

VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ACADEMIA
MARIBOR

NOVA STORITEV – ZAPOSLOITVENO SPREMSTVO

Kandidatka: Marjeta Adler

Vrsta študija: študentka izrednega študija

Študijski program: Ekonomist

Mentor predavatelj: Alenka Valcl, univ. dipl. ekon.

Lektor: Lidija Adler, prof. slovenskega jezika

Maribor, 2016

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKEGA DELA

Podpisana Marjeta Adler, sem avtorica diplomskega dela z naslovom Nova storitev – zaposlitveno spremstvo, ki sem ga napisala pod mentorstvom Alenke Valcl, univ. dipl. ekon.

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predloženo delo izključno rezultat mojega dela,
- sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev, ki jih uporabljam v predloženi nalogi, navedena oz. citirana skladno s pravili Višje strokovne šole Academia Maribor,
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del oz. misli, kot moje lastne kaznivo po Zakonu o avtorskih in sorodnih pravicah (Ur. l. RS 16/07 – uradno prečiščeno besedilo, 68/08, 110/2013 in 56/2015); (v nadaljevanju ZASP), prekršek pa podleže tudi ukrepom Višje strokovne šole Academia Maribor skladno z njenimi pravili,
- skladno z 32. a čl. ZASP dovoljujem Višji strokovni šoli Academia Maribor objavo diplomskega dela na spletnem portalu šole.

Maribor, marec 2016

Podpis študenta:

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorici gospe, Alenki Valcl, univ. dipl. ekon., za strokovno, motivacijsko in inovativno vodenje mojega dela.

Zahvaljujem se kolektivu šole, posebej mag. Mirjani Ivanuša – Bezjak.

Zahvaljujem se lektorici gospe Lidiji Adler, prof. slovenskega jezika.

Zahvaljujem se moji družini in vsem sodelujočim v anketah.

POVZETEK

Naša družba je usmerjena v introvertiranost na eni strani, ter masovno ekstrovertiranost na drugi. Manjka srednja pot, predvsem osebna komunikacija.

Iz lastnih izkušenj sem spoznala, da bi morda drugačen pristop do iskalcev zaposlitve, lahko bil nova poslovna priložnost.

Storitev - zaposlitveno spremstvo je na trgu dobrodošla novost in ima zagotovljeno prihodnost. Stopnja zanimanja zanjo je zelo visoka. Na mojo anketo v zvezi s to temo, je 88% naključno vprašanih odraslih oseb odgovorilo, da bi jih storitev zaposlitveno spremstvo zanimala.

Storitev je usmerjena v pomoč, motivacijo, učenje, ter podporo posameznika pri iskanju zaposlitve. Ovire je potrebno premagati, lažje jih je premagati s strokovno pomočjo nekoga.

Gre za obliko posla usmerjenega v individualnost končnega uporabnika.

Če ne doma, pa v tujini. Slovenci smo eni rednik narodov, ki se močno vežejo na dom in svoje domače okolje. V kolikor z dohodki, ki so nam na voljo, oziroma si jih zaslužimo, ne moremo shajati, si je potrebno poiskati dodaten vir zaslužka, oziroma nov vir zaslužka.

Ta možnost obstaja. V Avstriji je možna tudi zaposlitev za minimalno število delovnih ur tedensko, kot dodaten dohodek ali glavni dohodek.

Torej Slovenci iščemo zaposlitve, tujci pa jih ponujajo.

Ključne besede: storitev, zaposlitveno spremstvo, Avstrija, 7 P, SWOT analiza.

ABSTRACT

NEW SERVICE – JOB ESCORT

Our society is focused on the introversion on one side, and the mass extroversion on the other. Missing middle way, mainly personal communication.

From my own experience, I concluded that perhaps another approach could be a business opportunity.

Job escort services on the market have the potential welcome. The level of interest is high, 88% of respondents replied that they would be interested in an escort service employment. The service is geared to help, motivation, learning, and support the individual. Obstacles must be overcome.

It is a form of transaction-oriented in the individuality of the end user.

If not at home, then abroad. Slovenian people are one of the few nations that strongly bind to their home and their home environment. If our income is not enough, so we can't live with it, we need to find our self's additional way of income or another income source.

This option exists. In Austria it is also possible to get a job for a minimum number of hours per week as an extra income or main income.

So Slovenian people are looking for jobs, while foreigners are offer them.

Keywords: Service, Job attendants, Austria, 7P, SWOT analysis.

KAZALO VSEBINE

1	UVOD	9
1.1	Opis področja in opredelitev problema.....	9
1.2	Namen, cilji in osnovne trditve.....	10
1.3	Predpostavke in omejitve	11
1.4	Uporabljene raziskovalne metode.....	11
2	ANALIZA STANJA.....	12
2.1	Analiza kupcev	12
2.1.1	<i>Ciljna skupina.....</i>	<i>14</i>
2.1.2	<i>Lastnosti naših kupcev.....</i>	<i>14</i>
2.2	Analiza dobaviteljev	15
2.3	Analiza konkurence	15
2.3.1	<i>Naše pomanjkljivosti</i>	<i>15</i>
2.3.2	<i>Naše prednosti</i>	<i>16</i>
2.3.3	<i>Prednosti konkurence</i>	<i>16</i>
2.3.4	<i>Pomanjkljivosti konkurence.....</i>	<i>16</i>
2.4	Analiza potreb trga.....	16
2.4.1	<i>Poiščimo zaposlitev</i>	<i>16</i>
2.5	SWOT analiza.....	17
3	NOVA STORITEV ZAPOSLOTIVENO SPREMSTVO.....	18
4	7 P	19
4.1	1P- Storitev – Product.....	19
4.1.1	<i>Opis storitve.....</i>	<i>19</i>
4.2	2P –Cena –Price	21
4.2.1	<i>Garancija kakovosti.....</i>	<i>22</i>
4.2.3	<i>Nagrada zvestobe</i>	<i>23</i>

4.3	3P–Tržne poti –Place	23
4.4	4P– Udeleženci –Participats	23
4.5	5P–Fizično okolje in fizični dokazi–Physicalenviroment	25
4.6	6P– Prosesi –Process	26
4.7	7P–Tržno komuniciranje –Promotion.....	27
5	PREDSTAVITEV RAZISKAVE, UGOTOVITVE IN PREDLOGI ZA IZBOLJŠAVO	29
5.1	Metode raziskovanja	29
5.2	Anketni vprašalnik	29
5.3	Analiza anketnega vprašalnika	30
5.4	Povzetek raziskave.....	45
6	SKLEP.....	47
7	VIRI, LITERATURA	50
8	PRILOGE	51
8.1	Anketa.....	51
8.2	Zloženka.....	53

KAZALO SLIK

Slika 1: Pregled strukture brezposelnih oseb v letih 2015 in 2014	13
---	----

KAZALO TABEL

Tabela 1: Swot analiza.....	17
Tabela 2: Zanimanje za storitev.....	30
Tabela 3: Ali so anketiranci že iskali zaposlitev v Avstriji	31
Tabela 4: Izkušnje anketirancev	32
Tabela 5: So že delali v Avstriji	33

Tabela 6: Jih zanima pomoč pri iskanju	34
Tabela 7: Faza pomoči.....	35
Tabela 8: Ovire	36
Tabela 9: Govorno razumevanje.....	37
Tabela 10: Pisno razumevanje	38
Tabela 11: Spol.....	39
Tabela 12: Starost	40
Tabela 13: Stopnje izobrazbe	41
Tabela 14: Poklicni status.....	42
Tabela 15: Plačilo za storitve.....	43

KAZALO GRAFIKONOV

Graf 1: Zanimanje za storitev	30
Graf 2: Ali so anketiranci že iskali zaposlitev v Avstriji.....	31
Graf 3: Izkušnje anketirancev	32
Graf 4: Koliko jih je že delalo v Avstriji	33
Graf 5: Jih zanima pomoč pri iskanju.....	34
Graf 6: Faza pomoči	35
Graf 7: Ovire.....	36
Graf 8: Govorno razumevanje	37
Graf 9: Pisno razumevanje	38
Graf 10: Spol	39
Graf 11: Starost.....	40
Graf 12: Stopnje izobrazbe	41
Graf 13: Poklicni status	42
Graf 14: Plačilo za storitev	43

1 UVOD

Naslov diplomskega dela je NOVA STORITEV – ZAPOSLOTVENO SPREMSTVO.

V diplomski nalogi bi podrobno predstavila in analizirala novo storitev na področju pomoči iskalcem zaposlitve. Storitev se imenuje ZAPOSLOTVENO SPREMSTVO.

V aktualnih gospodarskih razmerah, situaciji na trgu delovne sile, ter temu primerno negotovo prihodnostjo, se porajajo vprašanja kako do boljše, varne, ter pravične finančne prihodnosti.

Strokovno znanje, marljivo delo, upanje, inovativnost in trud tako obrtnikov, kot podjetnikov in na drugi strani delojemalcev, se vedno znova znajde na preizkušnji. V času po odprtju tujih trgov za pretok delovne sile, se mnogi kadri odločajo za pogled čez slovensko mejo v sosednjo Avstrijo.

V mojem delovnem in zasebnem okolju, se ponavljajo vedno znova podobna vprašanja, ki so vezana na iskanje dela slovenskih državljanov v Avstriji, tako s strani delojemalcev kot s strani delodajalcev.

Razmislek o morebitni povezavi delodajalcev in delojemalcev me je pripeljal do teme v tem diplomskem delu.

1.1 Opis področja in opredelitev problema

Trenutne gospodarske razmere v Sloveniji so na področju zaposlitvenih možnosti za delojemalce neugodne. Kako to situacijo prepoznati na zaposlitvenem trgu kot novo priložnost za potencialno storitev in zaposlitev na eni strani in pomoč delojemalcem na drugi strani, je nov izziv v tej težki situaciji.

Eden od novih možnih virov kako do zaposlitve, je pogled čez mejo. Ob odprtju meja za prost pretok delovne sile, se trenutno širi trend iskanja zaposlitve v tujini. Prav tako tuji delodajalci iščejo delovno silo iz tujine. Ta vmesni člen, nek nov pristop k povezovanju tega povpraševanja, zahteva novo storitev. Torej ne govorimo o najemu delovne sile ali posredovanju le-te, temveč o oblikovanju procesa, kjer bodo iskalci zaposlitve neposredno vključeni v samo iskanje zaposlitvenih možnosti v Avstriji.

V diplomskem delu bi se osredotočila na uporabnika iz vidika delojemalca. Zanima me predvsem ali iskalci želijo zaposlitev v tujini, ali njihovo znanje tujega jezika zadostuje za zaposlitev čez mejo, ali vedo kje iskati, ali so pripravljeni dnevno »migrirati«, ali so že delali

v tujini, kaj so pripravljeni delati, kje vidijo težave pri iskanju zaposlitve v tujini. Dodatno so dobrodošle informacije o trenutnem statusu, starosti, oddaljenosti od meje, lastnem prevozu, izobrazbi, delovnih izkušnjah in na koncu ali so pripravljeni oddati kontakt v primeru uvedbe nove storitve. Navsezadnje tudi, koliko bi bili pripravljeni za tako vrsto storitve- spremstvo plačati.

1.2 Namen, cilji in osnovne trditve

Namen diplomskega dela je raziskati ali je taka storitev na trgu dobrodošla, ali ima potencial, kak interes obstaja s strani delojemalcev. Izvedeti kakšna je stopnja zainteresiranih med vsemi vprašanimi, izvedeti koliko od teh je trenutno brez zaposlitve, izvedeti koliko zainteresiranih obvlada jezik, izvedeti kakšna je njihova izobrazba in nato podatke glede na te segmente razdeliti in raziskati. Posebej opredeliti odgovore na vprašanje, kje vidijo ovire; ali je to jezik, ali je to razdalja, ali gre za starejše osebe, ali morda ni dovolj poguma. Na podlagi odgovorov raziskati kaj so glavne ovire pri iskanju zaposlitve v tujini in storitev prilagoditi, tako da bi jo dopolnili s predlogi o rešitvi ovir.

Cilj diplomskega dela je raziskava o potrebi in oblikovanju nove storitve. Na podlagi dobljenih podatkov oblikovati način in ceno storitve, ter dopolniti ali poenostaviti storitev, zbrati vsaj minimalno bazo podatkov potencialnih iskalcev, pričeti z mreženjem.

Osnovna trditev je sledeča: Ob izredno visoki brezposelnosti, ter nizkemu BDP – ju v Sloveniji in če omenimo še črnoglede napovedi o negotovi prihodnosti, je potrebno izkoristiti vsako priložnost za izboljšanje naše blaginje, ter se s tematiko brezposelnosti soočiti. Vsakdo, ki si resnično želi zaposlitve, si zasluži prejeti pomoč, podporo, motivacijo, skratka spremstvo, ki mu bo pomagalo prispeti do cilja, pa čeprav bo potrebno to tudi plačati.

Moja trditev je, da delodajalci čez mejo iščejo delojemalce, veliko je takih, ki so zelo zadovoljni z delojemalci iz Slovenije. Veliko je delojemalcev, ki so zelo zadovoljni z razmerami, urejenostjo, ter plačilom delodajalcev čez mejo. Moja trditev je tudi, da smo Slovenci izredno marljiv, deloven, ter zanesljiv partner v delovnih razmerjih. Zato trdim, da manjka vezni člen, ki bi povezal ta dva dela. V kolikor obstaja na trgu dovolj visoko zanimanje, za take vrste spremstva, ter v kolikor se to spremstvo pravilno oblikuje, smo dosegli cilj našega diplomskega dela. Moja trditev je, da je ta storitev na pravem mestu, ob pravem času.

1.3 Predpostavke in omejitve

Ker gre za storitev, oziroma za idejo, ki bi jo želela realizirati v doglednem času, ne želim narediti napake, ter objaviti podatkov, ki bi mi kasneje lahko predstavljali poslovno skrivnost. Zato moram misliti daleč v naprej, ter obvarovati določene vire podatkov. Na primer; osebni podatki kandidatov, podatki o iskanju virov, podatki o zanesljivosti delodajalcev, itd...

Dodatno se bom soočala s pomanjkanjem literature na to temo, z zamenjavanjem storitve s storitvami zaposlitvenih agencijami, ter odklonilnim odnosom anketirancev. Živimo namreč v času, ko nihče nima časa, prav tako se podani osebni podatki lahko hitro zlorablajo.

1.4 Uporabljene raziskovalne metode

Pri pripravi diplomskega dela bom uporabila analitični pristop.

Kot vrsto raziskovanja sem izbrala namizno raziskovanje, spremljanje stopnje brezposelnosti, števila prostih delovnih mest, števila registriranih iskalcev zaposlitve pri nas in v tujini preko spleta. Svoje raziskovanje bom kombinirala s kvantitativnim raziskovanjem, z anketami na terenu, ter preko elektronske pošte.

Raziskovalni del diplomskega dela bo temeljil na podatkih iz anket posredovanih preko spleta, ter intervjujev opravljenih na terenu. Kasneje bom oboje podatke združila. Iz podatkov bom pridobila več rezultatov, kot so: zanimanje za delo v tujini, obvladanje potrebnega tujega jezika, vrste poklicev, starostne skupine, ovire, ter predvideno ceno storitve.

Vse pridobljene rezultate bom oblikovala v grafe in tabele.

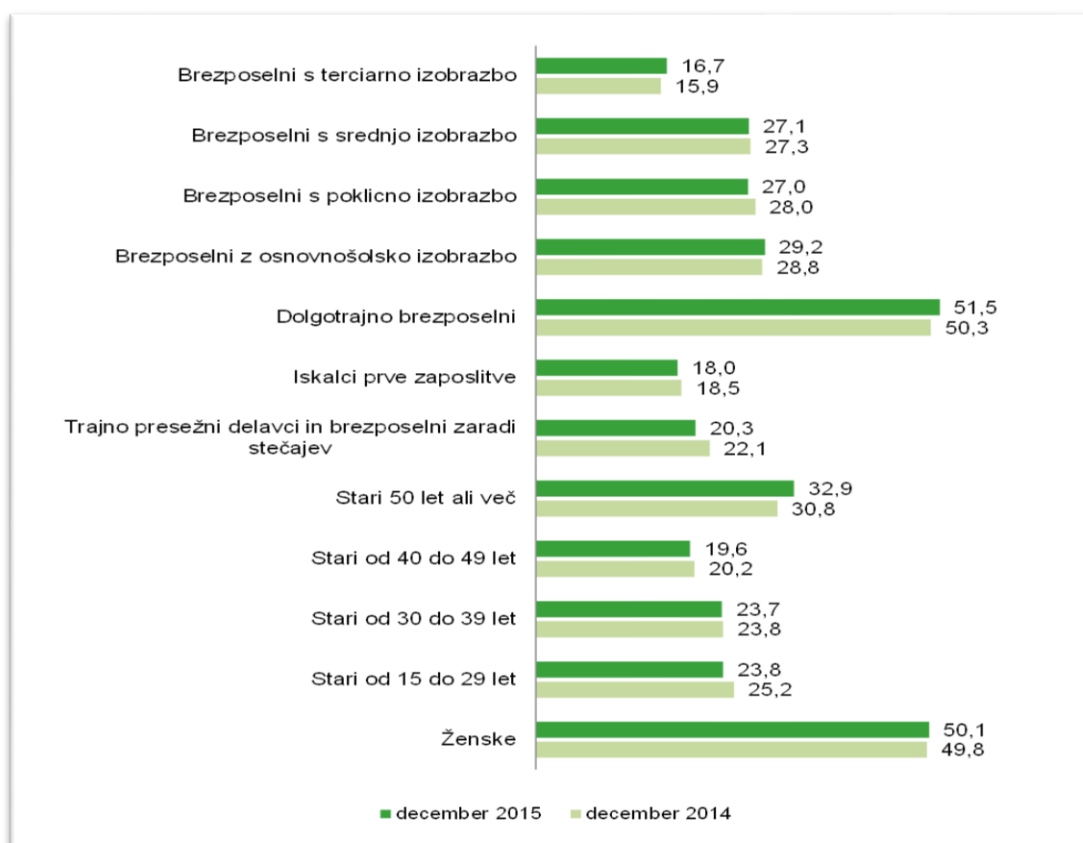
2 ANALIZA STANJA

2.1 Analiza kupcev

Na internetnih straneh Zavoda Republike Slovenije za zaposlovanje, dne 09.01.2016, zasledimo sledeče podatke:

»Aktualno število registriranih iskalcev zaposlitve na ta dan je 116.102 oseb.« (http://www.ess.gov.si/trg_dela/aktualno_o_trgu_dela, 09.01.2016).

»Med brezposelnimi, ki so se na Zavodu prijavili decembra, so prevladovali moški, brezposelni v starosti od 30 do 59 let in tisti z osnovnošolsko ali s poklicno izobrazbo. Struktura brezposelnosti se je zato v primerjavi s predhodnim mesecem spremenila tako, da se je zmanjšal delež žensk, manjši so tudi deleži mladih v starosti od 15 do 29 let in brezposelnih, starih 50 let ali več. Prav tako sta manjšata deleža iskalcev prve zaposlitve in trajno presežnih delavcev, oz. brezposelnih zaradi stečajev. Povečali so se deleži brezposelnih moških in brezposelnih v starostnih razredih od 30 do 39, ter od 40 do 49 let. Zaradi večjega števila novih brezposelnih oseb, se je posledično zmanjšal delež dolgotrajno brezposelnih oseb. V izobrazbeni strukturi sta se povečala deleža brezposelnih z osnovnošolsko in s poklicno izobrazbo, deleža brezposelnih s srednjo strokovno in splošno ter s terciarno izobrazbo pa sta se zmanjšala.« (http://www.ess.gov.si/trg_dela/aktualno_o_trgu_dela, 09.01.2016).



Slika 1: Pregled strukture brezposelnih oseb v letih 2015 in 2014

Vir: (http://www.ess.gov.si/trg_dela/aktualno_o_trgu_dela, 09.01.2016).

Iz zapisanega na straneh Zavoda za zaposlovanje, gre torej še vedno za poviševanje števila brezposelnih oseb. Zanimivo je to, da je recimo posebej izpostavljena srednja poklicna izobrazba, moški spol, starost oseb od 30 do 59, torej prav tiste skupine, katerih stroka je v Avstriji podhranjena.

Po mojem mnenju je prav srednja poklicna izobrazba v Sloveniji sorazmerno z opravljenim delom, dosti premalo cenjena. Medtem ko plačilo za enako delo, znaša čez mejo tudi do 50 % več, kar jev mojih očeh nerazumljivo.

2.1.1 Ciljna skupina

Naši kupci so vse zgoraj opredeljene skupine, moški, ženske, starejši, mlajši brezposelni, ne glede na stopno izobrazbe, iskalci prve zaposlitve, prav tako pa tudi zaposlene osebe, ki želijo boljše delovne pogoje onkraj meje.

2.1.2 Lastnosti naših kupcev

Iskalci zaposlitve z znanjem tujega jezika, to je nemščine ali angleščine – sposobnost komunikacije.

Iskalci zaposlitve na območju Podravske ter Pomurske regije – geografska bližina

Iskalci zaposlitve »ekonomski migranti« – pripravljenost na začasno prebivališče na območju opravljanja dela.

Iskalci zaposlitve »dnevni migranti« – pripravljenost na vsakodnevno potovanje na območje opravljanja dela.

Iskalci zaposlitve z delovnimi izkušnjami in odličnim strokovnim znanjem – zanesljivi, marljivi in usposobljeni.

Pozornost je potrebno usmeriti še v predsodke končnega porabnika. To je lahko nekdo, ima v življenju slabo izkušnjo, da je delal v tujini, pa mu tega niso plačali. Nekdo drug ima izkušnjo, da so mu posredovali delo, za katerega je prekvalificiran ali pa sploh nima zadostne kvalifikacije. Spet tretji, se na take sorte pomoči ne bo obrnil, ker ga pesti strah pred neznanim, strah pred tujim okoljem. V tem primeru bo potrebna posebna motivacija kandidatov, da sprejmejo pomoč in poskusijo znova.

2.2 Analiza dobaviteljev

V kolikor se osredotočimo le na Avstrijski trg delovne sile, bomo najprej pogledali na internetne strani tamkajšnjega zavoda za zaposlovanje. Z iskalnim geslom »štajerska regija« prejmemo 6150 zadetkov prostih delovnih mest, in to samo za Štajersko regijo v Avstriji. (<http://www.jobroom.ams.or.at/jobsuche/FreieSuche.jsp>, 09.01.2016).

Glede na tuj jezik, ter pripravljenost delodajalcev za zaposlovanje tujcev, si oglejmo še podatke na portalu za evropsko zaposlovanje EURES, kjer najdemo podatek, da je v celotni Avstriji prostih »27.918« (<https://ec.europa.eu/eures/eures-searchengine/page/main?lang=de#/simpleSearch>, 09.01.2016) delovnih mest. Od tega je »22.387« (<https://ec.europa.eu/eures/eures-searchengine/page/main?lang=de#/simpleSearch>, 09.01.2016) delovnih mest opredeljenih kot zaposlitev s pogodbo za nedoločen čas. »3.061« (<https://ec.europa.eu/eures/eures-searchengine/page/main?lang=de#/simpleSearch>, 09.01.2016) delovnih mest je označenih s kriterijem, da delodajalec zaposli tujca, oziroma prebivalca evropske unije.

2.3 Analiza konkurence

V tem primeru lahko govorimo o neobstoječi konkurenci, ne samo v Sloveniji, ampak tudi v Avstriji. Konkurenca je zdrava, ter potrebna, saj le tako lahko ugotavljamo, kje so prednosti in kje so pomanjkljivosti. Ker govorimo o novi storitvi, torej ne gre za obstoječo storitev, je potrebna posebna pozornost pri kopiranju te storitve.

Edina morebitna primerljiva konkurenca so podjetja za posredovanje delovne sile, saj bi to storitev na prvi pogled lahko metali v isti koš.

2.3.1 Naše pomanjkljivosti

Naša največja pomanjkljivost bo neprepoznavnost na trgu, nerazvita blagovna znamka, saj gre za popolnoma novo storitev.

2.3.2 Naše prednosti

Osebnosti pristop, učenje jezika, treningi razgovorov, geografska bližina, dobro poznavanje obeh kultur ter navad, prilagojeno delo tako za delojemalca kot za delodajalca, razvita mreža kontaktov, informacije iz prve roke, delovne izkušnje v tujini.

2.3.3 Prednosti konkurence

Če govorimo o podjetjih za posredovanje delovne sile, kajti to bo najbližja panoga s katero nas bodo primerjali, je to zagotovo finančna varnost, prepoznavnost na trgu, obstoječe baze podatkov o delodajalcih in delojemalcih, dodelana infrastruktura, izkušnje o morebitnih pasteh tega posla.

2.3.4 Pomanjkljivosti konkurence

Neosebni pristop, masovno posredovanje kadra, visoke cene, necelostna obravnava kandidatov, minimalno plačilo, neupoštevanje aktualnih zakonov.

2.4 Analiza potreb trga

Kot v analizi kupcev predstavljeno, potrebe tujega trga izkazujejo neverjetno povpraševanje po novih zaposlitvah. Vendar je potrebno za potrebe tega trga spremeniti tudi miselnost iskalcev zaposlitve, potrebno je spremeniti miselne okvirje ljudi. Služb kjer so zaposleni odšli na delo ob 7.00 in se vračali domov ob 15.00, enostavno ni več. Redka podjetja, v veliki meri gre za zaposlitve v velikih proizvodnih podjetjih, pa zapirajo vrata.

2.4.1 Poiščimo zaposlitev

Če ne doma, pa v tujini. Slovenci smo eni rednik narodov, ki se močno vežejo na dom in svoje domače okolje. V kolikor z dohodki, ki so nam na voljo, oziroma si jih zaslužimo, ne moremo shajati, si je potrebno poiskati dodaten vir zaslužka, oziroma nov vir zaslužka.

Ta možnost obstaja. V Avstriji je možna tudi zaposlitev za minimalno število delovnih ur tedensko, kot dodaten dohodek ali glavni dohodek.

Torej Slovenci iščemo zaposlitve, tujci pa jih ponujajo.

2.5 SWOT analiza

Analiza zunanjega in notranjega okolja. Celovito ovrednotenje prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti. (Kotler, 2004).

Tabela 1: Swot analiza

PREDNOSTI + : - prepričanost o uspehu - tehnološko nezahtevna priprava - majhen vložek zagona poslovanja - nova storitev - ni obstoječih predsodkov - možnost hitrega prilagajanja storitve - individualna pomoč naročnikom - pripravljenost maksimalnega vložka truda - razvita mreža kontaktov - individualna obravnava - osebne izkušnje dela v tujini, informacije iz prve roke - široka možnost širjenja in preoblikovanja storitve - osebni pristop - geografska bližina - prilagojena storitev - poznavanje obeh kultur in navad	SLABOSTI – : - neizkušenost - ena oseba za ves proces - pomanjkanje kadra - nepoznavanje pasti te panoge - podjetja za posredovanje kadra so huda konkurenca za samo storitev - velik vložek v širjenje blagovne znamke - nezaupanje iskalcev - veliko časa in energije za pravne poti - neprepoznavnost na trgu - nerazvita blagovna znamka
MOŽNOSTI (priložnosti) + : - visoko število brezposelnih oseb - geografska bližina - visoko povpraševanje delodajalcev - rast povpraševanja delojemalcev - visoka motiviranost iskalcev	OVIRE (nevarnosti) – : - dogajanja na mejnih prehodih - raznolikost strank - finančno tveganje - delo na črno - majhna baza iskalcev - plačilna nedisciplina - birokracija v Sloveniji - kopiranje storitve - zamenjevanje storitve s posredovanjem kadra

Vir: (Lasten)

3 NOVA STORITEV ZAPOSLOLITVENO SPREMSTVO

Situacija; Telefonski klic: iščem službo!

Kako se zadeve lotiti! Razočaranje zaradi izgube zaposlitve, slabe izkušnje, utrujenost, finančna plat brezposelnosti, občutek nekoristnosti, ponovno začeti znova, novo okolje, novi ljudje, nov ritem, nove naloge, dolgoletna zaposlitev v kakem podjetju, breme partnerju, vzgled otrokom, ponovno iskanje, kako, kje?

Situacija - Osebni pogovor: «Poznate koga za opravljanje tega dela?»

Delodajalec išče zanesljivo, marljivo, strokovno usposobljeno osebo za opravljanje določenih nalog. Z mreženjem pričakuje osebo, o kateri ima nekdo dobro mnenje in jo pozna.

V kolikor povežemo prvo in drugo situacijo, se pojavi naša nova storitev. Osnova le-te je mreženje. Vsakdo od nas koga pozna. V načrtovanje je potrebno pritegniti čim več mnenj, čim več predlogov, vendar ostati zvest svojemu zastavljenemu cilju. Vsak izmed nas je že iskal zaposlitev, delodajalci iščejo novo delovno silo. V tem primeru gre pač za delodajalce v Avstriji, ti rade volje zaposlujejo slovenske državljane, saj nas opisujejo kot marljive, zanesljive, točne in strokovno usposobljene. To so razlogi zaradi katerih so zadovoljni z nami. V kolikor primerjamo slovenske razmere in zakonodajo z avstrijsko, ugotovimo, da pri sosedih delojemalec prejme »več« za opravljeno delo. Plača je v osnovi višja, prejemki so podani na 14 plač letno, 5 tednov dopusta, izobraževanje zaposlenih je cenjeno. Torej delavec enostavno prejme več denarja, več prostega časa. Po drugi strani pa je treba opomniti, da čas za malico ni plačan, ter povračilo potnih stroškov ne obstaja, tako kot pri nas, le v obliki davčne olajšave.

Pri tej storitvi bo najtežje zastaviti ceno za plačilo storitve, opredeliti kdaj plačilo, ter zagotoviti zadovoljstvo uporabnika.

4 7 P

4.1 1P- Storitve – Product

»Storitve so postale »sveta« beseda o kateri govorijo številne knjige, ki nas opozarjajo na izjemno donosnost podjetij, ki jim je uspelo oblikovati superiorno storitev«

»Za storitev so ključne štiri značilnosti, ki v veliki meri vplivajo na oblikovanje trženjskih programov: neopredmetenost, neločljivost, spremenljivost in minljivost« (Kotler, 2004).

Ker gre za novo storitev, sicer podobno posredovanju kadrov, je potrebno točno opredeliti prednosti in razlike. Torej gre za pripravo iskalca, za optimalni izkupiček njegovega iskanja zaposlitve. Spremljevalstvo, trening, učenje, svetovanje, ter iskanje delovnega mesta zanj. Torej ne iščemo iz naslova delodajalca, temveč iz naslova delojemalca.

»Da bi kupci zmanjšali svojo negotovost, iščejo dokaze o kakovosti storitve. Po prostoru, ljudeh, opreми, oglasnem gradivu, simbolih in ceni bodo sklepali, kakšna je kakovost storitve. Naloga ponudnika je torej »postreči z dokazi«, da »postane neopredmeteno opredmeteno« (Kotler, 2004).

4.1.1 Opis storitve

Storitev bo obsegala celotno spremljanje ob iskanju zaposlitve, v začetni fazi le na področju Avstrije, kasneje eventualno tudi v drugih državah.

Storitev bo na voljo tudi po opravljeni zaposlitvi, v obliki podpore iskanja informacij vezanih na zaposlitev v tujini. To so npr.: davčne napovedi v Avstriji in Sloveniji, urejanje dokumentacije vezane na družinske prejemke v obeh državah, ter pomoč pri iskanju informacij o delovno pravni zakonodaji v Avstriji.

V začetni fazi se oblikuje načrt z analizo realizacije.

Za potrošnika se oblikuje povzetek izpolnjevanja pogojev, to pomeni povzetek stanja znanja tujega jezika, izobrazbe, delovnih izkušenj, možnost lastnega prevoza ali javnih prevoznih sredstev, eventualnega začasnega prebivališča v tujini, pregled, dopolnitev ali izdelava življenjepisa v nemščini, zbiranje in morebiten prevod potrdil o zaključeni izobrazbi, kakor tudi zbiranje in prevod priporočil, ter vseh relevantnih dokumentov za delodajalca.

Ob pregledu opisanega bo potrebo ugotovili, ali je zaposlitev možna, ter nato oblikovati delovni načrt in obseg želene spremljave.. Ta se oblikuje glede na strankine želje in zmožnosti.

Storitev bo individualno opredeljena. Za potrošnika bo na voljo spremljava ožjega obsega, spremljava širšega obsega, začetna spremljava ali spremljava končnega obsega, ter individualna storitev.

- a) **Za stranke, ki že imajo izkušnje** z delom v Avstriji bo potrebna **spremljava ožjega obsega**; kje naj iščejo oglase, kateri portali so primerni, kdaj se objavljajo novi oglasi, kako se sami registrirajo na posameznih portalih, da kasneje prejemajo obvestila o aktualnih zaposlitvah. Potreben bo morebiten pregled ali dopolnitev življenjepisa in po želji iskalca tudi trening razgovora, ter spremljava na razgovor.
- b) **Za stranke, ki še nimajo izkušenj** z delom v Avstriji, bo potrebna **spremljava širšega obsega**; ta zajema - ne le kje naj iščejo oglase, kateri portali so primerni, kdaj se objavljajo novi oglasi, kako se sami registrirajo na posameznih portalih, da kasneje prejemajo obvestila o aktualnih zaposlitvah; temveč tudi priprava celotne dokumentacije: od življenjepisa, potrdila o stalnem prebivališču, potrdila o nekaznovanosti, priporočil predhodnih delodajalcev, odprtju računa v Avstriji, ureditev dokumentov vezanih na socialno in zdravstveno varnost, ter davčno obravnavo.
- c) **Za stranke, kjer tuji jezik ne zadostuje** za zaposlitev v Avstriji, se bo ponudila **spremljava začetnega obsega**, ta bo nudila možnost učenja tujega jezika, ter iskanje lažjih zaposlitev, kjer raba tujega jezika ni pglavitnega pomena.
- d) **Za stranke, ki so že zaposlene** v tujini in potrebujejo samo napotke, usmeritve, dodatne informacije ali podobno, se ponudi **spremljava končnega obsega**. Težave vezane na tuji jezik so, kot na začetku omenjeno, davčne napovedi v Avstriji in Sloveniji, urejanje dokumentacije vezane na družinske prejemke v obeh državah, ter pomoč pri iskanju informacij o delovno pravni zakonodaji v Avstriji.
- e) **Individualna storitev**; storitev po meri potrošnika, za točno določeno tematiko, storitev se bo obračunala po urni postavki in ne paketno kot ostale navedene zgoraj.

4.1.1.1 *Storitev bo zajemala*

Učenje iskanja zaposlitve v Avstriji; kje naj iščejo, na katerih internetnih straneh naj naložijo svoj življenjepis, na katerih se naj registrirajo za ažurno prejemanje novih zaposlitvenih oglasov, glede na njihove želene pogoje zaposlitve.

Vključeno je tudi :

- učenje tujega jezika, ter treningi govora za tiste, ki jezik obvladajo in je potrebna le vaja oz. motivacijski ukrep,
- priprava življenjepisov, kontrola obstoječih življenjepisov,
- prevodi različne dokumentacije,
- spremstvo na razgovore k delodajalcem, treningi razgovorov,
- moralna podpora za uspešen razgovor,
- zbor informacij za davčne obveznosti, delovno pravno zakonodajo, družinske prejemke, pasti tujega trga dela, zdravstveno zavarovanje.

4.2 *2P –Cena –Price*

»Cena je edina sestavina trženjskega spleta, ki prinese prihodek; druge sestavine delajo stroške« (Kotler, 2004).

»Cene tudi sporočajo trgu nameravano pozicioniranje vrednosti izdelka ali blagovne znamke podjetja« (Kotler, 2004).

Ob novi storitvi se je potrebno odločiti, ali bomo dolgoročno načrtovani življenjsko dobo le-te. Odločimo se za minimalno investicijo v zahtevne tehnološke procese. Z nizkimi stroški skušamo prvo obdobje, recimo za okviren rok, pokriti stroške zagona poslovanja. Prihodki naj pokrivajo stroške, ob morebitnem dobičku se investicijski plan osredotoči na investicije na področju tehnološke opreme, ter strokovnost kadrov.

Cena se glede na povpraševanje, ki je ta trenutek visoko, lahko zastavi višje. Težava nastane ob kupni moči porabnika, kupna moč je nižja. Na primer, če sklepamo, da bomo v nekem določenem obdobju prodali manj storitev, bomo ceno zastavili za te storitve v začetku poslovanja nižje. Prvič je to zaradi mreženja, drugič zaradi neprepoznavnosti. Prav tako je moč ceno oblikovati glede na potrebe. Storitve je potrebno razčleniti, ter ponuditi pavšalno ceno v različnih obsegih, oziroma paketih. Zagotovo je potrebno cene v času dopustov, ter daljših praznikov, to je takrat ko je upad povpraševanja, prilagoditi. Torej zastaviti akcijske

cena glede na čas povpraševanja. Potrebno je tudi primerjati cene s konkurenco, kar zna biti težje, saj ne gre za enak način poslovanja.

Torej cena za iskalca zaposlitve ne bo primerljiva s ceno iskanja, če bi iskal delodajalec, ta bo zagotovo višja, zaradi višje kupne moči, ter večjega obsega dela, ter samih priprav. Kljub temu pa bi tudi tukaj asortiment lahko predstavljala skupina pavšalov glede na obseg dela.

Za mersko enoto bom vzela urno postavko storitve, ter to določila glede na odgovore anketirancev in temu dodala izbor določanja cene na podlagi psihološkega oblikovanja cene.

»Psihološko oblikovanje cen. Veliko kupcev uporablja ceno kot kazalec kakovosti. Določanje cen na podlagi podobe izdelka je učinkovito predvsem pri izdelkih, ki so povezani predvsem z zaverovanostjo vase, kot so parfumi in dragi avtomobili.« (Kotler, 2004).

Potrošnik bo lahko izbral med samo urno postavko za individualne storitve ali sklopom storitev v paketih ponujenih storitev, torej paket storitev. Pomembno je določiti ceno za vrednost ene ure izvajanja storitve. Za paketne cene se urna postavka pomnoži, glede na to koliko časa bomo potrebovali za posamezne sklope storitev.

Rezultati iz ankete – 90 % anketirancev je odgovorilo, da bi za storitev bili pripravljeni plačati od 10 do 20 € na uro.

Za zgoraj nevedne posamezne pakete storitev bomo merili čas za njihovo izvedbo, glede na to, koliko časa bomo porabili, tudi takrat, ko bo delovni proces že utečen. Urno postavko bomo množili z dobljenimi urami dela, ter na ta način zastavili cene za te paketne storitve.

4.2.1 Garancija kakovosti

Za naše potrošnike bomo ponudili garancijo kakovosti, v kolikor v roku 12. mesecev od začetka storitve, kandidat ne opravi niti enega razgovora za prosto delovno mesto, mu plačano kupnino vrnemo.

4.2.3 Nagrada zvestobe

Vsak potrošnik, ki pripelje novega potrošnika (osebo A), prejme ob prvem opravljenem razgovoru tega potrošnika, (oseba A) ,10 % denarno nagrado od njegove (oseba A) plačane kupnine.

4.3 3P–Tržne poti –Place

»Trženje je družbeni proces, s katerim posamezniki in skupine dobijo, kar potrebujejo in želijo, tako, da ustvarijo, ponudijo in z drugimi svobodno izmenjujejo izdelke in storitve, ki imajo vrednost« (Kotler, 2004).

»Tržnik uporablja tri vrste tržnih poti, da bi dosegel svoj cilj.« (Kotler, 2004).

»Tržnik uporablja distribucijske poti, da prikaže, proda ali dostavi fizični izdelek ali storitev kupcu ali uporabniku. Vključujejo distributerje, trgovce na debelo, trgovce na drobno in agente.« (Kotler, 2004).

Uporabnik bo prišel k izvajalcu ali pa se bo storitev odvijala preko svetovnega spleta, ne bo se obiskovalo uporabnikov storitev. Za dodatno pot se bodo izbrali posredniki kot so, oglaševalske agencije, časopisi, elektronski mediji, itd...

Aktivnosti bodo potekale najprej na lokalni ravni, na območju Šentilja, ob uspehu kasneje na širšem področju.

4.4 4P– Udeleženci –Participats

»Ker večino storitev izvajajo ljudje, imajo izbira, usposabljanje, motiviranje zaposlenih, velikanski vpliv na porabnikovo zadovoljstvo. V idealnem primeru zaposleni izžarevajo sposobnost, skrbnost, odzivnost, zavzetost, sposobnost premagovanja problemov in dobronamernost.« (Kotler, 2004).

Udeleženci v izvajanju storitve bodo v tem primeru zaposleni, ter uporabniki storitev.

Od zaposlenih se pričakujejo sledeče kompetence in znanja: prijazen pristop, sposobnost prisluhniti, sposobnost motivirati, sposobnost ponavljati razlage, odlično morajo poznati rabo tujega jezika, tako pisno kot ustno, znati morajo podajati svoje znanje naprej, imeti morajo sposobnost pisnega izražanja, sistematičnega dela, natančnega dela, smiselno vrednotiti spremembe na trgu, biti morajo vztrajni in brez predsodkov. Te kompetence so morda že prisotne, morda se jih je potrebno naučiti ali izpiliti.

Uporabnika se ob primernem trenutku povabi k oddaji mnenja o zadovoljstvu opravljene storitve, da se na ta način opredeli morebitne spremembe, popravke, itd....

Udeleženec je tudi uporabnik, od njega bo odvisna dobra ali slaba ocena storitve, to pomeni tudi dober ali slab glas v mreženju.

4.5 5P–Fizično okolje in fizični dokazi–Physicalenviroment

»Prodajalčevo fizično okolje lahko pomembno pripomore k podobi« (Kotler, 2004).

»Na soočanje s storitvijo vplivajo številni elementi. Zunanje trženje zajema običajne postopke za pripravo storitve, določanje cene, distribucijo in promocijo storitve porabnikom. Notranje trženje zajema postopke usposabljanja in motiviranja zaposlenih, da bodo dobro izvajali storitev.« (Kotler, 2004).

Zunanje trženje in fizični dokazi.

Po lastni izkušnji, iz tujine, kjer je ordinacija zdravnika opremljena v stanovanje, me je ta slog tako navdušil, da sem prepričana, da je to ta nov način okolja za poslovanje. Domačnost je ključ do uspeha, okolje, ki ga ni moč hitro pozabiti. Torej onkraj tistega znanega, hladnega, sterilnega, klasični pisalni mizi in prostorov polnih napisov z opozorilnimi teksti. Mogoče celo s potezo, da se uporabnike naprosi prispevati kak dodatek, oziroma malenkost prispevati v poslovne prostore, kot znak pripadnosti. Pa naj gre le za steno s tekstom osebe ki je tam bila. Torej, potrebno je ustvariti prostor, kjer naj delo poteka, kot del našega vsakdana, ne kot nujno zlo. Ampak naj bo del našega učenja, kompetenc, čustvene inteligence, itd...

Notranje trženje in fizični dokazi.

Želja dobiti najboljšo obravnavo za pošteno plačilo, naj izžareva tudi urejenost zaposlenih in infrastrukture.

Enotna struktura oglaševalskega materiala, kot so letaki, zloženke, prezentacije v medijih, propagandni material, sporočila potrošnikov na oglasni deski, internetna stran, beleženje števila uporabnikov na spletni strani, oglasi prostih delovnih mest, kompetentnost zaposlenih, urejenost delovnega okolja dela, naj bodo rdeča nit storitve, ter prepoznavnost rastoče blagovne znamke.

4.6 6P– Procesi –Process

»Storitveno podjetje se pri trženju sooča s tremi nalogami; (1) diferencirati mora svojo ponudbo, dostavo ali podobo; (2) izpolniti ali preseči mora pričakovanja porabnikov in zato paziti na kakovost storitve; (3) povečati mora produktivnost izvajalcev storitev, tako da poveča njihove spretnosti pri delu, da na račun manjšega poslabšanja kakovost poveča količino storitve, da standardizira storitev, da poišče nove rešitve in storitve, da oblikuje učinkovitejše storitve, da prepriča porabnike, naj sami naredijo tisto, kar je prej opravilo podjetje, da z uporabo tehnologije prihrani čas in denar.« (Kotler, 2004).

Za uspešno izvedbo storitev je potrebno opraviti niz vzporednih in zaporednih aktivnosti zajetih v procese:

Razdeljen proces na logične postopke:

Vzporedne aktivnosti: optimizacija delovnega procesa, optimizacija tehnološke opreme, oglaševanje, iskanje potrošnikov, zajemanje mnenj in vtisov udeležencev v poslovanju, prisotnost na raznih dogodkih, iskanje novih tržnih poti, analiza kakovosti.

Zaporedne aktivnosti:

- nagovor potrošnikov preko tržnih poti.
- predstavitev storitve delojemalcem.
- iskanje primernih virov, oglasov, srečanj, potencialnih partnerjev, različnih izobraževalnih institucij, zaposlitvenih agencij.
- spremljanje propadov podjetij z večjim številom zaposlenih.
- kontakt iskalcev, motivacijski pogovor, pregled dokumentacije, povzetek osebnih podatkov, pogovor o ciljih in željah, pogovor o zmožnostih (imigrant, migrant).
- ugotovitev znanja jezika, individualno svetovanje, razlaga o obsegu storitve, dogovor o postopku dela ter plačilu, je potrebno učenje jezika ali trening.
- arhiviranje podatkov, analiza.
- iskanje prostega delovnega mesta v javnih virih ali bazi podatkov.
- uskladitev delojemalčevih predstav, ter pogojev dela.
- sestava pripravljenih podatkov, priprava kandidata, trening razgovora.
- analiza dela, povzetek mnenj delojemalca.

- kontrola stroška izvedenega procesa, takojšna analiza.
- skupinske analize, na določeno količino dogodkov, na primer 20 kandidatov.
- opredelitev problema, ter iskanje idej za izboljšave, varčevanje, investicije, spremembe, preoblikovanje, vrednotenje mnenja uporabnikov, motivacijski pogovori.

4.7 7P–Tržno komuniciranje –Promotion

»Komunikacijske poti posredujejo in spremljajo sporočila ciljnih kupcev, ter vključujejo časopise, revije, radio, televizijo, pošto, telefon, velike plakate, letake, zgoščenke, avdio trakove in internet. Poleg tega posredujejo komunikacije tudi izrazi na obrazu in oblačila, videz prodajaln in številni drugi mediji.« (Kotler, 2004).

V ta proces bo vključena organizirana promocija oglaševanja, pospeševanja prodaje, odnosi z javnostjo in publiciteta, osebna prodaja in neposredno in interaktivno trženje. Od mreženja preko socialnih omrežij, soudeležbe na zaposlitvenih sejmih- oglaševanje na najbolj nenavaden način, bo tisto kar bo pritegnilo interes. Z provokativnim marketingom je potrebno izzvati tiste uporabnike, ki želijo nekaj spremeniti. Torej zavzeti vsa možna mesta, kjer govorimo o uspehih, motivaciji, druženju, novih ciljih.

Potrebno je predstaviti to storitev kot cilj tik pred nosom uporabnika!

V ta proces bom poskusila vključiti vsa orodja trženjskega komuniciranja: oglaševanje, pospeševanje prodaje, odnosi z javnostjo in publiciteta, osebna prodaja, neposredno trženje.

Najmočnejši delež bom usmerila v oglaševanje na spletu. Skušala bom naše spletno mesto uvrstiti čim višje - med prve zadetke ob iskalnih pogojih na temo zaposlitev, življenjepis, Avstrija, delo in podobno.

»Z vidika uporabnika spletne predstavitve sta uporabnost ter uporabniška izkušnja sila pomembni, saj pomenita razliko ali bo uporabnik pravilno izpolnil obrazec, pravilno opravil določeno nalogo, znal najti določen izdelek ali informacijo, v kolikor temu ne bo tako se ne bo vrnil in bo odšel h konkurenci« (Korelc, Musolin, Vidmar, 2006).

Spletna stran bo preprosta, pregledna, funkcionalna in brez nepotrebnih podatkov. Ponujala bo prijavo v tako imenovano »zaposlitveno sobo«, kjer bodo za prijavljene kandidate objavljene vse povezave, informacije, napotki, testi jezika in prevodi. Prav tako bo na internetni strani možna registracija uporabnika, ter bo storitev možno koristiti tudi preko spleta. Avtomatska aplikacija bo kandidata peljala skozi elektronski življenjepis, vprašalnik ali prijavo za naročilo naših storitev.

Obiskala in predstavila bom storitev v zavodih za zaposlovanje v območjih blizu Avstrijske meje. Obiskala bom upravne enote, centre za socialno delo, občine, pošte, kjer bom, prav tako kot na zavodih za zaposlovanje, pustila letake, posetnice, ter ostali material....

»Petrošniki so postali izbirčni. Vse manj se zmenijo za komercialna sporočila. Novosti so edino, kar še lahko pritegne njihovo pozornost. (Kotler, 2004).

»Močna in prodorna blagovna znamka živi v srcih ljudi, raste in se razvija skupaj z njimi. Ima svojo dušo, svoj slog, svojo osebnost in svoje »sanje«. Predvsem pa ima edinstveno zgodbo, ki pritegne, zapelje in navduši. Pozicijski slogan je ta navdušujoča zgodba skoncentrirana v enem samem stavku« (Korelc, Musolin, Vidmar, 2006).

Naš slogan: VAŠA PRILOŽNOST, kjer niste sami!!!

5 PREDSTAVITEV RAZISKAVE, UGOTOVITVE IN PREDLOGI ZA IZBOLJŠAVO

5.1 Metode raziskovanja

»Primarne podatke lahko zberemo na pet načinov; z opazovanjem, skupinskimi pogovori, anketiranjem, spremljanjem nakupnega v in zvočnimi raziskavami.« (Kotler, 2004).

Uporabila sem analitični pristop, sestavljen iz namiznega raziskovanja, v kombinaciji s kvantitativnim raziskovanjem z anketo, ki sem jo posredovala preko spleta in z izpolnjevanjem na terenu.

Nekateri povabljeni k anketiranju so sodelovanje odklonili, zaradi bojazni pred zlorabo osebnih podatkov. Zato sem se odločila, da zbrano bazo osebnih podatkov v diplomskem delu ne objavim, zaradi tajnosti osebnih podatkov sodelujočih oseb.

Raziskovala sem se v skupini znancev in prijateljev, kjer je bil odziv zelo pozitiven.

5.2 Anketni vprašalnik

»Vprašalnik sestavlja sklop vprašanj, na katera mora vprašani odgovoriti. Zaradi svoje prožnosti je vprašalnik daleč najpogostejši inštrument za zbiranje primarnih podatkov. Preden vprašalnike uporabijo na terenu, jih je treba skrbno zasnovati, preskusiti in odpraviti njihove pomanjkljivosti.« (Kotler, 2004).

Vprašalnik je sestavljen iz zaprtega tipa in odprtega tipa vprašanja. Skupno zajema 17 vprašanj, od tega je 6 vprašanj odprtega in 11 zaprtega tipa.

Anketo sem posredovala po elektronski pošti 120-tim osebam. Dodatno sem osebno na terenu med znanci in prijatelji razdeljevala anketo.

Skupno sem prejela 82 uporabnih anketnih vprašalnikov.

Nekatere osebe so pri sodelovanju za izpolnjevanje anketnih vprašalnikov kazale odklonilen odnos, prav zaradi možnih zlorab njihovih osebnih podatkov, nekatere pa tudi zaradi pomanjkanja časa.

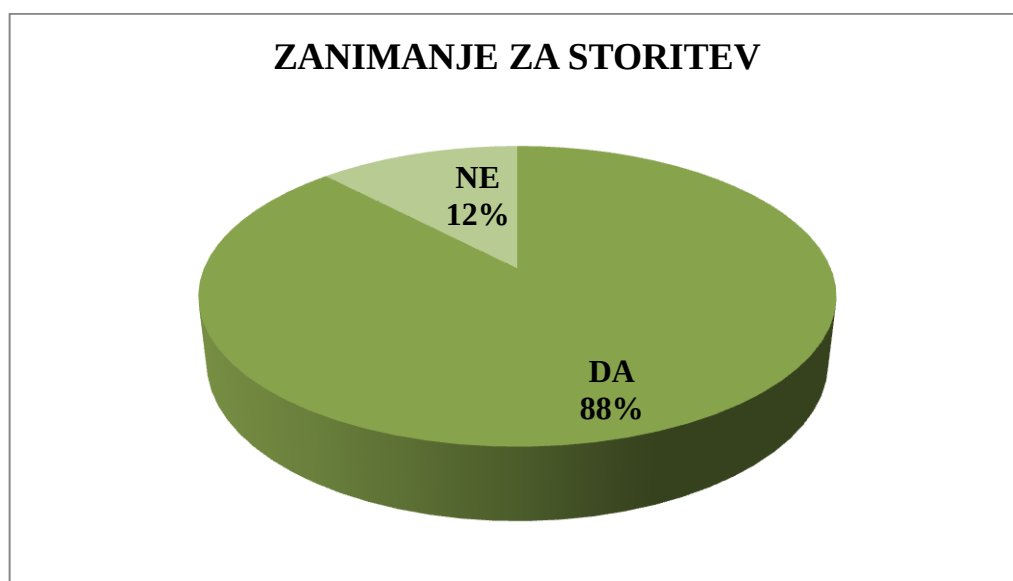
5.3 Analiza anketnega vprašalnika

1. Vprašanje: Ali Vas zanima zaposlitev v Avstriji?

Tabela 2: Zanimanje za storitev

ZANIMANJE ZA STORITEV	ŠTEVILO ODGOVOROV	DELEŽ V ODSOTOKIH
DA	72	87,80%
NE	10	12,10%
SKUPAJ	82	100,00%

Vir: (Lastna raziskava).



Graf 1: Zanimanje za storitev

Vir: (Lastna raziskava).

88 % anketirancev kaže zanimanje za storitev.

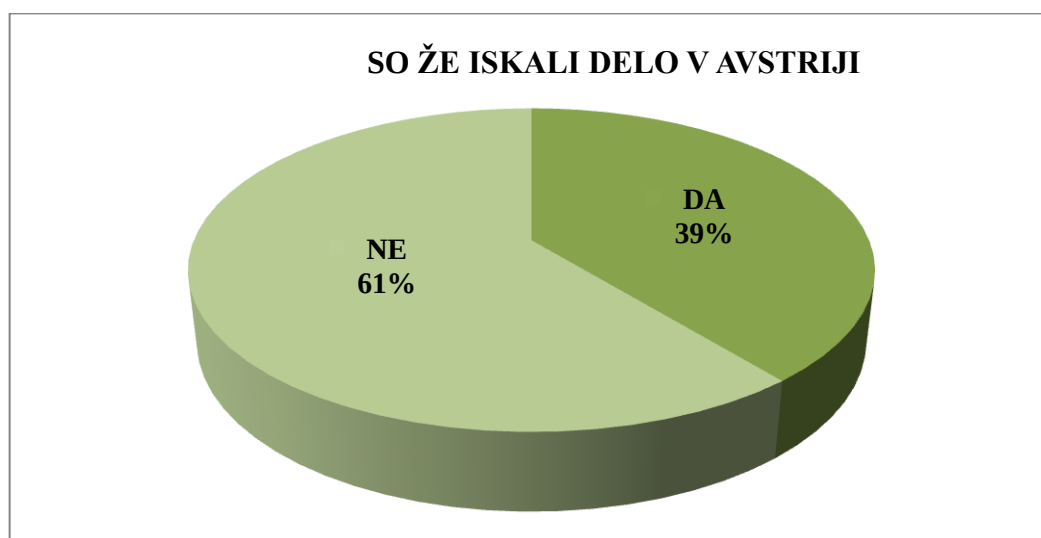
12 % anketirancev storitev ne zanima.

2. Vprašanje: Ste kdaj sami iskali zaposlitev v Avstriji?

Tabela 3: Ali so anketiranci že iskali zaposlitev v Avstriji

STE ŽE ISKALI DELO V AVSTRIJI	ŠTEVILO ODGOVOROV	DELEŽ V ODSOTOKIH
DA	32	39,02%
NE	50	60,98%
SKUPAJ	82	100,00%

Vir: (Lastna raziskava).



Graf 2: Ali so anketiranci že iskali zaposlitev v Avstriji

Vir: (Lastna raziskava).

39 % anketirancev je že iskalo zaposlitev v Avstriji.

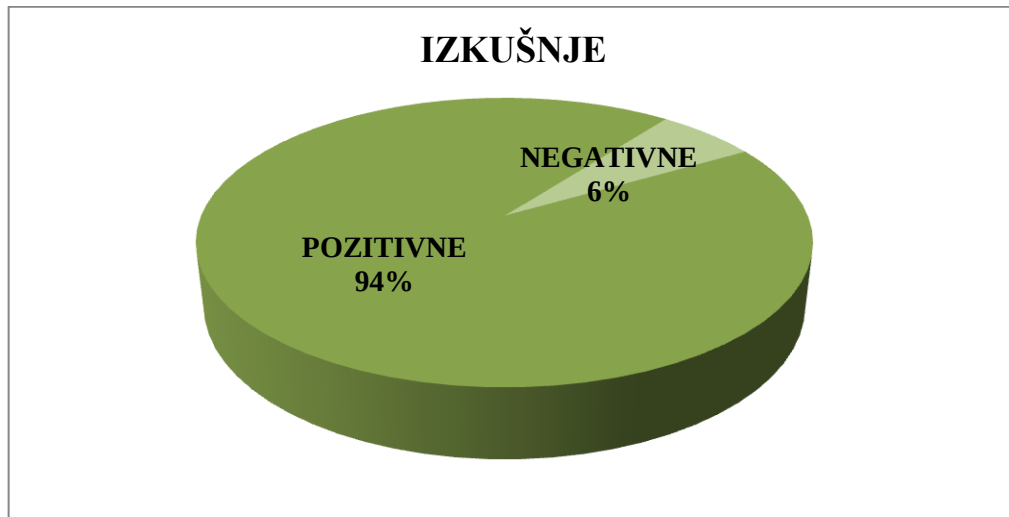
61 % anketirancev še ni iskalo zaposlitve v Avstriji.

3. Vprašanje: Kakšne so Vaše izkušnje?

Tabela 4: Izkušnje anketirancev

NJIHOVE IZKUŠNJE	ŠTEVILO ODGOVOROV	DELEŽ V ODSOTOKIH
POZITIVNE	30	93,75%
NEGATIVNE	2	6,25%
SKUPAJ	32	100,00%

Vir: (Lastna raziskava).



Graf 3: Izkušnje anketirancev

Vir: (Lastna raziskava).

94 % anketirancev, ki so že iskali zaposlitev v Avstriji, ima pozitivne izkušnje.

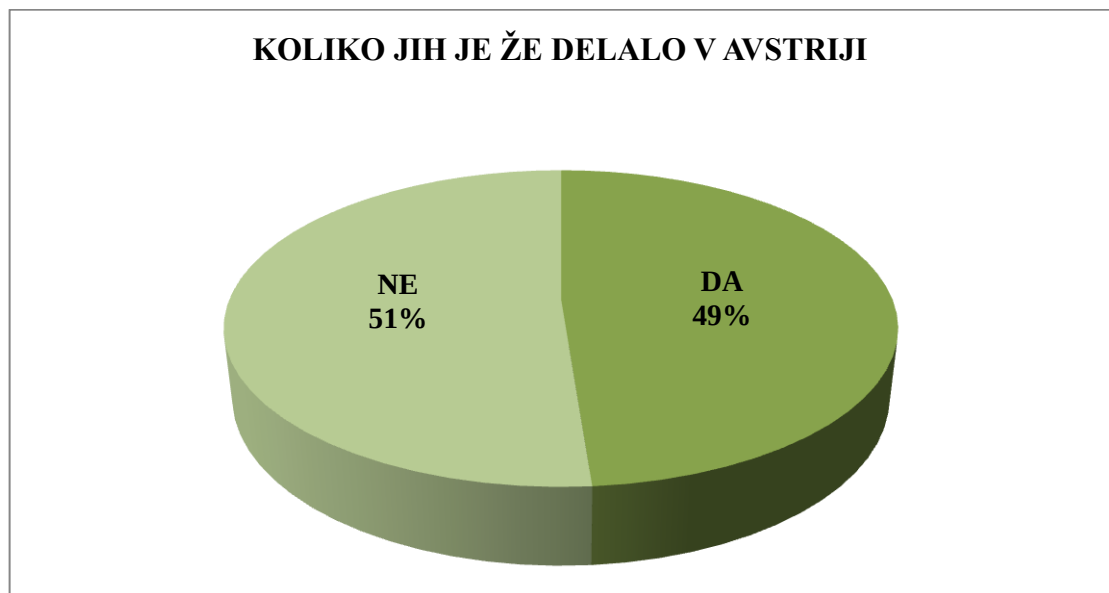
6 % anketirancev, ki so že iskali zaposlitev v Avstriji, ima negativne izkušnje.

4. Vprašanje: Ste že kdaj delali v Avstriji?

Tabela 5: So že delali v Avstriji

KOLIKO JIH JE ŽE DELALO V AVSRIJI	ŠTEVILO ODGOVOROV	DELEŽ V ODSOTOKIH
DA	40	48,78%
NE	42	51,22%
SKUPAJ	82	100,00%

Vir: (Lastna raziskava).



Graf 4: Koliko jih je že delalo v Avstriji

Vir: (Lastna raziskava).

49 % anketirancev je že delalo v Avstriji.

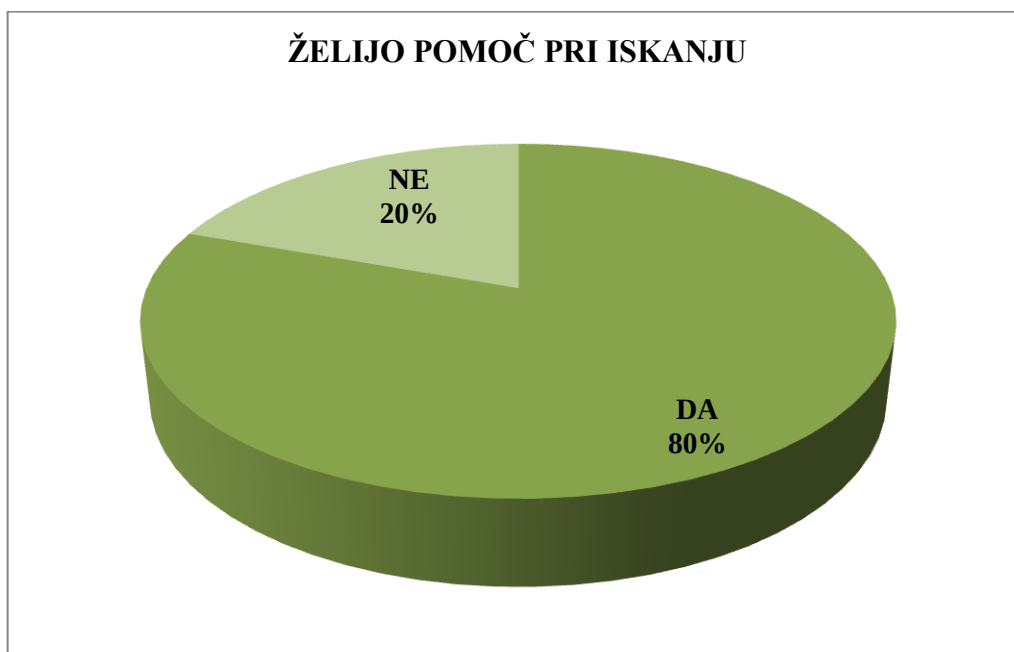
51 % anketirancev še ni delalo v Avstriji.

5. Vprašanje: Bi Vas zanimala pomoč pri iskanju zaposlitve?

Tabela 6: Jih zanima pomoč pri iskanju

ŽELIJO POMOČ PRI ISKANJU	ŠTEVILO ODGOVOROV	DELEŽ V ODSOTOKIH
DA	66	80,49%
NE	16	19,51%
SKUPAJ	82	100,00%

Vir: (Lastna raziskava).



Graf 5: Jih zanima pomoč pri iskanju

Vir: (Lastna raziskava).

80 % anketirancev bi zanimala pomoč pri iskanju zaposlitve.

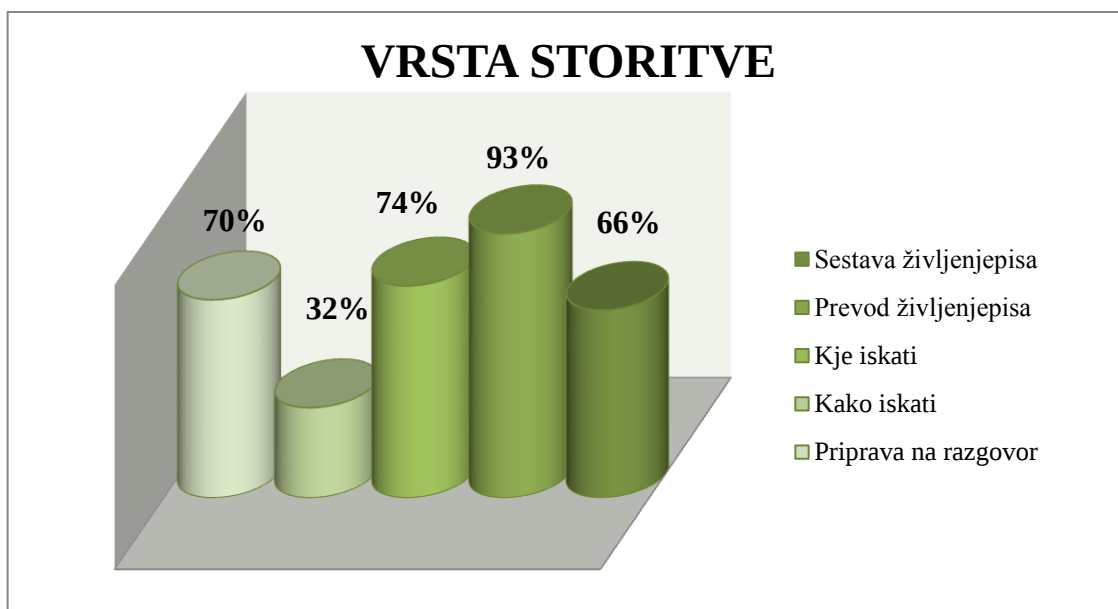
20 % pomoč pri iskanju zaposlitve ne zanima.

6. Vprašanje: V kateri fazi iskanja bi potrebovali pomoč?

Tabela 7: Faza pomoči

VRSTA STORITVE	ŠTEVILO ODGOVOROV	DELEŽ V ODSOTOKIH
Sestava življenjepisa	54	65,86 %
Prevod življenjepisa	76	92,69 %
Kje iskati	61	74,39 %
Kako iskati	26	31,71 %
Priprava na razgovor	57	69,52 %

Vir: (Lastna raziskava).



Graf 6: Faza pomoči

Vir: (Lastna raziskava).

70 % anketirancev bi potrebovalo pomoč pri pripravi na razgovor.

32 % anketirancev bi potrebovalo pomoč pri pristopu kako iskati.

74 % anketirancev bi potrebovalo pomoč kje iskati pristop.

93 % anketirancev bi potrebovalo pomoč pri prevodu življenjepisa.

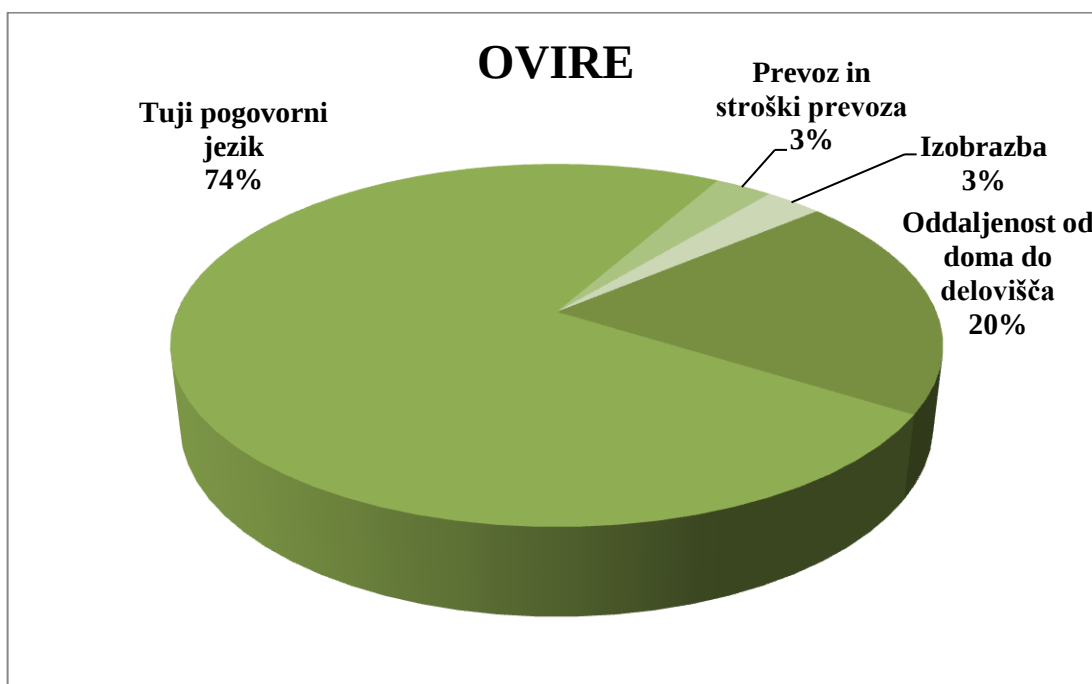
66 % anketirancev bi potrebovalo pomoč pri sestavi življenjepisa.

7. Vprašanje: Kje vidite ovire za morebitno zaposlitev, ali iskanje zaposlitve?

Tabela 8: Ovire

OVIRE	ŠTEVILO ODGOVOROV	DELEŽ V ODSOTOKIH
Oddaljenost od doma do delovišča	14	20,00%
Tuji pogovorni jezik	52	74,10%
Prevoz in stroški prevoza	2	2,86%
Izobrazba	2	2,86%
SKUPAJ	70	100,00%

Vir: (Lastna raziskava).



Graf 7: Ovire

Vir: (Lastna raziskava).

74 % vidi oviro pri iskanju zaposlitve pri rabi tujega jezika.

3 % vidi oviro pri iskanju zaposlitve v izobrazbi.

3 % vidi oviro pri iskanju zaposlitve pri prevozu in stroških prevoza.

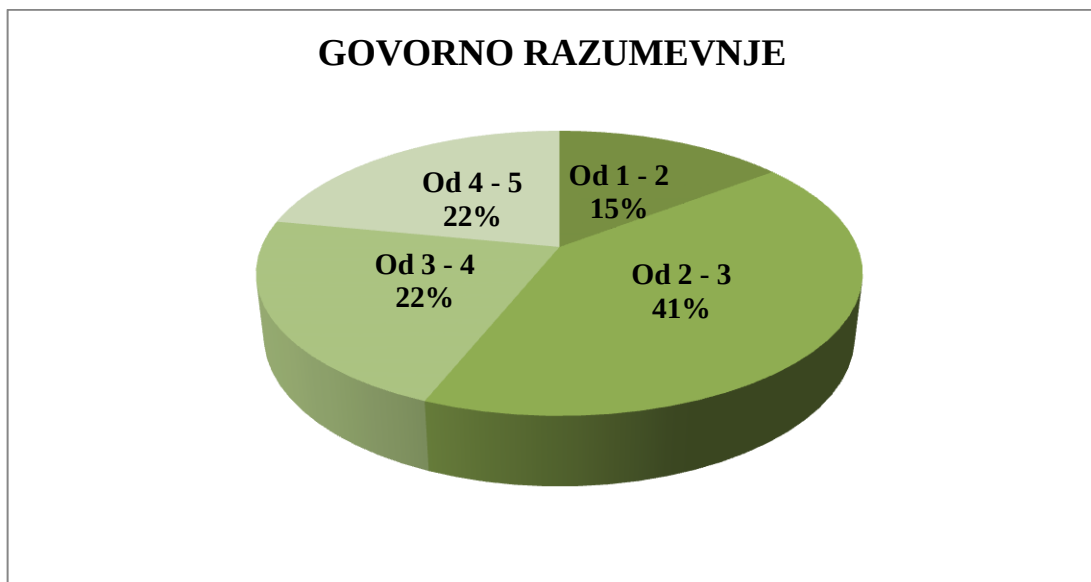
20 % vidi oviro pri iskanju zaposlitve v oddaljenosti od doma do delovišča.

8. Vprašanje: V kaki meri obvladate **pogovorni jezik** v nemškem jeziku?

Tabela 9: Govorno razumevanje

GOVORNO RAZUMEVANJE	ŠTEVILO ODGOVOROV	DELEŽ V ODSOTKIH
Od 1 - 2	12	14,63%
Od 2 - 3	34	41,46%
Od 3 - 4	18	21,95%
Od 4 - 5	18	21,95%
SKUPAJ	82	100,00%

Vir: (Lastna raziskava).



Graf 8: Govorno razumevanje

Vir: (Lastna raziskava).

41 % anketirancev je ocenilo, da obvlada pogovorni jezik v oceni 2 – 3.

22 % anketirancev je ocenilo, da obvlada pogovorni jezik v oceni 4 – 5.

22 % anketirancev je ocenilo, da obvlada pogovorni jezik v oceni 3 – 4.

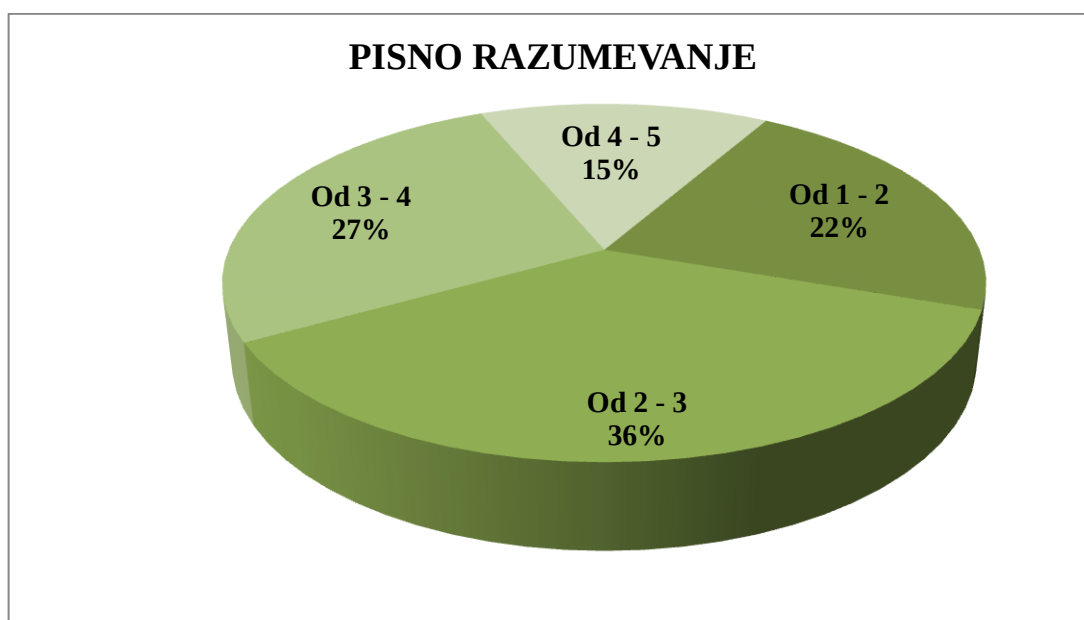
15 % anketirancev je ocenilo, da obvlada pogovorni jezik v oceni 1 - 2.

9. Vprašanje: V kaki meri obvladate **pisno razumevanje** v nemškem jeziku?

Tabela 10: Pisno razumevanje

PISNO RAZUMEVANJE	ŠTEVILO ODGOVOROV	DELEŽ V ODSOTOKIH
Od 1 - 2	18	21,95 %
Od 2 - 3	30	36,59 %
Od 3 - 4	22	26,83 %
Od 4 - 5	12	14,63 %
SKUPAJ	82	100,00 %

Vir: (Lastna raziskava).



Graf 9: Pisno razumevanje

Vir: (Lastna raziskava).

36 % anketirancev je ocenilo, da obvlada pisanje v nemškem jeziku v oceni 2 – 3.

27 % anketirancev je ocenilo, da obvlada pisanje v nemškem jeziku v oceni 3 – 4.

22 % anketirancev je ocenilo, da obvlada pisanje v nemškem jeziku v oceni 1 – 2.

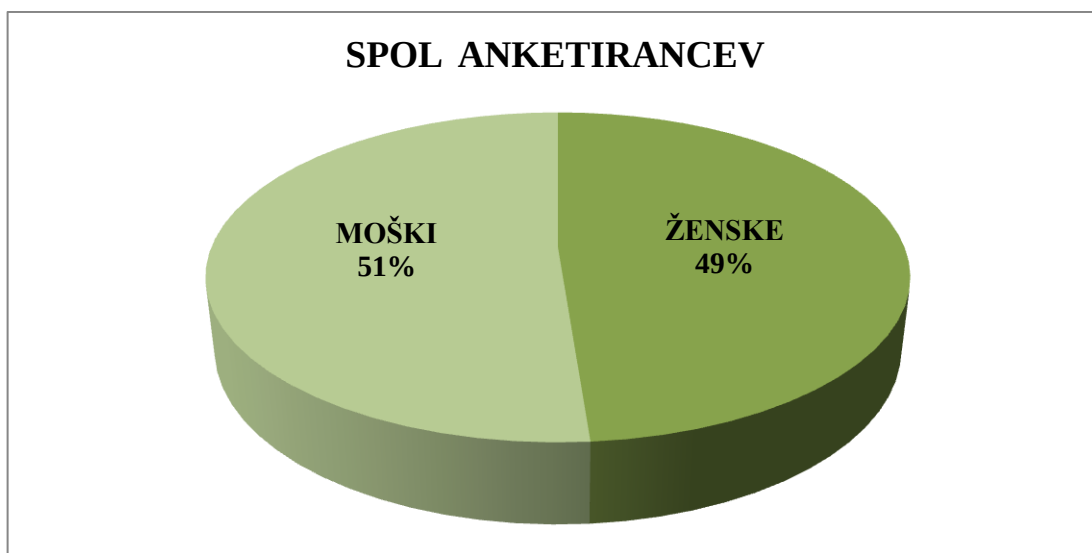
15 % anketirancev je ocenilo, da obvlada pisanje v nemškem jeziku v oceni 4 - 5.

10. Vprašanje: Spol

Tabela 11: Spol

SPOL ANKETIRANCEV	ŠTEVILO ODGOVOROV	DELEŽ V ODSOTOKIH
ŽENSKE	40	48,78%
MOŠKI	42	51,22%
SKUPAJ	82	100,00%

Vir: (Lastna raziskava).



Graf 10: Spol

Vir: (Lastna raziskava).

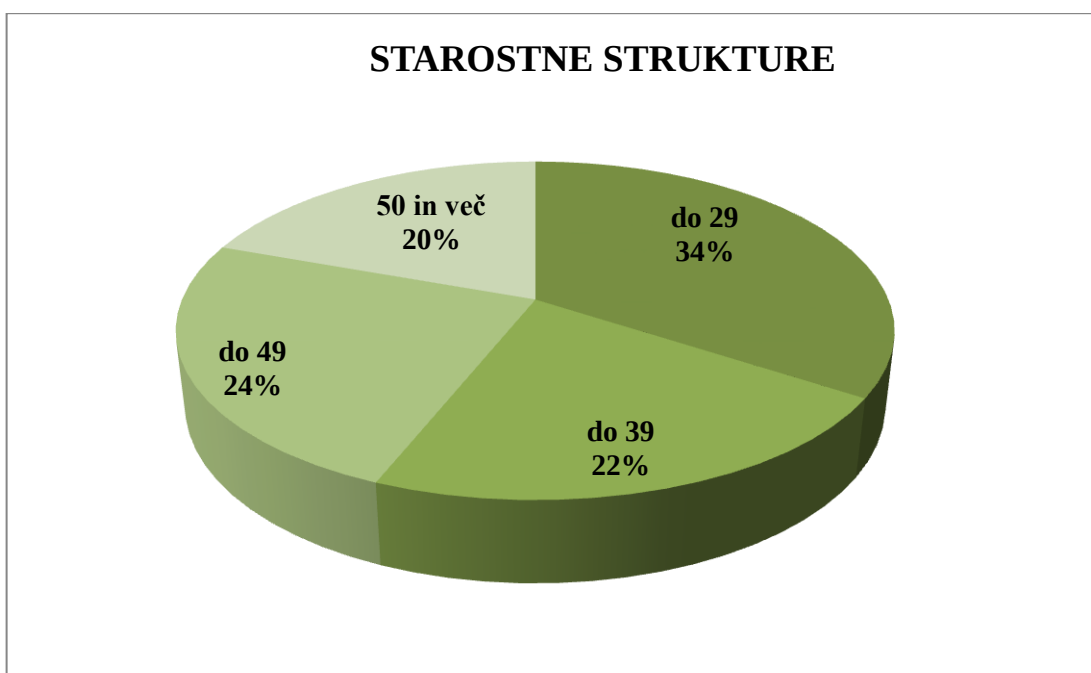
V anketi je sodelovalo 51 % moških in 49 % žensk.

11. Vprašanje: Starost _____(prosim izpolnite)-

Tabela 12: Starost

STAROSTNE STRUKTURE	ŠTEVILO ODGOVOROV	DELEŽ V ODSOTKIH
do 29	28	34,15%
do 39	18	21,95%
do 49	20	24,39%
50 in več	16	19,51%
SKUPAJ	82	100,00%

Vir: (Lastna raziskava).



Graf 11: Starost

Vir: (Lastna raziskava).

V anketi je sodelovalo največ oseb v starosti do 29 let in sicer 34 %.

V anketi je sodelovalo 22 % oseb v starosti do 39 let.

V anketi je sodelovalo 24 % oseb v starosti do 49 let.

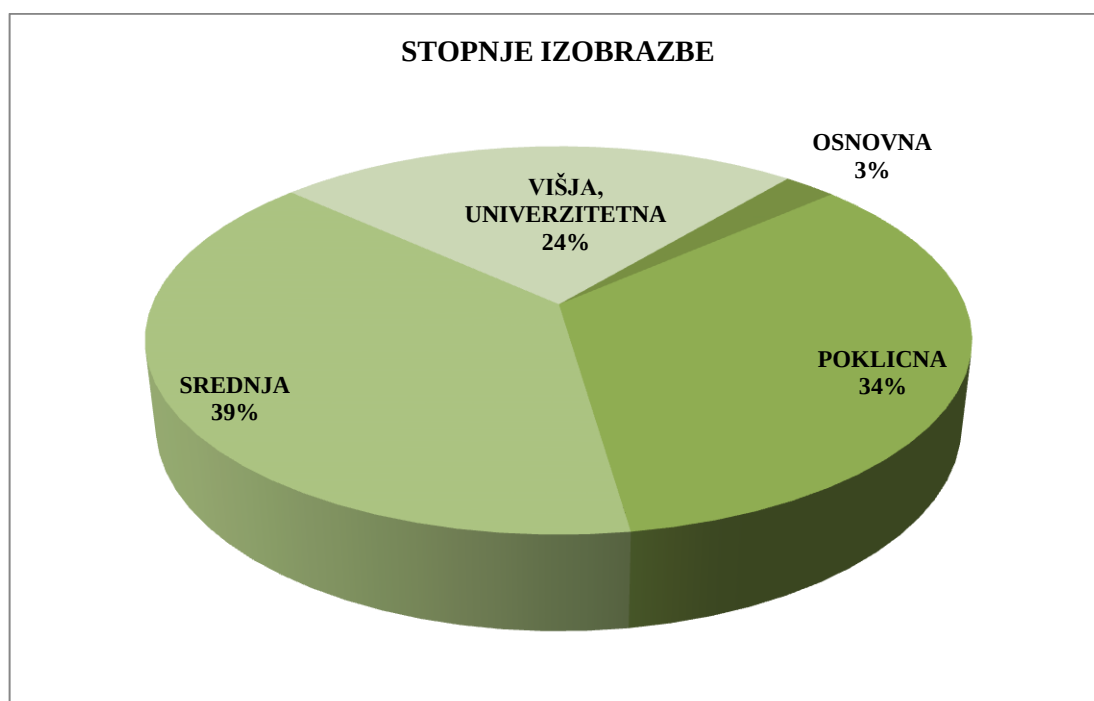
V anketi je sodelovalo 20 % oseb v starosti 50 let in več.

12. Vprašanje: Stopnja izobrazbe

Tabela 13: Stopnje izobrazbe

STOPNJE IZOBRAZBE	ŠTEVILO ODGOVOROV	DELEŽ V ODSOTOKIH
OSNOVNA	2	2,44%
POKLICNA	28	34,15%
SREDNJA	32	39,03%
VIŠJA, UNIVERZITETNA	20	24,39%
SKUPAJ	82	100,00%

Vir: (Lastna raziskava)



Graf 12: Stopnje izobrazbe

Vir: (Lastna raziskava).

V anketi je sodelovalo 39 % oseb s srednjo stopnjo izobrazbe.

V anketi je sodelovalo 34 % oseb s poklicno stopnjo izobrazbe.

V anketi je sodelovalo 24 % oseb z višjo ali visoko stopnjo izobrazbe.

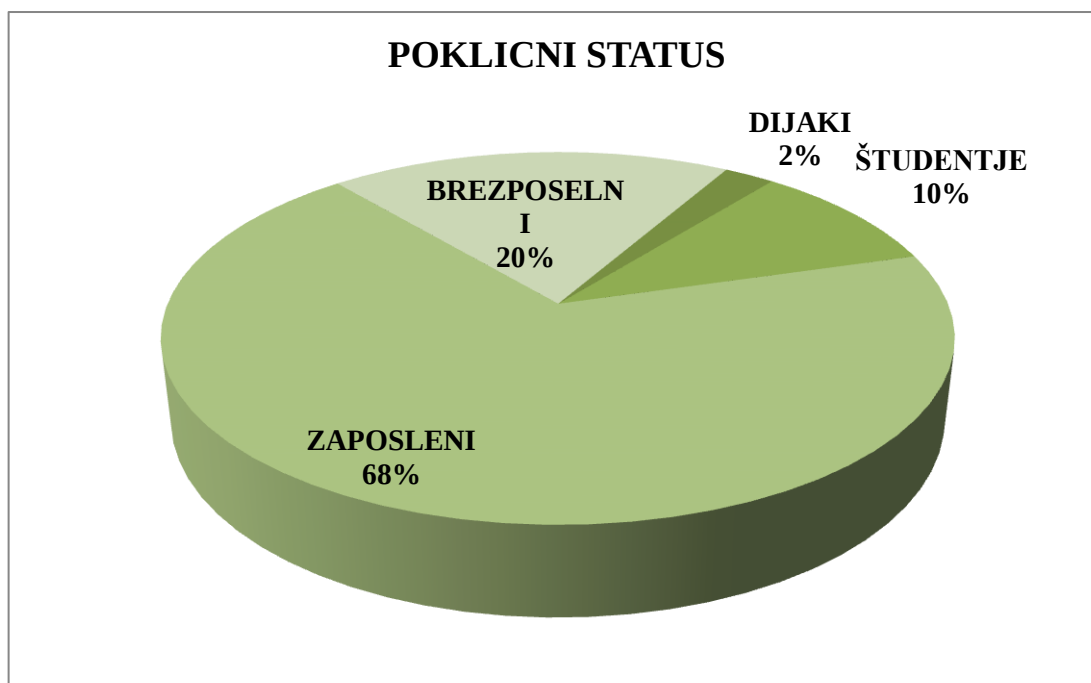
V anketi je sodelovalo 3 % oseb z osnovno stopnjo izobrazbe.

13. Vprašanje: Poklicni status

Tabela 14: Poklicni status

POKLICNI STATUS	ŠTEVILO ODGOVOROV	DELEŽ V ODSOTOKIH
DIJAKI	2	2,44%
ŠTUDENTJE	8	9,76%
ZAPOSLENI	56	68,29%
BREZPOSELNI	16	19,51%
SKUPAJ	82	100,00%

Vir: (Lastna raziskava).



Graf 13: Poklicni status

Vir: (Lastna raziskava).

V anketi je sodelovalo 68 % anketirancev, ki so zaposleni.

V anketi je sodelovalo 20 % anketirancev, ki so brez zaposlitve.

V anketi je sodelovalo 10 % anketirancev, ki so študentje.

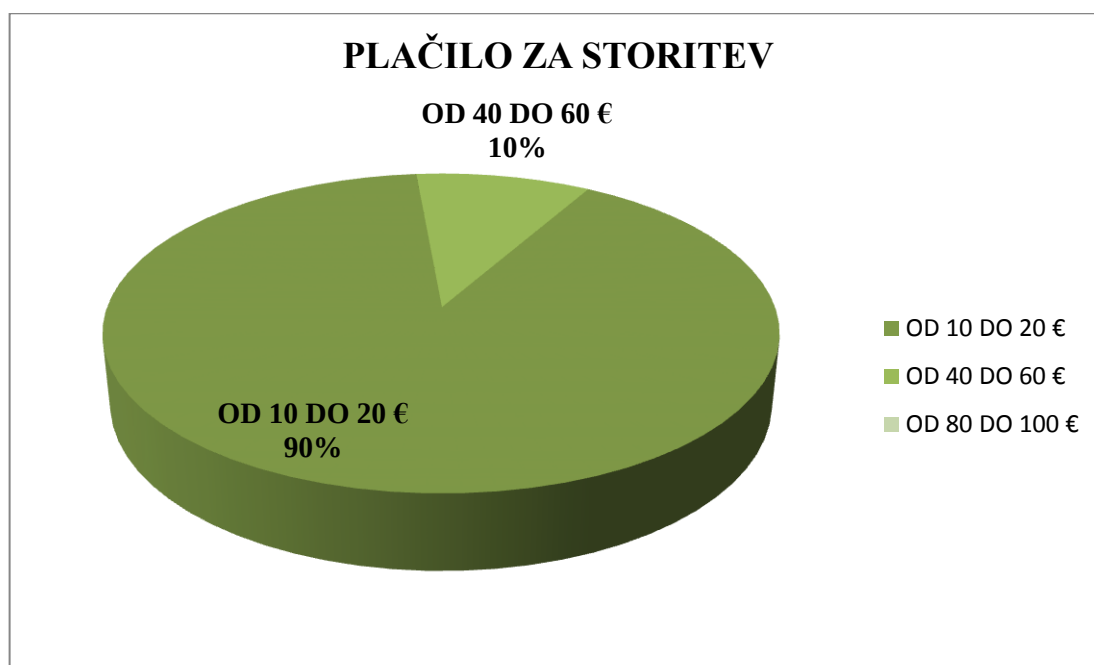
V anketi je sodelovalo 2 % anketirancev, ki so dijaki.

14. Vprašanje: Koliko bi bili pripravljeni plačati za pomoč pri iskanju zaposlitve, v kolikor bi pomoč računali na urno postavko?

Tabela 15: Plačilo za storitve

PLAČILO ZA STORITEV	ŠTEVILO ODGOVOROV	DELEŽ V ODSOTOKIH
OD 10 DO 20 €	74	90,25%
OD 40 DO 60 €	8	9,76%
OD 80 DO 100 €	0	0,00%
SKUPAJ	82	100,00%

Vir: (Lastna raziskava).



Graf 14: Plačilo za storitev

Vir: (Lastna raziskava).

90 % vprašanih bi za storitev bilo pripravljenih plačati od 10 do 20 €.

10 % vprašanih bi za storitev bilo pripravljenih plačati od 40 do 60 €.

15. Vprašanje: Vaš poklic:

V anketi so sodelovali sledeči poklici: administrator, cvetličar, delavec brez poklica, dimnikar, diplomirana medicinska sestra, ekonomisti, ekonomski tehniki, frizer, gimnazijski maturanti, gostinski tehnik, gradbeni tehnik, ing. strojništva, kamnosek, kemijski laborant, kemijski tehnik, kovinar, kuhar, mag. robotike, mizar, natakar, prometni tehnik, strojni tehnik, šivilja, tehnik računalništva, tolmač, učitelj, vzgojiteljica, voznik, zavarovalni agent in zidar.

16. Vprašanje: Poklic, ki ste ga pripravljeni opravljati:

Večina anketirancev ni podala odgovorov, drugi so navedli svoj poklic.

17. Vprašanje: V kolikor bi želeli oddati kontakt za morebitno najdeno možnost dela v Avstriji, Vas vljudno prosim, da navedete osebne podatke:

58 anketirancev je oddalo kontaktne osebne podatke v primeru zagona storitve, saj bi želeli koristiti storitev. Zaradi varovanja osebnih podatkov ta baza podatkov v diplomskem delu ne bo objavljena.

5.4 Povzetek raziskave

Na prvo vprašanje ali jih zanima zaposlitev v Avstriji, jih je 88 % odgovorilo, da bi jih zaposlitev zanimala.

Na drugo vprašanje ali so že iskali zaposlitev v Avstriji, jih je 39 % odgovorilo pritrdilno.

Na tretje vprašanje ali imajo osebe, ki so že iskale zaposlitev v Avstriji, pozitivne ali negativne izkušnje, jih je 94 % odgovorilo, da imajo pozitivne izkušnje.

Na vprašanje ali so vprašani že kdaj delali v Avstriji, jih je 51 % odgovorilo, da še niso delali v Avstriji.

Na vprašanje ali jih zanima pomoč pri iskanju zaposlitve v Avstriji, je 80 % vprašanih odgovorilo, da jih zanima pomoč.

Na vprašanje, kje bi potrebovali pomoč – lahko so izbrali več odgovorov, bi 93 % vprašanih potrebovalo pomoč pri prevodu življenjepisa, 74 % vprašanih bi potrebovalo pomoč pri pristopu kje iskati, 70 % anketiranih bi potrebovalo pomoč pri pripravi na razgovor, 32 % anketiranih bi potrebovalo pomoč pri pristopu kako iskati in 66% vprašanih, bi potrebovalo pomoč pri sestavi življenjepisa.

Na vprašanje, kje vidijo ovire za morebitno zaposlitev, so vprašani odgovorili: 74 %, da zaradi rabe tujega jezika, 3 %, da zaradi prevoza in prevoznih stroškov, 3 %, da je ovira izobrazba, 20 % vprašanih je odgovorilo da je ovira oddaljenost doma od delovišča.

Na osmo in deveto vprašanje, v kaki meri obvladajo vprašani pogovorni jezik in pisno razumevanje, jih je 41 % odgovorilo, da obvladajo pogovorni jezik v samooceni od 2 – 3 in 36 % vprašanih, da obvladajo pisno razumevanje v samooceni od 2-3.

V raziskavi je sodelovalo 51 % moških in 49 % žensk.

V enajstem vprašanju smo raziskali starost vprašanih, ta je v 34 % deležu znašala do 29 let.

Vprašane smo prosili, da nam podajo njihovo stopnjo izobrazbe: največ in sicer 39 % vprašanih ima zaključeno srednjo poklicno stopnjo.

68 % vprašanih je po statusu trenutno zaposlenih.

V štirinajstem vprašanju nas je zanimalo, koliko bi bili vprašani pripravljeni plačati za tako vrsto storitve : 90 % vprašanih je odgovorilo, da bi bili pripravljeni plačati od 10 do 20 € na uro.

Vprašali smo anketirane tudi, kaj so po poklicu. Prejeli smo paleto različnih odgovorov, vseh stopenj izobrazbe in različnih strok.

Vprašanje številka šestnajst, kateri poklic ste pripravljeni opravljati v tujin, ni podalo veliko odgovorov, večina anketiranih ni podala odgovorov, drugi so navedli svoj poklic.

Na vprašanje ali bi oddali kontakt za morebitno najdeno možnost dela v Avstriji, je

58 anketiranih oddalo kontaktne osebne podatke v primeru zagona storitve, saj bi želeli koristiti storitev. Zaradi varovanja osebnih podatkov ta baza podatkov v diplomskem delu ne bo objavljena.

6 SKLEP

Na podlagi lastnih izkušenj, ki so me privedla do razmišljanja o novem načinu povezovanja delojemalcev z delodajalci, sem izbrala naslov diplomskega dela, ter se podala v raziskavo ali so moja razmišljanja usmerjena v pravo smer.

Namen diplomskega dela je dosežen.

Storitev je na trgu dobrodošla in ima potencial, interes obstaja s strani uporabnikov. Stopnja zainteresiranih med vsemi vprašanimi je visoka, pogovorni kot pisni jeziki je zadovoljiv, kar pomeni, da se lahko dodatno potrudimo. Večina vprašanih je zaposlena, vendar jih storitev zanima, večina vprašanih ima srednjo stopnjo izobrazbe. V raziskavi sta sodelovala oba spola.

Največ ovir vidijo vprašani v rabi tujega jezika, največ pomoči bi potrebovali pri prevodu življenjepisa.

Cilj diplomskega dela, oblikovanje nove storitve, je dosežen.

Na podlagi dobljenih podatkov je oblikovana osnovna cena, ter storitev razdeljena v storitvene skupine glede na želje in potrebe uporabnika.

V diplomskem delu mi je uspelo storitev oblikovati v sledeče storitvene skupine:

- a) **Za stranke, ki že imajo izkušnje** z delom v Avstriji bo potrebna **spremljava ožjega obsega**; kje naj iščejo oglase, kateri portali so primerni, kdaj se objavljajo novi oglasi, kako se sami registrirajo na posameznih portalih, da kasneje prejemajo obvestila o aktualnih zaposlitvah. Potreben bo morebiten pregled ali dopolnitev življenjepisa in po želji iskalca tudi trening razgovora, ter spremljava na razgovor.
- b) **Za stranke, ki še nimajo izkušenj** z delom v Avstriji, bo potrebna **spremljava širšega obsega**; ta zajema - ne le kje naj iščejo oglase, kateri portali so primerni, kdaj se objavljajo novi oglasi, kako se sami registrirajo na posameznih portalih, da kasneje prejemajo obvestila o aktualnih zaposlitvah; temveč tudi priprava celotne dokumentacije: od življenjepisa, potrdila o stalnem prebivališču, potrdila o nekaznovanosti, priporočil predhodnih delodajalcev, odprtju računa v Avstriji, ureditev dokumentov vezanih na socialno in zdravstveno varnost, ter davčno obravnavo.
- c) **Za stranke, kjer tuji jezik ne zadostuje** za zaposlitev v Avstriji, se bo ponudila **spremljava začetnega obsega**, ta bo nudila možnost učenja tujega jezika, ter iskanje lažjih zaposlitev, kjer raba tujega jezik ni pglavitnega pomena.

- d) **Za stranke, ki so že zaposlene** v tujini in potrebujejo samo napotke, usmeritve, dodatne informacije ali podobno, se ponudi **spremljava končnega obsega**. Težave vezane na tuji jezik so, kot na začetku omenjeno, davčne napovedi v Avstriji in Sloveniji, urejanje dokumentacije vezane na družinske prejemke v obeh državah, ter pomoč pri iskanju informacij o delovno pravni zakonodaji v Avstriji.
- e) **Individualna storitev**; storitev po meri potrošnika, za točno določeno tematiko, storitev se bo obračunala po urni postavki in ne paketno kot ostale navedene zgoraj.

Storitev bo individualno opredeljena. Za potrošnika bo na voljo spremljava ožjega obsega, spremljava širšega obsega, začetna spremljava ali spremljava končnega obsega, ter individualna storitev.

Dodatno sta oblikovana paketa Garancija kakovosti in Nagrada zvestobe.

Garancija kakovosti:

Za naše potrošnike bomo ponudili garancijo kakovosti, v kolikor v roku 12. mesecev od začetka storitve, kandidat ne opravi niti enega razgovora za prosto delovno mesto, mu plačano kupnino vrnemo.

Nagrada zvestobe:

Vsak potrošnik, ki pripelje novega potrošnika (oseba A), prejme ob prvem opravljenem razgovoru tega potrošnika, (oseba A), 10 % denarno nagrado od njegove (oseba A) plačane kupnine.

Zbrana je baza podatkov o morebitnih uporabnikih in pripravljena za mreženje.

Ob izredno visoki brezposelnosti, ter nizkemu BDP – ju v Sloveniji, omenimo še črnogledne napovedi o negotovi prihodnosti in propad valute, je potrebno koristiti vsako priložnost, izboljšati našo blaginjo, ter se s tematiko brezposelnosti soočiti. Vsakdo, si ki resnično želi zaposlitve, si zasluži prejeti pomoč, podporo, motivacijo, skratka spremstvo, ki mu bo pomagalo prispeti do cilja, pa čeprav bo potrebno to tudi plačati.

Moja trditev je, da delodajalci čez mejo iščejo delojemalce, veliko je takih, ki so zelo zadovoljni z delojemalci iz Slovenije. Veliko je delojemalcev, ki so zelo zadovoljni z razmerami, urejenostjo in plačilom delodajalcev čez mejo. Moja trditev je tudi, da smo Slovenci izredno marljiv, deloven in zanesljiv partner v delovnih razmerjih. Zato trdim, da manjka vezni člen, kjer se ta dva dela srečata. Na trgu obstaja dovolj visoko zanimanje za take

vrste spremstva, spremstvo je pravilno oblikovano, zato menim, da smo dosegli cilj našega diplomskega dela. Moja trditev je, da je ta storitev na pravem mestu, ob pravem času.

Povzemam, da je moja trditev potrjena na podlagi rezultatov dobljenih v raziskavi.

Moja spoznanja v raziskovalnem delu diplomskega dela, se nanašajo na presenetljivo pozitiven odziv vprašanih o ponujeni novi storitvi. Pričakovala sem nižji delež zainteresiranosti, ter še več odklonilnega odnosa v samem sodelovanju v anketi.

Spoznala sem, da smo ali da so sodelujoči precej pogumni in odločni, česar nisem pričakovala.

Priznati moram, da sem zelo pozitivno presenečena, ter se sprašujem, zakaj se tega nisem lotila že v tistem trenutku, ko se mi je prvič porajala misel, da bi lahko počela kaj čisto svojega, nekaj avtorskega.

7 VIRI, LITERATURA

Arbeitsmarktservice Österreich, AMS Jobroom. (09.01.2016). Prevezeto iz *Arbeitsmarktservice Österreich, AMS Jobroom* s spletnega mesta Arbeitsmarktservice Österreich, AMS Jobroom www.jobroom.ams.or.at/jobsuche/FreieSuche.jsp

Evropski portal za zaposlitveno mobilnost, Eures. (09.01.2016). Prevezeto iz *Evropski portal za zaposlitveno mobilnost* s spletne strani <https://ec.europa.eu/eures/eures-searchengine/page/main?lang=de#/simpleSearch>

Korelc, Musolin, Vidmar. (2006). *Moč blagovne znamke*. Ljubljana: Razvojno združenje Orel.

Kotler. (2004). *Lateralno trženje*. Ljubljana: Gv Založba.

Kotler. (2004). *Management trženja*. Ljubljana: Naklada Mate d.o.o.

Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje, (09.01.2016). Prevezeto iz spletnega mesta Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje s spletne strani http://www.ess.gov.si/trg_dela/aktualno_o_trgu_dela

8 PRILOGE

8.1 Anketa

Spoštovani,

sem Marjeta Adler, študentka Višje strokovne šole Academia, program ekonomist. Za pripravo diplomske naloge z naslovom Nova storitev – Zaposlitveno spremstvo, potrebujem Vašo pomoč. Vljudno Vas naprošam, da odgovorite na spodaj podana vprašanja, za kar se Vam vnaprej iskreno zahvaljujem.

Odgovori bodo uporabljeni le v namene priprave diplomske naloge, v kolikor pa želite lahko navedete tudi osebne podatke z Vašim kontaktom, če bi želeli storitev ob uresničitvi koristiti.

Prosim ustrezno označite ali izpolnite:

1. Ali Vas zanima zaposlitev v Avstriji?
 - ☐ Da
 - ☐ Ne
2. Ste kdaj sami iskali zaposlitev v Avstriji?
 - ☐ Da
 - ☐ Ne
3. Kakšne so Vaše izkušnje?
 - ☐ Pozitivne
 - ☐ Negativne
4. Ste že kdaj delali v Avstriji?
 - ☐ Da
 - ☐ Ne
5. Bi Vas zanimala pomoč pri iskanju zaposlitve?
 - ☐ Da
 - ☐ Ne
6. V kateri fazi iskanja bi potrebovali pomoč?
 - ☐ Sestava življenjepisa
 - ☐ Prevod življenjepisa
 - ☐ Kje iskati
 - ☐ Kako iskati
 - ☐ Priprava na razgovor
7. Kje vidite ovire za morebitno zaposlitev, ali iskanje zaposlitve?
 - ☐ Oddaljenost od doma do delovišča
 - ☐ Tuji pogovorni jezik
 - ☐ Prevoz in stroški prevoza
 - ☐ Izobrazba

8. V kaki meri obvladate pogovorni jezik v nemškem jeziku?

- ☐ Od 1 - 2
- ☐ Od 2 - 3
- ☐ Od 3 - 4
- ☐ Od 4 - 5
- ☐ 5 – obvladate

9. V kaki meri obvladate pisno razumevanje v nemškem jeziku?

- ☐ Od 1 - 2
- ☐ Od 2 - 3
- ☐ Od 3 - 4
- ☐ Od 4 - 5
- ☐ 5 – obvladate

10. Spol

- ☐ Moški
- ☐ Ženski

11. Koliko bi bili pripravljeni plačati za pomoč pri iskanju zaposlitve, v kolikor bi pomoč računali na urno postavko?

- ☐ Od 10 do 20 € /h
- ☐ Od 40 do 60 € /h
- ☐ Od 80 do 100 € /h

12. Starost _____(prosim izpolnite)

13. Stopnja izobrazbe

- ☐ Osnovna
- ☐ Poklicna
- ☐ Srednja
- ☐ Višja ali visoka

14. Poklicni status

- ☐ Dijak/inja
- ☐ Študent/ka
- ☐ Zaposlen/a
- ☐ Brezposeln/a

15. Vaš poklic: _____(prosim izpolnite).

16. Poklic, ki ste ga pripravljeni opravljati: _____(prosim izpolnite).

17. V kolikor bi želeli oddati kontakt za morebitno najdeno možnost dela v Avstriji, Vas vljudno prosim, da navedete osebne podatke:

Ime in priimek: _____,

Naslov: _____,

Kontakt, e- mail ali telefon _____.

8.2 Zloženska

ZAPOSLOTVENO SPREMSTVO	Učenje iskanja zaposlitve v Avstriji	Garancija kakovosti – prepričani v kakovost. v kolikor v roku 12 mesecev od začetka storitve kandidat ne opravi niti enega razgovora za prosto delovno mesto mu plačano kupnino vrnemo.
VAŠA PRILOŽNOST, kjer niste sami!!!	• Kje iskati • Kako iskati • Priprava življenjepisa • Motivacijski spremstvo • Prevodi dokumentacije • Spremstvo na razgovore • Učenje tujega jezika	Nagrada zvestobe Če kandidat, pripelje novega iskalca (oseba A) prejme ob prvem opravljenem razgovoru tega iskalca (oseba A) 10 % denarno nagrado od njegove (oseba A) plačane kupnine.
Tukaj smo za Vas, dovolite, da priskočimo na pomoč.		

