

ATASKAITA APIE KALBŲ VALDYMO STRATEGIJAS IR GERIAUSIĄ PRAKTIKĄ EUROPOS MAŽOSIOSE IR VIDUTINĖSE ĮMONĖSE: PIMLICO PROJEKTAS

SANTRAUKA IR REKOMENDACIJOS

2011 m. Švietimo ir kultūros generalinis direktoratas pradeda informacinę iniciatyvą, skatinančią Europos mažasias ir vidutines įmones (MVI) taikyti kalbų valdymo strategijas (KVS). Ši ataskaita parengta vykdant pirmąjį iniciatyvos etapą – PIMLICO projektą, kurio pavadinimas reiškia *kalbų ir tarpkultūrinės komunikacijos strategijų skatinimą, įgyvendinimą ir nustatymą* (angl. *Promoting, Implementing, Mapping Language and Intercultural Communication Strategies*). PIMLICO ataskaita siekiama nustatyti ir aprašyti geriausios praktikos modelius 40-yje Europos mažųjų ir vidutinių įmonių, pasirinktų dėl jų smarkaus prekybos augimo parengus ir pritaikius *kalbų valdymo strategijas*. Šioje ataskaitoje taip pat apžvelgiamos 27 ES valstybių kalbų rėmimo organizacijos ir tinklai, veikiantys įvairiuose lygmenyse: viršvalstybiniame, nacionaliniame, regioniniame ir savivaldos. Antrajame etape bus sukurta tinklavietė ir žinynai, išsamiai nurodantys, kur įmonės gali rasti daugiau informacijos, siūlantys idėjas bei patarimus, kaip plėtoti kalbų valdymo strategijas ir kurti naujus metodus, siekiant didinti šių įmonių tarptautinės prekybos augimo perspektyvas užsienio rinkose, kur jos susiduria su kalbos kliūtimis.

ANKSTESNI REZULTATAI

Mažųjų ir vidutinių įmonių apklausa ELAN tyrimo metu (2006 m.), aptariama 2 skyriuje, atskleidė didelius verslo nuostolius dėl kalbos įgūdžių stokos. Iš 1964 apklaustų įmonių 11 % respondentų (195 MVI) nurodė praradę sandorių dėl trūkstamų kalbos įgūdžių. Apklausa buvo išaiškintos situacijos, kai įmonės žinojo arba spėjo, kad neteko sandorių dėl kalbos ir (arba) kultūros kliūčių, tačiau realus skaičius veikiausiai yra didesnis. Su didesniu tarptautinės prekybos efektyvumu buvo susieti keturi įmonių bruožai: gimtąja kalba kalbančių asmenų įdarbinimas; darbuotojų, turinčių kalbos įgūdžių, samdymas; naudojimas profesionalių vertėjų žodžiu bei raštu paslaugomis; kalbų valdymo plano (arba strategijos) taikymas. MVI, investavusios į šiuos keturis elementus, 44,5 % padidino savo eksporto apimtį, lyginant su tomis įmonėmis, kurios neinvestavo į nė vieną iš šių elementų. Šie ELAN rezultatai tapo pagrindu, nustatant ir kuriant pavyzdinių įmonių modelius PIMLICO atvejų tyrimams.

PROJEKTO ETAPAI

Projektas vykdomas dviem pagrindiniais etapais:

- **1-asis etapas: PIMLICO projekto tyrimas**, kurio tikslas – surinkti duomenis apie MVI ir paramos struktūrų taikomas geriausią praktiką ir kalbų strategijas, taip pat sužinoti faktus, kurie padėtų vykdant informacinę kampaniją antrajame projekto etape.
- **2-asis etapas: Informacinė kampanija**, kurios strateginis tikslas – didesnis MVI informuotumas apie kalbos įgūdžių galimybes ir privalumus, kuriais jos gali pasinaudoti pasaulinėse rinkose, bei MVI, strategiškai taikančių kalbų valdymo strategijas, gretų gausinimas.

PAGRINDINIAI REZULTATAI

Atvejų tyrimų rezultatai rodo, kad sėkmingai dirbančios įmonės taiko įvairių formų kalbų valdymo strategijas (KVS), skirtas skirtingoms jų tarptautinės veiklos komunikacijos sąsajoms.

KVS, kartais trumpinama kaip „kalbų strategija“ (KS), apibrėžiama kaip „*planinis metodų, skirtų palengvinti efektyvią komunikaciją su klientais ir tiekėjais užsienyje, taikymas*“ (ELAN, 2006 m.). Kalbų valdymo strategija paprastai apima pranašumą suteikiančių priemonių kompleksą, padedantį įmonei lengviau įžengti ar plėstis naujoje tarptautinėje rinkoje, kurioje egzistuoja kalbos ir (arba) kultūros barjerai.

KVS gali sudaryti bet koks šių priemonių derinys:

- vietos atstovų pasitelkimas kalbos problemoms spręsti;
- tinklaviečių su specialiai pritaikytu kultūriniu ir (arba) kalbiniu turiniu kūrimas;
- kalbos audito vykdymas;
- profesionalių vertėjų raštu ar žodžiu paslaugų naudojimas;
- reklaminės, prekybos ir (arba) techninės medžiagos vertimas;
- kalbos kursų ir kultūrinio mokymo programos;
- kalbų mokymasis internetu; darbuotojų atrankos ir samdos politika;
- personalo judumas;
- bičiulystė su užsienio kolegomis ir tarptautinių komandiruočių programos;
- ryšių su vietos universitetais mezgimas;
- užsienio studentų priėmimas stažuotis;
- gimtąja kalba kalbančių asmenų samdymas;
- elektroninė prekyba su daugiakalbėmis funkcijomis, ir
- produktų ar pakuočių pritaikymas vietos skoniui ir papročiams.

Visuose atvejų tyrimuose pavyko nustatyti jų kalbų valdymo strategijos vertę arba poveikį.

- 40-ties pasirinktų įmonių profilis rodo didelius privalumus: 43 % nurodė, kad įtraukus į savo strategiją naujas kalbas, jų apyvarta išaugo daugiau kaip 25 %. Dar 30 % nurodė, kad prekybos apyvarta išaugo 16–25 %.
- 73 % arba beveik trys iš keturių įmonių nurodė, kad jų prekybos apyvarta išaugo bent 16 %.
- Keliais atvejais prekybos išaugimas buvo siejamas konkrečiai su viena ar daugiau iš trijų specialių priemonių: *daugiakalbės tinklavietės sukūrimu, gimtąja kalba kalbančių asmenų samdymu arba vietos atstovų pasitelkimu kalbos problemoms spręsti*. Šios trys priemonės taip pat pateko tarp trijų dažniausiai minimų kalbų valdymo strategijos priemonių tais atvejais, kai užsienio prekybos augimas buvo konkrečiai nurodomas procentais.

BENDRI SĖKMINGAI DIRBANČIŲ ĮMONIŲ BRUOŽAI

40-ies PIMLICO atvejų tyrimai atskleidžia bendrus jų kalbų valdymo modelio bruožus:

- *Funkciniai gebėjimai keliomis kalbomis*

Daugelis įmonių geba laisvai bendrauti mažiausiai trimis užsienio kalbomis, viena iš kurių visuomet yra anglų. Vis dėlto visuotinai pripažįstama, kad konkurencinį pranašumą lemia jų daugiakalbystė ir daugiakultūriniai gebėjimai.

- *Stiprios anglų kalbos žinios*

Stiprios anglų kalbos žinios yra savaime suprantamas dalykas, samdant naujus darbuotojus, be to, iš darbuotojų reikalaujama išlaikyti aukštą anglų kalbos lygį visą įdarbinimo laikotarpį.

- *Gebėjimas veikti pasaulio mastu ir prisitaikyti prie skirtingų kalbinių poreikių*

Skirtingos kalbos yra vartojamos skirtingoms rinkoms arba lygiagrečiai. Trečiosios kalbos vartojamos prekybai įvairiose rinkose, kuriose įmonės neturi reikiamų kalbinių gebėjimų, pvz., vokiečių kalba Vengrijoje.

- *Vietos atstovų pasitelkimas kalbos ir kultūros problemoms spręsti*

Įmonės teigia, kad vietos atstovų pasitelkimas kalbos problemoms spręsti daro akivaizdžią įtaką jų prekybos apimčiai.

- *Auganti internacionalizacija, grįsta žmogiškųjų išteklių strategija*

Įmonės imasi praktinių veiksmų, pasitelkdamos savo kalbas išmanantį personalą ir stiprindamos savo darbuotojų tarptautinę, kultūrinę ir kalbinę kompetenciją, pvz., jos:

- kruopščiai fiksuoja savo personalo kalbinius gebėjimus ir tinkamai juos panaudoja;
- samdo *gimtąja kalba kalbančius asmenis*;
- organizuoja *kalbos ir kultūros mokymo kursus*;
- formuoja *gilesnį tarpkultūrinį supratimą*;
- naudojami *profesionalių vertėjų raštu ir žodžiu paslaugomis*;
- pritaiko savo tinklavietes kitoms kultūroms;
- bendradarbiauja su vietos universitetais, trumpam ar ilgam laikui samdydamos kalbinę pagalbą, taip pat kviesdamos užsienio studentus stažuotis.

Iš 40-ties atvejų nutarta tirti dešimties „super MVI“ atvejus dėl išskirtinių jų tarptautinės prekybos rezultatų, kuriuos lėmė jų kalbų valdymo strategijos. Įmonės buvo atrinktos pagal šiuos kriterijus:

- jų unikali ir naujoviška įvairių kalbos priemonių kombinacija arba grupė, integruota į jų kalbų valdymo strategiją;
- rinkų, kuriose jos sėkmingai prekiauja, kultūrinis ir (arba) kalbinis sudėtingumas ar išskirtinumas;
- jų prekybos užsienio rinkose apimtis ir tvarumas, ypač rinkose už Europos ribų;
- daugiakalbystės kokybė ir palaikymas kaip įmonės politikos dalis.

Visais atvejais, išskyrus vieną, „super MVI“ pasižymi didele eksporto prekybos sėkme, lyginant su bendra jų prekybos apimtimi, kas greičiausiai yra tiesiogiai susiję su šių įmonių kalbų valdymo strategijos taikymu. „Super MVI“ paprastai eksportuoja mažiausiai 60 % savo prekių ar paslaugų į užsienį, o kai kuriais atvejais šis skaičius siekia net 90 %.

PAGRINDINIAI TEIKIAMOS PARAMOS REZULTATAI

Verslo parama įmonėms, siekiančioms didinti savo tarptautinę prekybą, teikiama įvairiais lygmenimis, tarp jų pramonės ir prekybos rūmų, taip pat švietimo ir vyriausybės organizacijų įvairiose valstybėse narėse. Vis dėlto konkrečiai kalbinės paramos, kurią teikia įvairios valstybės ir tarpininkavimo organizacijos, lygis skiriasi.

- Visos 27 Europos Sąjungos valstybės narės turi arba prekybos, arba ekonomikos ministeriją, arba kitą lygiavertę instituciją, prižiūrinčią šalies prekybos organizavimą.
- Nacionalinės prekybos institucijos funkciją gali atlikti nacionaliniai prekybos rūmai, siūlantys nacionalines iniciatyvas, palaikančias įmonių kalbinius poreikius.
- Kelios šalys išsiskiria savo infrastruktūros parama, nacionaline politika arba MVĮ prieinamą kalbinės paramos priemonių apimtimi. Tai Austrija, Danija, Ispanija ir Jungtinė Karalystė. Tuo tarpu kitos šalys, kaip antai Bulgarija, Kipras ir Airija, neturi svarios nacionalinės politikos ar kalbinės paramos įmonėms šalies mastu.
- Ten, kur nacionalinėje infrastruktūroje trūksta kalbinės paramos verslui, dažnai vietos arba regiono lygmeniu egzistuoja rūmų iniciatyvos, teikiančios specialią paramą.
- Dvišaliai rūmai ir kai kurių nacionalinių rūmų užsienio skyriai teikia itin kvalifikuotą kalbinę ir kultūrinę paramą įmonėms; jie paprastai egzistuoja ten, kur yra nusistovėję tvirti prekybos ryšiai, pvz., Prancūzijos ir Vokietijos prekybos ir pramonės rūmai, Vokietijos ir Slovėnijos prekybos ir pramonės rūmai ir Didžiosios Britanijos prekybos rūmai (Ispanijoje).

REKOMENDACIJOS

Toliau pateikiamos rekomendacijos, kurias priėmus būtų galima stipriai pagerinti įmonių perspektyvas dirbti daug efektyviau vis labiau konkurencingoje, globalioje ir daugiakalbėje prekybos aplinkoje. Europos mastu šie pasiūlymai galėtų turėti didžiulį poveikį Europos vidaus ir išorės prekybos augimui.

REKOMENDACIJOS EUROPOS KOMISIJAI

- Užtikrinti plačią PIMLICO ataskaitos ir jos išvadų sklaidą, pasitelkiant informacinę iniciatyvą (verslui, švietimui ir tiesiogiai įmonėms) ir Verslo kalbos platformą;
- skatinti Europos apdovanojimų programos ir kokybės ženklavimo sistemos vystymą, siekiant pripažinti Europos įmonių kalbų valdymo strategijų tarptautinėje prekyboje sėkmingą taikymą, pvz., suteikiant *Tarptautinės komunikacijos meistriškumo* (TKM) ženklą (angl. *Excellence in International Communication, EIC*);
- skatinti KVS „geriausios praktikos modelius“ verslo tarpininkavimo organizacijose;
- užtikrinti, kad kalbinės infrastruktūros paramos geriausios praktikos modelių kūrimas ir kalbų valdymo strategijų įgyvendinimas būtų finansuojami pagal Europos programas per atsakingus generalinius direktoratus;
- pavesti parengti tęstinių tyrimų projektą ELAN išvadų atnaujinimui, siekiant užtikrinti duomenų rinkimo tęstinumą, tarp to tęstinių tyrimų penkerių metų laikotarpiu;
- įrašyti kalbinės infrastruktūros duomenis ir kontaktų sąrašą Europos informacijos centruose;
- įtraukti „kalbinę ir verslo komunikaciją“ į kompetentingų Europos Komisijos narių ir Europos Vadovų Tarybos darbotvarkes;
- užtikrinti, kad kalbų technologijų moksliniai tyrimai ir jų pritaikymas tarptautinei prekybai ir diplomatijai būtų įtraukti į 8-ąją bendrąją programą ir kitas mokslinių tyrimų ir technologinės plėtros programas.



REKOMENDACIJOS NACIONALINĖMS VYRIAUSYBĖMS

- Toliau dirbti siekiant 2002 m. Barselonos Viršūnių susitikime bendrai sutarto tikslo, t. y. to, kad kiekvienas pilietis, be savo gimtosios kalbos, mokėtų dar dvi kalbas;
- užtikrinti, kad turima infrastruktūrinė parama atitiktų jų įmonių kalbinius poreikius;
- numatyti sukurti nacionalinę apdovanojimų programą, kuri pripažintų ir skatintų tiek infrastruktūrinės paramos mažosioms ir vidutinėms įmonėms meistriškumą (tarp to tarpininkavimo paramą), tiek MVĮ kalbų valdymo strategijų taikymo meistriškumą;
- sukurti nacionalinę informuotumo skatinimo kampaniją;
- peržiūrėti ir įgyvendinti paramos iniciatyvų komplektą;
- skatinti mokyklas ir universitetus skirti daugiau dėmesio kalbos problemoms savo mokymo programose;
- numatyti mokesčių iniciatyvas, skatinančias mažąsias ir vidutines įmones taikyti kalbų valdymo strategijas (pvz., neapmokestinti kalbos kursų);
- sukurti tinklavietes, patariančias mažosioms ir vidutinėms įmonėms, kaip taikyti kalbų strategijas, ir skelbiančias konkrečios šalies informaciją, supaprastinančią prekybą šiose rinkose;
- investuoti į kalbų technologijų mokslinius tyrimus ir jų pritaikymą tarptautinei prekybai.

REKOMENDACIJOS VERSLO TARPININKAMS

- Skleisti kuo daugiau informacijos apie kalbų valdymo strategijų geriausią praktiką gerus ryšius turintiems viršvalstybinių verslo tinklų (Europos prekybos ir pramonės rūmų asociacijos, Tarptautinių prekybos rūmų (ICC), Tarptautinės prekybos patarėjų (ITAs) ar Europos įmonių tinklo (EEN)) nariams, ir nukreipti informaciją rekomenduojamiems tiekėjams arba teikti informaciją apie kalbas už Europos sienų;
- remti verslo tarpininkus, padedant jiems organizuoti renginius, kampanijas ir kitas sklaidos akcijas, skatinančias didesnę kalbų valdymo strategijų taikymą ir supratimą;
- padėti priimti kalbų technologijas, skatinant partnerystę tarp pramonės ir mokslinių tyrimų, ir dėti tolesnes pastangas perkeliant kalbų technologijas į tarptautines kampanijas;
- susieti verslo tarpininkų tinklavietes su projekto tinklaviete, kad visos Europos tarptautinės MVĮ geriau susipažintų su geriausia praktika;
- keistis geriausia praktika su įvairiomis paramos organizacijomis;
- siūlyti naujas paramos mažosioms ir vidutinėms įmonėms rūšis, remiantis kitur egzistuojančia geriausia praktika;
- numatyti siūlyti paslaugas, kurios dar nebuvo siūlytos, pvz., kalbos auditus.

REKOMENDACIJOS MAŽOSIOMS IR VIDUTINĖMS ĮMONĖMS

- sekti sėkmingiausiai dirbančių įmonių geriausios praktikos pavyzdžiais, jei tai įmanoma;
- peržiūrėti savo kalbinius poreikius konkrečiose rinkose pagal PIMLICO ataskaitos kontrolinius sąrašus;
- imtis veiksmų, siekiant įgyvendinti savo rinkoms tinkamą kalbų valdymo strategiją;
- susisiekti su paramos organizacijomis, kurių daugybė veikia visoje Europoje, siekiant gauti daugiau naudingos informacijos;
- įvertinti įvairių kalbų valdymo metodų – supažindinimo su kultūra, profesionalių vertėjų raštu paslaugų ir kt. – išlaidų efektyvumą;



- jungtis į grupes su kitomis eksportuojančiomis MVI ir dalintis ištekliais.

REKOMENDACIJOS ŠVIETIMUI

- bendradarbiauti su MVI ir verslo tarpininkais ir siūlyti paramos paslaugas, pvz., kalbų kursus;
- siūlyti užsienio studentų stažuotių paslaugą, jei tai dar nedaroma;
- susisiekti su vietos tarptautinėmis MVI dėl žinių mainų: kreiptis į jas pagalbos kuriant naujas kalbų programas, pritaikytas tarptautinei prekybai, arba vystant vietos verslui aktualią paslaugą, pvz., kalbos auditorių mokymą;
- pasirūpinti, kad kalbų valdymo strategija būtų gerai suprasta ir įtraukta į verslo administravimo magistrantūros kursus ir kitas vadovų mokymo programas.