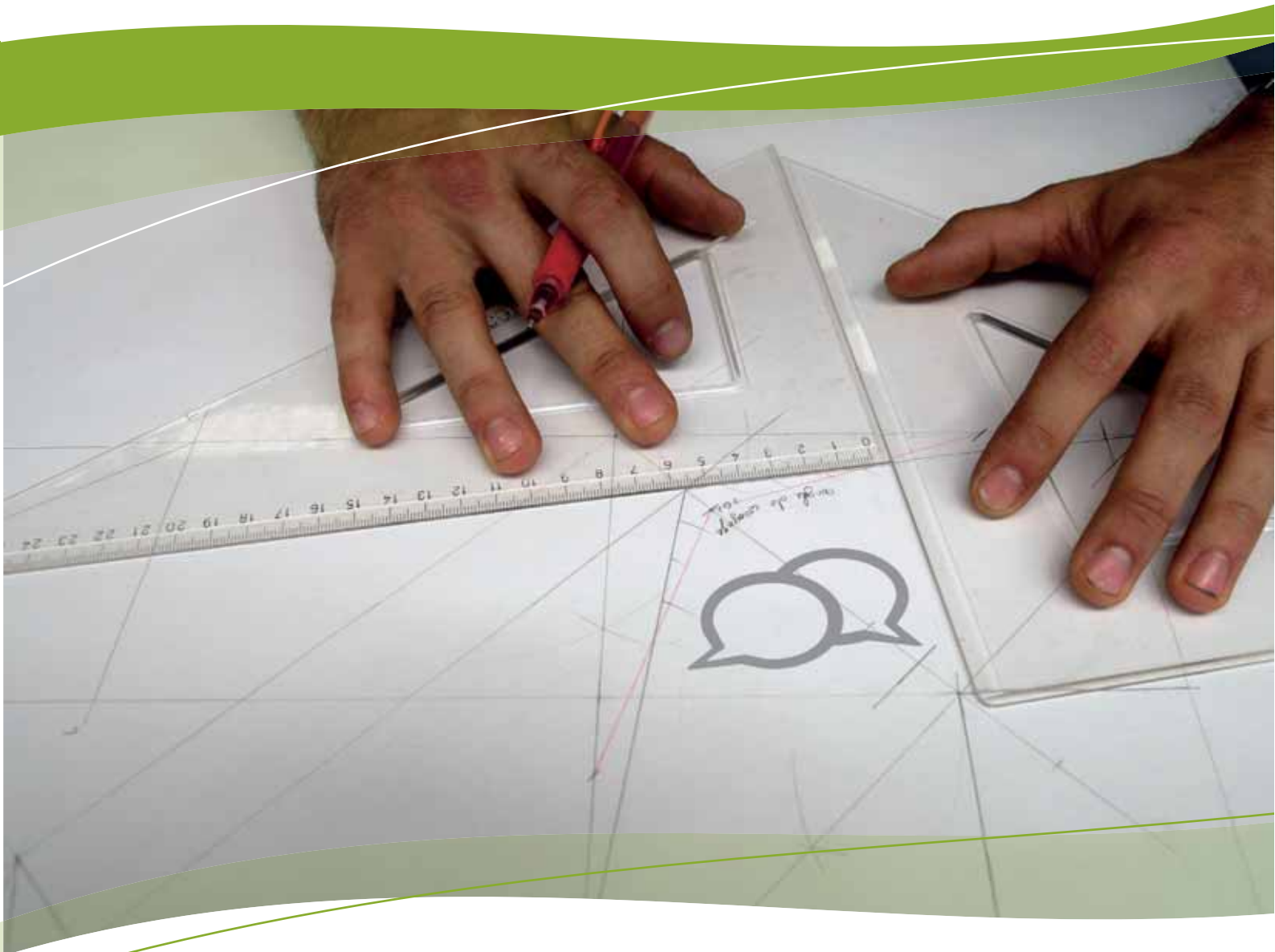




GD Izobraževanje in kultura



Z ZNANJEM JEZIKOV DO POSLOVNEGA USPEHA

Podjetja z znanjem jezikov so uspešnejša

Priporočila Podjetniškega foruma za večjezičnost,
ki ga je ustanovila Evropska komisija



Večjezičnost

**Europe Direct je služba za pomoč pri iskanju odgovorov
na vprašanja v zvezi z Evropsko unijo**

Brezplačna telefonska številka (*): 00 800 6 7 8 9 10 11

(*) Nekateri operaterji mobilne telefonije ne dovoljujejo vzpostavitve zveze s številkami 00 800 ali pa te klice zaračunavajo.

Veliko dodatnih informacij o Evropski uniji je na voljo na internetu.

Dostop je mogoč na strežniku Europa <http://europa.eu>

Kataloški podatki so navedeni na koncu te publikacije.

Luxembourg: Urad za uradne publikacije Evropskih skupnosti, 2007

ISBN 978-92-79-08801-8

© Evropske skupnosti, 2008

Reprodukcija je dovoljena z navedbo vira.

Printed in Belgium

Tiskano na belem papirju, ki ne vsebuje klora

**ZA MNENJA, IZRAŽENA V TEM POROČILU, SO ODGOVORNI IZKLUČNO ČLANI PODJETNIŠKEGA FORUMA;
TA MNENJA NE ODRAŽAJO NUJNO STALIŠČ EVROPSKE KOMISIJE**



Z ZNANJEM JEZIKOV DO POSLOVNEGA USPEHA

Podjetja z znanjem jezikov so uspešnejša

Priporočila Podjetniškega foruma za večjezičnost,
ki ga je ustanovila Evropska komisija

Člani Podjetniškega foruma, ki so prispevali k temu poročilu:

Vikont Etienne Davignon
Suez - Tractebel,
predsednik Podjetniškega foruma

Winfried Albrink
vodja usposabljanja, Henkel Group

Henning Dyremose
predsednik danskega trgovinskega sveta

Mike Janssen
direktor tovarne, UMAC-Midwest

Caroline Jenner
izvršna direktorica, JA-YE Europe

Antonió Gomes de Pinho
predsednik, Portugás in Fundação Serralves

Waqas Hussain
globalni direktor za razvoj človeških virov, Syngenta

Sabina Klimek
Deloitte Business Consulting

Lars-Kare Legernes
izvršni direktor, Trgovinska zbornica Oslo

Peter Mathews
predsednik uprave in generalni direktor, Black Country Metals Limited

Fiorella Kostoris Padoa Schioppa
profesorica ekonomije

Gabor Proszeky
ustanovitelj in izvršni direktor, MorphoLogic

Dodatne informacije so na voljo na spletni strani Evropske komisije:

► http://ec.europa.eu/education/languages/pdf/doc1597_en.pdf



Predgovor vikonta Etienna Davignona

Brez vzajemnega razumevanja ne moremo živeti in delati skupaj. V Uniji, v kateri se ceni raznolikost, lingua franca nikoli ne bo mogla zadovoljiti vseh potreb pri sporazumevanju. Jeziki so ključ do kultur, ki jih predstavljajo. Večjezičnost krepi odprtost in strpnost, obenem pa odpira vrata na nove trge in za nove poslovne priložnosti. V svoji dolgi delovni dobi sem videl, kako je poslovni svet sčasoma postajal vse bolj uniformiran in enojezičen. Te težnje ne bo mogoče obrniti čez noč. Z velikim veseljem sem sprejel povabilo komisarja Orbana, da bi skupaj z majhno skupino uglednih strokovnjakov iz prakse, ki jih družijo skupno prepričanje, da je večjezičnost lahko koristna za evropska podjetja, razmišljal o jezikovnih vprašanjih. Prepričan sem, da bo to poročilo spodbudilo sedanje razprave Evropske komisije o razvoju politike večjezičnosti. Poleg tega upamo, da bomo prispevali k premiku v zavesti in ravnanju poslovnega sektorja in njegovega odnosa do jezikov.



Povzetek

EU mora nadaljevati proces sprememb, da bi bila uspešna v dobi globalizacije. To je jasno povedano v najnovejšem Poročilu Komisije o lizbonski strategiji za rast in delovna mesta. Naša skupina je preučevala prispevek jezikov h konkurenčnosti. Na podlagi naših ugotovitev želimo, prvič, ljudem odpreti oči, *zakaj* je pomembno vlagati v znanje jezikov. Drugič, želeli bi ugotoviti, *kaj* je že bilo storjenega za spodbujanje uporabe jezikov v gospodarstvu. In nenazadnje želimo pripraviti nekaj nasvetov o tem, *kako* bi lahko bila podjetja uspešnejša pri poslovnem sporazumevanju v več jezikih.

Pomemben odstotek malih in srednje velikih podjetij v Evropi vsako leto izgubi posle prav zaradi svojih slabih jezikovnih in medkulturnih zmožnosti. Čeprav se zdi, da bo angleščina zanesljivo ohranila vodilno vlogo kot svetovni poslovni jezik, pa bodo drugi jeziki odločilni za razlikovanje med povprečjem in odličnostjo in bodo prinašali konkurenčno prednost.

Jeziki niso potrebni samo za povečanje prodaje in trženja. Dobavne verige prečkajo meje na enak način kot mednarodne storitve in končni izdelki za izvoz. Tudi trgi dela so prav tako globalni. Zato je vključevanje delavcev z znanjem več jezikov in poznavanjem različnih kultur bistveno. Skladno z našo vizijo naj bi jezike v prihodnosti uporabljali bolj domiselno, tako da bi dosegli nove ciljne skupine in zgradili trajne strateške odnose.

Naša skupina pozdravlja pobude in akcije Skupnosti za spodbujanje usvajanja spretnosti, ki sta znanje jezikov in kulturna ozaveščenost v podjetjih. Možnosti za financiranje zagotavlja več programov Skupnosti. Vendar pa se teh možnosti premalo zavedamo in preslabo poznamo metode za pripravo vlog za subvencije EU. Postopki priprave vlog se zdijo nerodni in dolgotrajni, zlasti za MSP. Prav tako bi bilo treba jasno povedati, da je financiranje, ki ga zagotavlja EU, minimalno, in bi nanj morali gledati kot na sredstvo, ki omogoča izmenjavo najboljših praks, ter kot na navdih za delovanje na tem področju. Večino podpore bodo morale zagotoviti vlade ter nacionalni, regionalni in lokalni organi.

Nacionalne oblasti so še vedno zelo daleč od skupnega cilja, ki so ga države članice opredelile na srečanju na vrhu v Barceloni leta 2002, to je, da naj bi se vsak državljan v šoli ob svojem maternem jeziku naučil še dva jezika. V mnogih državah je ta tok obrnjen, ko gre za doseganje trdnega praktičnega znanja drugega ali celo prvega tujega jezika. Ljudje, ki so zares večjezični, so si znanje jezikov pogosto pridobili zunaj formalnega izobraževalnega sistema. Vendar uradno priznavanje neformalnega in priložnostnega učenja ni običajno in se takšno znanje jezikov redko upošteva kot resnična osebna prednost.

V večini držav nacionalne organizacije za spodbujanje trgovine malim in srednje velikim podjetjem zagotavljajo praktična navodila in finančno podporo za izboljšanje njihovih izvoznih strategij, vendar jezikovne strategije običajno niso vključene v te programe. Na regionalni ravni je več držav članic in pridruženih držav doseglo napredek prek omrežij, kot so trgovinske zbornice in trgovinske organizacije. Takšna omrežja so uporabna, kadar gre za ozaveščanje o pomembnosti jezikov. Lokalno pa obstajajo možnosti za povečanje jezikovnih izmenjav v okviru lokalnih poslovnih skupnosti. Spodbujati je treba obmejne regionalne pobude, ker lahko uspešno okrepijo čezmejne izmenjave, znanje jezikov in mobilnost.



Sklepi in priporočila

Evropa mora svojo jezikovno raznolikost spremeniti v resnično konkurenčno prednost.

To se bo zgodilo, samo če

1. bodo nacionalne oblasti spodbujale formalno in priložnostno učenje različnih jezikov;
2. bodo jezikovne strategije podprli na najvišji vodstveni ravni podjetij;
3. bodo nacionalni, regionalni in lokalni organi podpri podjetja v njihovih prizadevanjih za strateško uporabo jezikov ter
4. bo oblikovana evropska platforma za stalno izmenjavo najboljših praks v zvezi z jeziki za gospodarstvo.

Predvideti bi bilo treba zlasti naslednje ukrepe:

Na ravni podjetja: podjetja bi morala

- ▶ ugotoviti, kakšno je obstoječe znanje jezikov v podjetju in ga uskladiti s potrebami in priložnostmi na vseh ravneh organizacije in za vse funkcije podjetja;
- ▶ pregledati politike zaposlovanja in strategije razvoja v okviru upravljanja s človeškimi viri, določiti posamezne cilje glede znanja jezikov za zaposlene, usklajene z njihovimi posebnimi nalogami in odgovornostmi;
- ▶ uporabiti širok razpon strategij jezikovnega upravljanja, kot so vlaganje v jezikovno usposabljanje, zaposlovanje nativnih govorcev različnih jezikov (stalno ali začasno), uporaba jezikovnih tehnologij in delo s prevajalci, tolmači, sporočevalci in kulturnimi mediatorji;
- ▶ poskušati okrepiti mednarodno mobilnost zaposlenih.

Na nacionalni ravni: vlade bi morale

- ▶ spodbujati učenje jezikov na vseh ravneh in širiti izbor poučevanih jezikov. Uvajati bi morale bolj praktično usmerjene module učenja jezikov od srednje šole in skozi vse terciarno izobraževanje, vključno s poklicnim usposabljanjem;
- ▶ zagotoviti ustrezno priznavanje znanja jezikov v zaključnih spričevalih in vztrajati pri njegovi dodani vrednosti za prihodnje poklicne priložnosti;
- ▶ priporočiti nacionalnim organizacijam za spodbujanje trgovine, da jezikovne strategije vključijo v svoje podporne programe, zlasti tiste za MSP, zaradi povečanja njihovih možnosti za izvoz;
- ▶ vključiti jezikovno usposabljanje v nacionalne programe vseživljenjskega učenja in socialnega vključevanja.

Na regionalni ravni:

regionalne in lokalne oblasti bi morale

- ▶ uporabiti regionalna in lokalna omrežja za ozaveščanje velikih in malih podjetij o možnostih, ki jim jih zagotavlja boljše znanje jezikov, in spodbujati izmenjave dobrih praks;
- ▶ oblikovati zasebno-javna partnerstva, ki bodo vključevala lokalne univerze in zavode za usposabljanje, pomagala lokalnim poslovnim skupnostim organizirati jezikovne tečaje in razviti druge metode za izboljšanje njihovih jezikovnih strategij;
- ▶ spodbujati bolj večjezično lokalno poslovno okolje z jezikovnimi tečaji in pogovornimi skupinami, namenjenimi več malim podjetjem, večkulturnimi sejmi in podobnimi dogodki v poslovnih centrih in industrijskih conah.

Na evropski ravni:

evropske institucije bi morale

- ▶ ozaveščati države članice o pomembnosti jezikov za konkurenčnost in jih spodbujati k izvajanju zgoraj navedenih ukrepov;
- ▶ zbirati vse ustrezne informacije o programih Skupnosti, ki spodbujajo učenje jezikov v gospodarstvu in primere dobrih projektov na eni spletni strani, ki bi lahko kot enotni portal zagotavljala praktična navodila za podjetja o tem, kako zaprositi za financiranje;
- ▶ oblikovati stalno platformo za izmenjavo najboljših praks za podjetja, kjer bi zbirali ustrezne informacije iz gospodarstva, trgovinskih organizacij, trgovinskih zbornic, organizacij za spodbujanje trgovine, šol in izobraževalnih organov.



1. Razlogi za večjezičnost

Za uspešno pospeševanje rasti in odpiranje delovnih mest je ključen tehnični napredek in nujno, vseživljenjsko učenje pa nujno. Večjezičnost, ki je neločljivo povezana z Evropo, je pomembnejša kot kdaj koli prej, ker se gospodarstvo, ki je temeljilo na industriji, postopoma spreminja v gospodarstvo, ki temelji na znanju. Evropska podjetja bi načeloma morala biti v boljšem položaju kot katera koli druga pri izkoriščanju poslovnih priložnosti, ki zahtevajo večjezično sporazumevanje. Vendar ta potencial še zdaleč ni popolnoma izkoriščen.

1.1 Večjezičnost je skrito bogastvo ...

Več raziskovalnih študij je pokazalo, da so na mednarodnih trgih potrebni različni jeziki skupaj s poznavanjem kulture, ki se ga običajno pridobi z znanjem jezika. Hkrati je podjetjem vedno težje najti kvalificirano delovno silo z znanjem jezikov, ki presega osnovno znanje angleščine, kar občutijo kot resnični problem.

Mobilnost delavcev še vedno ostaja sorazmerno nizka. Samo 2 % delovno sposobnih državljanov živi in dela v drugi državi članici, kot je njihova. Pomanjkanje znanja jezikov je najpogosteje navajana ovira za mobilnost v Evropi. Zadevni delež državljanov tretjih držav in ljudi, rojenih v drugih državah, ki pa prebivajo v EU, je skoraj dvakrat tako visok¹. Vendar se morajo priseljeni delavci truditi, da dosežejo znanje jezika, ki je potrebno v njihovi novi državi. Čeprav druga generacija priseljencev iz držav zunaj EU odraste dvojezična ali trijezična, pa se to njeno znanje jezikov le redko upošteva.

1.2 ... ki ga je treba sprostiti

Naša skupina bi pri nosilcih odločanja na vseh družbenih ravneh želela zbuditi občutek nujnosti. Evropa tvega, da bo izgubila tekmo v znanju, ker porajajoča se gospodarstva večinoma v Aziji in Latinski Ameriki hitro usvajajo jezikovna in druga znanja, potrebna za uspešno konkurenco na jutrišnjih trgih. Odločna vključitev večjezičnosti v vse strategije, katerih cilj je razvoj človeškega kapitala za prihodnost pomeni izziv. Potrebovali bomo prilagodljivo delovno silo, za katero bo celotna Evropa njena domača baza. Hkrati se mora Evropa uveljaviti kot privlačna poslovna priložnost, da bi pritegnila visoko kvalificirane priseljene delavce. Ti bodo s seboj prinesli jezike, ki jih potrebujemo za trgovanje na trgih, na katerih se bo rast v prihodnjih letih še vedno merila z dvomestnimi števili.

1.3 Raziskave kažejo potencial

Velik odstotek malih in srednje velikih podjetij v Evropi vsako leto izgubi posle prav zaradi svojih slabih jezikovnih znanj in medkulturnih nerazgledanosti. To so ugotovitve iz Poročila ELAN², ki ga je objavila Komisija februarja 2007. To je bilo prvo poročilo na ravni Evrope o izgubljenih poslih zaradi slabega znanja jezikov v podjetjih. To poročilo temelji na vzorcu skoraj 2 000 MSP iz EU-27 in držav kandidatk. Kar 11 % MSP iz vzorca je navedlo, da so izgubila pogodbe prav zaradi slabih jezikovnih in medkulturnih zmožnosti. V študiji predstavljene makroekonomske ugotovitve kažejo na znaten potencial za izboljšanje izvoza MSP, če bi bili jeziki strateško uporabljeni. To so potrdile tudi številne nacionalne študije.

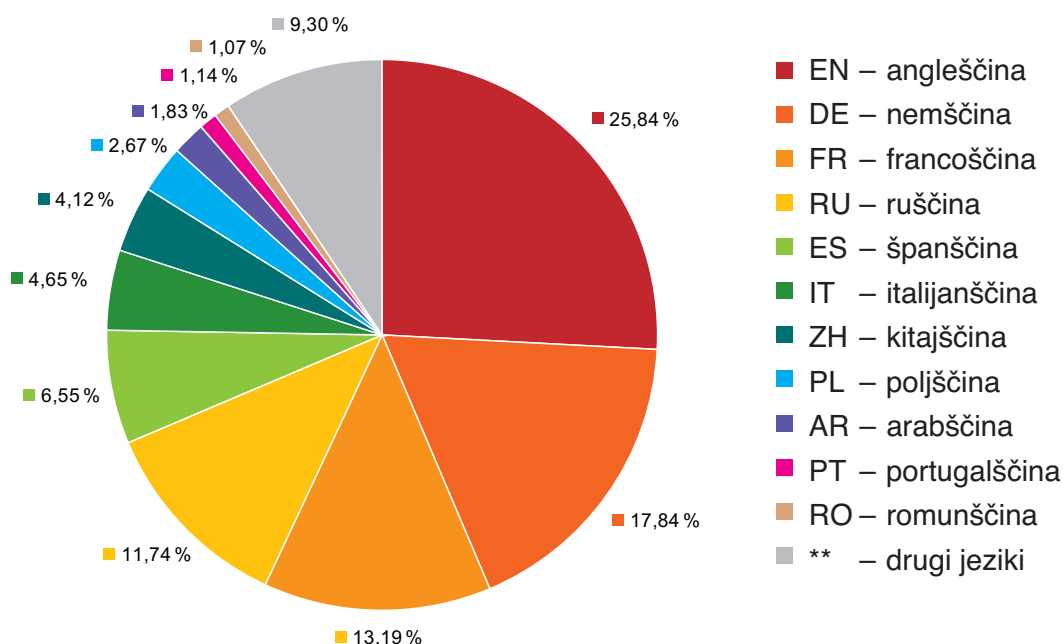
1 „Demografski trendi, socialno-ekonomski vplivi in politične posledice v Evropski uniji za leto 2007“ – poročilo o spremljanju Evropskega observatorija za socialni položaj in demografijo, stran 43.
http://ec.europa.eu/employment_social/spsi/docs/social_situation/2007_mon_rep_demo.pdf

2 Celotna študija in povzetek sta na voljo na spletnem naslovu http://ec.europa.eu/education/languages/pdf/doc421_en.pdf.

Avstrijski Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft je leta 2006 objavil poročilo o predvidevanjih v zvezi s prihodnjimi problemi v Avstriji, ki je po Eurobarometru ena od redkih držav, kjer se je znanje jezikov med splošnim prebivalstvom dejansko zmanjšalo. Poleg angleščine bodo podjetja potrebovala italijanščino in jezike jezikovnih partnerjev iz Srednje in Vzhodne Evrope, zlasti češčino, slovaščino in madžarščino.

Raziskave in izkušnje na splošno kažejo, da obstaja neka samozadovoljnost, saj se na angleščino gleda kot na edini jezik, potreben za mednarodno poslovanje. Veliko podjetij bi še vedno moralo okrepiti sposobnost svojih zaposlenih za sproščeno uporabo angleščine. Vendar se v večjem delu Evrope na angleščino gleda kot na temeljno znanje in ne kot na tuji jezik. Znanje tega jezika na ravni naravnih govorcev postaja manj pomembno, ker angleščina postaja vse bolj sestavina osnovne izobrazbe v številnih državah³. V tem okviru nastaja še bolj izrazita potreba je še bolj pomembno po ohranjanju prednosti z učenjem drugih jezikov.

Jeziki, ki bi jih morala MSP usvojiti ali izboljšati v naslednjih treh letih



Četrtnina MSP še vedno meni, da bi morala izboljšati svojo znanje angleščine. Vendar prav tako obstaja veliko povpraševanje po nemščini, francoščini in ruščini. V multinacionalkah so prav tako zelo iskani mandarinščina in drugi kitajski jeziki (ZH).

Vir: Študija ELAN 2006

Dansko gospodarsko združenje je leta 2007 izvedlo raziskavo med včlanjenimi podjetji, ki je pokazala, da več kot tretjina vseh podjetij uporablja drug jezik kot angleščino in da so štiri podjetja od desetih imela bolj ali manj resne težave pri sporazumevanju s trgovskimi partnerji v drugih državah zaradi slabšega znanja jezikov.

³ Raziskava, ki jo je izvedel Britanski svet, poudarja izredno naglico, s katero se dogajajo spremembe, ki zadevajo angleščino, zlasti v dveh poročilih Davida Graddola z naslovoma „Future of English“ (1997) in „English Next“ (2006). <http://www.britishcouncil.org/learning-research-englishnext.htm>



1.4 Izziv, s katerim se spoprijemajo MSP

Manjšim podjetjem lahko dobra večjezična komunikacija odpre priložnosti, so lahko odločine za uspehom in propadom. Znanje jezikov bo pomenilo naložbo za vse dejavnosti, ne le za prodajo in trženje. Pri neposredni komunikaciji med ljudmi na vseh ravneh bo reševanje težav hitrejše, zamud pa ne bo.

V Študiji ELAN je samo 48 % MSP iz vzorca navedlo, da imajo uradne jezikovne strategije v podporo svojim mednarodnim dejavnostim. Skoraj 40 % MSP sploh ne dela z večjezičnimi spletnimi stranmi. Študija je ugotovila močno soodvisnost med vlaganji v jezikovne strategije, izvoznim deležem prodaje in produktivnostjo podjetja.

Primer: Hencke und Meier, specializirano tesarstvo, Düsseldorf, Nemčija

Oba solastnika podjetja govorita angleško, francosko in špansko. Svojih devet obrtnikov (od katerih so trije vajenci) spodbujata k učenju, dopolnjevanju in uporabi njihovega znanja jezikov. Thomas Meier je povedal: „Naše znanje jezikov je prednost v primerjavi z našimi tekmeci, pomagalo nam je do zanimivih pogodb in trajnih odnosov s strankami. Vključeni smo bili v velik restavratorski projekt v Franciji v okviru mednarodne ekipe: umetnikov mozaika iz Italije, mojstrov za štukature iz Poljske, električarjev iz Francije, umetniških restavratorjev iz Anglije ... Znali smo več jezikov in zato so nas povabili kot posrednike, ko je bilo treba reševati probleme z lokalnimi obrtniki. Vedno smo znali najti rešitve na način, ki je bil stroškovno učinkovit in ugoden za naše stranke.

1.5 Večjezičnost in integracija

Večjezičnost je ključni element vključevanja in omogoča medkulturni dialog. Lahko pomaga izboljšati položaj milijonov priseljencev v Evropi in prispeva k njihovem vključevanju na trg dela. Učinkovita podpora v pomoč priseljencem pri hitrem učenju jezika njihove nove države gostiteljice je osnovni pogoj za gladek potek operacij. Boljša komunikacija med delavci poveča učinkovitost, kakovost in varnost, ki so ključni parametri za vsako področje proizvodnje. Jezikovno znanje delavcev migrantov lahko koristi podjetjem, če se ga uporabljajo bolj proaktivno. Ti delavci so dragoceni kot kulturni posredniki in prodajna moč.

Primer: UMAC Midwest – recikliranje sintetičnega kavčuka, Antwerpen, Belgija

Med 50 delavci v podjetju UMAC Midwest je 21 maroških priseljencev. Ob prihodu so znali zelo slabo ali skoraj nič nizozemsko, samo arabsko in/ali francosko. S pomočjo denarja Evropskega socialnega sklada in zunanjih strokovnjakov je bila pripravljena jezikovna in komunikacijska strategija. Cilji so bili povečanje učinkovitosti, kakovosti in varnosti, povečanje motivacije in osebne vključenosti delavcev ter izboljšanje delovnega okolja z namenom zmanjšanja stopnje odsotnosti. Na voljo so bili jezikovni tečaji v kratkih modulih, sledile pa so jim razprave v okviru tematskih skupin in druga redna srečanja, ki so vključevala domače in priseljene zaposlene. Delavci imajo zdaj pozitiven odnos do jezikovne in kulturne raznolikosti v podjetju in doseženi so bili vsi cilji.

2. Obstoječi instrumenti in tekoče prakse

Skupina je primerjala stanje v več evropskih državah in si ogledala najnovejše dogajanje na ravni EU v zvezi s uveljavljanjem jezikov v gospodarstvu. Rezultati v posameznih evropskih državah so neenotni in neskladni. V celoti gledano le malo političnih pobud poudarja potrebo po izboljšanju položaja, večjezičnost pa je le poredkoma navzoča v razvojnih programih, namenjenih razvijanju znanja in spretnosti za prihodnost.

2.1 Evropske pobude

Poslovni forum pozdravlja sodelovanje na evropski ravni v okviru lizbonske strategije za rast in delovna mesta. Poudarek je na mobilnosti Evropski akcijski načrt za poklicno mobilnost⁴ predlaga krepitev EURES-a, internetnega portala v 25 jezikih z dostopom do vseevropske podatkovne zbirke o delovnih mestih. Druge obetavne pobude vključujejo „Evropsko partnerstvo za mobilnost delavcev“. To mrežo podpira Komisija, sestavljajo pa jo zainteresirane strani, ki skušajo povečati mobilnost delavcev v EU. Evropski parlament finančno podpira pobudo, namenjeno razvijanju strukturirane sheme mobilnosti za vaje in druge mlade v poklicnem usposabljanju.

2.2 Evropska sredstva

Če pogledamo absolutne številke, prihaja večina sredstev EU iz Evropskega socialnega sklada, Sklada za regionalni razvoj in za nekatere države iz Kohezijskega sklada. Ta sredstva skupaj znašajo 347 milijard EUR (2007-2013). Nacionalni organi razdelijo ta denar v okviru nacionalnih načrtov, ki jih odobri Evropska komisija na podlagi vzajemno dogovorjenih prednostnih nalog. Za ta sredstva se lahko potegujejo tudi projekti vključevanja delavcev na delovnem mestu, ki vključujejo jezikovne tečaje in nadomestilo za izgubljeni delovni čas.

Nepovratna pomoč, ki je na voljo v okviru programa vseživljenjskega učenja Evropske komisije, se razdeljuje prek letnih razpisov. Celotni znesek za leto 2008 znaša 873 milijonov evrov. Za podjetja je zanimiv zlasti podprogram Leonardo da Vinci, ker je usmerjen v poklicno usposabljanje⁵.

Projekt mobilnosti Leonardo „Formation Transnationale Europe“

Projekt prispeva k razvoju strokovnega znanja in znanja jezikov francoskih iskalcev zaposlitve prek praktičnega usposabljanja v evropskih podjetjih. Skupina ima tečaj usposabljanja, ki vključuje osem tednov splošnega usposabljanja s strokovnimi, jezikovnimi in kulturnimi moduli, tri do šest tednov intenzivnih jezikovnih tečajev in nazadnje 20–24 tednov pripravništva v enem od evropskih podjetij. Izmenjava poteka v okviru evropskih partnerstev, ki zagotovijo dobro spremljanje dela pripravnikov. Partnerstva vključujejo 18 partnerjev iz štirih držav. Po pripravništvu mora pripravnik predložiti poročilo v jeziku države gostiteljice, ki je upoštevano pri njegovi oceni.

⁴ COM(2007) 773 konč. Dokument lahko naložite s spletne strani http://eur-lex.europa.eu/Result.do?T1=V5&T2=2007&T3=773&RechType=RECH_naturel&Submit=Search.

⁵ Seznam trenutnih publikacij o projektih, ki jih financira EU, je na voljo na http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/publ/educ-training_en.html.



Postopki prijave za subvencije Skupnosti so zapleteni in dolgotrajni. Pravila za oblikovanje evropskega konzorcija – običajno pogoj za vlogo za kakršno koli vrsto subvencije – pogosto izključujejo podjetja s hčerinskimi družbami ali zastopniki v različnih državah, ki bi lahko sicer imela koristi od evropskih subvencij. Te probleme bo treba obravnavati v prihodnjih pogovorih med Evropsko komisijo in gospodarstveniki.

2.3 Materni jezik in še dva druga jezika – še vedno veljavni cilj

Čeprav lahko pobude EU in sredstva Skupnosti zagotovijo znatno spodbudo prizadevanjem na nacionalni in regionalni ravni, pa bo treba veliko dela v zvezi s podporo večjezičnosti opraviti v državah članicah. Zato je pomembno, da države članice nadaljujejo s prizadevanji za doseganje vzajemno dogovorjenega skupnega cilja na srečanju na vrhu v Barceloni leta 2002. Vsak državljan naj bi se poleg svojega maternega jezika naučil še dveh jezikov.

Želeli bi, da bi imela večjezičnost več aktivne podpore na vseh ravneh šolanja. Najpomembnejše je, da je treba izbiro jezikov razširiti. Na višjih ravneh morajo biti učne metode bolj uporabne in praktično usmerjene. Znanje jezikov bi moralo biti primerno priznано v učnih načrtih in pozneje pri ocenjevanju kandidatov za službo. Po drugi strani pa bi moralo biti znanje jezikov primerno priznано v sporazumih med socialnimi partnerji, doseženimi na osrednji ravni.

2.4 Omrežja lahko povečajo ozaveščenost in zagotovijo podporo

Regionalno je bil napredek dosežen v več državah članicah in pridruženih državah prek omrežij, kot so trgovinske zbornice in trgovinski sveti. Ti omogočajo začetno pomoč MSP, ki se želijo širiti na mednarodne trge. Če bi bile jezikovne strategije ključni del takšnih podpornih programov, bi sodelujoča podjetja imela še več koristi.

Danski trgovinski svet

Trgovinski svet je vladna organizacija za promocijo izvoza in naložb v okviru Ministrstva za zunanje zadeve⁶. Zagotavlja individualno svetovanje podjetjem in splošne poslovne storitve za podjetja in širšo javnost. Osredotoča se na MSP in je razvil programe za zadovoljevanje posebnih potreb teh podjetij. Tak primer je program izvozne pomoči (Export Start Programme), ki vključuje pomoč za konkretne naloge v zvezi z internacioanalizacijo, kot so iskanje partnerjev, tržne raziskave in dostop do omrežij.

2.5 Preskusi in standardi

Uveljavljeni standardi se lahko uporabijo za določitev posameznih, posebnih in merljivih ciljev za različne kategorije zaposlenih, odvisno od njihove uporabe jezikov pri delu. Takšne diferencirane jezikovne strategije so lahko uporabne in učinkovite, ker standardi zagotavljajo konkretna orodja oddelkom za človeške vire pri njihovi analizi potreb podjetja. Lahko pa so tudi vključeni v cilje osebnega razvoja. Najpogosteje uporabljeni sistem je Skupni evropski referenčni okvir za jezike (CEFR), ki ga je zasnoval Svet Evrope in se uporablja v sodelovanju z Evropsko komisijo. Prek sistema kompetenc, potrebnih za izvedbo različnih nalog v različnih razmerah, je okvir dobro prilagojen pristopu, ki obsega zapletene situacije na delovnem mestu.

Primer: Henkel KGaA, Düsseldorf, Nemčija

Henkel je veliko multinacionalno kemijsko podjetje, lastnik mnogih dobro znanih svetovnih blagovnih znamk⁷. Vsako leto je samo v Nemčiji 2 500 zaposlenih vključenih v jezikovno in komunikacijsko usposabljanje. Pomemben delež usposabljanja je organiziran kot sestanki projektnih skupin. Henklovo interno jezikovno usposabljanje se osredotoča na delovne procese in ustreza z jezikom povezana komunikacijska znanja, potrebna za izvedbo različnih nalog v podjetju. Potrebe po usposabljanju so ocenjene in določene na podlagi standardov CEFR. Večfunkcionalne projektne skupine se usposabljuje skupaj. S to interaktivno in prožno metodo ostaja za učenje odgovorna projektna skupina, vendar pa kultura učenja spodbuja individualno učenje in timske veščine. Uspeh je mogoče vedno natančno izmeriti z opazovanjem uporabe naučenih znanj v avtentičnih delovnih situacijah.

3. Kako naprej

Pravi napredek bo dosežen, če bodo podjetja, od mikropodjetij do multinacionalk, razvila ustvarjalne in dinamične jezikovne strategije, prilagojene posameznim možnostim vsake organizacije. Vse takšne strategije potrebujejo podporo lokalnih in regionalnih omrežij. Izvedljive rešitve so mogoče prek partnerstev, tako med gospodarskim in izobraževalnim sektorjem kot med industrijo in raziskovalno sfero, njihov cilj pa je prenos znanja jezikov in jezikovnih tehnologij v prakso.

3.1 Močnejša usmerjenost v večjezičnost

Podjetja morajo preučiti obstoječe znanje jezikov v podjetju in ga strateško uporabiti. Pregledati morajo svoje politike zaposlovanja, strategije usposabljanja in načela glede mobilnosti. Zaposlene lahko spodbujajo k uporabi in razvoju znanj, ki so jih že pridobili, in predlagajo jezikovno usposabljanje na spodbuden način, usklajen z zahtevami delovnega mesta.

Najti je mogoče prožne in časovno primerne internetne tečaje, ki so prilagojeni potrebam, sredstvom in omejitvam posameznih podjetij. Možnosti, ki jih ponujajo novi mediji za učenje in vadbo tujih jezikov, so vse večje.

Prevajalske storitve se lahko uporabijo za sistematično pregledovanje strani z objavami javnih naročil v nacionalnih in mednarodnih medijih. Internetna komunikacija in oglaševanje morata biti jezikovno raznolika, sporočila pa pazljivo prilagojena ciljnim skupinam. Če so jezikovne tehnologije spretno uporabljene, lahko pomagajo zmanjšati in nadzorovati stroške večjezičnosti.

3.2 Podporne strukture na regionalni in lokalni ravni

Nacionalne vlade morajo najti učinkovitejši način za zagotavljanje pomoči MSP, ki imajo možnosti za uspeh na tujih trgih. Praviloma se takšna pomoč zagotavlja na regionalni ravni in v sodelovanju z regionalnimi razvojnimi agencijami. Poleg finančne podpore bi imela podjetja korist od dobrih praks in strokovnega znanja s področja večkulturne in večjezične komunikacije.

⁷ Dodatne informacije: <http://www.henkel.com/>.



Regionalna jezikovna omrežja v Združenem kraljestvu

Regional Language Networks (RLN)⁸ v Združenem kraljestvu, ki jih podpira CILT, promovirajo znanje jezikov in kulturne spretnosti posebej za gospodarstvo in zaposlene. Njihova naloga je sodelovanje s partnerji pri opredelitvi in obravnavi regionalnih in sektorskih potreb glede jezikov in kulturne ozaveščenosti, zagotavljanje podpore podjetjem glede jezikovnih vprašanj in podpora strokovnjakom v jezikovni industriji. Nekaj sredstev zagotavljajo zainteresirane strani, kot so Regional Development Agencies, UK Trade and Investment offices ter Learning and Skills Councils v posameznih regijah.

Lokalno obstajajo možnosti za izboljšanje jezikovnih izmenjav v okviru lokalnih poslovnih skupnosti. Pomoč in podporo lahko zagotovijo zbornice, interesne skupine ali lokalne oblasti. Zamisli vključujejo delitev stroškov in sredstev za organizacijo jezikovnega usposabljanja za različne kategorije zaposlenih, pa tudi neformalne izmenjave, kot so konverzijske skupine v času kosila in medkulturni sejmi, organizirani v poslovnih centrih z večjezično delovno silo.

3.3 Medsektorska in čezmejna partnerstva

Strateška partnerstva imajo pomembno vlogo, kadar gre za naložbe v človeški kapital in razvijanje znanj in spretnosti za prihodnost. Veseli bi bili partnerstev za poklicno mobilnost po vsej Evropi, s podjetji, ki iščejo nove možnosti za sodelovanje v različnih omrežjih za razvoj izmenjav in shem mobilnosti. Učenje jezikov bi moralo biti sestavni del obmejnih regionalnih pobud, ki bi vključevale podjetja in izobraževalni sektor. Takšno sodelovanje lahko prispeva k blaginji s pospeševanjem trgovine med sosednjimi državami.

Zdi se, da je za mnoga podjetja, zlasti MSP, prag uporabe jezikovnih tehnologij še vedno visok. Položaj se lahko izboljša s pospeševanjem partnerstev med gospodarstvom in raziskovalnim sektorjem in z nadaljnji prizadevanji za prenos jezikovnih tehnologij v koristno uporabo. To ne bo samo upravičilo velikih naložb v raziskave jezikovnih tehnologij, temveč tudi zagotovilo konkurenčno prednost in boljše storitve za državljane.

Poleg tega bi naša skupina želela, da bi se delo, ki je privedlo do tega poročila, nadaljevalo na ravni EU. Gospodarski sektor v EU potrebuje stalni forum za razpravo in izmenjavo izkušenj in dobrih praks. Nadaljevati moramo s prireditvami za ozaveščanje po vsej Evropi, z aktiviranjem vseh dostopnih omrežij v usklajeni kampanji za senzibiliziranje nosilcev odločanja v podjetjih in vladah. Skupaj moramo poskrbeti, da bodo jeziki priznani in uporabljeni kot temeljni pogoj za uspešna podjetja jutrišnjega dne.

Z znanjem jezikov do poslovnega uspeha
Podjetja z znanjem jezikov so uspešnejša
Priporočila Podjetniškega foruma za večjezičnost, ki ga je ustanovila Komisija

Luxembourg: Urad za uradne publikacije Evropskih skupnosti
2008 – 14 str. – 21,0 x 29,7 cm
ISBN 978-92-79-08801-8

Kako do publikacij EU?

Publikacije Urada za publikacije, namenjene prodaji, so na voljo na strani EU Bookshop
► <http://bookshop.europa.eu>, kjer jih lahko naročite pri izbrani prodajni enoti.
Seznam prodajnih enot po vsem svetu lahko zahtevate tudi po faksu (352) 29 29-42758.



NC-30-08-370-SL-C

Evropska komisija
GD Izobraževanje in kultura
B-1049 Bruxelles / Brussel
32 - (0)2 299 11 11
32 - (0)2 295 57 19
eac-info@ec.europa.eu



Urad za publikacije
Publications.europa.eu

ISBN 978-92-79-08801-8



9 789279 088018