

VPLIV ČLOVEŠKEGA KAPITALA NA POSLOVNO USPEŠNOST TURISTIČNIH AGENCIJ

Vojko Kaluža*

Srednja strojna in kemijska šola, Šolski center Ljubljana, Aškerčeva 1, 1000 Ljubljana,
Slovenija
vojkoml@yahoo.com

Štefan Bojnec

Fakulteta za management, Univerza na Primorskem, Cankarjeva 5,
6101 Koper, Slovenija
stefan.bojnec@fm-kp.si

Povzetek

Raziskovalno vprašanje: Kakšen pomen pripisujemo dimenzijam človeškega kapitala (ČK) na poslovno uspešnost (PU) turističnih agencij (TA)?

Namen: Proučiti vpliv dimenzij ČK na PU TA in s pomočjo vprašalnika opraviti kvantitativno raziskavo v slovenskih TA.

Metoda: Zbrani anketni podatki so analizirani z naslednjimi statističnimi metodami: deskriptivno analizo, faktorsko analizo in metodo glavnih komponent, multiplo regresijsko analizo in metodami strukturnih enačb.

Rezultati: Delno smo potrdili le eno hipotezo, in sicer, da dimenzije ČK vplivajo na donosnost kot sestavino PU TA, dve hipotezi pa smo zavrnil, in sicer: vpliv dimenzij ČK na rast prodaje kot sestavino PU TA in vpliv dimenzij ČK na dobičkonosnost, kot sestavino PU TA.

Organizacija: Menedžerji morajo večji vpliv nameniti posameznim dimenzijam ČK (prenos znanj, izobraževanje s področja trženja, izobraževanja s področja komuniciranja, uporaba znanja na lastnih izkušnjah, čas izobraževanja, prenos znanja, shranjevanje znanja, pridobivanje znanja in uporaba znanja).

Družba: Seznaniti tako lastnike, menedžerje in vodje TA, kakor tudi ostale, da so proučevane dimenzije ČK pomembne za vse deležnike in jim je potrebno pripisovati čedalje večji pomen.

Originalnost: Gre za prvo takšno raziskavo v Sloveniji in eno prvih v svetovni literaturi.

Omejitve/nadaljnje raziskovanje: Anketni vprašalnik je bil namenjen lastnikom/menedžerjem/vodjem in drugim zaposlenim v TA in njihovih poslovalnicah, ne pa tudi njihovim poslovnim partnerjem, ki močno prispevajo h kakovosti storitev TA. Predlogi za nadaljnje raziskovanje so v longitudinalnosti raziskave ali pa tudi v tem, da bi v raziskavo vključili tudi katero drugo državo in potem podatke primerjali.

Ključne besede: človeški kapital, poslovna uspešnost, turizem, agencije.

Dr. Vojko Kaluža je zaključil doktorski študij menedžmenta leta 2016 na Fakulteti za management Univerze na Primorskem, leta 2006 pa magistrski študij podjetništva na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani, istega leta pa tudi magistrski študij za državne in evropske študije na Fakulteti za državne in evropske študije. Od leta 1998 je zaposlen na Srednji strojni in kemijski šoli, Šolski center Ljubljana, kjer poučuje menedžment, podjetništvo in trženje, pogodbeno na višjih šolah pa ekonomijo, poslovno matematiko s statistiko in ekonomiko turizma.

Prof. dr. Štefan Bojnec je redni profesor za ekonomijo in predstojnik katedre za ekonomijo na Fakulteti za management Univerze na Primorskem. Njegova bibliografija obsega več kot 1.550 bibliografskih zapisov, od tega več kot 265 izvornih znanstvenih člankov v mednarodnih znanstvenih revijah, okrog 120 objav v revijah World Web of Science and več kot 135 objav v revijah Scopus. V letu 2008 je prejel Zoisovo priznanje za pomembne znanstvenoraziskovalne dosežke na področju ekonomije.

THE IMPACT OF HUMAN CAPITAL ON BUSINESS PERFORMANCE OF TOURIST AGENCIES

Vojko Kaluža*

Srednja strojna in kemijska šola, Šolski center Ljubljana, Aškerčeva 1, 1000 Ljubljana,
Slovenija
vojkoml@yahoo.com

Štefan Bojnec

Fakulteta za management, Univerza na Primorskem, Cankarjeva 5,
6101 Koper, Slovenija
stefan.bojnec@fm-kp.si

Abstract

Research Question (RQ): What importance do we attach to the dimensions of human capital (HC) on business performance (PU) of tourist agencies (TA)?

Purpose: Examine the impact of HC on BP of TA and through a questionnaire carried out a quantitative survey in Slovenian TA.

Method: The collected survey data were analyzed by the following statistical methods: descriptive analysis, factor analysis and principal component analysis, multiple regression analysis and structural equation methods.

Results: In part, we confirmed only one hypothesis, namely that the dimensions of HC impact on profitability as a component of the BP of TA, and two hypotheses were rejected: impact of dimension of HC on sales growth as a component of the BP of TA and impact of dimension of HC on efficiency as a component of the BP of TA.

Organization: Managers have to give a greater influence to the HC as a factor in business success.

Society: To inform the owners, managers and heads of TA, as well as others that the HC is important for all stakeholders and it is necessary to promote its increasing importance.

Originality: It is the first such study in Slovenia and one of the first in the world literature.

Limitations / further research: The questionnaire was aimed at owners / managers / managers and other employees in the TA and their branches, but not to their business partners, which contribute greatly to quality of services in TA. Suggestions for further research are in longitudinal research, and also in the fact that in the research are also included any other country and then compare the data.

Keywords: human capital, business performance, tourism, agency.

Dr. Vojko Kaluža received a doctoral degree in management in 2016 at the Faculty of Management, University of Primorska. In 2006, he completed Master's degree in Entrepreneurship at the Faculty of Economics, University of Ljubljana, as well as Master's degree in State and European Studies at the Faculty of State and European Studies. Since 1998 he has been employed at the Secondary School of Mechanical Engineering and Chemistry, School Center Ljubljana where he teaches management, marketing and entrepreneurship, and contractual at higher schools also economics, business mathematics with statistics and economics of tourism.

Prof. Dr. Štefan Bojnec is Professor of Economics and Chair of Department of Economics at the Faculty of Management, University of Primorska, Slovenia. His bibliography comprises more than 1,480 bibliographic records, with more than 250 original scientific articles in international scientific journals, around 110 publications in journals World Web of Science and more than 120 publications in journals Scopus. In 2008 he received the Slovenian state Zois recognition for important scientific achievements in the field of economics.
