

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT KOPER

Diplomska naloga

VPLIV POMANJKANJA ZNANJA TUJIH
JEZIKOV V EU: PRIMER MALIH IN SREDNJE
VELIKIH SLOVENSКИH PODJETIJ

Sonja Kristan Bajželj

Koper, 2011

Mentor: doc. dr. Igor Rižnar

POVZETEK

Znanje tujih jezikov igra pomembno vlogo predvsem v podjetjih, ki delujejo na globalni ravni, ki so izvozno naravnana in večinoma poslujejo na mednarodnih trgih. Jezikovno usposobljen kader je še posebej pomemben za mala in srednje velika podjetja, saj takšna podjetja navadno nimajo pripravljene formalne jezikovne strategije in ne namenjajo dovolj denarja za jezikovno izobraževanje. Diplomatska naloga se osredotoča na vprašanje, kako znanje tujih jezikov vpliva na poslovanje MSP na globalnem trgu. Obenem se dotakne večjezičnosti Evropske unije, kaj ta prinaša EU in kako vpliva na evropsko gospodarstvo. Na drugi strani pa je eno od ključnih vprašanj, kakšno vlogo imajo za gospodarstvo EU mala in srednje velika podjetja in kako EU prispeva k izboljšanju znanja tujih jezikov znotraj malih in srednje velikih podjetij. Ključni del diplomske naloge predstavlja anketni vprašalnik, ki je bil opravljen med 119 slovenskimi MSP. Na podlagi zbranih rezultatov diplomska naloga ugotavlja, da je znanje tujih jezikov v slovenskih MSP dobro oziroma da ne odstopa od evropskega povprečja.

Ključne besede: Evropska unija, MSP, večjezičnost, jezikovna politika, znanje tujih jezikov, izobraževanje in usposabljanje

SUMMARY

Knowledge of foreign languages plays an important role in enterprises operating on global level, which are export oriented and mainly operate in international markets. Linguistic qualified personnel are particularly important for small and medium-sized enterprises, since such companies have usually prepared no formal language strategy and do not allocate enough money for language training. This diploma thesis focuses on how language skills influence the business of SMEs in the global marketplace. At the same time it discusses the multilingualism of the European Union, what it brings to EU and how it affects the European economy. On the other hand, it discusses of the key issues, namely, what the role of SMEs in the EU economy is and how the EU contributes to improving foreign language skills within SMEs. A key part of the thesis presents the survey questionnaire, carried out among 119 Slovenian SMEs. Based on the gathered results the thesis concludes that the knowledge of foreign languages in the Slovenian SMEs is good and does not deviate from the European average.

Key words: European Union, SMEs, multilingualism, language politics, language skills, education and training

UDK: 81'27:316.77(043.2)

ZAHVALA

Prispela sem na cilj svojega študijskega potovanja, ki je bilo naporno in lepo obenem. Obogatilo me je z novim znanjem, novimi pogledi in novimi prijateljstvi. Vodila me je neizmerna želja po uspehu, a ni dovolj le hoteti, treba je tudi narediti. Na tej poti sem potrebovala pomoč, zato se zahvaljujem vsem, ki so mi pomagali, da se sedaj lahko veselim svojega uspeha.

Zahvaljujem se mentorju doc. dr. Igorju Rižnarju za pomoč in nasvete pri izdelavi diplomske naloge.

Zahvaljujem se tudi lektorici Anji Strajnar, ki je lektorirala mojo diplomsko nalogo.

Posebna zahvala gre moji mami in mojima hčerkama Leni in Evi, ki so mi v času študija stale ob strani, me spodbujale, mi pomagale in verjele vame. Skupaj smo se veselile vsake moje posamične zmage. Brez vas mi ne bi uspelo. Hvala vam.

VSEBINA

1	Uvod	1
2	Evropska unija in večjezičnost	3
2.1	Evropski jeziki.....	3
2.2	Znanje jezikov pri Evropejcih.....	4
2.3	Poučevanje in raba jezikov v vzgoji in izobraževanju v Sloveniji.....	4
2.3.1	Prvi tuji jezik	5
2.3.2	Drugi tuji jezik	5
2.4	Vloga Evropske komisije	6
2.5	Jezikovna politika EU	7
3	Mala in srednje velika podjetja v Evropski uniji	10
3.1	Definicije MSP	10
3.2	Mala in srednje velika podjetja in Evropska unija	10
3.3	Nova opredelitev MSP	12
3.4	Vloga MSP v gospodarstvu EU	13
3.5	Vloga in položaj MSP v slovenskem gospodarstvu.....	14
3.6	Sofinanciranje izobraževanj in usposabljanj za MSP	17
4	Pomembnost znanja tujih jezikov za gospodarstvo EU	18
4.1	Večjezičnost in podjetja EU.....	18
4.2	Obstoječi instrumenti in tekoče prakse	19
4.3	Kako izboljšati položaj?	20
4.4	Znanje tujih jezikov in MSP v EU	21
4.5	Jeziki v poslovnem svetu.....	22
4.6	Znanje jezikov in konkurenčnost	23
5	Znanje tujih jezikov in slovenska MSP	26
5.1	Analiza in interpretacija rezultatov	28
6	Sklep	38
	Literatura	41
	Viri	41
	Priloge	45

PONAZORILA

Slika 1:	Število zaposlenih.....	28
Slika 2:	Delovanje podjetij na mednarodnih trgih	29
Slika 3:	Najpomembnejši tuji trgi slovenskih MSP.....	29
Slika 4:	Najbolj pogosto uporabljeni tuji jeziki na mednarodnih trgih.....	30
Slika 5:	Tuji jeziki, ki jih zaposleni pri komunikaciji najbolj pogrešajo	31
Slika 6:	Izgubljena poslovna priložnost zaradi pomanjkanja znanja tujih jezikov	31
Slika 7:	Odstotek slovenskih MSP, ki imajo formalno jezikovno strategijo	32
Slika 8:	Zaposlovanje native speakerjev, prevajalcev in tolmačev v MSP.....	33
Slika 9:	Vpliv jezikovne kompetentnosti zaposlenih na izbiro izvoznega trga	33
Slika 10:	Odstotek podjetij, ki od zaposlenih zahtevajo specifična jezikovna znanja.....	34
Slika 11:	MSP s prilagojeno spletno stranjo za mednarodno poslovanje	35
Slika 12:	Vlaganje MSP v jezikovno izobraževanje zaposlenih.....	36
Slika 13:	Organiziranje jezikovnih tečajev za zaposlene v zadnjih treh letih.....	37
Preglednica 1:	Nova opredelitev mikro, malih in srednjih podjetij v EU	12

KRAJŠAVE

AJPES	Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve
ELAN	Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language skills in Enterprise
EU	Evropska unija
MSP	mala in srednja podjetja
STA	Slovenska tiskovna agencija

1 UVOD

Zaradi razširjenega trgovanja in kulturnih izmenjav svet postaja vedno bolj soodvisen. V današnjem času smo priča nenehnim spremembam v družbi, politiki, tehnologiji in ekonomskem sistemu. Mala in srednja podjetja (v nadaljevanju MSP), ki delujejo na mednarodnih trgih, morajo biti sposobna predvidevati in se hitro odzivati na tovrstne globalne spremembe. Slovenija sodi med manjša gospodarstva v Evropski uniji (v nadaljevanju EU) in je zaradi majhnosti svojih trgov prisiljena svoje poslovanje še bolj širiti preko meja države. Zato je zelo pomembno, da evropska podjetja zaposlenim omogočijo ustrezen razvoj ter skrbijo za stalno izobraževanje, usposabljanje in dopolnjevanje znanja na vseh področjih.

Eno ključnih znanj za razvoj gospodarstva in konkurenčnosti na trgu pa je prav znanje tujih jezikov in s tem sposobnost komuniciranja na mednarodnih trgih. Evropska študija ELAN iz leta 2006 *Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise* ugotavlja, da imajo zaposleni v podjetjih EU še vedno pomanjkljivo znanje tujih jezikov, kar negativno vpliva na medsebojno komunikacijo in na gospodarstvo EU nasploh (European Commission 2006).

Znanje tujih jezikov je za gospodarstvo EU še posebej pomembno – za EU je namreč značilna jezikovna različnost, ki vpliva na družabno, kulturno in poklicno življenje njenih državljanov, prav tako pa tudi na gospodarske in politične dejavnosti v njenih državah članicah. Nedavne širitve EU pa so še bolj prispevale k jezikovni različnosti in EU danes premore 23 uradnih jezikov ter še več kot 60 takšnih, ki se govorijo v določenih regijah. Tokovi globalizacije in priseljevanja pa še dodatno prispevajo k široki paleti jezikov, ki jih Evropejci dnevno uporabljajo (Evropska komisija 2011b).

Namen diplomske naloge je ugotoviti, kako znanje tujih jezikov vpliva na poslovanje malih in srednje velikih slovenskih podjetij na globalnem trgu. Dosedanje raziskave študije ELAN ugotavljajo, da je problem MSP predvsem ta, da nimajo jezikovno usposobljenega kadra, formalne jezikovne strategije in da ne namenjajo dovolj denarja za jezikovno izobraževanje.

V prvem poglavju se bom osredotočila na EU in večjezičnost. Opredelila bom, kaj pravzaprav je večjezičnost, kaj le-ta prinaša EU, kakšno je znanje tujih jezikov med Evropejci ter kakšne so prakse poučevanja in rabe jezikov v slovenskem izobraževalnem sistemu. Nadalje bom poskušala orisati, kakšna je vloga Evropske komisije in kakšna je njena jezikovna politika. V tretjem poglavju bom definirala, kaj so MSP ter kako jih opredeljuje EU. Ključno vprašanje bo, kakšno vlogo imajo MSP za gospodarstvo EU in kakšno za slovensko gospodarstvo. V četrtem poglavju pa bom nadaljevala z vlogo znanja tujih jezikov za gospodarstvo EU oziroma kako večjezičnost vpliva na gospodarstvo EU, kakšne so obstoječe prakse EU za prispevanje k izboljšanju znanja tujih jezikov v evropskih MSP ter predvsem, kako bi lahko izboljšali trenutno stanje znanja tujih jezikov v evropskih MSP. V zadnjem poglavju sledi

primerjalna analiza rezultatov raziskave o znanju jezikov med slovenskimi MSP in rezultati študije ELAN, ki je bila izvedena na evropski ravni.

Za teoretski del diplomske naloge bom kot metodo uporabila analizo primarnih in sekundarnih virov. Za raziskovalni del diplomske naloge pa bom uporabila metodo anketnega vprašalnika, ki ga bom opravila med slovenskimi malimi in srednjimi podjetji. Sledila bo analiza rezultatov in primerjalna analiza.

2 EVROPSKA UNIJA IN VEČJEZIČNOST

Za EU je značilna večjezičnost, ki pomeni sposobnost posameznika, da uporablja različne jezike, in sobivanje različnih jezikovnih skupnosti na enem zemljepisnem območju. Sposobnost sporazumevanja v več jezikih prispeva h konkurenčnosti evropskih podjetij, posameznikom omogoča študijsko in poklicno mobilnost, krepi ustvarjalnost in ruši kulturne stereotipe ter širi poznavanje tujih kultur. Jezikovna politika EU podpira tudi regionalne in manjšinske jezike, ki so del naše kulturne dediščine. V EU jih je več kot 60, govori pa jih skoraj 50 milijonov ljudi. EU si prizadeva, da bi vsi evropski državljani poleg maternega jezika govorili še dva tuja jezika (Evropska komisija 2011b).

2.1 Evropski jeziki

Kot navaja Evropska komisija (2010, 2), pogodba o ustanovitvi Evropske skupnosti določa pravno podlago za enakopravno uporabo vseh uradnih jezikov v EU. Ko se država pridruži EU, se sama odloči, kateri jezik bo razglasila za uradni jezik EU. Tako imajo državljani EU pravico katerikoli instituciji ali organu EU pisati v enem od uradnih jezikov EU in prejeti odgovor v istem jeziku; to pomeni, da slovenski državljan lahko piše institucijam v slovenskem jeziku in bo v slovenščini dobil tudi odgovor.

EU trenutno šteje 27 držav članic in ima 23 uradnih in delovnih jezikov: angleščino, bolgarščino, češčino, danščino, estonščino, finščino, francoščino, grščino, irščino, italijanščino, latvijščino, litovščino, madžarščino, malteščino, nemščino, nizozemščino, poljščino, portugalsščino, romunščino, slovaščino, slovenščino, španščino in švedščino. EU ima torej manj uradnih jezikov kot držav članic. To je zato, ker Nemčija in Avstrija uporabljata isti jezik, v Grčiji in na Cipru uporabljajo grščino, Belgija in Luksemburg pa imata skupne jezike s svojimi francoskimi, nemškimi in nizozemskimi sosedi. Nekaterе države članice pa imajo več uradnih jezikov, to so Belgija, Finska, Irska, Luksemburg in Malta (Evropska komisija 2011a).

Najpomembnejši in najpogosteje uporabljen jezik v EU pa je še vedno angleščina. Uporablja se v znanstvenih, kulturnih, gospodarskih in političnih sferah. Že leta 1998 Trček (1998, 14) navaja, da angleščina obsega že 50 ali več % svetovnega tiska, 80 % znanstvenih publikacij, do 75 % vse pošte in 60 % telefonskih pogovorov. Z absolutno premočjo angleškega jezika se hitro uveljavlja tudi proces poenotenja novih izrazov v strokah, ki se pogosto ne prevajajo v nacionalne jezike. Ugotavlja, da bo tako tudi v prihodnje, kar med drugim zagotovo pomeni, da se morajo mladi z vsega sveta poleg maternega jezika učiti tudi angleščino.

To pa nikakor ne velja samo za mlade in prihodnje generacije, ampak tudi za vse zaposlene v poslovnem svetu, ki vsakodnevno komuniciramo s tujimi poslovnimi partnerji. Obvladovanje enega ali več tujih jezikov v poslovnem komuniciranju prinaša številne prednosti, predvsem

pa bistveno izboljša možnosti za uspešno medsebojno sporazumevanje pri mednarodnem poslovanju.

2.2 Znanje jezikov pri Evropejcih

Služba Evropske komisije (2011c) za javnomnenjske raziskave Evrobarometer je leta 2001 in leta 2006 izvedla raziskavi o znanju jezikov evropskih državljanov in njihovem odnosu do tujih jezikov. Petletno obdobje med raziskavama je omogočilo zadostno časovno razdaljo za primerjavo podatkov, druga raziskava pa je zaradi vmesne širitve Evropske unije zajela še deset novih držav in vključila še Bolgarijo, Hrvaško, Romunijo in Turčijo.

Rezultati, ki jih je objavila raziskava, so zanimivi in ugotovimo lahko, da večina Evropejcev govori tuji jezik. Tako je leta 2001 53 % vprašanih odgovorilo, da poleg maternega jezika govorijo še en tuji jezik. Leta 2006 jih je tako odgovorilo že 56 %. Največ jezikov govorijo državljani Luksemburga, saj jih kar 99 % zna vsaj en tuji jezik, sledijo jim Slovaki s 97 %, na tretjem mestu pa so Latvijci s 95 %. V nadaljevanju je raziskava pokazala, da se je v tem času povečal tudi odstotek državljanov, ki govorijo dva tuja jezika, in sicer s 26 % v letu 2001, na 28 % v letu 2006. Ugotovljeno je bilo, da so najbolj razširjeni jeziki angleščina, francoščina in nemščina, sledita pa jim španščina in ruščina (Evropska komisija 2011c).

Na podlagi izvedenih raziskav lahko na splošno ugotovimo, da je večjezičnost pogostejša v manjših državah članicah, v državah, v katerih je materni jezik državljanov eden od manj razširjenih jezikov, in v državah, kjer državljani isti jezik delijo s svojimi sosedi. Razveseljivo pa je tudi dejstvo, da kar 92 % Evropejcev meni, da je učenje jezikov pomembno. To potrjuje tudi podatek iz raziskave leta 2006 – večina prebivalcev je bila enojezična samo v šestih državah članicah EU. Tako je na primer na Irskem 66 % državljanov poznalo samo materinščino, v Združenem kraljestvu 62 %, v Italiji 59 %, na Madžarskem in Portugalskem 58 % in v Španiji 56 % državljanov (Evropska komisija 2011c).

2.3 Poučevanje in raba jezikov v vzgoji in izobraževanju v Sloveniji

Ministrstvo za šolstvo in šport (2011b, 18) ugotavlja, da se poučevanje in učenje tujih jezikov tako v Sloveniji kot tudi v Evropi pomika v zgodnejše obdobje. Večjezičnost je namreč eno od pomembnejših načel sodobnega življenja, saj temelji na strpnosti med narodi in jezikovnimi skupinami ter je najbolj zanesljiva pot k razumevanju in spoštovanju različnosti in drugačnosti. Prav tako večjezičnost oziroma znanje več tujih jezikov vsakemu posamezniku ponuja več možnosti na globalnem trgu dela.

Ugotovimo lahko, da je tudi v Sloveniji zaznati določen napredek v smeri zavedanja, kako pomembno je znanje tujih jezikov, tako za posameznika kot za celotno družbo. Za izboljšanje obstoječega stanja je Nacionalna strokovna skupina, ki jo je imenoval minister za šolstvo in

šport, v letu 2011 dokončno pripravila in predala v parlamentarno proceduro novo Belo knjigo o vzgoji in izobraževanju v RS – novelo zakona, ki vsebuje strokovne podlage za sistematično in strokovno preoblikovanje ter dograjevanje sistema vzgoje in izobraževanja na vseh področjih (Ministrstvo za šolstvo in šport 2011a).

Področna strokovna skupina za osnovno šolo v Beli knjigi med sprejetimi rešitvami predlaga tudi zgodnejše učenje prvega tujega jezika. Učenci imajo možnost, da se prvi tuji jezik začnejo učiti že v vrtcu in z njim nadaljujejo v prvem razredu. Vsi pa se ga obvezno začnejo učiti v drugem razredu. Drugi tuji jezik se po novem uvaja kot izbirni predmet od četrtega razreda dalje. Pomembno je poudariti, da morajo biti učitelji za zgodnje poučevanje tujih jezikov primerno in tudi dodatno usposobljeni. Seznanjeni morajo biti s sodobnimi pristopi, ki so potrebni za poučevanje majhnih otrok. Učenje tujega jezika v predšolski dobi in v prvem triletju osnovne šole se uvaja in izvaja v skladu z dognanji stroke glede poučevanja tujih jezikov v zgodnjem otroštvu in v odprtem sodelovanju s starši (Ministrstvo za šolstvo in šport 2011b, 19).

2.3.1 Prvi tuji jezik

Prvi tuji jezik v slovenskih osnovnih šolah je praviloma angleščina. Omenjena Bela knjiga vsebuje tudi primerjalne študije in ugotavlja, da je starost, pri kateri se učenci obvezno začnejo učiti prvi tuji jezik, v različnih državah Evropske unije zelo različna. Tako se na primer pri petih letih starosti obvezno učijo prvi tuji jezik na Malti, pri šestih letih pa v Italiji, Luksemburgu, Avstriji in na Norveškem. Pri sedmih letih se učenci začnejo učiti v Estoniji, Franciji in na Poljskem. Na Švedskem se tretjina učencev uči prvi tuji jezik že od sedmega leta naprej, preostali pa do vključno petnajstega leta. Pri osmih letih se začnejo učiti prvi tuji jezik na Češkem, v Belgiji, Bolgariji, Grčiji, Španiji, Romuniji in Liechtensteinu. Pri devetih letih pa na Danskem, Islandiji, Cipru, Madžarskem, v Latviji in Sloveniji. Pri desetih letih se začnejo obvezno učiti prvi tuji jezik v Nemčiji, Litvi, na Nizozemskem, Portugalskem, Slovaškem in Finskem. V Angliji, Walesu in Severni Irski pa pričnejo z obveznim učenjem prvega tujega jezika pri enajstih letih (Ministrstvo za šolstvo in šport 2011c, 21–22).

2.3.2 Drugi tuji jezik

Prav tako lahko ugotovimo (Ministrstvo za šolstvo in šport 2011c, 28–29), da je praksa uvajanja obveznega učenja drugega tujega jezika v času osnovnošolskega izobraževanja v različnih državah drugačna. Pri sedmih letih se začnejo obvezno učiti drugi tuji jezik učenci v Luksemburgu, pri desetih letih v Estoniji in Romuniji, pri enajstih letih v Italiji in na Malti, pri dvanajstih letih v Grčiji, Latviji, Litvi, na Cipru, Nizozemskem, Portugalskem in Islandiji, pri trinajstih letih na Danskem in Švedskem, pri štirinajstih letih na Madžarskem in pri petnajstih letih na Finskem.

Kot smo že omenili v okviru predlaganih rešitev glede obveznega učenja drugega tujega jezika v slovenskih osnovnih šolah, lahko učenci drugi jezik izberejo kot neobvezni izbirni predmet od četrtega razreda dalje ali pa v okviru obveznih izbirnih predmetov v tretjem triletju obveznega šolanja. Med drugimi tujimi jeziki, za katere obstajajo veljavni učni načrti, sta poleg angleščine še francoščina in nemščina – to so hkrati tudi najbolj razširjeni delovni jeziki v Evropski uniji. Sledi učenje jezikov sosednjih držav, kot so hrvaščina, italijanščina in madžarščina, in zatem še učenje ruščine, španščine in latinščine. Šola je pri ponudbi učenja drugega tujega jezika avtonomna, vendar mora pri tem upoštevati načela, priporočila in navodila za razmeščanje drugega jezika, ki jih oblikujejo pristojne strokovne institucije ter sprejmeta oziroma določita pristojni strokovni organ in ministrstvo. S tem v skladu z nacionalno jezikovno politiko in ob upoštevanju družbene in kulturne vloge posameznih jezikov zagotovijo in omogočijo ustrezen obseg in razmestitev izvajanja pouka teh jezikov (Ministrstvo za šolstvo in šport 2011c, 30–31).

2.4 Vloga Evropske komisije

Evropska komisija je ena izmed treh glavnih institucij EU in je hkrati najpomembnejša ustanova za delovanje evropske integracije ter gonilna sila pri gradnji Evrope. Komisija je neodvisna od nacionalnih vlad. Njena naloga je zastopati in se zavzemati za interese EU kot celote. Pripravlja predloge za novo evropsko zakonodajo, ki jih nato predloži Evropskemu parlamentu in Svetu Evropske unije ter je odgovorna za izvajanje odločitev Parlamenta in Sveta. Komisija upravlja tekoče delovanje EU, ki obsega izvajanje politik, vodenje programov in porabo finančnih sredstev (Portal Evropske unije b. l.).

Ena izmed politik, ki jo izvaja Evropska komisija, pa je tudi tako imenovana politika Jeziki in večjezičnost. EU si z jezikovno politiko prizadeva zaščititi jezikovno različnost in uveljaviti znanje tujih jezikov. Pri tem jo vodi spoštovanje kulturne identitete prebivalcev in prizadevanje za večjo družbeno povezanost. Komisija poziva države članice EU in druge institucije EU, da se pridružijo prizadevanjem, da spodbujajo državljane pri učenju jezikov in da pomagajo pri odpravljanju komunikacijskih ovir (Evropska komisija 2009).

Kot navaja Komisija Evropskih skupnosti (2008, 3), so jeziki del naše skupne dediščine in predstavljajo most, ki nas povezuje z drugimi ljudmi, ter tako spodbujajo medsebojno razumevanje. Eden izmed temeljev evropskega projekta je prizadevanje EU, da bi združila različnost in s tem zagotovila usklajen soobstoj številnih jezikov v Evropi. V današnjem globaliziranem svetu je jezikovna raznolikost dragocena prednost, zato lahko z uspešno politiko večjezičnosti izboljšamo življenje državljanov na vseh področjih.

Evropska komisija (2008a, 1–2) zato poudarja:

- Vsi jeziki v Evropi so del naše skupne kulturne dediščine in oblikujejo našo identiteto. Jeziki in kulture, ki jih prinašajo priseljenci, pa to jezikovno bogastvo še povečujejo.

- Govorci različnih jezikov imajo danes v globaliziranem svetu veliko več možnosti za medsebojne stike tako pri vsakodnevnih stikih z ljudmi različnih kultur kakor tudi pri poslovanju s strankami in dobavitelji iz različnih držav in z različnih kontinentov.
- Zaradi pomanjkanja medsebojnega razumevanja vse prepogosto prihaja do nesporazumov in zapostavljanja določenih skupin, s tem pa se na številnih področjih izgubljajo priložnosti za sodelovanje.

2.5 Jezikovna politika EU

Evropska komisija je v svojem delovanju izdala oziroma sprejela številne ukrepe, ki poudarjajo evropsko jezikovno raznolikost in z njo večjezičnost kot prednost Evrope in njenih državljanov za doseganje socialne kohezije in blaginje. Tovrstni dokumenti zaznamujejo glavne razvojne stopnje v politiki večjezičnosti v EU in predstavljajo mejnike njene jezikovne politike.

Pomemben dokument je *Resolucija Sveta z dne 21. novembra 2008 o evropski strategiji za večjezičnost*¹ (objavljena v Uradnem listu Evropske unije C 320, 16/12/2008 str. 0001–0003), ki navaja ključne naloge Evropske komisije pri izvajanju jezikovne politike. Ena glavnih nalog Evropske komisije je, da podpira države članice pri njihovem prizadevanju za doseganje ciljev, tako da v celoti izkoristijo evropsko sodelovanje na področju izobraževanja, kulture in drugih ustreznih politik. Prav tako mora v sklopu novega celovitega okvira politike večjezičnosti in v okviru svojih pristojnosti sprejemati ukrepe, s katerimi bo ustrezno upoštevala jezikovne potrebe državljanov in institucij. Predvsem pa mora redno pregledovati stanje glede znanja jezikov v Evropi, zlasti tako, da upošteva obstoječe raziskave, ki so jih opravile države članice, skupni evropski referenčni jezikovni okvir, po potrebi pa tudi evropski kazalnik jezikovnih kompetenc.

V Resoluciji Sveta z dne 21. novembra 2008 o evropski strategiji za večjezičnost (prav tam) so ministri EU tudi določili ukrepe, s katerimi naj bi v EU uveljavili učenje jezikov in zaščitili jezikovno raznolikost. Poudarjajo, da je znanje jezikov eno od osnovnih znanj, ki ga potrebuje vsak državljan, da lahko učinkovito sodeluje v evropski družbi znanja in na ta način pospešuje vključevanje v družbo in spodbuja socialno kohezijo. Znanje tujih jezikov ne samo spodbuja krepitev boljšega medsebojnega razumevanja narodov, temveč je tudi predpogoj za mobilnost delavcev in lahko prispeva k večji konkurenčnosti gospodarstva EU. Poudarek pa je tudi na učenju dveh tujih jezikov že od zgodnjega otroštva.

Resolucija Sveta o evropski strategiji za večjezičnost (prav tam) meni, da:

- sta jezikovna in kulturna raznolikost del evropske identitete in da je takšna raznolikost hkrati skupna dediščina, bogastvo, izziv in prednost Evrope;

¹ Resolucija Sveta z dne 21. novembra 2008 o evropski strategiji za večjezičnost. Uradni list EU, št. C 320/08.

- je večjezičnost pomembno horizontalno področje, ki zadeva družbeno, kulturno, gospodarsko in s tem tudi izobraževalno področje;
- spodbujanje manj razširjenih evropskih jezikov pomembno prispeva k večjezičnosti;
- bi si bilo treba še bolj prizadevati za spodbujanje učenja tujih jezikov in spoštovanje kulturnih vidikov jezikovne raznolikosti na vseh ravneh izobraževanja in usposabljanja, obenem pa tudi izboljšati informacije o raznolikosti evropskih jezikov in jih bolje širiti po svetu;
- je večjezičnost zelo pomembna tudi pri spodbujanju kulturne raznolikosti, med drugim na področju medijev in spletnih vsebin, ter medkulturnega dialoga v Evropi in z drugimi regijami sveta; k temu prispeva zlasti prevajanje, saj združuje jezike in kulture in na široko odpira vrata do del in idej;
- je jezikovna raznolikost v Evropi dodana vrednost za razvoj gospodarskih in kulturnih odnosov med Evropsko unijo in preostalim delom sveta;
- večjezičnost prispeva k razvoju ustvarjalnosti, saj omogoča dostop do drugačnega načina razmišljanja ter razumevanja sveta in izražanja idej.

Resolucija Sveta (prav tam) poziva države članice in Komisijo, naj v skladu s svojimi pristojnostmi in ob doslednem spoštovanju načela subsidiarnosti:

- Spodbujajo večjezičnost, da bi povečale socialno kohezijo ter okrepile medkulturni dialog in evropski ustroj. V javnosti bi bilo treba povečati ozaveščenost o prednostih jezikovne raznolikosti in učenja jezikov, predvsem med mladimi na začetni stopnji tako splošnega kot poklicnega izobraževanja. Migrantom, zlasti mladim, bi bilo treba omogočiti učenje jezika države gostiteljice, ki je ključni element uspešnega vključevanja in zaposljivosti, pri tem pa spoštovati jezike države izvora.
- Krepijo vseživljenjsko učenje jezikov in si prizadevajo, da bi mladim že od zgodnjega otroštva ter med splošnim izobraževanjem in po njem, tako v poklicnem kot visokošolskem izobraževanju, zagotovili raznoliko in visokokakovostno ponudbo učenja jezikov in kultur, ki bi jim omogočila obvladovanje vsaj dveh tujih jezikov, kar je pomemben dejavnik pri vključevanju v družbo znanja. Vse državljane bi bilo treba spodbuditi k učenju jezikov in rednemu obnavljanju tega znanja v okviru formalnega, neformalnega in priložnostnega učenja, jim omogočiti večji izbor jezikov tudi z uporabo sodobne komunikacijske tehnologije ter z učenjem na daljavo.
- Bolje spodbujajo večjezičnost kot dejavnik konkurenčnosti evropskega gospodarstva ter mobilnosti in zaposljivosti ljudi. Omogočiti bi morali večjo ponudbo in učenje številnih različnih jezikov, da bi podjetjem, zlasti MSP, zagotovili širši dostop do trgov po vsem svetu, predvsem do novo nastajajočih trgov. Pri tem bi bilo treba proučiti možnost, da se pri poklicnem razvoju zaposlenih bolj upošteva znanje jezikov, zlasti v malih in srednje velikih podjetjih. Nadalje bi bilo treba ovrednotiti in izkoristiti jezikovno znanje državljanov z migrantskim poreklom, s čimer bi okrepili medkulturni dialog in povečali gospodarsko konkurenčnost. Po potrebi bi bilo treba izkoristiti sredstva evropskih

strukturnih skladov, da bi v okviru poklicnega usposabljanja in izobraževanja odraslih zagotovili jezikovne tečaje, prilagojene delovnemu mestu.

- Spodbujajo jezikovno raznolikost in medkulturni dialog z zagotavljanjem še večje podpore prevajanju, da bi spodbudile kroženje del ter razširjanje idej in znanja v Evropi in po svetu. Z obstoječimi politikami in programi bi morali pospešiti razvoj jezikovnih tehnologij, zlasti na področju prevajanja in tolmačenja, pri tem pa naj bi na eni strani spodbujali sodelovanje med Komisijo, državami članicami, lokalnimi organi, raziskovalnimi ustanovami in industrijo ter na drugi strani zagotovili skladnost raziskovalnih programov, določitev področij uporabe in razširitev tehnologije na vse jezike EU. Obenem pa bilo treba začeti razpravo o dolgoročni ustreznosti in izvedljivosti posebnega programa pomoči, ki bi bil namenjen prevajanju in prilagojen kulturnim, tehnološkim in poklicnim izzivom, povezanim s prevajanjem.
- Po vsem svetu spodbujati učenje jezikov EU in okrepiti sodelovanje med državami članicami ter med njihovimi kulturnimi ustanovami ali drugimi predstavništvi v tretjih državah ter spodbujati jezikovna partnerstva in medkulturni dialog s tretjimi državami. Koristno bi bilo kar najbolje izkoristiti možnosti, ki jih nudijo evropski jeziki za razvoj kulturnega in gospodarskega dialoga s preostalim svetom, in okrepiti vlogo EU na mednarodnem prizorišču.

3 MALA IN SREDNJE VELIKA PODJETJA V EVROPSKI UNIJI

3.1 Definicije MSP

Prva uradna definicija malega in srednjega podjetja je bila sprejeta že leta 1948 v ZDA. Zapisana je bila v United States Selective Act in dopolnjena leta 1953 v Small Business Act (Belak 1998, 103). Omenjeni akt navaja najpomembnejše opredelitve definicije malega in srednjega podjetja, ki so:

- podjetje mora biti v neodvisni lasti in mora neodvisno delovati;
- na svojem področju poslovanja ne sme biti prevladujoče;
- po potrebi sta lahko uporabljena še dva kvantitativna kriterija: število zaposlenih in obseg poslovanja oziroma prodaje.

V diplomski nalogi se sklicujem na definicijo malih in srednjih podjetij, ki jo v Republiki Sloveniji opredeljuje Zakon o gospodarskih družbah (2009, 9196). Ta v uradno prečiščenem besedilu zakona ZGD-1-UPB3 v 55. členu gospodarske družbe razvršča v mikro, majhne, srednje in velike družbe po naslednjih merilih:

- povprečno število delavcev v poslovnem letu;
- čisti prihodek od prodaje in
- vrednost aktive.

Na tem mestu nas zanimajo le majhne in srednje družbe, ki se glede na velikost razvrščajo na podlagi podatkov dveh zaporednih poslovnih let na bilančni presečni dan bilance stanja.

Majhna družba je po omenjenem zakonu tista, ki izpolnjuje dve od navedenih meril:

- povprečno število delavcev v poslovnem letu ne presega 50;
- čisti prihodki od prodaje ne presegajo 8.800.000 evrov;
- vrednost aktive ne presega 4.400.000 evrov.

Srednja družba je družba, ki ni majhna in ki izpolnjuje dve od navedenih meril:

- povprečno število delavcev v poslovnem letu ne presega 250;
- čisti prihodki od prodaje ne presegajo 35.000.000 evrov;
- vrednost aktive ne presega 17.500.000 evrov.

3.2 Mala in srednje velika podjetja in Evropska unija

Spletna stran Evropske komisije (2011d) o Podjetništvu in industriji navaja, da 23 milijonov malih in srednjih podjetij v Evropski uniji obsega kar 99 % podjetij in predstavljajo glavno gonilo gospodarske rasti, inovacij, zaposlovanja in socialnega vključevanja. Nadalje omenjena spletna stran navaja cilje Evropske komisije, ki so spodbujati uspešno podjetništvo in izboljšati poslovno okolje za MSP in jim s tem pomagati uresničiti njihov celoten potencial

v današnjem globalnem gospodarstvu. Evropska komisija se ukvarja s številnimi političnimi vprašanji, ki vplivajo na podjetništvo in MSP po vsej Evropi, obenem pa tudi z mehanizmi za podporo MSP. Sprejema ukrepe, ki koristijo tako obstoječim in potencialnim podjetnikom. Vsi ukrepi, ki podpirajo MSP in podjetništvo, sodijo v edinstven in celovit okvir, ki ga oblikuje Akt za mala podjetja za Evropo (SBA – »Small Business Act« of Europe), k izvajanju katerega so se zavezale tako države članice kot Evropska komisija. Dejavnosti Evropske komisije vsebujejo tudi nudenje pomoči državam članicam in regijam pri razvoju politik, usmerjenih v spodbujanje podjetništva, izboljšanje položaja MSP v vsej njihovi življenjski dobi ter pomoč pri dostopu do novih trgov. Ključna elementa te politike sta opredelitev in izmenjava dobrih praks.

Eden izmed mehanizmov Evropske komisije za podporo MSP je Evropska podjetniška mreža (Enterprise Europe Network), ki ponuja široko paleto storitev za mala in srednja podjetja ter podjetnike. Med drugim jim omogoča dostop do informacij o trgu, pomaga pri premagovanju pravnih ovir ter opredeljuje potencialne poslovne partnerje po vsej Evropi. Storitve vključujejo tudi podporo pri čezmejnih storitvah, inovacijah in prenosu tehnologij. Omenjeno omrežje vključuje okrog 600 partnerjev v 44 državah in zaposluje približno 4000 izkušenih ljudi, ki prispevajo k povečanju konkurenčnosti podjetij v Evropski uniji. Evropska podjetniška mreža ponuja celo vrsto storitev, med katerimi naj omenimo naslednje (European Commission 2011a):

- Zagotavljanje praktičnih informacij o tržnih priložnostih in evropski zakonodaji. Malim in srednjim podjetjem nudi pomoč pri iskanju primernih poslovnih partnerjev z uporabo svoje zbirke za poslovno in tehnološko sodelovanje, ki zagotavlja informacije o razpisnih priložnostih in mednarodnem povezovanju.
- Razvijanje in odkrivanje novih zmožnosti za inovacije MSP, tako da pomaga ustvarjati sinergije z drugimi udeleženci raziskave, pospešuje tehnološka sodelovanja in posredovanja pri izvedbi različnih poslovnih dogodkov.
- Malim in srednjim podjetjem pomaga pri izmenjavi izsledkov raziskav in sodelovanju pri raziskovalnih programih. Hkrati lahko zaprosijo tudi za financiranje, zlasti iz t. i. evropskega Sedmega okvirnega programa za raziskave in tehnološki razvoj.
- Vključevanje malih in srednjih podjetij ter drugih poslovnih udeležencev v proces oblikovanja politike na način, da Evropski komisiji posredujejo povratne informacije.

Poudariti je treba, da se MSP predvsem v začetni fazi delovanja soočajo s tržnimi nepopolnostmi. Največkrat so to težave pri pridobivanju kapitala ali posojil in tudi omejen dostop do novih tehnologij ter inovacij. Zato se je Evropska komisija za gospodarsko rast odločila, da bo pomagala MSP pri ustvarjanju delovnih mest ter podprla evropsko in socialno kohezijo (Evropska komisija 2006, 5).

3.3 Nova opredelitev MSP

Danes vsa podjetja delujejo na enotnem trgu, brez notranjih meja. S tega vidika je še toliko bolj pomembno, da ukrepi v korist MSP temeljijo na skupni opredelitvi (Evropska komisija 2006, 6).

Evropska komisija je leta 2003 izdala Evropsko priporočilo 2003/361/ES (objavljeno v Uradnem listu Evropske unije), v katerem opredeljuje mikro, mala in srednja podjetja v EU. To priporočilo je edina pravna podlaga za določitev pogojev priznanj statusa MSP (European Commission 2011b).

Preglednica 1: Nova opredelitev mikro, malih in srednjih podjetij v EU

Kategorija podjetja	Število zaposlenih	Letni promet	ali	Letna bilančna vsota
Srednje veliko	< 250	≤ 50 milijonov €		≤ 43 milijonov €
Malo	< 50	≤ 10 milijonov €		≤ 10 milijonov €
Mikro	< 10	≤ 2 milijona €		≤ 2 milijona €

Vir: European Commission. 2011b. Small and medium-sized enterprises (SMEs).

V tabeli je prikazana najnovejša opredelitev mikro, malih in srednjih podjetij v EU. Dokument je v vseh državah članicah EU začel veljati 1. januarja 2005. Pregled upošteva gospodarski razvoj od leta 1996 dalje in izkušnje, pridobljene pri uporabi nove opredelitve MSP. Še posebej dviguje zgornje finančne meje ter upošteva ceno in rast produktivnosti od 1996 dalje, uvaja tipologijo podjetništva in računski postopek za mejne vrednosti, ki daje realno sliko o njihovi gospodarski moči. Zagotavlja, da se podjetja, ki so del večje skupine in bi torej imela prednost močnejše gospodarske pomoči pred malimi in srednjimi podjetji, ne okoristijo s podpornimi sistemi za mala podjetja (European Commission 2011b).

Nadalje pa je Evropska komisija (2006, 6), ki je pristojna za Podjetništvo in industrijo, izdala publikacijo z naslovom Nova opredelitev MSP. Nova opredelitev je rezultat obsežnih razprav med Komisijo, državami članicami, poslovnimi združenji in strokovnjaki ter dveh odprtih posvetovanj na svetovnem spletu. Spremembe odražajo splošni gospodarski razvoj od leta 1996 in naraščajočo zavest o posebnih ovirah, s katerimi se MSP soočajo. Nova opredelitev bolje ustreza različnim kategorijam MSP in bolje upošteva različne vrste razmerij med podjetji. Pomaga spodbujati inovativnost in sklepanje partnerstev, a ob tem zagotavlja, da so cilj javnih shem samo tista podjetja, ki pomoč resnično potrebujejo.

Podjetjem pa omenjena publikacija služi kot vodnik. Vodnik predstavlja spremembe, ki jih uvaja nova opredelitev, in je namenjen podjetnikom mikro, malih in srednje velikih podjetij, ki jih zanima prijava za subvencije ali posojila, namenjena MSP. Ti podjetniki se morda želijo

prepričati, ali izpolnjujejo vse pogoje za koriščenje ugodnosti iz posebnih zakonskih določb za MSP (Evropska komisija 2006, 7).

Za izboljšanje dostopa do kapitala je Evropska komisija (2006, 9–10) z novo opredelitvijo zagotovila MSP ugodnejše obravnave določenih vlagateljev, kot so regionalni skladi in družbe s tveganim kapitalom, s čimer podjetja ne bi izgubila statusa MSP. Prav tako nova opredelitev prinaša posebne določbe za univerze in neprofitna raziskovalna središča ter jim omogoča kapitalsko udeležbo v MSP. S tem se krepi podjetje, univerzam in raziskovalnim središčem pa nudi način za praktično uporabo lastnega inovativnega dela. Eden od pglavitnih ciljev nove opredelitve je, da so ukrepov podpore deležna samo tista podjetja, ki jo resnično potrebujejo. Zato se je uvedla nova metoda za izračun števila zaposlenih in finančnih pragov, s čimer bi dobili realno sliko gospodarskih razmer v določenem podjetju. V novi opredelitvi so tudi določeni zaščitni ukrepi za preprečitev zlorabe statusa MSP. Lahko rečemo, da nova opredelitev dejansko upošteva sposobnost MSP, da privabi zunanje vlagatelje.

Za pridobitev statusa MSP je potrebno, da veljaš za podjetje. V novi opredelitvi je podjetje vsak subjekt, vključen v gospodarsko dejavnost, ne glede na svojo pravno obliko. Samozaposleni, družinska podjetja, partnerska podjetja in družbe, ki se redno ukvarjajo z gospodarsko dejavnostjo, z novo opredelitvijo štejemo za podjetja. Nova opredelitev uvaja tri različne kategorije podjetij, in sicer samostojno podjetje, partnersko podjetje in povezano podjetje. To razlikovanje je potrebno za določitev jasne slike o gospodarskem stanju podjetja in o izključitvi vseh tistih podjetij, ki niso pravi MSP (Evropska komisija 2006, 11–12).

Opredelitev MSP je pomembno orodje za izvajanje učinkovitih ukrepov in programov za podporo razvoja in uspešnosti MSP. Zato so države članice skupaj z Evropsko investicijsko banko in Evropskim investicijskim skladom povabljene, da se nova opredelitev čim bolj pogosto uporablja. Evropska komisija zagotavlja, da bo v prihodnje novo opredelitev prilagodila glede na gospodarski razvoj Unije in da bo upoštevala izkušnje, ki se bodo v tem času izkazale za primerne (Evropska komisija 2006, 26).

3.4 Vloga MSP v gospodarstvu EU

Kot smo že poudarili, je gospodarstvo, ki bo temeljilo na znanju, ključni izziv za Evropsko unijo. Le takšno gospodarstvo bo lahko zagotavljalo dinamičnost in konkurenčnost z več in boljšimi delovnimi mesti ter višjo ravno socialne kohezije. Zato je še posebej pomembno graditi na potencialu MSP, ki bo zagotavljal njihovo rast in inovacije ter tako prispeval k blaginji Evropske unije.

Glede na to, da se nacionalna in lokalna okolja, v katerih poslujejo MSP, zelo razlikujejo, morajo politike, ki obravnavajo potrebe MSP, v celoti priznati to raznolikost in upoštevati

načelo subsidiarnosti. EU je potrebe MSP umestila v samo središče lizbonske strategije za rast in delovna mesta. S tem je potrdila ugotovitev, da je nastopil čas, da postanejo potrebe MSP prednostna naloga politike EU in da se vizija voditeljev držav in vlad EU iz leta 2000 uresniči, kar bo omogočilo razvoj vrhunskega okolja EU za MSP (Commission of European Communities 2008, 2).

Generalni direktorat za podjetništvo in industrijo je junija 2008 sprejel Akt za mala in srednja podjetja za Evropo. Akt odraža politično voljo Evropske komisije, da prizna osrednjo vlogo za MSP v gospodarstvu EU in velja za vsa neodvisna podjetja, ki imajo manj kot 250 zaposlenih, kar predstavlja 99 % vseh evropskih podjetij. Z aktom je bil prvič vzpostavljen celovit okvir politik za MSP EU in njene države članice, in sicer s ciljem izboljšati splošni pristop k podjetništvu in za stalno zasidrati princip »najprej pomisli na male«, ki naj velja tako pri oblikovanju politike, pripravi zakonodaje, kakor tudi pri opravljanju javnih storitev. To bo spodbudilo rast MSP in jim pomagalo pri reševanju težav, ki zavirajo njihov razvoj (European Commission 2011c).

V omenjenem aktu je v sklopu desetih načel zajet celovit politični okvir za vlogo MSP v gospodarstvu EU in držav članic in ta načela so bistvena za ustvarjanje dodane vrednosti, vzpostavitev enotnih pogojev delovanja podjetij ter izboljšanje pravnega in upravnega okolja na ravni EU. Ta načela so naslednja (Commission of European Communities 2008, 4):

- ustvariti okolje, v katerem bodo podjetniki in družinska podjetja lahko uspevali in kjer bo podjetništvo nagrajeno;
- zagotoviti, da bodo pošteni podjetniki v stečaju kmalu dobili novo priložnost;
- sestaviti pravila v skladu z načelom »najprej pomisli na male«;
- doseči, da se bodo javne uprave odzivale na potrebe MSP;
- prilagoditi orodja javne politike potrebam MSP: olajšati sodelovanje MSP pri javnih naročilih in boljši izrabi državnih pomoči za MSP;
- olajšati dostop MSP do financiranja ter razviti pravno in poslovno okolje, ki bo podpiralo pravočasno plačevanje v gospodarskem poslovanju;
- pomagati MSP, da bolje izkoristijo priložnosti, ki jih ponuja enotni trg;
- spodbujati nadgradnjo spretnosti in znanj v MSP in vse oblike inovacij;
- omogočiti MSP, da bodo izzive okolja spremenila v priložnosti;
- spodbuditi in podpreti MSP, da bodo izkoristila prednosti rasti trgov.

3.5 Vloga in položaj MSP v slovenskem gospodarstvu

Slovenija sodi med manjša gospodarstva v Evropski uniji, zato je zaradi majhnosti trgov poslovanje prisiljena še bolj širiti preko svojih meja. S tem bo lahko dosegla večjo produktivnost, večjo gospodarsko rast, prednost v poslovanju in povečala učinkovitost ter konkurenčnost pred ostalimi gospodarstvi.

Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve (AJPES) vsako leto objavi analizo poslovanja gospodarskih družb za preteklo poslovno leto. V izdani informaciji za leto 2010 navaja, da je podatke iz letnih poročil predložilo 55.734 družb, zaposlovale so 462.643 delavcev in ustvarile 75.317.646 evrov prihodkov. Med družbami je bilo 93,0 % mikro, 4,4 % majhnih, 1,4 % srednjih in 1,3 % velikih družb. Rezultati so pokazali, da so leto 2010 družbe sklenile z najslabšim poslovnim rezultatom v zadnjih petih letih, kar pomeni, da so prvič po letu 2001 izkazale neto čisto izgubo (Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve 2011, 3). Nadalje, v letu 2010 je v Sloveniji aktivno poslovalo 2.434 majhnih družb, ki so zaposlovale 15,6 % vseh delavcev, dosegle 13,1 % vseh čistih prihodkov od prodaje in imele 12,7 % vseh sredstev. Število srednjih družb je bilo 774 in je zaposlovalo 16,3 % vseh delavcev, doseglo 15,4 % vseh čistih prihodkov od prodaje in imelo 9,9 % vseh sredstev družb (Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve 2011, 14).

V Sloveniji je bil v okviru Ministrstva za gospodarstvo sprejet Akcijski načrt za izvajanje akta za mala podjetja, ki je bil sprejet na Vladi RS dne 6. 5. 2010. Načrt je bil zasnovan na podlagi že omenjenega Akta za mala podjetja, in sicer s ciljem, da bi z nadaljnjim izvajanjem načel pripomogli k izboljšanju razmer za podjetništvo v Sloveniji (Ministrstvo za gospodarstvo 2010, 1).

V Akcijskem načrtu so navedene pomembne ugotovitve, ki kažejo na to, da smo v Sloveniji v zadnjih letih znatno izboljšali poslovno okolje za MSP. Izvedene so bile določene aktivnosti za spodbujanje delovanja MSP. Poenostavili smo administrativne zahteve za samo registracijo, skrajšali čas, znižali stroške za zagon podjetja in spodbudili rast ter inovativne projekte MSP. To nas je na lestvici svetovne konkurenčnosti v letu 2009 uvrščalo na 32. mesto, leta 2010 pa na 45. mesto (Ministrstvo za gospodarstvo 2010, 2). Leta 2011 pa je Slovenija na lestvici globalne konkurenčnosti izgubila 12 mest in se znašla na 57. mestu izmed 142 držav, največjo težavo pa predstavljajo omejen dostop do finančnih virov, neučinkovita birokracija in toga delovnopravna zakonodaja (STA 2011a).

V okviru Akta za mala podjetja se zbirajo tudi podatki o podjetniških kazalnikih za vsako državo članico. Kazalniki za Slovenijo v letu 2008 prikazujejo, da je delež malih podjetij nekoliko nižji, delež mikro podjetij malo višji, srednje velikih podjetij pa je enak odstotku povprečja EU. Povprečna velikost vseh MSP v Sloveniji je bila enaka kot v EU, prispevek slovenskih MSP v okviru celotnega gospodarstva v primerjavi z velikimi podjetji je bil nekoliko višji kot v EU. Prispevek MSP k zaposlovanju je bil v skladu z evropskim povprečjem (67 %) in tudi v okviru MSP so bile razlike zelo majhne. V Sloveniji, tako kot v drugih državah, obstaja razlika v produktivnosti dela med velikimi podjetji in MSP. Produktivnost dela je odvisna od več dejavnikov (učinkovitost uporabe produkcijskih faktorjev, panoge, vlaganja v raziskave in razvoj, procesne prilagoditve in inovacije itn.), kaže pa, da imajo večja podjetja večjo produktivnost dela. V letu 2008 je bila produktivnost slovenskih MSP približno za 9 % nižja od produktivnosti vseh podjetij. Od leta 2002 do leta

2008 se je število podjetij povečalo za 15.000 (17 %), kar je bistveno več kot povprečna EU rast (13 %). Rast zaposlenosti (10 %) je bila v skladu s povprečjem EU (9 %). Neto povečanje števila podjetij je treba pripisati zlasti odpiranju novih MSP, ker se je število velikih podjetij zmanjšalo (Ministrstvo za gospodarstvo 2010, 2).

Da bi zagotovili učinkovitost ukrepov za spodbujanje podjetništva in MSP, moramo načela Akta za mala podjetja ter nabor aktivnosti vključiti v številne sektorske politike. Glavni namen teh aktivnosti je v lastni družbi doseči takšno naravnost, ki bo posameznike spodbujala k odpiranju lastnega podjetja. Posledično bi to izboljšalo makroekonomski prispevek MSP k ustvarjanju delovnih mest ter gospodarski blaginji države. Prav v času krize bi se morali bolj zavedati, da moramo v Sloveniji izboljšati odnos do podjetništva in podjetnikov (Ministrstvo za gospodarstvo 2010, 2–3).

Na ravni države je bila leta 2009 izdelana ocena izvajanja ukrepov Akta za mala podjetja, ki je pokazala, da izmed 51 ukrepov, ki jih je Evropska komisija v Aktu za mala podjetja identificirala kot ukrepe v pristojnosti držav članic, v Sloveniji že zadovoljivo izvajamo 30 ukrepov, 11 ukrepov izvajamo delno, 10 ukrepov pa še ne izvajamo. Na podlagi te ocene so v Akcijskem načrtu (Ministrstvo za gospodarstvo 2010, 3) predstavljeni izbori ukrepov, ki jih je nujno treba realizirati in s tem doseči izboljšanje podjetniškega okolja in delovanja MSP v letih 2010 in 2011.

V okviru teme, ki jo obravnava diplomska naloga, je še posebej pomembno prvo načelo Akta za mala podjetja, ki se nanaša na ustvarjanje takšnega okolja za poslovanje, kjer bo podjetništvo nagrajeno. Akcijski načrt za izvajanje tega akta je na ravni Slovenije izpostavil eno izmed prednostnih aktivnosti za izboljšanje poslovnega okolja. Omenjeni načrt se zavzema za uvedbo podjetništva v učnih in dopolnilnih programih formalnega izobraževanja, ki bi med mladimi spodbudilo podjetniško in inovativno miselnost. Tematiko podjetništva bi bilo treba uvesti v srednješolsko izobraževanje in zagotoviti ustrezno usposobljene učitelje ter ustrezna učna gradiva. Hkrati pa bi se morala povečati sodelovanja s poslovno skupnostjo, da bi tako lažje oblikovali sistematične strategije za izobraževanje o podjetništvu na vseh ravneh. Za izvedbo tega načrta sta pristojni Ministrstvo za šolstvo in šport in Ministrstvo za gospodarstvo (Ministrstvo za gospodarstvo 2010, 3).

Če pogledamo trenutno stanje v svojih srednješolskih programih, lahko ugotovimo, da je podjetništvo vključeno v posamezne programe srednjega strokovnega izobraževanja, srednjega poklicnega izobraževanja, poklicnega tehniškega izobraževanja in v programih gimnazijskega izobraževanja, in sicer kot eden izmed strokovnih modulov. Tako se v 59 programih izvaja 5.931 ur predmeta podjetništva. Da bi dosegli napredek na tem področju, bi bilo treba za spodbujanje in razvijanje podjetniških kompetenc sistematično usposablјati učitelje strokovnih in splošnih predmetov (Ministrstvo za gospodarstvo 2010, 3).

Prav tako obstajajo tudi posamezne dodatne aktivnosti in izbor predmeta podjetništvo, ki je ponujen v načrtu predmetov kot izbirni predmet, če se zanj odloči šola. Izvajajo se posamezni programi usposabljanja učiteljev in predavateljev o pomembnosti podjetništva in za podjetništvo, a brez jasne sistemske ureditve. Na posameznih programih sicer dejansko prihaja do sodelovanja s poslovno skupnostjo, za področje podjetništva pa bo treba stvari še nadgraditi in sistemsko urediti (Ministrstvo za gospodarstvo 2010, 3–4).

3.6 Sofinanciranje izobraževanj in usposabljanj za MSP

Kot smo že omenili, je izobraževanje in usposabljanje zaposlenih ključni instrument za razvoj kadrov, s čimer delodajalec prispeva k njihovi višji usposobljenosti in prilagodljivosti, krepí njihovo znanje, kompetentnost, kvaliteto dela ter tako prispeva k razvoju družbe, ki temelji na znanju. Ena izmed tovrstnih institucij je Javni sklad RS za razvoj kadrov in štipendije, ki izvaja programe za sofinanciranje izobraževanja in usposabljanja. Cilj teh programov je spodbujati večjo vključenost podjetij in posameznikov v nadaljnje izobraževanje oziroma usposabljanje in s tem doseči večjo konkurenčnost in prilagodljivost zaposlenih. Ponujeni programi vključujejo tudi različne stopnje jezikovnega izobraževanja zaposlenih (Javni sklad Republike Slovenije za razvoj kadrov in štipendije b. l.).

Tovrstno sofinanciranje se izvaja s podporo Evropskega socialnega sklada že od leta 2004 in nudi programe z različnimi cilji oziroma stopnjami sofinanciranja ter pravili. Praviloma so kriti upravičeni stroški udeležbe zaposlenih v podjetjih na programih izobraževanja in/ali usposabljanja, ki jih izvajajo zunanji izvajalci na območju Republike Slovenije in tudi zunaj meja. Zunanji izvajalci v Sloveniji morajo imeti ustrezno registracijo dejavnosti za izobraževanje in/ali usposabljanje po Standardni klasifikaciji dejavnosti. Predvideva se, da bo nov razpis za nadaljevanje sofinanciranja programov usposabljanja in izobraževanja zaposlenih pripravljen jeseni 2011 (Javni sklad Republike Slovenije za razvoj kadrov in štipendije b. l.).

4 POMEMBNOST ZNANJA TUJIH JEZIKOV ZA GOSPODARSTVO EU

Prav jezikovne spretnosti in znanja bodo v prihodnosti ključnega pomena za doseganje političnih ciljev, še posebej v boju proti globalni konkurenci. Za doseg tega cilja bi morala Evropa še bolj gojiti inovativnost in podjetniški duh ter izboljšati izobraževalni sistem.

Evropska komisija je ustanovila podjetniški forum za večjezičnost, ki je pripravil poročilo z naslovom Podjetja z znanjem jezikov so uspešnejša. Gre za priporočila, kako z znanjem jezika do poslovnega uspeha in kako lahko jeziki prispevajo h konkurenčnosti. Člani podjetniškega foruma trdijo (Evropska komisija 2008b, 8): »Večjezičnost, ki je neločljivo povezana z Evropo, je pomembnejša kot kdajkoli prej, ker se gospodarstvo, ki temelji na industriji, postopoma spreminja v gospodarstvo, ki temelji na znanju«. Ugotoviti so želeli, kaj je že bilo storjenega za spodbujanje uporabe jezikov v gospodarstvu in pripraviti nekaj nasvetov o tem, kako bi lahko bila podjetja uspešnejša pri poslovnem sporazumevanju. Predvsem pa so na podlagi ugotovitev na forumu želeli ljudem odpreti oči, zakaj je pomembno vlagati v znanje jezikov.

4.1 Večjezičnost in podjetja EU

Večjezičnost je ključni element vključevanja in omogoča medkulturni dialog. Lahko pomaga izboljšati položaj milijonov priseljencev v Evropi in prispeva k njihovemu vključevanju na trg dela (Evropska komisija 2008b, 10). Prav evropska podjetja bi morala biti pri izkoriščanju poslovnih priložnosti, ki zahtevajo večjezično sporazumevanje v boljšem položaju kot katerakoli druga. Žal pa ta potencial še zdaleč ni popolnoma izkoriščen.

Mednarodno poslovanje je zahtevno in kompleksno, a hkrati tudi polno izzivov in priložnosti. Predstavlja aktiven in dinamičen način poslovanja podjetij in vključuje izvajanje vseh poslovnih nalog, ki potekajo preko nacionalnih meja, in sicer z namenom zadovoljevanja ciljev posameznikov, podjetij, institucij in celotne države.

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. Seveda najbrž drži, da bo angleščina ostala vodilni jezik v poslovni evropski sferi, vendar pa bodo ostali evropski jeziki prav tako predstavljali konkurenčno prednost (Evropska komisija 2008b, 5). Tudi sam trg dela postaja vse bolj globalen, zato je vključevanje delavcev z znanjem več jezikov in poznavanjem tujih kultur bistveno. Vendar pa je podjetjem vedno težje najti kvalificirano delavno silo z znanjem jezikov, ki presega osnovno znanje angleščine. Danes tako obstaja veliko povpraševanje po nemščini, francoščini in ruščini, v multinacionalkah pa sta zelo iskani tudi mandarinščina in drugi kitajski jeziki (Evropska komisija 2008b, 9).

Znanje tujih jezikov in jezikovno usposobljena delovna sila pa sta, kot smo že omenili, najbolj pomembni za mala in srednje velika podjetja. Vsako leto pomemben odstotek teh podjetij

izgubi posle prav zaradi jezikovnih in medkulturnih nezmožnosti. To so ugotovitve iz študije ELAN, ki jo je objavila Evropska komisija leta 2006 – ta študija temelji na vzorcu skoraj 2000 malih in srednje velikih podjetij iz EU in držav kandidatk. Kar 11 % MSP iz vzorca je navedlo, da so izgubili pogodbe prav zaradi slabih jezikovnih znanj in medkulturne nerazgledanosti. Četrtnina MSP na primer še vedno meni, da bi morala izboljšati svoje znanje angleščine (European Comission 2006, 5).

MSP se torej morajo zavedati, da jim lahko dobra večjezična komunikacija odpre priložnosti. Od znanja tujih jezikov je lahko odvisen njihov uspeh ali celo propad. Dejstvo je, da je komunikacija v poslovnem svetu enostavnejša in bolj tekoča, če je kader jezikovno usposobljen. Prodaja in trženje sta uspešnejša, predvsem pa je reševanje težav in konfliktov hitrejše.

V študiji ELAN je samo 48 % MSP iz vzorca navedlo, da ima urejene jezikovne strategije v podporo svojim mednarodnim dejavnostim. Skoraj 40 % MSP sploh ne dela z večjezikovnimi spletnimi stranmi. Študija je ugotovila močno soodvisnost med vlaganji v jezikovne strategije, izvoznim deležem prodaje in produktivnostjo podjetja (European Comission 2006, 10).

4.2 Obstoječi instrumenti in tekoče prakse

Skupina podjetniškega foruma za večjezičnost je primerjala stanje v več evropskih državah in si ogledala najnovejše dogajanje na ravni EU v zvezi z uveljavljanjem jezikov v gospodarstvu. Do sedaj, v celoti gledano, le malo političnih pobud poudarja potrebo po izboljšanju položaja, večjezičnost pa je poredkoma navzoča v razvojnih programih, namenjenih razvijanju znanja in spretnosti za prihodnost (Evropska komisija 2008b, 11).

Na evropski ravni so ključne predvsem pobude EU, kot so sodelovanje v okviru lizbonske strategije za rast in delovna mesta. Omenjena strategija vsebuje Evropski akcijski načrt za poklicno mobilnost in Evropsko partnerstvo za mobilnost delavcev, ki skuša povečati mobilnost delavcev v EU. Potem so tukaj tudi nepovratna evropska sredstva, ki so na voljo v okviru programa vseživljenjskega učenja Evropske komisije in se razdeljujejo preko letnih razpisov (Evropska komisija 2008b, 11). Čeprav pobude in sredstva veliko prispevajo k izboljšanju položaja, pa bo treba veliko dela v zvezi s podporo večjezičnosti opraviti v državah članicah. Članice si morajo prizadevati doseči vzajemno dogovorjen skupen cilj (dogovorjen na vrhu v Barceloni 2002) – vsak državljan naj bi se poleg svojega maternega jezika naučil še dveh jezikov. Večjezičnost bi torej morala imeti več aktivne podpore na vseh ravneh šolanja – bolj bi morala biti priznana tudi v učnih načrtih in pozneje pri ocenjevanju kandidatov za službo. Napredek pa je bil tudi na regionalni ravni dosežen v več državah članicah, in sicer preko omrežij, kot so trgovinske zbornice in trgovinski sveti. Ti namreč omogočajo malim in srednje velikim podjetjem, ki se želijo širiti na mednarodne trge.

V EU pa deluje tudi sistem Skupni evropski referenčni okvir za jezike, ki ga je zasnoval Svet Evrope in se uporablja pri sodelovanju z Evropsko komisijo (Evropska komisija 2008b, 12).

4.3 Kako izboljšati položaj?

Pravi napredek bo dosežen, če bodo podjetja, od mikro podjetij do multinacionalk, razvila ustvarjalne in dinamične jezikovne strategije, prilagojene posameznim možnostim vsake organizacije. Takšne strategije pa seveda potrebujejo podporo lokalnih in regionalnih omrežij ter sodelovanje med gospodarskim in izobraževalnim sektorjem ter med industrijo in raziskovalno sfero (Evropska komisija 2008b, 13). Znanje jezikov in jezikovnih tehnologij je treba prenesti v prakso.

Člani podjetniškega foruma za večjezičnosti v svojem poročilu (Evropska komisija 2008b, 13) podajajo tudi konkretne predloge za podjetja:

- Preučiti je treba obstoječe znanje jezikov v podjetju in ga strateško uporabiti. Pregledati morajo svoje politike zaposlovanja, strategije usposabljanja in načela glede mobilnosti.
- Zaposlene je treba spodbujati k uporabi in razvoju znanj, ki so jih že pridobili in predlagati jezikovno usposabljanje na spodbuden način, usklajen z zahtevami delovnega mesta.
- 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.
- Jezikovne tehnologije lahko pomagajo zmanjšati in nadzorovati stroške večjezičnosti.

Nacionalne vlade pa morajo seveda najti učinkovitejši način za zagotavljanje pomoči MSP, ki imajo možnosti za uspeh na tujih trgih. Poleg finančne podpore bi tako podjetja imela korist od dobrih praks in strokovnega znanja s področja večkulturne in večjezične komunikacije (Evropska komisija 2008b, 13).

Lokalno pa bi lahko pomoč in podporo zagotavljale predvsem zbornice, interesne skupine ali lokalne oblasti, npr. z delitvijo stroškov in sredstev za organizacijo jezikovnega usposabljanja za različne kategorije zaposlenih, pa tudi neformalne izmenjave (konverzijske skupine, medkulturni sejmi itd.) (Evropska komisija 2008b, 14).

Tudi medsektorska in čezmejna partnerstva bi lahko privedla do bistvenih izboljšav. Na primer partnerstva 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 (prav tam).

4.4 Znanje tujih jezikov in MSP v EU

Mala in srednja podjetja predstavljajo pomemben vir delovnih mest v Evropski uniji. Z nastopi na tujih neznanih trgih so podjetja izpostavljena velikim tveganjem, kar pa posledično zahteva od njih vse več znanja na vseh področjih, tudi jezikovnem. Z izboljšanjem jezikovnih spretnosti in znanj se bo evropsko gospodarstvo lažje kosalo z vse bolj konkurenčnimi ameriškimi in azijskimi trgi. Zaradi globaliziranosti trgov, vse hitrejšega tehnološkega in informacijskega napredka ter hitrega spreminjanja poslovnega okolja postaja mednarodno poslovanje za večino podjetij nujnost. To pomeni, da se bodo morala vsa podjetja, ki želijo preživeti in rasti na dogi rok, prisiljena soočiti z vse močnejšo mednarodno konkurenco.

Kot smo že omenili, je bil glavni cilj študije ELAN ugotoviti, kakšno je obstoječe stanje v podjetjih glede jezikovnih znanj in kakšen vpliv ima pomanjkanje znanja tujih jezikov na podjetja in na celotno evropsko gospodarstvo.

Študijo ELAN je po naročilu Generalnega direktorata za izobraževanje in kulturo Evropske komisije v sodelovanju z mednarodno ekipo raziskovalcev izvajal britanski Nacionalni center za jezike. Cilj raziskave je bil, da se tako Komisiji kot državam članicam EU pridobi informacije iz prakse in izdela analize glede uporabe znanja jezikov v MSP ter s tem ugotovi, kako to vpliva na njihovo poslovno uspešnost. Študija je obsegala pet glavnih komponent (European Commission 2006, 4):

1. povzetek preteklega dela, ki je povezan s proučevanjem povezav med znanjem jezikov in uspešnostjo izvoznikov;
2. raziskavo stanja v skoraj 2000 izvoznih MSP v 29 evropskih državah, z zbiranjem podatkov o pristopu podjetij glede jezikovnih spretnosti, jezikovnih strategij, zahtev o nadaljnjih jezikovnih spretnostih in izgubah poslov zaradi pomanjkanja jezikovnih znanj;
3. za vsako od držav je bil narejen pregled ugotovitev, ki je bil zaupan vplivnim osebam iz poslovnih, izobraževalnih in političnih institucij te države. To je omogočilo razdelitev priporočil za delovanje na lokalni, regionalni, nacionalni in evropski ravni;
4. raziskavo v tridesetih multinacionalnih podjetjih, s katero se ugotovi razlika v perspektivi v poslovni strategiji med njimi in MSP, pri jezikovnih ter medkulturnih spretnostih;
5. makroekonomska analizo anketnih podatkov za MSP, ki vsebuje navedbe, kakšen gospodarski vpliv ima vlaganje v jezikovne spretnosti za izvoznike in za celotno evropsko gospodarstvo.

Hkrati je bilo v raziskavi poleg zbiranja statističnih podatkov zbranih veliko primerov dobrih praks, ki kažejo na veliko vrednost jezikovnih znanj in njihovo uporabo v različnih industrijskih sektorjih evropskih držav (European Commission 2006, 4).

4.5 Jeziki v poslovnem svetu

Kot navaja Trček (1998, 13), primerjalno jezikoslovje ocenjuje, da obstaja na celi zemeljski obli približno 3500 do 4000 jezikov, ki se združujejo v 15 večjih sorodnih skupin ali družin. Najštevilnejša med njimi je družina indoevropskih jezikov, kamor spadajo slovanski, germanski, romanski, keltski, iranski, baltski, indijski jeziki ter armenski, grški in albanski jezik. V Evropi so jezik, ki niso indoevropskega izvora, le baskovski, finski in madžarski.

Prebivalstvo se v zadnjih desetletjih hitro povečuje. Nenehen tehnološki in siceršnji razvoj ustvarjata nove proizvode, nova spoznanja in novo filozofijo, kar posledično zahteva nova imena ter povečanje jezikovnega zaklada pri vsakdanjem govoru.

Sodobni razviti jeziki imajo več kot sto tisoč besed. Strokovnjaki ocenjujejo, da imata angleščina ali nemščina približno šeststo tisoč besed oziroma slovarskih gesel, ki pa še ne obsegajo celotnega besednega razpona jezika. Različne stroke imajo še svoje strokovne izraze, ki zopet segajo tja do dvesto tisoč besed. Če vse to seštejemo, pridemo do milijona besed, kar je velik obseg, ki ga nihče v celoti ne zmore osvojiti in obvladati. Pri vsakdanjem govoru v kateremkoli jeziku uporabljamo le dva do štiri tisoč besed in približno toliko besednega zaklada potrebujemo, da lahko komuniciramo v kakem jeziku. Na podlagi povedanega lahko ugotovimo, da je vprašanje obvladanja tujega jezika zelo širok pojem (Trček 1998, 9).

Kljub veliki razsežnosti besednega zaklada pri vsakdanjem govoru je problem sporazumevanja v sodobnem svetu zaradi množice jezikov velik. Ekonomisti Evropske skupnosti so leta 1994 izračunali, da so za prevajanje gradiva v dvanajst jezikov porabili več kot deset milijard dolarjev (Trček 1998, 13).

Leta 2004 se je Evropski uniji pridružilo še 12 novih članic, tako da je skupno število držav članic danes 27, s skupno 23 uradnimi jeziki, kar posledično pomeni tudi bistveno večje stroške za dejavnosti prevajanja. Med njimi je tudi Slovenija in z njo slovenščina kot uradni jezik Evropske unije.

Od tod izhaja stara ideja o skupnem jeziku, o katerem ljudje sanjajo že stoletja. Naučili naj bi se ga vsi narodi sveta ter se tako lažje sporazumevali, kar bi bilo ne le ekonomično, ampak tudi preprosto. Tudi Janez Vajkard Valvasor je vse svoje življenje in imetje posvetil tej ideji. Precej uspešen primerek mednarodnega jezika je leta 1887 pripravil zdravnik židovsko poljskega porekla Ludvik Lazar Zamenhof. Jezik se imenuje esperanto, beseda je španska in pomeni upanje. Esperanto je mešanica dobro znanih evropskih jezikov, podlaga pa mu je predvsem latinščina. Preko skupnega jezika je želel narode bolj zblížati in povezati, a žal se esperanto kot svetovni jezik ni uveljavil in se zagotovo nikoli ne bo. Najpomembnejši vzrok je prav gotovo v tem, ker esperanto ni živ jezik, se ne razvija in nima svoje kulture. Brez kulture namreč tudi ni človekove identifikacije in prek nje živosti jezika ter njegovega

razvoja. Jezik je globoko vpet v nacionalno kulturo, je pravzaprav njen produkt. Esperanto se govori in piše, vendar se uveljavlja le kot ljubiteljski in eksotični jezik. Negujejo ga na mnogih koncih sveta, toda nima posebnega vpliva na svetovno sporazumevanje (Trček 1998, 13).

Nadalje Trček (1998, 13) navaja, da je veliko koristnih poskusov, kako bi problem univerzalnega jezika rešili s pomočjo računalnikov. Danes računalniki nadomeščajo že marsikatero človekovo delo, vendar je to še vedno le zaprt sistem, ki je neustvarjalen, brez vrednotenja, brez čustev in brez svoje kulture. Četudi bi v programsko opremo poskusili vstaviti določeno kulturo, bi lahko le eno in še to ne v celoti. Kultura in komunikacija namreč vsebujeta tudi čustvene ali vrednostne vsebine, ki se skupaj z nami menjavajo in razvijajo. Idejo o svetovnem jeziku je spodnesla prav resničnost pomena različnih kultur na medsebojno sporazumevanje in materialna moč razvijajočih se družb.

Čeprav ne razpolagamo z natančno definicijo, kaj opredeljuje pojem svetovnega jezika, lahko trdimo, da je angleščina stopila v ospredje ter dejansko postala svetovni jezik oziroma lingua franca sodobnega časa. Kot svoj materni jezik angleščino govorita več kot 402 milijona ljudi, kot tuji jezik pa po ocenah med 350 milijoni in milijardo. Na podlagi tega lahko rečemo, da je razširjen bolj ali manj po vsem svetu, z izjemo Kitajske, Rusije in Južne Amerike (Wikipedija 2011).

Tudi v študiji ELAN je veliko anketirancev navedlo, da vidijo angleščino kot ključni jezik za dostop in pridobivanje izvoznih trgov, nekateri jo pogosto omenjajo kot *lingua franca*. Vendar pa rezultati študije ter pripombe posameznih anketirancev kažejo, da je slika veliko bolj kompleksna, od velikokrat navedenega mnenja, da je angleščina svetovni jezik (European Commission 2006, 6).

To dokazuje tudi dejstvo, da v študiji ni dokazov o odporu proti ruščini, ki je bila opazna v nekdanjih državah sovjetskega bloka konec preteklega stoletja. Ruščina je široko uporabljena v vzhodni Evropi kot *lingua franca*, skupaj z nemščino in poljščino. Francoščina je v rabi pri trgovanju s partnerji na območju Afrike, španščina pa v Latinski Ameriki. Posamezni anketiranci so navedli, da je angleščino moč uporabiti ob začetnih prodorih na trg, vendar dolgoročna poslovna partnerstva temeljijo na gradnji in upravljanju odnosov. Za doseg tega pa je bistveno kulturno in jezikovno poznavanje določene države (European Commission 2006, 6).

4.6 Znanje jezikov in konkurenčnost

Kot je bilo že omenjeno, je študija ELAN potekala v imenu in na predlog Evropske komisije, njena motivacija pa je izhajala iz Komisije lizbonske strategije iz leta 2000 za spodbujanje gospodarske rasti in zaposlenosti, s ciljem, da naredi evropsko gospodarstvo najbolj

konkurenčno na svetu. Pri tem je bilo znanje jezikov opredeljeno kot ključni dejavnik pri doseganju tega cilja (European Commission 2006, 8).

Vse doslej izvedene študije so bile omejene zgolj na predlagane rešitve pri razvoju komunikacijske ali jezikovne strategije. Ocenjevale so le prisotnost in posledičen vpliv komunikacijskih strategij v približno dvanajstih evropskih državah. ELAN študija (European Commission 2006, 8) pa gradi na obstoječem delu in razširi zbrane podatke s tem, da vključuje bistveno več delov Evrope in nam daje najbolj celovit pregled nad uporabo in potrebo po znanju jezikov in kulture.

Glede jezikovnih znanj omenjena študija ugotavlja, da visok delež podjetij (48 % vseh vzorcev) ponuja učenje jezika za svoje zaposlene, v petnajstih državah celo presega 50 %. Odzivi na izobraževanje so spodbudni glede na težave, ki jih imajo manjša podjetja pri začetnih vlaganjih v sredstva za izvoz. Vendar pa tako v majhnih kot velikih podjetjih pravijo, da raje zaposlijo osebje, ki že ima znanje jezikov, namesto da bi vlagali v usposabljanje zaposlenih (European Commission 2006, 6).

Če pogledamo z makroekonomskega vidika, lahko na splošno ugotovimo, da so mala in srednja podjetja manj produktivna kot velika podjetja. Študija (European Commission 2006, 4) prav tako odkriva, da so tista MSP, ki izvažajo, bolj produktivna od tistih, ki delujejo samo na domačem trgu. Pri tem ugotavlja, da se pogosto skriti bonusi za izvozna podjetja kažejo v povečanju strokovnega znanja, poznavanju in razumevanje trga ter povečanju stroškovne učinkovitosti.

Povezavo med znanjem jezikov in izvoznimi uspehi oziroma uspešnostjo poslovanja (prihodki od prodaje, dobiček, vrednost izgubljenih pogodb) anketiranci zaradi poslovne tajnosti niso razkrili. Kljub temu pa je bilo v celotnem vzorcu EU na voljo dovolj podatkov za modeliranje scenarijev, ki vključujejo ali ne vključujejo posedovanja znanja jezikov. Rezultati kažejo dejanske možnosti za merjenje vpliva jezikovnih znanj na gospodarske dosežke (European Commission 2006, 7).

Ugotovljeno je bilo, da so za uspešno izvozno nastopanje podjetij pomembni štirje povezani elementi jezikovnega upravljanja:

- podjetje mora imeti jezikovno strategijo;
- zaposluje naj native speakerje (domače govorce);
- zaposluje naj osebje z jezikovnim znanjem;
- uporablja prevajalce in tolmače.

Izračunano je bilo, da je z vlaganjem v uporabo omenjenih elementov v MSP dosežen delež izvoza 44,5 % višji kot v podjetjih brez teh vlaganj (European Commission 2006, 7).

Glavne ugotovitve študije (European Commission 2006, 17) kažejo, da MSP z izvoznim deležem prodaje spodbujajo nacionalni in evropski gospodarski razvoj ter prispevajo k zmanjšanju primanjkljaja v plačilni bilanci. Vpliv uporabe tujih jezikov je torej treba obravnavati v kontekstu učinkovitosti prometa MSP, kar je tudi razlog za izvajanje naložb v tuje trge in hkrati izboljšuje dostop. Poleg tega se sposobnost podjetja, da izvažata, na splošno šteje kot merilo njegove konkurenčnosti in povečuje njegovo produktivnost. Rezultat se predvideva glede na princip primerjalnih prednosti in na osnovi dobička iz prometa. Uporaba tujih jezikov v izvoznih procesih je prav tako spremenljiv faktor v uspešni internacionalizaciji MSP. Pridobljene ugotovitve študije ponujajo širok pregled o odzivu približno 2000 podjetij na kritično vprašanje o tem, kako lahko jezik in kultura vplivata na njihovo učinkovitost v prometu in na vključitev v čezmejno poslovanje. Vendar pa pri tem obstajajo tudi vprašanja kakovosti, ki lahko podpirajo takšno učinkovitost: ali podjetja imajo jezikovno strategijo, kako so pripravljena pri zaposlovanju ljudi z jezikovnim znanjem in v kolikšni meri so odvisna od prevajalcev in tolmačev.

5 ZNANJE TUJIH JEZIKOV IN SLOVENSKA MSP

Ključni vir za raziskavo bo študija ELAN iz leta 2006, ki se ukvarja s problematiko pomanjkanja znanja tujih jezikov v MSP Evropske unije in kako le-to vpliva na gospodarstvo EU. Študija ELAN je bila narejena na pobudo direktorata za Izobraževanje in kulturo, ki je del Evropske komisije. V raziskavo je bilo vključenih okoli 2000 MSP iz 29 držav EU in držav kandidat. Študija je poskušala zbrati čim več podatkov o uporabi jezikovnih znanj, medkulturnih kompetenc, zavedanju pomembnosti jezikovnih strategij, morebitni izgubi poslov zaradi pomanjkanja znanja, načrtovalce študije pa je zanimalo tudi, kakšni so načrti podjetij za vnaprej oz. kakšne so prihodnje strategije za pridobivanje jezikovnih znanj za povečanje izvoza v druge države (European Commission 2006, 4).

Glavne ugotovitve iz ELAN študije (European Commission 2006, 57):

- MSP v EU imajo jezikovno strategijo, v podporo so jim tako native speakerji kot jezikovno izobraženi zaposleni.
- Pomemben odstotek MSP v Evropi izgublja izvozne posle prav zaradi pomanjkanja znanja tujih jezikov, pomanjkanja medkulturnih znanj.
- Približno polovica MSP, ki poslujejo na izvoznih trgih, načrtuje razširitev na nove tuje trge v naslednjih treh letih.
- Napovedujejo večje zahteve glede jezikovnih znanj (tako kvaliteto kot kvantiteto), in sicer z namenom širitve na tuje trge. Poskušali bodo izboljšati izobraževalne sisteme in povečati mobilnost delovne sile.
- Angleščina je pomembna kot svetovni poslovni jezik, drugi pa se uporabljajo obširno kot posredni jeziki. Podjetja se zavedajo, da je treba za krepitev boljših poslovnih odnosov pridobiti znanja tudi teh jezikov.
- Predvsem manjša MSP čutijo pomanjkanje sredstev za vlaganje v jezikovna izobraževanja.
- Vlaganje v razvoj jezikovnega izobraževalnega sistema v EU bo prineslo ekonomske prednosti in pozitivne vplive na produktivnost MSP na izvoznih trgih.
- Ta vlaganja pa so pomemben faktor, ki bo EU omogočil, da konkurira na podlagi spretnosti in znanja in ne na osnovi nizkih stroškov.

Študija ELAN (European Commission 2006, 61–74) je do teh pomembnih zaključkov prišla z opravljeno raziskavo, ki je temeljila na anketnem vprašalniku. Nanj je odgovorilo 1989 MSP iz 29 evropskih držav. Vprašanja, vključena v anketo, so bila naslednja:

1. Ali je vaše podjetje hčerinska družba drugega podjetja?
2. Kaj je vaš glavni produkt/storitev?
3. Koliko je staro vaše podjetje?
4. Koliko je zaposlenih?
5. Kolikšen je odstotek oz. delež prodaje vašega blaga/storitev v tujini?

6. Je vaše podjetje kdaj izgubilo priložnost za izvoz v tujino zaradi pomanjkanja znanja tujih jezikov?
7. Ali ste od svojih zaposlenih kdaj zahtevali znanje določenega tujega jezika oz. ali ste kdaj izobraževali svoje zaposlene zaradi potreb izvoza in sodelovanja s tujimi trgi?
8. Ima vaše podjetje jezikovno strategijo z namenom poslovanja na tujih trgih?
9. So jezikovna znanja vaših zaposlenih kdaj vplivala na izbiro izvoznega trga?
10. Ste kdaj za polni delovni čas zaposlili native speakerja, prevajalca ali tolmača za podporo izvoznega trga?
11. Ste svojo spletno stran kdaj prilagodili tujim trgom?
12. Ali vaše podjetje planira sodelovanje s kakšnim novim tujim trgom?
13. Je vaše investiranje v tuje trge kdaj pogojeno z jezikovnimi znanji in kulturnimi kompetencami?
14. Ali vodite evidenco o tem, kakšno je jezikovno znanje vaših zaposlenih?
15. Ste kdaj ponudili jezikovno izobraževanje svojim zaposlenim?
16. Se je vaše podjetje v zadnjih treh letih udeležilo kakršnegakoli jezikovnega izobraževanja?
17. Mislite, da boste v prihodnjih treh letih potrebovali dodaten jezikovno dobro izobražen kader?

Cilj diplomske naloge je bil ugotoviti, kakšno je stanje glede znanja tujih jezikov v slovenskih MSP in kako to vpliva na pojavljanje slovenskih podjetij na tujih trgih. ELAN študijo sem torej poskušala aplicirati na primer Slovenije, in sicer na vzorcu 119 MSP iz Slovenije. Na podlagi AJ PES podatkov iz leta 2010 tako lahko sklepamo, da je bilo v raziskavo diplomske naloge vključenih 3,6 % vseh MSP v Sloveniji (Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve 2001, 3).

V raziskavo sem vključila mala in srednja podjetja iz vseh dvanajstih slovenskih regij in vseh dejavnosti delovanja. V poslovni bazi slovenskih izvoznikov Sloexport² so dejavnosti podjetij razdeljene na deset področij (Gospodarska zbornica Slovenije b. l.):

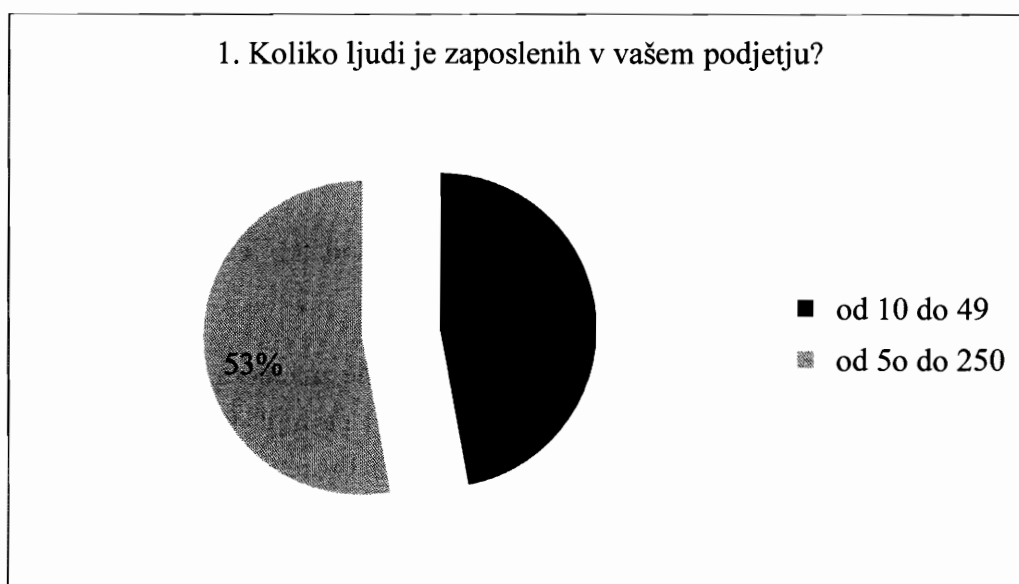
- kmetijstvo;
- strojna in kovinska industrija;
- elektroindustrija;
- lesna industrijo in gozdarstvo;
- gradbeništvo;
- transport;
- gostinstvo in turizem;
- informacijske tehnologije;
- storitve in
- ostala industrija.

² Sloexport.si – podatkovna baza slovenskih izvoznikov.

Anketni vprašalnik sestavlja 14 vprašanj, ki tematsko sovpadajo z anketnim vprašalnikom študije ELAN. Torej, koliko je zaposlenih v posameznem podjetju, ali podjetje posluje na mednarodnih trgih in katerih, kateri jezik najpogosteje uporabljajo in kateri jezik najbolj pogrešajo. Nadalje sem v anketo vključila vprašanja, če so že kdaj izgubili poslovno priložnost zaradi pomanjkanja jezikovnega znanja, ali imajo formalno jezikovno strategijo, ali vlagajo v jezikovno izobraževanje zaposlenih itd.

5.1 Analiza in interpretacija rezultatov

1. Koliko ljudi je zaposlenih v vašem podjetju?



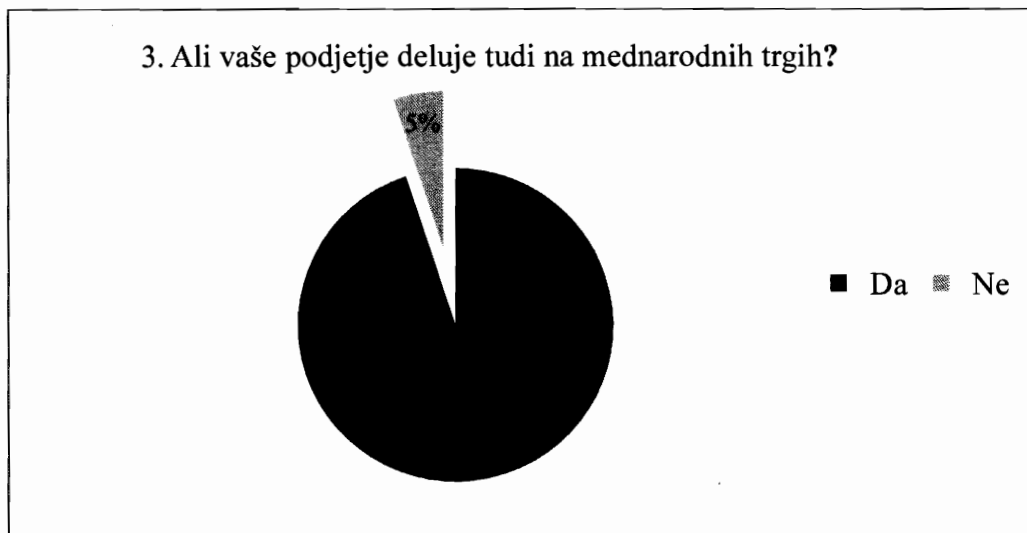
Slika 1: Število zaposlenih

S prvim vprašanjem so se anketiranci opredelili, ali so zaposleni v malem ali srednje velikem podjetju v Sloveniji. Od 119 vprašanih jih je 47 % odgovorilo, da je v njihovem podjetju zaposlenih od 10 do 49 ljudi, 53 % pa, da jih je zaposlenih od 50 do 250. Kar pomeni, da je 56 anketirancev od 119 zaposlenih v malem podjetju, 63 pa v srednje velikem podjetju.

2. Delo, ki ga opravljate oziroma naziv vašega delovnega mesta?

Nato sem ugotavljala, kakšno delo anketiranci opravljajo v podjetju oz. kakšno je njihovo delovno mesto. Dobila sem približno 80 različnih odgovorov, večina anketirancev pa je zaposlenih kot direktor podjetja (prb. 24 %), kot prodajni specialist ali vodja prodaje (prb. 19 %) in pa kot komercialist ali vodja komerciale (prb. 14 %).

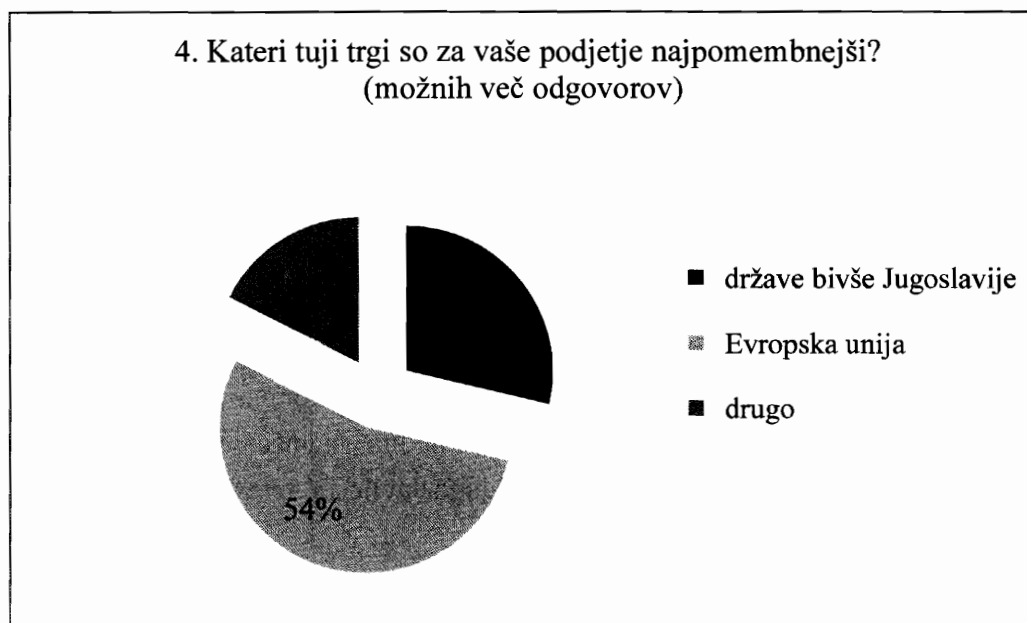
3. Ali vaše podjetje deluje tudi na mednarodnih trgih?



Slika 2: Delovanje podjetij na mednarodnih trgih

Na vprašanje, ali njihovo podjetje deluje tudi na mednarodnih trgih, je kar 95 % vprašanih odgovorilo pritrdilno.

4. Kateri tuji trgi so za vaše podjetje najpomembnejši? (možnih več odgovorov)



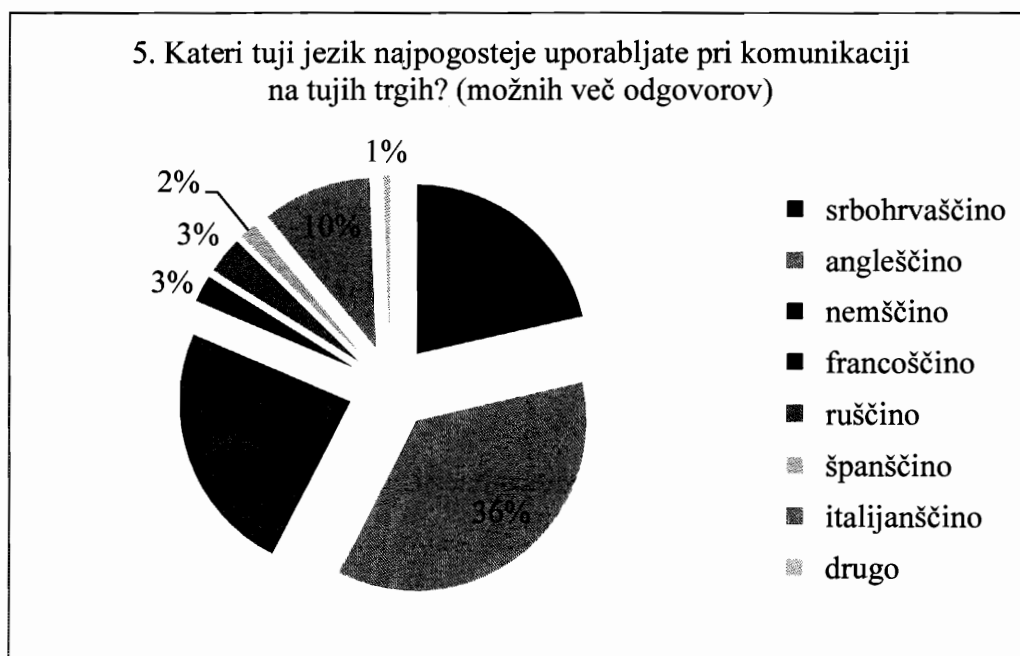
Slika 3: Najpomembnejši tuji trgi slovenskih MSP

54 % vprašanih je odgovorilo, da je Evropska unija najpomembnejši tuji trg za njihovo podjetje, 29 % pa jih je kot najpomembnejši tuji trg označilo države bivše Jugoslavije. Na spletnem portalu Siol.net, v članku »Na GZS znova iskali poti za internacionalizacijo«,

Gospodarska zbornica Slovenije navaja, da je od 11.000 registriranih izvoznih podjetij v Sloveniji kar 9000 takih, ki izvažajo na trge nekdanje Jugoslavije (STA 2011b).

17 % podjetij, vključenih v raziskavo, pa se osredotoča na druge tuje trge – domnevam, da med le-te spada vedno pomembnejša gospodarska sila Kitajska, potem Rusija in tudi ameriški trgi.

5. Kateri tuji jezik najpogosteje uporabljate pri komunikaciji na tujih trgih? (možnih več odgovorov)

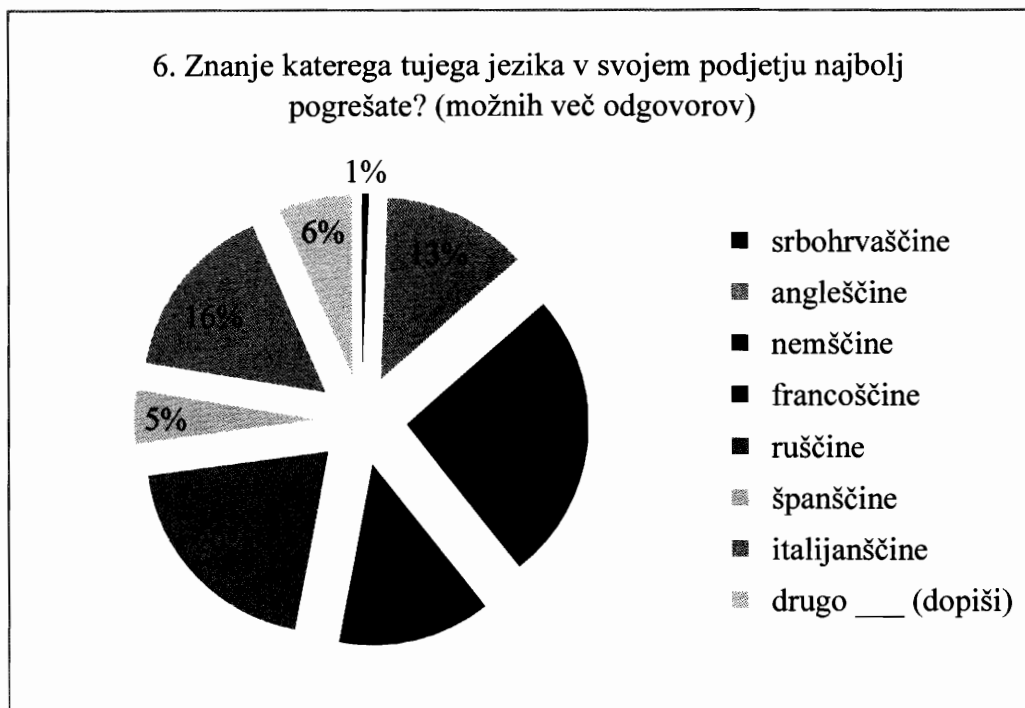


Slika 4: Najbolj pogosto uporabljeni tuji jeziki na mednarodnih trgih

Kot ugotavlja že študija ELAN (European Commission 2006), podjetja v Evropski uniji za komunikacijo na tujih trgih najpogosteje uporabljajo angleščino. Enako je tudi v slovenskih MSP, kjer 36 % od 119 v raziskavo vključenih podjetij za komuniciranje s tujimi podjetji najpogosteje uporablja angleščino. Angleščini sledita nemščina in srbohrvaščina – srbohrvaščina za sporazumevanje na trgih bivše Jugoslavije in nemščina za komunikacijo za trge znotraj EU.

Da sta angleščina in nemščina najpomembnejša jezika za sporazumevanje znotraj EU, ugotavlja tudi študija ELAN (European Commission 2006, 24). Angleščino podjetja uporabljajo ne samo za komunikacijo s trgom Velike Britanije, temveč tudi na nemških, francoskih, ameriških in nizozemskih trgih.

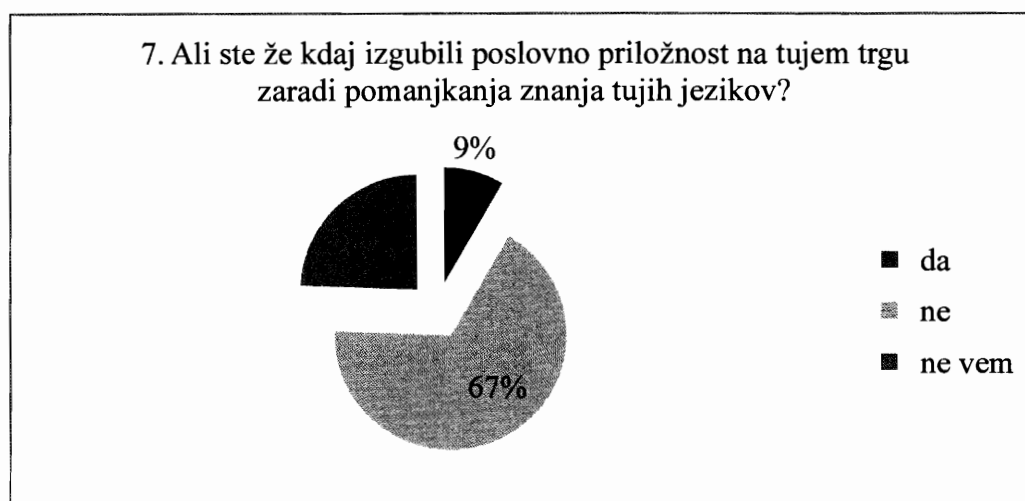
6. Znanje katerega tujega jezika v svojem podjetju najbolj pogrešate? (možnih več odgovorov)



Slika 5: Tuji jeziki, ki jih zaposleni pri komunikaciji najbolj pogrešajo

Slovenska MSP, vključena v raziskavo, med zaposlenimi najbolj pogrešajo znanje nemškega (26 %), ruskega (20 %) in italijanskega jezika (16 %). Sledita jim angleščina in francoščina (13 %).

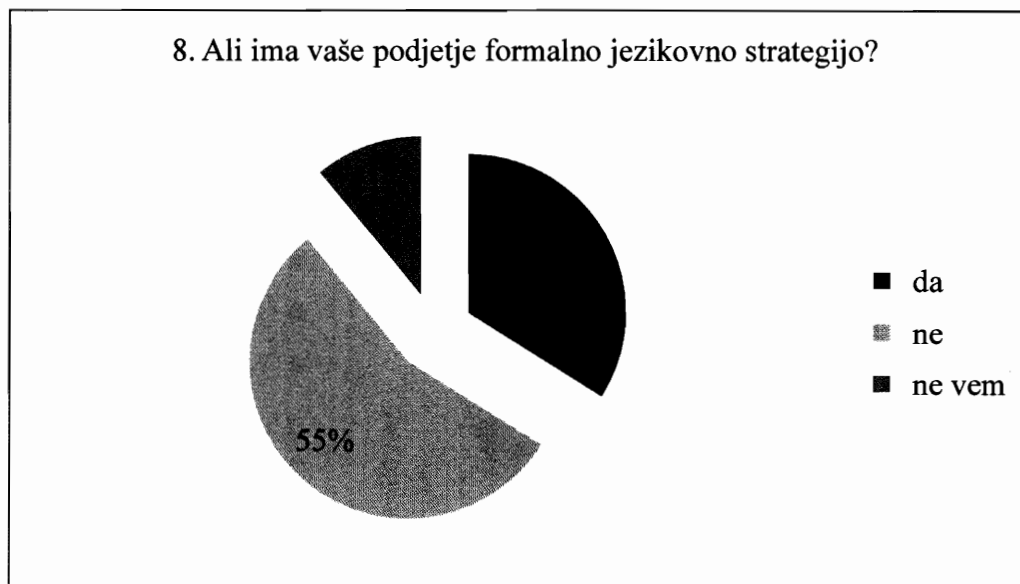
7. Ali ste že kdaj izgubili poslovno priložnost na tujem trgu zaradi pomanjkanja znanja tujih jezikov?



Slika 6: Izgubljena poslovna priložnost zaradi pomanjkanja znanja tujih jezikov

67 % slovenskih podjetij, vključenih v raziskavo, še ni izgubilo poslovne priložnosti zaradi pomanjkanja znanja tujih jezikov.

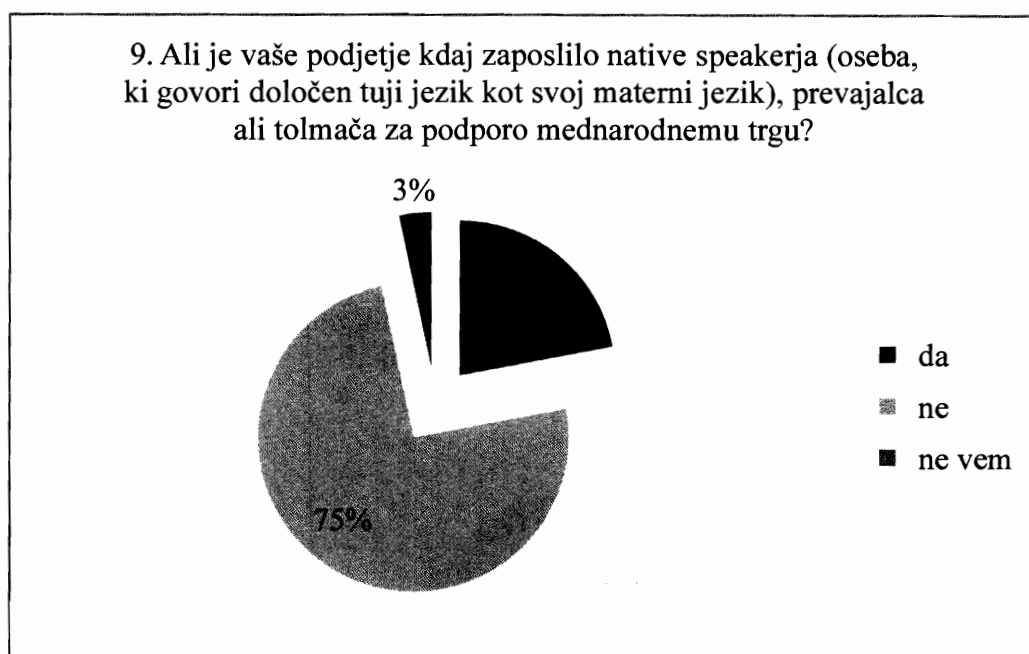
8. Ali ima vaše podjetje formalno jezikovno strategijo?



Slika 7: Odstotek slovenskih MSP, ki imajo formalno jezikovno strategijo

34 % MSP v Sloveniji ima formalno jezikovno strategijo, 55 % MSP pa je odgovorilo, da formalne strategije nima. ELAN študija poudarja pomembnost formalne jezikovne strategije za vsako MSP v EU, vendar ugotavlja, da ima strategijo le 48 % podjetij EU (European Commission 2006, 24).

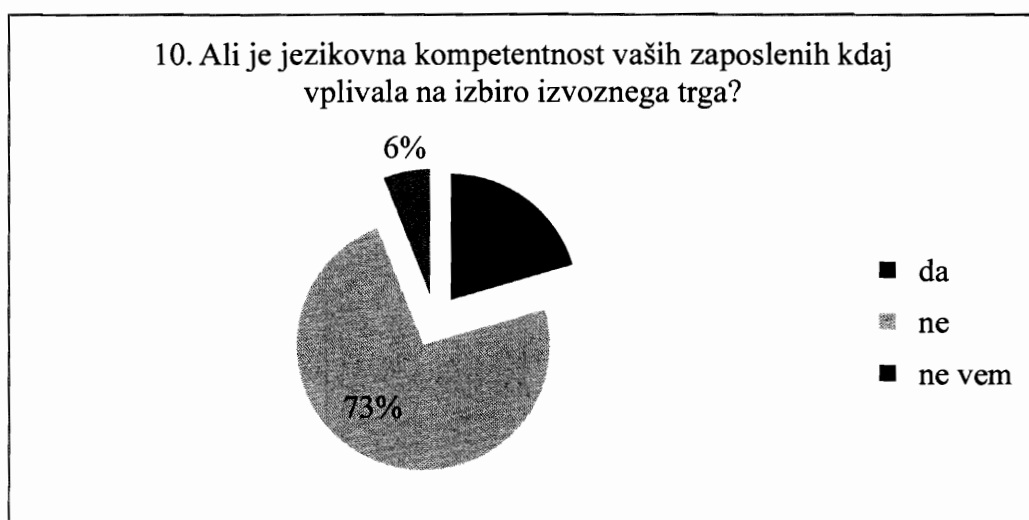
9. Ali je vaše podjetje kdaj zaposlilo native speakerja (oseba, ki govori določen tuj jezik kot svoj materni jezik), prevajalca ali tolmača za podporo mednarodnemu trgu?



Slika 8: Zaposlovanje native speakerjev, prevajalcev in tolmačev v MSP

Kar 75 % podjetij še nikoli ni zaposlilo native speakerja, prevajalca ali tolmača za podporo mednarodnemu trgu. 22 % slovenskih MSP pa je takšnega strokovnjaka že zaposlilo. Enak odstotek (22 %) ugotavlja ELAN študija (European Commission 2006, 28), najpogosteje pa v EU zaposlujejo native speakerje, prevajalce in tolmače v Nemčiji, Avstriji, Latviji, na Norveškem in Madžarskem.

10. Ali je jezikovna kompetentnost vaših zaposlenih kdaj vplivala na izbiro izvoznega trga?



Slika 9: Vpliv jezikovne kompetentnosti zaposlenih na izbiro izvoznega trga

73 % vprašanih je na vprašanje, če je jezikovna kompetentnost njihovih zaposlenih kdaj vplivala na izbiro izvoznega trga, odgovorilo negativno. Tudi v EU je trend podoben, saj le okoli 13 % MSP, ki so bila vključena v študijo ELAN, priznava, da je jezikovna kompetentnost njihovih zaposlenih vplivala na izbiro izvoznega trga. Najvišji odstotek je značilen predvsem za nove članice, kot so Latvija, Litva, Češka in Madžarska ter tudi Španija in Portugalska (European Commission 2006, 25).

11. Ali je vaše podjetje kdaj od zaposlenih zahtevalo znanje specifičnega tujega jezika?



Slika 10: Odstotek podjetij, ki od zaposlenih zahtevajo specifična jezikovna znanja

66 % MSP, vključenih v raziskavo, je odgovorilo, da so od zaposlenih zahtevali znanje specifičnega tujega jezika. ELAN študija (European Commission 2006, 26–27) pravi, da v Evropski uniji v povprečju 40 % podjetij zaposluje ljudi z določenimi jezikovnimi znanji za potrebe izvoznih trgov. Najpogosteje znanje specifičnega tujega jezika od svojih zaposlenih zahtevajo Madžarska, Romunija, Češka, Belgija, Francija, Nemčija in Španija.

12. Ali je vaše podjetje prilagodilo domačo spletno stran za potrebe mednarodnega poslovanja?



Slika 11: MSP s prilagojeno spletno stranjo za mednarodno poslovanje

Več kot 80 % anketiranih MSP je prilagodilo spletno stran podjetja tudi za tuje trge. Priprava spletne strani v tujih jezikih je eden ključnih korakov za vstop v mednarodne trge in predvsem za pridobivanje novih trgov. V vzorcu ELAN študije je 62 % podjetij prilagodilo svojo spletno stran, od tega jih je 57 % pripravilo spletno stran v angleškem jeziku (European Commission 2006, 33).

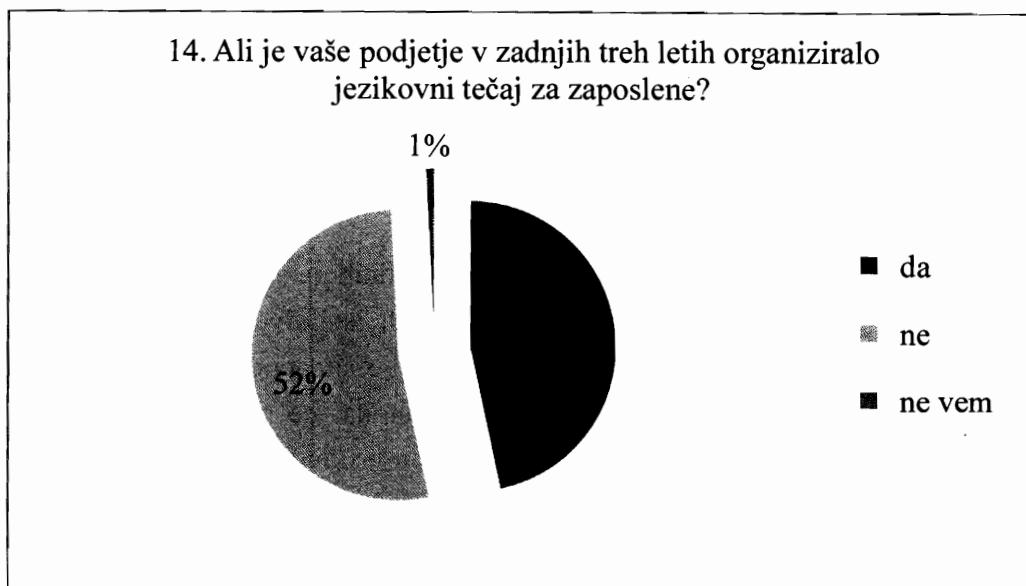
13. Ali vaše podjetje vlaga v jezikovno izobraževanje zaposlenih?



Slika 12: Vlaganje MSP v jezikovno izobraževanje zaposlenih

Več kot 60 % od 119 MSP v Sloveniji vlaga v jezikovno izobraževanje zaposlenih. ELAN (European Commission 2006, 34) poudarja, da je jezikovno izobraževanje izredno pomemben element formalne jezikovne strategije. Vsako podjetje mora voditi evidenco znanja tujih jezikov med zaposlenimi, tako je tudi sama jezikovna strategija podjetja lahko uspešnejša, zmanjšajo se stroški izobraževanja in podjetje med zaposlene lažje razdeli delovne naloge. 57 % evropskih MSP vključenih v ELAN študijo vodi evidenco jezikovnih znanj zaposlenih in 49 % MSP je ponudilo jezikovno izobraževanje svojim zaposlenim.

14. Ali je vaše podjetje v zadnjih treh letih organiziralo jezikovni tečaj za zaposlene?



Slika 13: Organiziranje jezikovnih tečajev za zaposlene v zadnjih treh letih

47 % slovenskih MSP, vključenih v raziskavo, je v zadnjih 3 letih organiziralo jezikovni tečaj za zaposlene. Če primerjamo ta rezultat z rezultati študije ELAN, ki beleži, da je 35 % podjetij v zadnjih treh letih jezikovno izobraževalo zaposlene, je presenetljivo dober. Od teh 35 % evropskih MSP jih je največ izobraževalo svoje zaposlene za angleški, nemški, francoski in italijanski jezik (European Commission 2006, 35).

Če povzamemo nekaj ključnih rezultatov opravljene ankete, lahko ponovno ugotovimo, da so najpomembnejši tuji trgi MSP v državah EU in da je angleščina kot svetovni jezik tudi v slovenskih MSP najpogosteje uporabljen tuji jezik. Izkazalo se je, da zaposleni pri komuniciranju v poslovnem svetu najbolj pogrešajo nemški in italijanski jezik, kar pa ne preseneča in povsem sovпада s trenutnim položajem slovenskih izvoznih in uvoznih podjetij. Kot navaja Gačnik (2011), je Slovenija v letu 2010 v EU izvozila skoraj 72 % blaga, kar dokazuje, da je EU najbolj pomemben trg za slovensko blago. Pri tem je treba omeniti, da Nemčija kot največja država v EU obenem predstavlja našo glavno trgovinsko partnerico in je za Slovenijo največji izvozni trg, kamor izvozi 20 % celotnega izvoza. Sledijo ji Italija, Avstrija in Francija.

6 SKLEP

Raznolikost med narodi v EU je naše veliko bogastvo. Cilj, želja in potreba vsakega izmed nas pa je uspeh, tako v zasebnem kot v poklicnem življenju. Na uspeh vpliva več dejavnikov, predvsem pa način sporazumevanja in želja vsakega posameznika, da bi ga ljudje razumeli. Samo uspešna komunikacija nam omogoča vzpostavitev dobrih medosebnih in poslovnih stikov.

Evropska unija ima danes 27 držav članic in 23 uradnih jezikov, med njimi pa je tudi Slovenija in z njo slovenščina kot eden izmed uradnih jezikov Evropske unije. Glede na kulturno pestrost in večjezičnost Evropske unije trenutne situacije, ki je razvidna iz študije ELAN in tudi iz rezultatov mojega anketnega vprašalnika, ne bi ocenila kot slabe. Skozi diplomsko nalogo ugotavljam, da je znanje tujih jezikov v slovenskih MSP dobro oziroma da ne odstopa od evropskega povprečja. Kar 95 % slovenskih MSP namreč posluje na mednarodnih trgih, od tega jih skoraj 70 % še nikoli ni izgubilo poslovne priložnosti zaradi pomanjkanja znanja tujih jezikov. Več kot polovica slovenskih MSP ima formalno jezikovno strategijo, vlaga v jezikovno izobraževanje zaposlenih in ima spletno stran prilagojeno mednarodnemu trgu.

Vseeno pa mislim, da bi morala biti mala in srednja podjetja v Sloveniji bolj zahtevna pri kriterijih zaposlovanja in več vlagati v izobraževanje zaposlenih. Prav dobra večjezična komunikacija lahko tem podjetjem odpre priložnosti, v nekaterih primerih pa je lahko od znanja tujih jezikov odvisen celo njihov uspeh. Na podlagi rezultatov anketnega vprašalnika, v katerega je bilo vključenih 119 slovenskih MSP, jih še skoraj tretjina (34 %) nima formalne jezikovne strategije in ne vlaga v jezikovno izobraževanje zaposlenih (36 %). Zgovoren pa je tudi podatek, da kar 75 % odstotkov od 119 slovenskih MSP še nikoli ni zaposlilo tolmača, prevajalca ali native speakerja za potrebe mednarodnega poslovanja.

Torej bi bilo, glede na to, da sta znanje tujih jezikov in jezikovno usposobljena delovna sila zelo pomembna za gospodarstvo Evropske unije, treba na tem področju še marsikaj izboljšati. Če je kader jezikovno usposobljen, je komunikacija v poslovnem svetu enostavnejša in bolj tekoča, prodaja in trženje uspešnejša, reševanje težav in konfliktov pa hitrejše. Znanje tujih jezikov je v študiji ELAN opredeljeno kot ključni dejavnik za spodbujanje gospodarske rasti in zaposlenosti, s tem pa lahko naredimo evropsko gospodarstvo najbolj konkurenčno na svetu (European Commission 2006, 8).

Kot sem navajala že v 4. poglavju, se je izboljšanja položaja treba lotiti tako na lokalni, nacionalni kot na ravni celotne Evropske unije. Tukaj govorimo predvsem o nepovratnih evropskih sredstvih, ki so na voljo v okviru programa vseživljenjskega učenja Evropske komisije, finančni podpora, primerni delitvi stroškov, skratka vlaganju v jezikovno izobraževanje. Vsekakor pa je za izboljšanje položaja treba uvesti določene spremembe že v izobraževalnem sistemu, kjer bi moral biti večji poudarek na učenju tujih jezikov. Zato je zelo

pomembno učenje tujih jezikov že v zgodnjem otroštvu, ki se nato nadaljuje od osnovnošolskega, poklicnega, srednješolskega in visokošolskega vse do izobraževanja odraslih. Večjezičnost bi torej morala imeti več aktivne podpore na vseh ravneh šolanja – bolj bi morala biti priznana v učnih načrtih in pozneje pri ocenjevanju kandidatov za službo. Na ravni podjetij pa bi bilo treba zaposlene spodbujati k uporabi in razvoju znanj, ki so jih že pridobili, in predlagati jezikovno usposabljanje na spodbuden način, usklajen z zahtevami delovnega mesta.

Zaradi vse večje konkurence na evropskem in svetovnem trgu mora slovensko gospodarstvo odpraviti dejavnike, ki vplivajo na zmanjšano konkurenčnost izvoznih podjetij v Sloveniji. Eden izmed najpomembnejših pristopov za doseg tega cilja pa je zagotoviti izobražen kader z večjim znanjem podjetništva, ekonomije in tujih jezikov.

LITERATURA

Belak, Janko. 1998. *Razvoj podjetja in razvojni management: posebnosti malih in srednje velikih podjetij*. Gubno: MER Evrocenter.

Trček, Jože. 1998. *Medosebno komuniciranje – kontaktna kultura*. Ljubljana: Korona Plus.

VIRI

Agencija Republike Slovenija za javnopravne evidence in storitve. 2011. *Informacija o poslovanju gospodarskih družb v Republiki Sloveniji v letu 2010*.

[Http://www.ajpes.si/doc/LP/Informacije/Informacija_LP_GD_zadruga_2010.pdf](http://www.ajpes.si/doc/LP/Informacije/Informacija_LP_GD_zadruga_2010.pdf) (8. 7. 2011).

Comission of European Communities. 2008. *“Think Small First” A “Small Business Act” for Europe*. [Http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0394:FIN:en:PDF](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0394:FIN:en:PDF) (20. 6. 2011).

European Commission. 2006. *ELAN: Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise*.

[Http://ec.europa.eu/education/languages/Focus/docs/elan_en.pdf](http://ec.europa.eu/education/languages/Focus/docs/elan_en.pdf) (18. 7. 2010).

European Commission. 2011a. *Small and medium-sized enterprises (SMEs)*.

[Http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/market-access/enterprise-europe-network/index_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/market-access/enterprise-europe-network/index_en.htm) (28. 4. 2011).

European Commission. 2011b. *Small and medium-sized enterprises (SMEs)*.

[Http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/index_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/index_en.htm) (28. 4. 2011).

European Commission. 2011c. *Small and medium-sized enterprises (SMEs)*.

[Http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/small-business-act/index_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/small-business-act/index_en.htm) (20. 6. 2011).

Gačnik, Elizabeta. 2011. *Izvoz poganja okrevanje Slovenije po krizi*.

[Http://www.izvoznookno.si/Teme_tedna/Izvoz_poganja_okrevanje_Slovenije_po_krizi_14798.aspx?print=1](http://www.izvoznookno.si/Teme_tedna/Izvoz_poganja_okrevanje_Slovenije_po_krizi_14798.aspx?print=1) (26. 8. 2011).

Evropska komisija. 2006. *Nova opredelitev MSP*.

[Http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/sme_definition/sme_user_guide_sl.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/sme_definition/sme_user_guide_sl.pdf) (15. 6. 2011).

Evropska komisija. 2008a. *Povzetek za državljane*.

[Http://ec.europa.eu/education/languages/pdf/com/summary-citizen_sl.pdf](http://ec.europa.eu/education/languages/pdf/com/summary-citizen_sl.pdf) (8. 3. 2011).

Evropska komisija. 2008b. *Z znanjem jezikov do poslovnega uspeha*.

[Http://ec.europa.eu/education/languages/pdf/davignon_sl.pdf](http://ec.europa.eu/education/languages/pdf/davignon_sl.pdf) (15. 8. 2011).

Evropska komisija. 2009. *Jezikovna politika EU*. [Http://ec.europa.eu/education/languages/eu-language-policy/index_sl.htm](http://ec.europa.eu/education/languages/eu-language-policy/index_sl.htm) (28. 2. 2011).

Evropska komisija. 2010. *Uredba št. 1 o določitvi jezikov, ki se uporabljajo v Evropski gospodarski skupnosti*. [Http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/sl/consleg/1958/R/01958R0001-20070101-sl.pdf](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/sl/consleg/1958/R/01958R0001-20070101-sl.pdf) (23. 1. 2011).

- Evropska komisija. 2011a. *Evropski dan jezikov*.
[Http://ec.europa.eu/education/languages/orphans/doc3302_sl.htm](http://ec.europa.eu/education/languages/orphans/doc3302_sl.htm) (26. 2. 2011).
- Evropska komisija. 2011b. *Evropski jeziki*. [Http://ec.europa.eu/languages/languages-of-europe/index_sl.htm](http://ec.europa.eu/languages/languages-of-europe/index_sl.htm) (23. 2. 2011).
- Evropska komisija. 2011c. *Javnomnenjska raziskava Eurobarometer*.
[Http://ec.europa.eu/languages/languages-of-europe/eurobarometer-survey_sl.htm](http://ec.europa.eu/languages/languages-of-europe/eurobarometer-survey_sl.htm) (12. 8. 2011).
- Evropska komisija. 2011d. *Podjetništvo in industrija*.
[Http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/index_sl.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/index_sl.htm) (25. 4. 2011).
- Gospodarska zbornica Slovenije. B. 1. *Podatkovna baza slovenskih izvoznikov*.
[Http://www.sloexport.si/default.asp?LanguageID=1&MenuID=10](http://www.sloexport.si/default.asp?LanguageID=1&MenuID=10) (3. 9. 2011).
- Javni sklad Republike Slovenije za razvoj kadrov in štipendije. B. 1. *Sofinanciranje izobraževanj in usposabljanj*. [Http://www.sklad-kadri.si/si/razvoj-kadrov/sofinanciranje-izobrazevanj-in-usposabljanj/](http://www.sklad-kadri.si/si/razvoj-kadrov/sofinanciranje-izobrazevanj-in-usposabljanj/) (13. 8. 2011).
- Komisija Evropskih skupnosti. 2008. *Sporočilo Komisije svetu, Evropskemu parlamentu, Svetu, Evropskemu ekonomsko-socialnemu odboru in odboru regij*.
[Http://ec.europa.eu/education/languages/pdf/com/2008_0566_sl.pdf](http://ec.europa.eu/education/languages/pdf/com/2008_0566_sl.pdf) (18. 3. 2011).
- Ministrstvo za gospodarstvo. 2010. *Akcijski načrt za izvajanje akta za mala podjetja*.
[Http://www.mg.gov.si/fileadmin/mg.gov.si/pageuploads/DPK/Akcijski_nacrt.pdf](http://www.mg.gov.si/fileadmin/mg.gov.si/pageuploads/DPK/Akcijski_nacrt.pdf) (20. 7. 2011).
- Ministrstvo za šolstvo in šport. 2011a. *Bela knjiga*. [Http://www.belaknjiga2011.si](http://www.belaknjiga2011.si) (26. 8. 2011).
- Ministrstvo za šolstvo in šport. 2011b. *Nacionalna strokovna skupina za pripravo Bele knjige o vzgoji in izobraževanju v RS*.
[Http://www.belaknjiga2011.si/pdf/resitve%20pss%20za%20nacela.pdf](http://www.belaknjiga2011.si/pdf/resitve%20pss%20za%20nacela.pdf) (26. 8. 2011).
- Ministrstvo za šolstvo in šport. 2011c. *Nacionalna strokovna skupina za pripravo bele knjige na področju vzgoje in izobraževanja v RS*.
[Http://www.belaknjiga2011.si/pdf/resitve%20pss%20za%20osnovno%20solo.pdf](http://www.belaknjiga2011.si/pdf/resitve%20pss%20za%20osnovno%20solo.pdf) (26. 8. 2011).
- Portal Evropske unije. B. 1. *Evropska komisija*. [Http://europa.eu/about-eu/institutions-bodies/european-commission/index_sl.htm](http://europa.eu/about-eu/institutions-bodies/european-commission/index_sl.htm) (23. 3. 2011).
- Resolucija Sveta z dne 21. novembra 2008 o evropski strategiji za večjezičnost. *Uradni list EU*, št. C 320/08. [Http://eur-law.eu/SL/Resolucija-Sveta-dne-21-novembra-2008-evropski-strategiji,502702,d](http://eur-law.eu/SL/Resolucija-Sveta-dne-21-novembra-2008-evropski-strategiji,502702,d) (15. 3. 2011).
- STA. 2011a. *Lestvica konkurenčnosti: Slovenija izgubila 12 mest*.
[Http://www.demokracija.si/v-fokusu/gospodarstvo/7988-lestvica-konkurenčnosti-slovenija-izgubila-12-mest](http://www.demokracija.si/v-fokusu/gospodarstvo/7988-lestvica-konkurenčnosti-slovenija-izgubila-12-mest) (10. 9. 2011).
- STA. 2011b. *Na GZS znova iskali poti za internacionalizacijo*.
[Http://www.siol.net/novice/gospodarstvo/2011/09/na_gzs_znova_iskali_poti_za_internationalizacijo.aspx](http://www.siol.net/novice/gospodarstvo/2011/09/na_gzs_znova_iskali_poti_za_internationalizacijo.aspx) (25. 9. 2011).
- Zakon o gospodarskih družbah. *Uradni list RS*, št. 65/09. [Http://www.uradni-list.si/_pdf/2009/Ur/u2009065.pdf](http://www.uradni-list.si/_pdf/2009/Ur/u2009065.pdf) (10. 4. 2011).

Wikipedija. 2011. *Angleščina*. [Http://sl.wikipedia.org/wiki/Angle%C5%A1%C4%8Dina](http://sl.wikipedia.org/wiki/Angle%C5%A1%C4%8Dina) (20. 8. 2011).

PRILOGE

Priloga 1 Anketni vprašalnik

ANKETNI VPRAŠALNIK

Spoštovani,

sem absolventka Univerze na Primorskem, Fakultete za management Koper. Anketni vprašalnik, ki Vam je na voljo, je namenjen izdelavi moje diplomske naloge z naslovom Vpliv pomanjkanja znanja jezikov v EU: primer malih in srednje velikih slovenskih podjetij.

S podatki, ki jih bom pridobila na podlagi vprašalnika, želim ugotoviti, kakšno je stanje glede znanja tujih jezikov med zaposlenimi v malih in srednjih podjetjih v Sloveniji.

Vprašalnik je anonimen in bo uporabljen zgolj v študijske namene. Vljudno Vas prosim, da si vzamete nekaj svojega časa in ga izpolnite.

Za Vaše sodelovanje se vam najlepše zahvaljujem in Vas lepo pozdravljam.

Sonja Kristan Bajželj

1. Koliko ljudi je zaposlenih v vašem podjetju?

- od 10 do 49
- od 50 do 250

2. Delo, ki ga opravljate, oziroma naziv vašega delovnega mesta?

3. Ali vaše podjetje deluje tudi na mednarodnih trgih?

- Da
- Ne

4. Kateri tuji trgi so za vaše podjetje najpomembnejši? (možnih več odgovorov)

- države nekdanje Jugoslavije
- Evropska unija
- drugo _____ (dopiši)

5. Kateri tuji jezik najpogosteje uporabljate pri komunikaciji na tujih trgih? (možnih več odgovorov)

-
- srbohrvaščino
- angleščino
- nemščino
- francoščino
- ruščino
- španščino
- italijanščino
- drugo _____ (dopiši)

6. Znanje katerega tujega jezika v svojem podjetju najbolj pogrešate? (možnih več odgovorov)

-
- srbohrvaščine
- angleščine
- nemščine
- francoščine
- ruščine
- španščine
- italijanščine
- drugo _____ (dopiši)

7. Ali ste že kdaj izgubili poslovno priložnost na tujem trgu zaradi pomanjkanja znanja tujih jezikov?

-
- da
- ne
- ne vem

8. Ali ima vaše podjetje formalno jezikovno strategijo?

-
- da
- ne
- ne vem

9. Ali je vaše podjetje kdaj zaposlilo native speakerja (oseba, ki govori določen tuji jezik kot svoj materni jezik), prevajalca ali tolmača za podporo mednarodnemu trgu?

-
- da
- ne
- ne vem

10. Ali je jezikovna kompetentnost vaših zaposlenih kdaj vplivala na izbiro izvoznega trga?

-
- da
- ne
- ne vem

11. Ali je vaše podjetje kdaj od zaposlenih zahtevalo znanje specifičnega tujega jezika?

-
- da
- ne
- ne vem

12. Ali je vaše podjetje prilagodilo domačo spletno stran za potrebe mednarodnega poslovanja?

-
- da
- ne
- ne vem

13. Ali vaše podjetje vlaga v jezikovno izobraževanje zaposlenih?

-
- da
- ne
- ne vem

14. Ali je vaše podjetje v zadnjih treh letih organiziralo jezikovni tečaj za zaposlene?

-
- da
- ne
- ne vem

