politično vprašanje. Položaj ravnatelja je pomemben za vse politične stranke, še posebno za tiste, ki so trenutno na oblasti. Ravnateljevo delo je kompleksno, zlasti v času tranzicije, ko učitelji, ki jih ravnatelji vodijo, pričakujejo izvedbo vseh načrtanih sprememb in dosego vseh ciljev izobraževalne reforme. Ravnatelji imajo pogosto težave pri nadzoru učiteljev in pri reševanju njihovih težav, med svojim strokovnim razvojem namreč niso usvojili temeljnih managerskih znanj oziroma natančneje znanj iz managementa v izobraževanju. Članek obravnava rezultate raziskave med poglavitnimi deležniki v izobraževalnem procesu (učitelji, ravnatelji in svetovalci) in ugotavlja, kako izobrazba vpliva na ravnateljeve vodstvene zmožnosti v času sprememb. Rezultati kažejo, da je vodenje v šolah bolj učinkovito, kadar so ravnatelji bolj izobraženi na področjih, kakršno je management v izobraževanju.

*Ključne besede:* napredek ravnateljev, strokovni razvoj, spremljanje poučevanja

*Management* 7 (1): 55–71

### **Raziskava odločilnih dejavnikov pri uporabi storitev v oblaku**

*Heli Nevala, Christina Ollila-Tåg, Pia Pitkäköski, Josu Takala  
in Jari Toivola*

Namen pričujoče študije je ugotoviti, kako upravljati z znanjem v starem podjetju z novimi storitvami. Pri uvajanju novih storitev na trg se porajajo številna vprašanja. Zato se raziskava osredotoča na upravljanje z znanjem in na usmerjanje posloводства v pravo smer že na začetku. To je lahko tudi primerjalna prednost nove storitve. Mnenja so bila zbrana med študenti managementa, ki imajo izkušnje v poslovanju. Člani skupine imajo v svojih izkušnjah trdno podlago, na kateri lahko primerjajo sedanje sisteme z novimi. Izbrani pristop lahko tudi pomaga podjetjem, da vidijo svoje delovanje in postopke iz drugega zornega kota, kar sicer postaja z leti vedno težje. To vodi k naslednjemu pozitivnemu vidiku – izboljšavam in razvoju. Raziskava temelji na metodi merjenja odločilnih dejavnikov, vendar je uporabljena na drugačen način kot po navadi. Pri metodi merjenja odločilnih dejavnikov na vprašalnik praviloma odgovarjajo v podjetju, v tem primeru pa so ga izpolnjevali zunanji strokovnjaki. Namen raziskave je tudi bil poiskati razlike med različnimi skupinami, ki so odgovarjale na vprašalnik: managerji, tržniki in strokovnjaki.

*Ključne besede:* odločanje, poslovne strategije, razporejanje virov, merjenje odločilnih dejavnikov, razvoj storitev, storitve v oblaku, najeta programska oprema

*Management 7 (1): 73–83*