



## Podjetništvo (izbirni)

Nosilec predmeta: prof. dr. Viljem Pšeničny

*Seminarska naloga*

# **ANNA HLADNIK IN NJENO PODJETJE – ŠVICARSKA ŠOLA**

## KAZALO

<b>UVOD.....</b>	<b>3</b>
<b>1. PREDSTAVITEV PODJETNICE: ANNA HLADNIK.....</b>	<b>4</b>
<b>2. PREDSTAVITEV PANOGE JEZIKOVNEGA IZOBRAŽEVANJA.....</b>	<b>4</b>
<b>3. PREDSTAVITEV PODJETJA: ŠVICARSKA ŠOLA.....</b>	<b>5</b>
3.1. ZAČETNA VIZIJA.....	5
3.2. URESNIČEVANJE ZAČETNE VIZIJE – ZAČETKI PODJETJA.....	5
3.3. KRATKA PREDSTAVITEV OBSTOJEČEGA STANJA V POJETJU.....	6
3.4. NAČRTI ZA PRIHODNOST.....	6
<b>4. PREDLOGI ZA IZBOLJŠAVO POSLOVANJA.....</b>	<b>7</b>

## UVOD

Ob dandanašnji mrzlici povezovanja v skupne organizacije, skupna združenja, skupne ustanove, skupna društva, sprejemanju skupnih valut, podiranju meja, bombardiranju z informacijsko tehnologijo se zdi kot da se svet vrti vedno hitreje in veliko hitreje kot nekoč. Ali pa se nam to zdi le zaradi tega, ker postajamo starejši in s svojim odraščanjem postajamo vedno bolj dovzetni za svet okoli nas. Kakorkoli že, dejstvo je, da postaja znanje ne le enega ampak čim več tujih jezikov ogromnega pomena. To nam postaja jasno zdaj, ko sedimo v tretjem letniku na univerzi in z odprtimi usti poslušamo predavanje drugega obveznega tujega jezika, potem ko smo ga celo srednjo šolo prešpricali in "legalno" kradli kontrolne naloge in je potem polovica razreda (odvisno katero kontrolno, A ali B, nam je uspelo zaseči) pisala negativno, druga polovica razreda pa odlično.

Kakor koli že, tokrat kaže, se bo potrebno jezik res naučiti, vendar pa nam še vedno ni čisto jasno ali se bomo res naučili jezik, ali pa se bomo naučili le kup nekih strokovnih izrazov, toliko da bomo opravili izpita v petem in šestem semestru, ki pa jih tako ali tako brez dobrih osnov jezika nikoli ne bomo mogli pravilno uporabljati.

Vendar pa namen naše seminarske naloge ni navajanje litanij o tem kako nič ne znamo, temveč bomo v njej predstavili podjetnico gospo Anno Hladnik, ustanoviteljico in lastnico jezikovne šole. Cilj naše seminarske naloge pa je podjetnici in podjetju predstaviti možne predloge za izboljšanje poslovanja in možne širitve.

V prvem poglavju zato najprej predstavljamo profil podjetnice Anne Hladnik, sledi poglavje s predstavitevijo panoge jezikovnega izobraževanja. V tretjem poglavju predstavljamo podjetje Anne Hladnik, jezikovno šolo z imenom Švicarska Šola, četrto poglavje pa je v bistvu dodana vrednost v naši seminarski nalogi, saj bomo znotraj njega podali možne predloge za izboljšavo poslovanja. Temu sledijo še sklepne misli in viri.

## **1. PREDSTAVITEV PODJETNICE: ANNA HLADNIK**

Anna Hladnik je po rodu sicer Švicarka, vendar že četrto stoletje živi v Sloveniji. Odraščanje v Švici jo je za življenje opremilo z znanjem kar treh (v Švici uradnih) jezikov – francoščine, italijanščine ter nemščine. Seveda se je poleg tega v šoli učila tudi angleščine, selitev v Slovenijo pa jo je prisilila k temu, da se nauči še slovenščine. Tako da lahko rečemo, da je ga. Hladnik pravi poliglot.

Leta 1994 se je ga. Hladnik odločila, da v Stražišču pri Kranju odpre novo jezikovno šolo. Svojo jezikovno šolo je poimenovala Švicarska Šola.

Če bi jo glede na slog vodenja podjetja morali uvrstiti v enega izmed podjetniških razredov, lahko rečemo, da je podjetnica življenjskega stila, saj (vsaj zaenkrat) svoje podjetniške dejavnosti ne širi in jo opravlja do te mere, da ji omogoča ustrezen življenjski standard ter da ji ostaja čas še za kaj drugega poleg samega dela – družina, potovanja ipd.

## **2. PREDSTAVITEV PANOGE JEZIKOVNEGA IZOBRAŽEVANJA**

Odkar se je Slovenija pridružila Evropski skupnosti, je postalo znanje tujih jezikov še kako pomembno. Jezika se lahko uči vsakdo in vedno. Za veliko število ljudi je znanje treh tujih jezikov nekaj povsem normalnega. Ti ljudje imajo ravno zaradi tega v Evropski skupnosti veliko prednosti, lažje se selijo iz ene države v drugo, bodisi zaradi izobraževanja, opravljanja poklica ali drugih razlogov. Zaradi znanja večih tujih jezikov mnogokrat tudi lažje najdejo zaposlitev. Zaradi globalizacijskih procesov vedno več podjetij vlaga v jezikovno izobraževanje zaposlenih ali pa že v osnovi išče ljudi z znanjem večih tujih jezikov – in pri tem ne gre vedno le za najodgovornejša delovna mesta v podjetjih. Znanje jezikov lahko odpre nove možnosti pri razvoju poklicne poti. Znanje tujega jezika povečuje samozavest, zato se lažje izražamo tudi v materinem jeziku. Omogoča nam lažje razumevanje kulture drugih ljudi in njihovega pogleda na življenje.

Zaradi zgoraj predstavljenih dejavnikov se v vsakdanjem življenju dandanes srečujemo z obilico ponudb jezikovnih šol, tečajev in seminarjev. Pričetek učenja tujih jezikov se seli vse bolj v otroštvo, saj je znanstveno dokazano, da se (tujega) jezika lažje naučiš, če se ga učiš preko igre in zabave.

Ravno zaradi te poplave jezikovnih šol si mora vsako na novo nastajajoče podjetje, ki se namerava ukvarjati s poučevanjem tujih jezikov, postaviti vprašanje: »V čem se bo naša šola razlikovala od vseh že obstoječih jezikovnih šol? Kaj bo pravzaprav konkurenčna prednost našega podjetja?«

### 3. PREDSTAVITEV PODJETJA: ŠVICARSKA ŠOLA

#### 3.1. ZAČETNA VIZIJA

Začetna vizija ge. Hladnik je vključevala poučevanje otrok nemščine v skupinah. V okviru svojega dela je tudi nameravala povezati družino in službo – v osnovi naj bi šlo pri tem torej za neke vrste družinsko podjetništvo, saj ga. Hladnik želi, da se kasneje v poslovanje podjetja vključijo tudi mož in njuni otroci. Za sedež podjetja je zato postavila naslov svojega stalnega bivališča. V tem pristopu je ga. Hladnik videla kar nekaj prednosti: hitrejši dostop do informacij, olajšana vsakodnevne službene poti, varčevanje na času ter preglednost čez celotno administracijo in podjetje nasploh.

Švicarsko šolo je hotela predstaviti kot majhno, a zato zanesljivo in kakovostno, kar se nanaša na značilnosti države Švice. Posledično iz tega vzgiba izhaja tudi moto njene jezikovne šole: »Klein, aber fein!«. Želi, da bi se v njeni šoli na sproščen način posredovalo kakovostno znanje tujih jezikov.

Sama ideja za ustanovitev novega podjetja je pravzaprav izšla iz osebne želje podjetnice po poučevanju nemščine lastnih otrok in njihova prisotnost na tečajih. Dodaten razlog za ustanovitev podjetja pa je predstavljala tudi takrat še slaba ponudba fakultativnih jezikovnih tečajev, tako da je podjetnica v tem videla neke vrste tržno nišo in posledično seveda poslovno priložnost! Njena jezikovna šola naj bi tako temeljila na bolj osebnem pristopu, ki bi bil omogočen z manjšimi skupinami, poudarek pri samem učenju pa bi bil dan predvsem konverzaciji – v ta namen podjetnica rada zaposluje native speakerje, kar se odraža tudi v uporabi t.i. pristopa »learning by doing«.

#### 3.2. URESNIČEVANJE ZAČETNE VIZIJE – ZAČETKI PODJETJA

Začrtano strategijo oz. vizijo podjetja je podjetnica začela uresničevati tako, da je v prvih letih po ustanovitvi podjetja sprva poučevala na sedežu šole, torej doma, šele kasneje pa se je lotila najema učilnic v različnih šolah in v prostorih krajevnih skupnosti. Po nekaj letih se je s širitvijo ponudbe lotila tudi poučevanja tujih jezikov v firmah.

Začrtano vizijo podjetja je uresničevala z naslednjimi elementi:

- promocija jezikovne šole na oglasnih deskah v šolah,
- oblikovanje majhnih skupin za vse starostne skupine, poudarek na konverzaciji,
- poskus pretvorbe pridobljenega teoretskega znanja v praktično znanje s pomočjo nastopov, dialogov, iger, izletov v Avstrijo (tako za posemeznike kot tudi za podjetja).

Tekom nudenja storitev učenja tujih jezikov je na izrecno željo strank podjetnica svoj prodajni asortimant razširila tudi s prevajalskimi storitvami. Podjetnica je hkrati poučevala otroke na osnovni šoli, v vrtcih, pripravljala srednješolce na maturo ter poučevala odrasle na Ljudski univerzi.

Kasneje je zaradi izjemnega zanimanja ponudbi jezikovne šole dodala tudi tečaj poslovne nemščine, še poseben izziv pa so ji s tem v zvezi predstavljali poslovni tečaji z uporabo specifične terminologije (glede na individualne želje oz. potrebe strank). Nad to ponudbo so bila navdušena predvsem različna podjetja v Kranju in okolici, kjer ima podjetnica dandanes tudi največ strank. Podjetnica pa se je kasneje lotila tudi poučevanja poslovne francoščine, tako individualno v firmah, kot tudi po skupinah v šolah.

### **3.3. KRATKA PREDSTAVITEV OBSTOJEČEGA STANJA V POJETJU**

Dandanes ima podjetje dve učilnici, kjer poteka pouk tako individualnih ur kot tudi pouk v skupinah. V jezikovni šoli na splošno ponujajo učenje naslednjih jezikov: angleščina, nemščina, francoščina, španščina, romunščina ter navsezadnje učenje slovenskega jezika, vendar pa trenutno potekajo zgolj tečaji nemščine, angleščine in francoščine.

Šola tujih jezikov ponuja učenje na vseh stopnjah, od začetnega do nadaljevalnega tečaja ter priprave na maturo, inštrukcije ter konverzacijo. Kot dodatno storitev pa ponujajo tudi obojesmerno prevajanje vseh zgoraj omenjenih jezikov.

Trenutno v podjetju uči in prevaja ustanoviteljica podjetja Anna Hladnik, njena hčerka ter dve učiteljici angleščine. Poleg vseh ostalih strank se v podjetju Švicarska Šola izobražujejo tudi ugledne strank, npr. župani, direktorji ter managerji, ki prihajajo iz različnih področij

Podjetje ima zanimive ponudbe, ki jih lahko le redko zasledimo pri ostalih jezikovnih šolah, npr.:

- t.i. Evropski tečaji – učenje angleščine, nemščine, španščine, francoščine in italijanščine v enem samem tečaju (primerno za popotnike),
- spremstvo učiteljev na potovanjih s stranko itd.

Podjetje tudi sodeluje na različnih sejnih, prireditvah in razstavah ter le-te pogosto tudi sponzorira. Tako je letos sodelovalo na Kranjski noči v Kranju ter organiziralo dneve švicarske kuhinje.

Promocija podjetja zaenkrat stalno poteka samo v Kranju, Škofja Loki in Železnikih, prijave na jezikovne tečaje pa potekajo bodisi po telefonu, bodisi po elektronski pošti.

### **3.4. NAČRTI ZA PRIHODNOST**

Podjetničini načrti za prihodnost vključujejo razširitev družinskega podjetja v povezavi z drugo dejavnostjo – prostorska razširitev, kadrovska razširitev ter specializacija znotraj posameznih ponudbenih vej. Kadrovska razširitev namerava podjetnica doseči z zaposlitvijo začasnih sodelavcev na področju angleščine, francoščine, španščine, romunščine ter slovenščine.

Nekaj let po odprtju jezikovne šole je imela podjetnica željo po uvedbi evropskih tečajev, ki bi bili namenjeni popotnikom in poslovnežem, a se je kmalu nato izkazalo, da je povpraševanje na tem področju v Sloveniji še precej nizko. Vendar naj bi bila po podjetničinih besedah ta ideja še vedno aktualno za prihodnost.

Ga. Hladnik si tudi želi, da bi se ji obseg pedagoškega dela v prihodnosti zmanjšal, to pa namerava doseči s postopnim izključevanjem iz samih pedagoških procesov, kar ji bo omogočilo, da se bo lahko več posvečala zgolj organizaciji tečajev. V ta namen namerava tudi zaposlovati vedno več učiteljev oz. učiteljic, kateri bi v prihodnje opravljali dela, ki jih ona opravlja sedaj – torej poučevanje.

Rada bi tudi ohranila jezikovne tečaje v firmah ter zadržala dobre, perspektivne in ugledne stanke (župane, managerje itd.). Seveda pa želi ostati zvesta poslanstvu njenega podjetja, ki se glasi: Nuditi želimo kakovostne in strankam prilagojene učne programe, ki bodo pripomogli k zadovoljstvu naših strank.

Ena izmed fokusnih točk za prihodnost je gotovo tudi obramba pred konkurenti, saj je po podjetničinih besedah v njenem podjetju možno zazanati strah pred mednarodnimi jezikovnimi šolami.

#### **4. PREDLOGI ZA IZBOLJŠAVO POSLOVANJA**

Glede na to, da je Anni Hladnik do danes že uspelo ustvariti dovolj veliko podjetje, ki ji prinaša zelen življenjski standard, da ji poleg službe ostane tudi dovolj časa za zasebno življenje in družino, mogoče naši predlogi za širitve in izboljšave niti niso tako zelo nujni. Če pa bi se že odločila, bi bilo bistvenega pomena najprej urediti promocijo. Ta danes poteka le na območju Kranja, Škofje Loke in Železnikov. V kolikor bi želela Anna Hladnik razširiti svojo dejavnost, bi bila najprej potrebna širitev promocije na druge kraje. Vendar pa se nam ne zdi smotrno širiti se v smeri proti Ljubljani, saj je tu ponudba ustanov za učenje tujih jezikov že preveč zasičena.

Preden pa se lotimo promocije, se moramo najprej odločiti kam in zakaj se bomo tja širili ter kaj bomo ponujali. Jesenice se nam zdijo dovolj veliko mesto, da bi tam lahko, prav tako kot na že omenjenih območjih, tudi poučevali. Sprva bi bilo potrebno prostore prav tako najemati, najverjetneje ravno tako v osnovnih in srednjih šolah. Svoje storitve bi prav tako lahko ponudili v podjetjih, v obliki prevajanja dokumentov. Zelo verjetno pa bi bilo kaj kmalu potrebno najeti tudi prostor za stalen sedež na Jesenicah, saj se nam zdijo od Kranja preveč oddaljene. To pa pomeni najemanje novega in zelo verjetno stalno zaposlenega kadra.

Promocija podjetja bi lahko potekala tudi na letališču Jožeta Pučnika, saj obstaja s strani tujcev ogromno povpraševanje po tečajih za učenje tujih jezikov v Sloveniji. Letališče pa je kot logistična točka povezave s svetom bistvenega pomena zaradi ogromnega vsakodnevnega pretoka ljudi.

Zanimiva pa se nam zdi tudi širitev na Bled. Vendar pa v tem primeru ne toliko zaradi učenja tujih jezikov, saj je Bled sam po sebi premajhen in se nam verjetno takšna dejavnost na tej lokaciji ne bi izplačala. Je pa Bled zaradi svoje lokacije eno od središč kongresnega turizma na Slovenskem. S svojo bogato hotelsko ponudbo, ki vključuje tudi veliko dvoranskih površin, je to mesto skozi vse leto gostitelj najrazličnejših domačih in mednarodnih srečanj, okroglih miz, konferenc in kongresov. V zadnjih letih je slovenska kongresna dejavnost, predvsem po tem, ko si je opomogla od razpada Jugoslavije in vojne na tem področju, v razcvetu in ta trend se bo verjetno ob letošnjem padcu meja proti zahodu le še nadaljeval. Zato menimo, da bi bila, kar se tiče širitve ponudbe opazovanega podjetja, zelo smotrna širitev na področje ponudbe dejavnosti kvalitetnega simultanege prevajanja s stalno točko na Bledu.

Če bi se ga. Anna Hladnik odločila za širitev dejavnosti na področje Jesenic in Bleda, bi bilo potrebno preoblikovati tudi organizacijsko strukturo podjetja. Za zdaj je podjetje tako majhno, da bi znotraj njega težko govorili o kakršnikoli organizacijski sestavi, saj ga. Anna Hladnik v tem trenutku opravlja več funkcij. Podjetje bi ob morebitni širitvi skoraj zagotovo potrebovalo samostojno upravo s direktorjem, tajništvom, računovodstvom in odgovornimi za posamezno enoto. To pomeni, da bi morale podjetje polno zaposliti tudi ljudi, ki ne bi bili neposredno povezani s pedagoškimi procesi, torej ne bi bili istočasno tudi učitelji, temveč bi ves čas svoje zaposlitve lahko namenili svoji od učiteljevanja različni funkciji oz. bi te dejavnosti (računovodstvo itd.) za podjetje lahko opravljali zunanji izvajalci (outsourcing). Ga. Anna Hladnik bi tako lahko prevzela v roke samo vodenje svojega podjetja in ji ne bi bilo potrebno več toliko učiti, kar je tudi njena želja.

Eden izmed naših predlogov, ki ga ne gre zavreči, pa je tudi ta, da bi bilo nujno potrebno posodobiti spletno stran podjetja, preko katere bi potencialni udeleženci jezikovnih tečajev imeli pregled nad ponudbo in cenikom jezikovnih tečajev. Trenutno so prijave na tečaje možne po telefonu ali po elektronski pošti. Prijavljanje na tečaje pa bi lahko omogočili tudi preko primerne aplikacije na spletni strani. Ravno tako pa bi se lahko uvedle določene aplikacije tudi za zaposlene in občasno zaposlene preko intraneta. Delovanje podjetja na toliko lokacijah bi usklajevanje zaposlenih preko intraneta zelo olajšalo. Na spletni strani bi bilo dobro imeti tudi uvrstitvene teste za vsak posamezen jezik. Na podlagi tovrstnih testov lahko namreč stranke ugotovijo svoje predznanje določenega tujega jezika in se tako vpišejo na tečaj s primerno stopnjo.

Jezikovna šola bi lahko uvedla tudi e-učenje. Ta oblika učenja je namenjena vsem, ki bi se radi jezika naučili s pomočjo e-mentorja, ki učencu oziroma učenki preko interneta posreduje naloge, slednji jih reši in nato ponovno posreduje nazaj e-mentorju. On jih pregleda in oceni delo učenca oziroma učenke. Na ta način ljubitelju jezika ni potrebno zapuščati doma in s tem tudi prihrani čas. Učenje je na ta način precej enostavno. Vse kar učenec potrebuje, je zgolj računalnik z internetno povezavo. Če bi se Anna Hladnik odločila za to vrsto učenja, bi morala najeti učitelje oziroma izobraziti trenutne učitelje za poučevanje preko interneta.



V jezikovni šoli trenutno potekajo tečaji nemščine, angleščine in francoščine. Menimo, da bi bilo potrebno poiskati primerno delovno silo tudi na področju italijanščine in španščine, saj je povpraševanje po učenju teh dveh jezikov dandanes ogromno. Ustanoviteljica podjetja, Anna Hladnik, nam je zaupala, da si želi v bodoče zaposliti tudi naravne govorce tujih jezikov (t.i. »native speakerje«), da bo poučevanje še kvalitetnejše. Menimo, da bi morala čim prej dati oglas za prosto delo učitelja italijanščine in španščine. Tako bi lahko uvedli tudi tečaje za posameznike z odličnim znanjem tujega jezika, ki bi si želeli strokovno poučevati tuje jezike v Švicarski šoli. Na tečajih bi se lahko naučili, kako poteka individualna ura, na kaj je treba paziti, kje je poudarek, kako učencu oz. učenki prisluhniti in kaj je kakovostno in učinkovito poučevanje. Promocija za te vrste tečajev bi bila namenjena predvsem za »native speakerje«, seveda pa se ne bi branili tudi ostalih.

Opazili smo, da jezikovne šole v Kranju več ali manj ponujajo le učenje jezikov, kot so nemščina, angleščina, francoščina, italijanščina in španščina. Mogoče bi bilo primerno razmišljati o uvedbi kakega novega jezika, kot na primer kitajščine ali portugalščine. To sta jezika, ki sta po svetu trenutno zelo priljubljena za učenje. Za začetek bi bilo dovolj, da se izvede anketa, koliko ljudi v Kranju bi imelo interes za učenje teh dveh jezikov, potem pa bi na podlagi rezultatov presodili, če se izplača uvesti tečaje kitajščine in portugalščine.

Ko smo se pogovarjali z Anno Hladnik, ustanoviteljico podjetja, smo izvedeli, da si želi podjetje razširiti tako, da bi poleg poučevanja vpeljala tudi drugo dejavnost, kot na primer prodajo nepremičnin za tujce. To dejavnost naj bi prevzel nek družinski član, ki bi bil osredotočen na nepremičnine v Sloveniji, prodajal pa bi jih tujcem. To bi lahko pomenilo, da bi se tujci, ki bi se preselili oziroma občasno obiskovali Slovenijo, imeli potencialni interes za učenje slovenskega jezika, ki bi se ga lahko naučili prav v Švicarski šoli. Prav tako pa bi bilo zanimivo, če bi od tujcev našli nekoga, ki je seznanjen s poučevanjem tujih jezikov in se zanima za prosto delovno mesto učitelja tujega jezika. Le-ta bi lahko poučeval svoj materin jezik.

V podjetju bi lahko uvedli tudi program, ki bi ponujal poslovnežem spremstvo učitelja tujega jezika na njihovem poslovnem potovanju in s tem pomoč pri komuniciranju v tujem jeziku. Menimo, da je v današnjem času ogromno poslovnežev, ki bi rabili pomoč pri sporazumevanju v tujem jeziku in bi bili hvaležni spremljevalcu za pomoč. Prav tako velja to za spremljevalca, ki bi imel vlogo prevajalca. Mislimo, da so to dokaj nove reči na trgu, tako da bi bilo potrebno narediti dobro promocijo za zgoraj omenjen program.

Izvedeli smo, da je veliko strank obravnavanega podjetja v Kranju in njegovi okolici zelo vplivna. Bil je govor o županih, direktorjih in podobno. Lahko bi se osredotočila prav na njih in pripravila programe, ki bi vsebovali besedišče, namenjeno prav za njihovo področje dela. Vemo, da se Anna Hladnik trudi in prav vsaki stranki prilagodi program po želji, vendar bi bilo po vsej verjetnosti privlačnejše, če programe, namenjene službam na pomembnih področjih, pripravi vnaprej in jih poimenuje kar po poklicni dejavnosti. Morda bi tako zanimanje še bolj naraslo, saj bi se na primer kak župan zagotovo počutil nagovorjenega s programom: »Učinkovito in kakovostno učenje nemščine za župane«, ali kak direktor podjetja s programom: »Poslovna angleščina za vse direktorje«.

## SKLEP

Znanje tujih jezikov zaradi odpiranja meja v novi Evropi in hitrega povezovanja s celotnim svetom postaja vedno večja vrednota in vse pomembnejša nujnost. Z nemoteno komunikacijo v več jezikih so nam omogočeni kvalitetnejši osebni in poslovni stiki z ljudmi tujih dežel, hkrati pa si zagotovimo enakovreden položaj v tujem okolju.

Z uveljavitvijo internacionalizacije poslovanja, integracije v skupni evropski trg in prostor, ter z vsemi prisotnimi in vstopajočimi tujimi podjetji pri nas, je postalo znanje tujih jezikov že nuja, ne več samo prednost. Čeprav v našem bivšem družbenem sistemu ni bilo večjih zahtev po znanju tujih jezikov, so številni posamezniki sami čutili potrebo po njihovem učenju in raziskovanju drugih kultur. V zadnjih desetih letih je ta položaj povsem drugačen. Dandanes učenje tujih jezikov ni le eden od ciljev uspešnega študija, temveč nujna komponenta uspešnega poklicnega dela. Iskalcem zaposlitve, ki ne obvladajo niti enega samega svetovnega jezika, se slabo piše.

Koga bo zaposlilo podjetje s sedežem v Franciji, osebo z znanjem francoščine ali primerljivo sposobno osebo brez znanja tega jezika? Bo nemško podjetje, ki ima svoje podružnice v Sloveniji, zaposlilo človeka, ki ne zna v nemškem jeziku odgovoriti niti na osnovna vprašanja? In ali bo slovensko podjetje, ki išče komercialista za tuje trge, zaposlilo nekoga, ki zna en svetovni jezik, ali nekoga, ki zna tri? Odgovori so verjetno jasni. Danes je znanje tujih jezikov pomembno na številnih področjih človekovega življenja.

Ga. Anna Hladnik zato po našem mnenju deluje na pravem poslovnem področju, saj se bo potreba po znanju tujih jezikov v prihodnosti le še krepila. A vendarle dandanes živimo v svetu neverjetnega življenjskega tempa in tehnologije, zato menimo, da se mora podjetje Švicarska Šola naučiti znati prilagajati hitrim spremembam, ki so danes v poslovnem svetu edina stalnica.

V naši seminarski nalogi smo tako predstavili podjetnico, go. Anno Hladnik ter opisali razvoj njenega podjetja, Švicarska Šola. Glavni vsebinski doprinos pa predstavlja četrto poglavje pričujoče seminarske naloge, saj smo v njem podali kar nekaj konkretnih predlogov za izboljšavo poslovanja obravnavanega podjetja, ki bi lahko bili odločilnega pomena za nadaljno širitev jezikovne šole.

## **VIRI**

- Prosojnice pri izbirnem predmetu Podjetništvo (prof. dr. Pšeničny).
- Intervju s podjetnico.
- Spletna stran podjetja Švicarska Šola (<http://www.svicarska-sola.gajba.net/>).
- Spletne strani ostalih jezikovnih podjetij (<http://www.berlitz.si/>, <http://www.lingua.si/ipd.>).