

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT

MAGISTRSKA NALOGA

MOJCA PLAZNIK

KOPER, 2018

2018

MAGISTRSKA NALOGA

MOJCA PLAZNIK

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT

Magistrska naloga

POMEN ZNANJA TUJIH JEZIKOV ZA
POSLOVANJE SLOVENSКИH PODJETIJ V EU

Mojca Plaznik

Koper, 2018

Mentor: doc. dr. Igor Rižnar

POVZETEK

Znanje tujih jezikov je v času globalizacije zelo pomembno za podjetja, ki želijo poslovati na mednarodnih trgih. Dobra jezikovna strategija je osnova za podjetja pri vstopu na tuje trge ter za večjo konkurenčnost. Naloga se osredotoča na izobraževanje, znanje in uporabo tujih jezikov pri poslovanju podjetij v Evropski uniji. Kako pomembno je učenje tujih jezikov v različni starostni fazi, pomen večjezičnosti, zakaj samo znanje angleščine ni več dovolj, so osrednja vprašanja, ki jih obravnavamo. Ugotavljamo, kako EU prispeva k podpori oziroma spodbujanju izvajanja in realizacije večjezičnosti ter se osredotočamo na podjetja, ki so prisotna na mednarodnem trgu. Raziskovalni del naloge temelji na anketi, v kateri ugotavljamo stopnjo znanja tujih jezikov, ali se kaže tovrstno znanje kot prednost ter kdaj in kako vstopiti na mednarodno tržišče.

Ključne besede: znanje tujih jezikov, večjezičnost, jezikovna politika, Evropska unija, mednarodni trg

SUMMARY

In order to do business on foreign markets in the time of globalisation, foreign language skills are of utmost importance for companies. A good language strategy represents the basis for companies trying to enter foreign markets and in order to remain competitive. Our thesis focus is on language education, language skills and the use of foreign languages when doing business within the European Union. Other topics under discussion are: the importance of learning foreign languages, the importance of multilingualism, and why the knowledge of English as a foreign language is often not enough for enterprises. In addition, we also deal with topics like EU language policy, EU's contribution towards encouraging it. The research part of the thesis is based on a questionnaire, which was used in order to find out the level of foreign language skills of employees in Slovenian enterprises doing business globally.

Key words: foreign language skills, multilingualism, language policy, European Union, international market

UDK: 81:339.9.012.23(043.2)

VSEBINA

1	Uvod	1
1.1	Opredelevitev problema in teoretičnih izhodišč	1
1.2	Namen in cilji.....	2
1.3	Metode za doseganje ciljev	3
1.4	Predpostavke in omejitve	4
2	Znanje tujih jezikov	5
2.1	Učenje tujih jezikov v zgodnji starosti otroka	5
2.2	Vseživljenjsko učenje jezikov.....	7
2.2.1	Potreba po večjezičnosti	8
2.2.2	Zakaj samo znanje angleščine ne zadošča	10
3	Jezikovna politika EU	12
3.1	Uradni jeziki.....	13
3.2	Cilji EU na področju jezikovne politike	13
3.3	Vloga Evropske komisije in njeni dosežki.....	14
4	Znanje tujih jezikov vpliva na uspešnost poslovanja podjetij v EU	20
4.1	Izbira in razvoj kadrov glede na tujejezično znanje.....	20
4.2	Internacionalizacija slovenskih podjetij.....	23
4.3	Predstavitvev podjetja ob vstopu na mednarodni trg	28
4.4	Najpogosteje uporabljeni tuji jeziki slovenskih podjetij pri poslovanju v EU	30
5	EMPIRIČNI VIDIK POMENA ZNANJA TUJIH JEZIKOV ZA POSLOVANJE SLOVENSkih PODJETIJ V EU	34
5.1	Merski instrument in zbiranje podatkov	34
5.1.1	Opredelevitev populacije in vzorca	34
5.2	Opis uporabljenih metod	35
5.3	Analiza rezultatov ankete.....	35
5.4	Potrjevanje hipotez.....	46
5.5	Dodatna analiza.....	50
5.6	Ugotovitve raziskave.....	51
5.7	Prispevek k stroki.....	52
5.8	Priporočila slovenskim podjetjem.....	52
6	SKLEP	54
	Literatura	55
	Priloge	59

SLIKE

Slika 1: Spol anketirancev	36
Slika 2: Starostna struktura vzorca	36
Slika 3: Izobrazba anketirancev	37
Slika 4: Delovno mesto anketirancev	37
Slika 5: Ali zaposluje vaše podjetje osebe z znanjem vsaj enega tujega jezika?	38
Slika 6: Ali vaše podjetje omogoča zaposlenim dodatno jezikovno izobraževanje?	39
Slika 7: Kakšno politiko kadrovanja ima vaše podjetje glede znanja tujih jezikov?	39
Slika 8: Ste se kdaj udeležili jezikovnega izobraževanja, ki ga je organiziralo vaše podjetje?	40
Slika 9: Menite, da bodo zaposleni v naslednjih petih letih potrebovali dodatne jezikovne spretnosti?	41
Slika 10: Ali znanje tujih jezikov zaposlenih vpliva na izbiro izvoznega trga?	42
Slika 11: Kateri tuji jezik je za vaše podjetje najpomembnejši?	42
Slika 12: Kateri tuji jezik je vaš aktivni jezik?	43
Slika 13: Ali je znanje angleškega jezika dovolj za uspešno poslovanje na evropskem trgu?	43
Slika 14: Ste kdaj honorarno zaposlovali prevajalce?	44
Slika 15: Ste kdaj najemali ali zaposlovali lokalne agente, ki delujejo na tujem tržišču?	44
Slika 16: Ste jezikovno prilagodili spletne strani ob vstopu na tuj trg?	45
Slika 17: Ste zaradi neznanja tujih jezikov kdaj izgubili kakšno poslovno priložnost?	45
Slika 18: Navedite vzrok oz. fazo v kateri je prišlo do izgube poslovne priložnosti	46
Slika 19: Ali je znanje angleškega jezika dovolj za uspešno poslovanje na evropskem trgu glede na mnenje, da je angleščina najpomembnejši jezik	47
Slika 20: Je znanje angleškega jezika dovolj za uspešno poslovanje na evropskem trgu?	48
Slika 21: Ali je znanje angleškega jezika dovolj za uspešno poslovanje na evropskem trgu glede na vzroke izgube poslovne priložnosti	50
Slika 22: Ali je znanje angleškega jezika dovolj za uspešno poslovanje na evropskem trgu glede na mnenje, da je angleščina aktivni jezik, ki ga podjetje pri izvozu uporablja?	51

PREGLEDNICE

Preglednica 1: Izvoz za leto 2015 v 1000 EUR po posamezni EU državi in dejavnosti	25
Preglednica 2: Število izvoznih podjetij, v letu 2015 v EU države	27

KRAJŠAVE

BDP	bruto domači proizvod
CEFR	The Common European Framework of Reference for Languages
CMEPIUS	Center RS za mobilnost in evropske programe izobraževanja in usposabljanja
CTO	celostni telesni odziv
ELAN	Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise
ESCO	European Skills/Competences, qualifications and Occupations
EU	Evropska unija
EUROPASS	evropsko dogovorjena oblika življenjepisa
Eurostat	Statistični urad Evropske unije
IELTS	International English Language Testing System
MOVIT	Zavod za razvoj mobilnosti mladih
MSP	Mala in srednje velika podjetja
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
oz.	oziroma
RS	Republika Slovenija
SIRIUS	Policy Network on Migrant Education
SLOEXPORT	Podatkovna baza slovenskih izvoznikov
SPSS	Programsko orodje za statistično obdelavo
SPIRIT Slovenija	Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije, tujih investicij in tehnologije
SURS	Statistični urad Republike Slovenije
TFEU	Treaty on European Union
tj.	to je
TOEFL	Test of English as a Foreign Language
Unesco	The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
Ur. l. RS	Uradni list Republike Slovenije
ZDA	Združene države Amerike

1 UVOD

Potreba po znanju tujih jezikov je posledica globalizacije, internacionalizacije, migracij, mobilnosti itd. Razvoj teh trendov je jezike in kulture zbližal, nam pa jih približal. Danes je običajno, da potujemo v tujo državo zasebno ali službeno, komuniciramo prek spleta z ljudmi iz različnih kultur ter enostavno dostopamo do informacij iz različnih dežel. Zato znanje jezikov in medkulturne zmožnosti predstavljajo osnovo za uspešno komuniciranje. Veliko razlogov obstaja za učenje tujih jezikov, kar potrjuje tudi jezikovna politika EU, ki se zavzema, da bi se otroci v šoli učili več tujih jezikov, znanje jezikov pa je pomemben dejavnik tudi za gospodarstvo. Prav na slednjem področju, na trgu delovne sile, se poleg angleščine vedno bolj kot osnovni pogoj postavlja znanje drugih tujih jezikov.

1.1 Opredelitev problema in teoretičnih izhodišč

Z združevanjem evropskega tržišča v enotni trg se pomembnost znanja tujih jezikov ne kaže več kot prednost za posamezno podjetje oz. posameznike, pač pa je prerasla v nujo.

Učenje in posledično znanje tujega jezika ni le eden od ciljev uspešnega študija, ampak pomemben element uspešnega poslovanja. Potreba po znanju tujih jezikov izhaja iz potrebe po komunikaciji z drugimi ljudmi, po širitvi poslovanja na mednarodnem tržišču, saj smo s svojim jezikom precej omejeni, z znanjem tujih jezikov pa izdatno povečamo svoje možnosti delovanja.

Posameznikom, ki ne obvladajo niti enega svetovnega jezika, se slabo piše. Znanje tujih jezikov je pomembno na različnih področjih človekovega življenja, predvsem pri nadaljnjem študiju, zasebnih potovanjih, opravljanju poklica itd. Naše znanje tujega jezika je aktivno, ko v omenjenem jeziku znamo govoriti, poslušati, brati in pisati (Saop 2014).

Katere tuje jezike je najkoristneje znati, je odvisno predvsem od posameznika, njegovega načina življenja, delovnega mesta, ki ga opravlja, trga, ki ga želi osvojiti oz. se na njem uveljaviti s svojim podjetjem. Med mladimi je še vedno najbolj priljubljena angleščina, saj se jim zdi najlažja, ker je povsod prisotna, na drugo mesto pa uvrščajo nemščino (Rant 2013).

Angleščina je nedvomno najbolj razširjen svetovni jezik, brez katerega si težko predstavljamo potovanja v tujini, medtem ko je nemščina najbolj razširjen jezik v Evropi. Zaradi bližine nemškega govornega področja (Avstrija) in Nemčije kot pomembne gospodarske velesile je slednja za poslovanje podjetij izredno pomembna. Ne smemo zanemariti španščine, ki je kot tretji svetovni jezik razširjena v JV Evropi, Južni Ameriki in tudi v ZDA. Če potujemo ali poslujemo na področju Francije in JZ Belgije, pa je znanje francoskega jezika skorajda nuja. Tudi italijanščine se je vredno naučiti zaradi bližine in precejšnje popularnosti jezika (Saop 2014).

Generalni direktorat za izobraževanje in kulturo Evropske komisije je zato, da bi razvil strategijo za obvladovanje komunikacijskih težav podjetij pri vstopu na nove in rastoče trge v drugih državah, leta 2006 naročil študijo ELAN. Na osnovi rezultatov je Evropska komisija pripravila ukrepe, ki jih že izvaja na področju izobraževanja in kulture. Del rezultatov študije ELAN (European Commission 2006), ki se navezuje na jezikovno izobraževanje, smo primerjali z rezultati naše ankete, ki smo jo izvedli na vzorcu izvozno naravnanih slovenskih podjetij.

Poslovanje s strankami na tujem tržišču zagotavlja veliko boljšo komunikacijo in prepreči nesporazume, če ta poteka v njihovem jeziku, seveda pa je predpogoj aktivno znanje tujega jezika. S tem strankam in poslovnim partnerjem pokažemo našo dolgoročno pripravljenost za sodelovanje oz. vključevanje na njihov trg. Ker obe stranki govorita isti jezik, si prihranita čas, sestanki se izvajajo v bolj sproščenem ozračju, kar posledično pomeni učinkovitejše poslovanje (Evropska unija 2011).

Z magistrsko nalogo želimo poudariti, da je znanje več tujih jezikov zelo pomembno, saj omogoča dodatna znanja in veščine, večjo mobilnost pri izbiri študija v tujini, pri iskanju zaposlitve, več možnosti pri poslovanju in ne nazadnje krepí oz. dviguje samozavest posameznika. Seveda pa to ne pomeni, da materni jezik ni pomemben, ravno nasprotno, slovenski jezik je potrebno negovati in ohranjati tudi v prihodnosti. Konec koncev je slovenščina eden izmed uradnih jezikov EU.

1.2 Namen in cilji

Namen in cilj raziskave je analizirati smiselnost in obseg učenja tujih jezikov, dodatno jezikovno izobraževanje, znanje in uporabo tega pri poslovanju podjetij v EU. Cilj je tudi predstaviti pomen učenja tujih jezikov v različnih starostnih obdobjih, načine, s katerimi pridemo do znanja, pomen večjezičnosti, motivacije in ozaveščanja glede slednjega ter zakaj samo znanje angleščine ni več dovolj.

EU večjezičnost opredeljuje kot pomemben element konkurenčnosti, zato je programom in projektom na tem področju namenila določena sredstva, s ciljem, da bi vsak državljan Unije poleg maternega jezika obvladal vsaj še dva tuja jezika.

V drugem, empiričnem delu, pa smo izvedli anketo, s katero smo anketirali približno 880 izvozno naravnanih podjetij v Sloveniji, ugotavljali njihovo stopnjo znanja tujih jezikov pri poslovanju s tujino, kateri so ti, ali se kaže tovrstno znanje za podjetje kot prednost, kdaj in kako vstopiti na mednarodno tržišče in smiselnost tretje osebe, ki bo nudila jezikovno pomoč pri vstopu na mednarodno tržišče.

Na osnovi rezultatov ankete in njene analize smo želeli ugotoviti nujnost oz. potrebo po znanju tujih jezikov pri uveljavljanju na tujih trgih. Podali smo glavne ugotovitve in poiskali predloge za spremembe in izboljšave.

Za doseganje namena in cilja smo v empiričnem delu preverili naslednje hipoteze:

Hipoteza 1: Pri izvozno naravnanih slovenskih podjetjih angleški jezik ni prvi izbrani tuji jezik, ki ga posamezna podjetja uporabljajo za poslovanje na evropskem trgu.

Hipoteza 2: Podjetja zaposlujejo ljudi z znanjem tujega jezika (prave ljudi na pravo mesto), ki je za njihovo podjetje potrebno.

Hipoteza 3: Uspeh poslovanja na trgu je odvisen od znanja določenega tujega jezika.

1.3 Metode za doseganje ciljev

Predvidene metode za doseganje zastavljenih ciljev so bile naslednje: v okviru teoretičnega dela je bila uporabljena deskriptivna metoda (opisovanje teoretičnih konceptov), metoda kompilacije (povzemanje spoznanj, stališč, opazovanj sklepov drugih avtorjev in lastnih spoznanj), komparativna metoda (primerjava različnih spoznanj o vplivu znanja tujih jezikov v različnih državah EU) in metoda klasifikacije (definicija raznih pojmov).

Magistrska naloga temelji na uporabi sekundarnih virov, domačih in tujih. Cilje smo dosegli na osnovi teoretičnega znanja, proučene študijske literature, strokovne literature in člankov ter vsaj delno s pomočjo lastnih izkušenj.

Empirični del je temeljil na primarnih podatkih, ki so bili pridobljeni s pomočjo anketnega vprašalnika (priloga 1). Anonimna anketa je bila poslana 880 slovenskim podjetjem. Obsegala je, podobno kot študija ELAN iz leta 2006, vprašanja, ki med drugim, zadevajo posamezne jezikovne spretnosti, zavedanje podjetij o jezikovnih strategijah, ki so jim na razpolago, izgube poslovnih priložnosti zaradi pomanjkljivega znanja tujih jezikov. Anketo smo poslali prek elektronske pošte. Našo ciljno populacijo so predstavljala izvozno naravnana podjetja v Republiki Sloveniji (v nadaljevanju RS).

Vprašalnik je sestavljen iz demografskih in vsebinskih spremenljivk. Vsebinska vprašanja se nanašajo na potrebe izvoznih podjetij po znanju tujih jezikov. Vprašanja so zaprtega tipa, ponekod so ponujeni odgovori da in ne ali 5-stopenjska Likertova lestvica, kjer je potrebna ocena glede pomembnosti posameznih tujih jezikov. Pred uporabo smo ga testirali na pilotnem vzorcu 10 enot.

S pomočjo programa za statistično obdelovanje podatkov (SPSS) smo analizirali zbrane podatke ter s pomočjo opisne statistike, s tabelnim in grafičnim prikazom podatkov predstavili rezultate raziskave ter jih primerjali z rezultati študije ELAN (European

Commission 2006). V sklepnem delu naloge pa bomo podali zaključek in priporočila slovenskim izvozno naravnanim podjetjem.

Za preverjanje hipotez smo uporabili metode opisne statistike, ter statistične teste (t-test in analizo variance).

Za primerjavo razlik v povprečju med dvema skupinama smo uporabili t-test za neodvisna vzorca, ki ga uporabimo za preverjanje domnev o povprečnih vrednostih spremenljivk na populaciji. S t-testom za neodvisna vzorca preverjamo, če je povprečna vrednost spremenljivke v eni skupini enot različna kot v drugi skupini enot (Kropivnik, Kogovšek in Gnidovec 2006, 47). ANOVA (F) ali analiza variance pa je preizkus, s katerim preverjamo razlike v povprečni vrednosti spremenljivke v treh ali več skupinah (prav tam, 53).

1.4 Predpostavke in omejitve

V magistrski nalogi predpostavljamo, da

- zaposleni govorijo vsaj en tuj jezik, zaradi katerega lahko podjetje uspešno nastopa na tujem trgu oziroma se s tem kaže njegova konkurenčna prednost;
- je razvoj jezikovnega načrta oz. strategije za obravnavanje komunikacijskih ovir pred vstopom podjetja na tuji trg, ena izmed najpomembnejših tehnik; zaradi nezadostnega znanja tujih jezikov prihaja tudi do napak – npr. pri prevajanju ali tolmačenju, kar ima lahko za posledico izgubo oz. prekinitev pogodbe;
- pri poslovanju na evropskem trgu znanje angleščine pogosto ni dovolj;
- je znanje več tujih jezikov zelo pomembno, saj omogoča dodatna znanja in veščine ter uspešnejše poslovanje podjetja;
- znanje jezika vpliva tudi na izbiro izvoznega trga;
- je pri večanju konkurenčnosti in vstopanju na tuje, neangleško govoreče trge, potrebno znanje jezika države, kamor podjetje želi vstopiti.

Omejitve pri raziskavi predstavljajo:

- neizpolnjeni ali nepopolno izpolnjeni anketni vprašalniki; anketiranci si lahko napačno razlagajo posamezno vprašanje in tako odgovor ne bo realen, lahko se zgodi, da bodo izpolnili vprašalnik, ne da bi ga natančno prebrali, lahko pa, da ga ne bodo izpolnili zaradi nezainteresiranosti ali prevelikega obsega dela;
- možnost neresničnih odgovorov kot posledica neiskrenosti pri izpolnjevanju ankete;
- nezavedanje podjetij o pomembnosti znanja (več) tujih jezikov in posledično ne vlaganje v jezikovno izobraževanje;
- vpliv drugih dejavnikov, kot so gospodarska kriza, spremembe v panogi, socialne ter politične spremembe, na poslovanje in delovanje podjetij.

2 ZNANJE TUJIH JEZIKOV

Glavni element svetovne komunikacije je v današnjem življenju jezik. Približno pol milijarde državljanov EU, ki živijo v 28 državah, govori 24 uradnih jezikov, če bi upoštevali še vse regionalne in manjše jezike, bi bila ta številka bistveno večja.

Na svetu obstaja med 6000 in 7000 jezikov, ki jih govori sedem milijard ljudi, ki živijo v 189 samostojnih državah. V Evropi obstaja približno 225 avtohtonih jezikov, kar je približno 3 % vseh svetovnih jezikov. Večino jezikov govorijo v Aziji in Afriki. Najmanj polovica svetovnega prebivalstva je dvojezična ali večjezična, kar pomeni, da govorijo dva ali več jezikov. V vsakdanjem življenju se Evropejci vse pogosteje srečujemo s tujimi jeziki. Obstaja potreba za spodbujanje zanimanja za jezike med državljani Evrope. Mnogi jeziki imajo 50.000 ali pa še bistveno več besed, toda posamezni govorci navadno uporabljajo le majhen delež celotnega besedišča. V vsakdanjih pogovorih ljudje uporabljajo le nekaj sto besed. Jeziki so neprestano v stiku in eden na drugega vplivajo na mnogo načinov. Angleščina si je v preteklosti sposojala besede in besedne zveze od mnogih jezikov in evropski jeziki si zdaj sposojajo mnogo angleških besed. V svojem prvem letu življenja otrok izgovori veliko različnih glasov, pri približno enem letu izgovori prve razumljive besede, pri približno treh letih tvori sestavljene povedi, pri petih letih obvlada več tisoč besed. Materni jezik je največkrat tisti, ki ga najbolj znamo in najpogosteje uporabljamo. Vendar obstajajo ljudje, ki so popolnoma dvojezični, kar pomeni, da govorijo dva jezika enako dobro. Največkrat pa pri dvojezičnih ljudeh ni popolnega ravnovesja med obema jezikoma (Svet Evrope 2016).

2.1 Učenje tujih jezikov v zgodnji starosti otroka

V današnjem času obstaja praksa, da začnejo otroci z učenjem tujih jezikov vse mlajši. Že v vrtcih je praksa raznih tečajev angleškega jezika, kjer malčke učijo tujega jezika predvsem z gledanjem risanih epizod, skozi igro in učenjem raznih otroških pesmi, rim itd. Aktivnosti za učenje tujega jezika otrok na tej ravni morajo biti preproste, da jih otroci razumejo.

»Aktivnost mora pritegniti učenca, ga zabavati in učiti. Če se učimo z veseljem, se učimo hitreje, znanje je trajnejše« (Seliškar 1995, 53).

Pri učenju predšolskih otrok so igre najpomembnejša aktivnost. . Otroci obožujejo aktivne igre, ki se navezujejo na predmete, katerih se lahko dotaknejo, dele telesa, ugibanje besed prek slik, pantomimo in podobno. Dobro je, uporabiti pesmi, ki so enostavne, ki imajo ponavljajoče dele, saj si jo tako otroci bolje in hitreje zapomnijo, prinese pa jim samozavest, saj jim pesem hitreje postane poznana in domača (Reilly in Ward 1997).

S predšolsko vzgojo damo otrokom temelje za uspešno življenje, in sicer kar zadeva šolanje, blaginjo, zaposljivost in socialno vključenost. Vzgojno–izobraževalni sistemi za najmlajše (od rojstva do začetka obveznega šolanja) se po državah razlikujejo. Države EU sodelujejo pri

vzpostavljanju visoko kakovostnega in dostopnega vzgojno–izobraževalnega sistema v vseh državah članicah. Evropska komisija je za predšolsko vzgojo in izobraževanje opredelila prednostne naloge, za izboljšanje dostopnosti in kakovosti storitev za otroke v predšolskem obdobju, t.j. od rojstva do vstopa v šolo (Evropska komisija 2016a).

Novejše raziskave kažejo, da že nekaj mesečni otroci prepoznajo tuji jezik, po drugem letu pa so že sposobni tekoče govoriti v tujem jeziku. Otroci se tujega jezika učijo na enak način, kot materni jezik, moramo pa se zavedati, da so otroci brez predsodkov, neobremenjeni, spontani, in si želijo prejeti čim več novih informacij, tudi takšnih povezanih s tujim jezikom (Brumen 2004).

Učenje tujega jezika v predšolskem obdobju ter v prvem razredu osnovne šole, strokovnjaki spodbujajo. Da je najboljši čas za učenje tujega jezika med tretjim in petim letom starosti, potrjujejo tudi novejše raziskave, kar se kaže skozi celo življenjsko obdobje (Pižorn 2009):

- Melodija, ritem, izgovorjava so prednosti učenja tujega jezika v predšolskem obdobju, saj z njim pridobi otrok zmožnosti naravnega govorca.
- Možgani otrok so v prvih desetih letih otroka, nagnjeni k jezikovnemu razvoju in imajo sposobnost, da se tujega jezika naučijo bolj naravno kot odrasli. Zaradi moči učenja jezika je pri otroku vseeno, katerega jezika se uči. Kolikor jezikov redno sliši v svojem okolju, toliko se jih lahko nauči.
- Otroci iz dvojezičnih družin imajo boljše rezultate pri standardnih testih kot otroci iz enojezičnih družin. Te razlike so vidne pri bralnem razumevanju, maternem jeziku in matematiki. Ti otroci so boljši tudi pri jezikovnih in nejezikovnih testih inteligence.
- Otroci, ki so aktivni v tujem jeziku, tudi če ga ne obvladajo kot naravni govorniki, imajo boljše učne rezultate ter imajo velike zmožnosti za usvajanje več drugih tujih jezikov. Aktivna izpostavljenost tujemu jeziku koristi pri branju, saj se otrok hitro in neprisiljeno nauči brati – brez vizualne podpore prepozna zvezo med glasom in črko. Ta izpostavljenost koristi otrokovim bralnim sposobnostim, ker ima otrok razvitejšo sposobnosti za reševanje težav, je bolj kreativen, ima boljše sklepanje in divergentno mišljenje ter kaže boljši kognitivni razvoj.
- Otroci, ki so aktivni v tujem jeziku, razvijejo večjo sposobnost medkulturnega priznavanja, odobravanja različnosti in so posledično bolj odprti in spoštljivi do drugih ljudi in kultur. Prav tako imajo višjo samopodobo. Z učenjem tujega jezika se spodbuja in poveča sposobnost učenja maternega jezika. Otroci se o maternem (prvem) jeziku veliko naučijo, še posebej, če se učijo jezikovne strukture tujega jezika.

Starostna meja učenja tujih jezikov v osnovnih šolah se še znižuje v večini držav EU, med drugim tudi v Sloveniji. Leta 2014 je bil sprejet Pravilnik o postopnem uvajanju prvega tujega jezika v 2. razred osnovne šole (Ur. l. RS, št. 20/14). Slednji govori o pričetku izvajanja pouka za učence 2. razreda v šolskem letu 2014/15, vendar to velja za največ 15 % šol od skupnega števila osnovnih šol. Naslednje leto se je izvajanju pridružilo še več šol, od letošnjega

šolskega leta t.j. 2016/17, pa se izvaja pouk prvega tujega jezika kot obveznega predmeta za vse učence, ki so vpisani v 2. razred osnovne šole.

V osnovnih šolah trenutno izobraževalni sistem omogoča učenje prvega tujega jezika že od 1. razreda naprej. Tudi uvajanje učenja drugega tujega jezika je zgodnejše. Učenec ga lahko izbere kot neobvezni izbirni predmet že od 4. razreda dalje. Predhodno je kot obvezni izbirni predmet obstajal in še vedno obstaja od 7. razreda dalje ali pa kot interesna dejavnost.

EU je skupnost več držav in posledično različnih jezikov z različnimi jezikovnimi politikami, ki jo vodijo. Načelo EU je, da to jezikovno raznolikost oz. večjezičnost ohranja in spodbuja. Zaželeno formula znanja jezikov se glasi 1+2; po njej naj bi vsak Evropejec obvladal materni jezik in dva tuja jezika.

V razširjeni in večjezični Evropi nam zgodnje učenje (tujih) jezikov omogoča odkrivanje drugih kultur in nas pripravlja na učinkovitejšo zaposlitveno mobilnost (Pižorn 2009, 13).

2.2 Vseživljenjsko učenje jezikov

Kot navaja Čok (2008, 19) se učimo vse življenje. Ob spoznavanju sveta, prenosu lastnih pobud v življenje, učenju in urjenju različnih spretnosti in razvoju možnosti, med samim potekom učenja pa se spreminjamo in spreminjamo svet okoli sebe. Humanistično-konstruktivistično pojmovanje učenja poudarja, da na količino in globino znanj, ki jih bo otrok pridobil, ne vplivajo le postopki uzaveščenja vsebin in urjenja spretnosti. Potek učenja, v katerem se vsi dejavniki učenja navezujejo na otrokove izkušnje, postane tako trajna razvojna sila zorenja in spreminjanja. Poleg otrokove intelektualne dejavnosti med potekom učenja so pomembna tudi njegova pričakovanja, njegova čustva ter vpliv šolskega in obšolskega okolja na ta proces. Proces učenja ni seštevalni proces, marveč proces celostnega spreminjanja otrokove osebnosti.

Učenje tujih jezikov je naložba za prihodnost. Z znanjem tujega jezika spoznamo drugačne življenjske stile, kulture, dobimo nove prijatelje, odpirajo se nam nova vrata v boljšo prihodnost. Znanje tujega jezika daje posamezniku fleksibilnost, prilagodljivost, samostojnost, samozavest, sposobnost in zanimanje za druge kulture. Učimo se res vse življenje. Včasih nas v to prisilijo tudi razne situacije, ki nam pridejo na pot.

Vzemimo na primer nogomet, šport, ki navadno ni povezan s posebnim jezikovnim znanjem, pa vendar je veliko igralcev in trenerjev, ki tekoče in razločno govorijo več jezikov. V to so »prisiljeni« s pristopom oz. prestopom v drug evropski klub. Enako velja za tekmovalce v zimskih športih, ki so ob dobrem rezultatu oblegani s tujimi novinarji, ki čakajo na njihovo izjavo; tudi ti so primorani komunicirati v tujih jezikih.

Posamezniki pa iščejo možnosti za delo tudi v sosednjih državah. Veliko mladih in družin odhaja v tujino tudi zaradi želje po boljšem življenju. Življenje v drugi državi zahteva tudi znanje njihovega jezika, kar ima posledico, da se tega naučimo.

Jezikoslovci imajo veliko prednost glede zaposlitve, lahko se odločijo za poklic v različnih sektorjih, v turizmu, založništvu in večnacionalnih organizacijah ali podjetjih. Tudi druga delovna mesta, povezana z jeziki, vključno s prevajanjem in tolmačenjem, so prav tako dobra možnost za poklicno pot v EU.

Veliko ljudi je, poleg športnikov in tistih, ki iščejo boljšo službo, ki začnejo z učenjem šele takrat, ko odrastejo. Človek namreč ni nikoli prestar za učenje tujih jezikov.

2.2.1 Potreba po večjezičnosti

Celotni evropski projekt temelji na vrednoti Evropske unije: združeni v različnosti. To ponazarja skladno sožitje mnogih jezikov v Evropi. Znanje jezikov gradi mostove med ljudmi, omogoča spoznavanje drugih držav in kultur ter izboljšuje medsebojno razumevanje (Evropska komisija 2016e).

Jeziki EU imajo različne korenine. Večina jih spada v obsežno indoevropsko skupino, katere glavne veje so germanska, romanska, slovanska in keltska. Grščina in baltska jezika, litovščina in latvijščina so prav tako indoevropski, čeprav niso deli glavnih vej. Madžarščina, finščina in estonščina izvirajo iz ugrofinske skupine jezikov. Malteščina je podobna arabščini in vsebuje elemente italijanščine. Tudi večina regionalnih in manjšinskih jezikov EU spada v eno od gornjih skupin. Glavna izjema je baskovščina, ki se govori na obeh straneh francosko-španske meje in katere korenine še vedno raziskujemo. Pojem manjšinskega jezika ne pokriva le manj razširjenih jezikov, kot sta samijski jezik na Laponskem ali bretonščina v zahodni Franciji, temveč tudi uporabo uradnih jezikov EU, kadar jih govori manjšina v drugi državi članici (na primer nemščino v severni Italiji ali madžarščino v Romuniji in na Slovaškem). Vstop baltskih držav z rusko govorečimi manjšinami je dodal novo kategorijo manjšinskega jezika – jezika, ki je nacionalni jezik države, ki ni članica EU. Med 24 uradnimi jeziki EU so angleški, bolgarski, češki, danski, estonski, finski, francoski, grški, hrvaški, irski, italijanski, latvijški, litovski, madžarski, malteški, nemški, nizozemski, poljski, portugalski, romunski, slovaški, slovenski, španski in švedski jezik. Katalonski, baskovski in galicijski jezik imajo status uradnega jezika v Španiji, kar pomeni, da so nekateri dokumenti EU prevedeni iz teh jezikov in vanje, stroške pa krije španska vlada. EU ima 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. Rezultat je 24 jezikov za 28 držav (Evropska komisija 2008, 4).

Demokracija, preglednost in pravica vedeti so razlogi, zaradi katerih EU uporablja 24 uradnih jezikov. V predhodnem poglavju smo omenili zaželeno formulo znanja jezikov 1 + 2, po omenjeni formuli, naj bi vsak Evropejec obvladal svoj materni jezik in dva tuja, eden od slednjih naj bi bila angleščina, drugi jezik, pa naj bi bil jezik sosednje države, ali pa kateri koli drugi evropski jezik.

V akcijskem načrtu 2004-2006, ki je eden ključnih dokumentov EU za spodbujanje večjezičnosti, je poudarjen predvsem namen razširjanja, razvijanja ter utrjevanja čim zgodnejšega učenja enega ali več tujih jezikov v vsaki državi članici EU (Jazbec 2009).

Večjezičnost pridobiva na svojem pomenu zaradi širitve večjega in enotnega trga, zaradi večje mobilnosti znotraj EU, zaradi priseljevanja v države EU in zaradi globalizacije. Spoštovanje večjezičnosti je pogoj za uspešno in učinkovito sobivanje vseh državljanov EU, kajti le znanje in poznavanje več jezikov nam omogoča ustrezno medsebojno komunikacijo. Včasih je bil to privilegij elitnih državljanov, če izvzamemo priseljence, ki so bili ob vstopu v tujo državo prepuščeni sami sebi, brez državne pomoči, prav tako jim slednja ni omogočala ohranitev njihovega jezika. Danes je stanje v Evropi precej spremenjeno.

Angleščina je tudi v Sloveniji tako kot v skoraj vseh evropskih državah prevladujoči tuj jezik; sledi mu nemščina. V osnovni šoli se učencev, ki imajo tuj jezik predpisan s predmetnikom, angleščino kot prvi tuj jezik uči 97 %, v srednji šoli pa 94 % dijakov. Osnovnošolci, ki se v okviru predmetnika ali v okviru izbirnih vsebin učijo tudi drugi tuj jezik, se jih nemščino uči kar 77 %, dijakov v srednji šoli pa se nemščino uči 65 %. Po priljubljenosti tujih jezikov se zadnja leta dviga španski jezik, na srednješolski ravni je že izpodrinil francoski jezik. Med osnovnošolci, ki so izbrali tuj jezik kot izbirni predmet, se je v letu 2012 učilo španščine več kot osem % osnovnošolcev, španščino kot drugi tuj jezik pa je izbralo tudi deset % srednješolcev. Od šolskega leta 2008/09 do šolskega leta 2010/11 se je drugi tuj jezik kot obvezni predmet poskusno izvajal za učence od 7. do 9. razreda, v katerega je bilo vključenih 47 osnovnih šol. V šolskem letu 2011/12 se je obveznega drugega tujega jezika učilo 20 % vseh učencev zadnjih treh razredov osnovne šole, še nadaljnjih 30 % učencev 7. do 9. razreda osnovne šole pa je izbralo učenje tujega jezika kot izbirno vsebino. Torej se je od učencev zadnjega triletja osnovne šole učila drugega tujega jezika polovica, ali v okviru obveznega predmetnika ali na podlagi izbirne vsebine. Od šolskega leta 2014/15 se je v Sloveniji namesto obveznega drugega tujega jezika začel postopno uvajati drugi tuj jezik kot neobvezni izbirni predmet, in sicer od 4. razreda dalje. V srednjem splošnem izobraževanju je v Sloveniji učenje dveh tujih jezikov obvezno, nekaj več kot 10 % dijakov pa se uči treh ali več jezikov. V programih nižjega in srednje poklicnega ter srednje strokovnega izobraževanja pa se je dveh tujih jezikov učilo 30 % vseh dijakov. V več kot polovici EU držav je učenje dveh tujih jezikov v obdobju obveznega izobraževanja zavezujoče. Praksa uvajanja obveznega drugega tujega jezika v osnovnošolsko izobraževanje pa je različna. V Luksemburgu se učenci začnejo obvezno učiti drugi tuj jezik pri starosti 7 let, druge države

uvajajo obvezno učenje drugega tujega jezika pri starosti učencev od 10 do 15 let, najpozneje ga uvaja Norveška, in sicer pri starosti učencev 16 let. Drugi tuj jezik ni obvezen v Nemčiji, Španiji, na Švedskem, Nizozemskem, v Belgiji (francoska skupnost), na Danskem, na Irskem, v Angliji, Turčiji in na Hrvaškem (Statistični urad 2017).

Večjezičnost je v bistvu precej običajno človeško stanje, kar pogosto vzbuja začudenje predvsem pri angleško govorečih monoglotih oziroma ljudeh, ki govorijo zgolj en jezik. Nekdo, ki vse življenje živi v enojezičnem okolju, je po vsej verjetnosti prepričan, da so ljudje, ki poleg maternega govorijo še en tuji jezik ali več, redki oziroma izjeme. Resnica je ravno nasprotna, saj tri četrtine človeštva uporablja dva ali več jezikov, ki so popolnoma običajen del njihovega življenja (Skela 2011, 116).

2.2.2 Zakaj samo znanje angleščine ne zadošča

Glede na to, da je za EU jezikovno področje eno od ključnih, ima Evropska komisija tudi komisarja za večjezičnost. Že pred leti so v Komisiji ugotovili, da jezikovne politike ne smejo in ne morejo graditi le na angleščini, saj ta že kaže znake »omejenega roka trajanja«. Nemška izvozno naravnana podjetja ugotavljajo, da z znanjem angleškega jezika dobro delujejo v tridesetih državah, vendar bi jih morali obdelati 80 ali 100, zato so začeli z vključevanjem portugalščine, španščine, kitajščine, ruščine itd. Namen EU je z vlaganjem v učenje tujih jezikov doseči, čim prej, prej kot drugi stanje, ko bodo vsi Evropejci poleg maternega jezika obvladali vsaj še dva tuja jezika. To pa tudi za Evropo predstavlja zgodovinski mejnik, saj je za t. i. zahodno civilizacijo veljalo načelo enojezičnosti: v starem veku grščina, v srednjem latinščina in zatem nekaj agresivnih kandidatov za prevlado v novem veku. Danes se Evropa vneto zavzema za večjezičnost kot sestavino »kulturne inteligence« ali »kulturnega kvocienta« (angl. *Cultural Quotient – CQ*). »Jezik Evrope je prevod.« pravi Umberto Eco in lingva franka je večjezičnost (Oustinoff 2012, 55).

Po navedbah (Bridge 2012) se zdi, da v znanosti prevladujejo tisti, ki jim angleški jezik povsem zadošča ter ji poklanjajo pohvalne besede, kako da je enostavna, ekonomična, demokratična, nevtralna ipd. Von Humboldt je sicer že pred časom opozarjal, da nobenega jezika ni možno brez škode pretvoriti v drugega, vendar mnoge znanosti te težave ne opazijo, zato angleščino sprejemajo kot jezik znanosti. Vendar pa se je pojavil drugi problem, da je vse več vrhunskih znanstvenih ugotovitev j objavljenih v »neznanstvenih« jezikih: Kitajci sicer objavijo 110.000 znanstvenih člankov v angleškem jeziku, vendar 470.000 pa jih objavijo samo v kitajščini (podatki za leto 2008). Tudi drugi azijski, južnoameriški ter raziskovalci in znanstveniki iz Evrope vse več člankov objavljajo v domačih jezikih. Prav tako je potrebno članke obdelati, hraniti in brati, za kar je pomembna večjezičnost, ki jo je potrebno sprejemati kot del današnje globalizacije.

Angleščina za nas postaja nekaj samoumevnega. Veliko študentov se odloča za nadaljevanje študija v tujini, posledično tudi, ker to povečuje možnost zaposlitve. Del njih, ki pa študira doma, pa se poslužuje oz. vključuje v program Erasmus, ki študentom omogoča opraviti del študija na tuji univerzi ali prakso v tujem podjetju. Univerze, v katere so vključeni naši študentje, so v različnih državah (Španija, Nemčija, Italija, Avstrija...), katerih uradni jezik ni angleščina, zato je zelo pomembno znanje še drugih evropskih jezikov poleg angleščine.

Po podatkih Zavoda za zaposlovanje RS imajo trenutno pri zaposlovanju prednost kandidati z znanjem nemškega jezika. V Sloveniji namreč ni veliko ljudi, ki bi znali tekoče nemško. Glede na to, da največ tujih investitorjev prihaja iz nemško govorečega področja, imajo nekateri posledično urejeno interno komunikacijo v nemškem jeziku, prav tako so lahko v nemškem jeziku dokumenti, zato je znanje nemščine prednost (Planet Siol. Net 2016).

V prihodnosti pa je, glede na to, da se v svetovnem merilu povečuje gospodarska moč nekaterih držav v razvoju, pričakovati naraščanje povpraševanja po znanju drugih jezikov, kot so: kitajščina, ruščina in španščina. Znanje le teh, je že zdaj prednost, vendar ob znanju še katerega drugega jezika. Prav tako je največ zanimanja za ruščino, italijanščino, tudi hrvaščino in srbščino (2016, prav tam).

Zaradi krize izpred nekaj let je veliko slovenskih podjetij začelo sklepati posle z Nemčijo in Avstrijo, zato ta ista podjetja vlagajo sredstva in čas v izobraževanje zaposlenih, saj kot smo omenili znanje nemškega jezika predstavlja prednost za podjetja (2016, prav tam).

V zadnjem času pa se ljudje pogosteje odločajo za jezike, s katerimi si lahko pomagajo pri razvoju posla ali kariere, kot za jezike, ki bi se jih učili zgolj za osebno zadovoljstvo. Tako se v zadnjem času na primer španščina in francoščina umikata angleščini in nemščini. Zanimivo je, da se kljub pričakovanjem izpred nekaj let, kitajščine in drugih bolj eksotičnih jezikov še vedno uči le malo ljudi. V zadnjih dveh letih je zelo naraslo število tečajev začetne nemščine, priprav na mednarodne certifikate iz angleščine (IELTS, TOEFL, za študij v tujini in pridobitev vizuma v Avstraliji in na Novi Zelandiji), vse več podjetij se odloča za tečaje hrvaščine in srbščine, med otroki pa postaja zanimiva tudi kitajščina (2016, prav tam).

3 JEZIKOVNA POLITIKA EU

Po navajanjih »Vodnika po institucijah Evropske unije: Kako deluje Evropska unija« (Evropska komisija 2014) je EU edinstvena. Ta ni federacija kot so to ZDA, in so njene države članice samostojne in suverene. Edinstvena lastnost EU se kaže z odpovedjo dela »suverenosti« držav članic. Države članice namreč del pristojnosti prenesejo na skupne institucije v okviru katerih demokratično sprejemajo odločitve. Prav tako EU ni le medvladna organizacija kot Združeni narodi, saj države članice z združitvijo »suverenosti« pridobijo veliko večjo moč in vpliv, kot če bi delovale vsaka zase. Države članice sprejemajo odločitve prek Evropskega parlamenta, katerega izvolijo državljani EU ter Evropskega sveta in Sveta, ki predstavljata nacionalne vlade. Ti sprejemajo odločitve na podlagi predlogov Evropske komisije, katera zastopa interese EU kot celote. (Evropska komisija 2014, 3).

EU temelji na jezikovni raznolikosti, različnosti kultur, običajev in prepričanj. Čeprav EU povezuje države članice v skupno enoto, na drugi strani spodbuja jezikovno in kulturno različnost ter poučevanje in učenje jezikov, med drugim tudi rabo regionalnih jezikov, jezikov manjšin in znakovnih jezikov. S tem želi doseči solidarnost in medsebojno razumevanje evropskih prebivalcev iz različnih držav in regij.

Nosilci odločanja na področju jezikovne politike so nacionalne vlade držav članic, zato so tovrstne odločitve prepuščene vsaki posamezni državi članici.

Po načelih jezikovne politike EU ima vsak državljan možnost sodelovanja pri delovanju EU, zato mora biti obveščen o delovanju posameznih institucij, kar posledično pomeni, da so vsa besedila pravnih aktov EU dostopna v vseh uradnih jezikih. Enako načelo velja tudi v Evropskem parlamentu, kjer so prisotni tolmači, ki omogočajo državljanom EU, da lahko spremljajo demokratičen proces odločanja.

EU je v okviru svojih prizadevanj za spodbujanje mobilnosti in medkulturnega razumevanja kot prednostno nalogo določila učenje jezikov in namenja sredstva številnim programom in projektom na tem področju. Večjezičnost je po kriterijih EU pomemben element evropske konkurenčnosti. Zato je eden izmed ciljev jezikovne politike EU, da bi vsak državljan Unije poleg svojega maternega obvladal še dva tuja jezika (Evropski parlament 2017).

Države članice same oblikujejo svoje izobraževalne politike, EU pa zagotavlja redno spremljanje napredka pri poučevanju in učenju jezikov. S povratno informacijo le ta pomaga vladam držav članic pri sprejemanju ukrepov za izboljšanje rezultatov učenja jezikov. Za usklajeno delovanje in skupno strategijo v izobraževanju je EU oblikovala svoj strateški okvir za izobraževanje in usposabljanje 2020 (Jezikovna Slovenija 2017).

3.1 Uradni jeziki

EU predstavlja 28 držav članic, 500 milijonov državljanov, 24 uradnih jezikov in tri pisave, od katerih jih je nekaj razširjenih po vsem svetu. S pridružitvijo držav je EU, pridobila še približno 60 drugih jezikov, ki se govorijo v določenih regijah ali jih govorijo določene skupine ljudi. Številne jezike pa so s seboj prinesli tudi priseljenci, saj v EU predvidoma živi vsaj 175 narodnosti. Jezikovna raznolikost je zapisana v členu 22 Listine Evropske unije o temeljnih pravicah („Unija spoštuje kulturno, versko in jezikovno raznolikost“) in členu 3 Pogodbe o delovanju Evropske unije (TFEU) („Spoštuje svojo bogato kulturno in jezikovno raznolikost ter skrbi za varovanje in razvoj evropske kulturne dediščine.“) (Evropska komisija 2016b).

Večjezičnost je v središču kulturne raznolikosti EU. Uradni jeziki EU so: bolgarščina, francoščina, malteščina, hrvaščina, nemščina, poljščina, češčina, grščina, portugalsščina, danščina, madžarščina, romunščina, nizozemščina, irščina, slovaščina, angleščina, italijanščina, slovenščina, estonščina, latvijščina, španščina, finščina, litovščina, švedščina (Evropska komisija 2016c).

Prvi navedeni uradni jeziki Evropske skupnosti so bili nemščina, italijanščina, francoščina in nizozemščina. Število uradnih in delovnih jezikov se je s širjenjem EU povečevalo, vendar je teh manj kot držav članic, saj nekatere od njih uporabljajo isti jezik. Status drugega uradnega jezika v EU pa so pridobili tudi nekateri regionalni jeziki, denimo katalanščina in valižanščina. Uporabo oz. rabo teh jezikov se dovoli na podlagi dogovora, sklenjenega med posamezno državo članico in Svetom(2016c, prav tam).

Vsi državljani EU imamo pravico, da do vseh dokumentov EU dostopamo v enem od uradnih jezikov EU, kar je v skladu s politiko Evropske komisije. Komisiji lahko tudi pišemo in dobimo odgovor v svojem jeziku. Prav tako lahko udeleženci na sestankih na visoki ravni uporabljajo svoj jezik.

Evropska komisija premore eno največjih prevajalskih služb na svetu, kar je lahko razvidno že iz podatkov o zaposlenih, teh je, stalno zaposlenih 1.750 jezikoslovcev, 600 strokovno-tehničnih uslužbencev ter 600 redno zaposlenih in 3.000 samostojnih tolmačev. Evropska komisija si za zmanjšanje obremenitev državljanov prizadeva zagotoviti spletne vsebine v jeziku obiskovalcev spletnih strani oziroma v jeziku, ki ga lahko razumejo, glede na njihove dejanske potrebe (Evropska komisija 2016c).

3.2 Cilji EU na področju jezikovne politike

EU je družina demokratičnih evropskih držav, ki si skupaj prizadevajo za mir in blaginjo. EU ni država, ki bi nadomestila obstoječe države, temveč je več kot katera koli mednarodna organizacija. Države članice so del pristojnosti prenesle na skupne institucije v okviru katerih

demokratično sprejemajo odločitve. Evropa je celina z različnimi tradicijami in jeziki, vendar tudi s skupnimi vrednotami. EU te vrednote brani, razvija sodelovanje med evropskimi narodi in krepi njihovo enotnost. Pri tem ohranja raznolikost in skrbi, da državljani čim bolj sodelujejo pri sprejemanju odločitev. V čedalje bolj soodvisnem svetu 21. stoletja bo lahko vsak evropski državljan v duhu zanimanja, strpnosti in solidarnosti še tesneje sodeloval z ljudmi iz drugih držav (Evropska unija 2016).

Vsako leto na evropski dan jezikov, 26. septembra, EU skupaj s Svetom Evrope, Evropskim centrom za moderne jezike, ter jezikovnimi ustanovami in državljani Evrope na različnih dogodkih in prireditvah opozarja na jezikovno različnost ter učenje jezikov. EU preko izobraževalnih programov zagotavlja sredstva za projekte učenja jezikov. Program vseživljenjskega učenja 2007–2013 je učenju jezikov in jezikovni različnosti namenil pomemben del sredstev. Podprl je omrežja, ki prispevajo k razvoju jezikovnih politik, ter večstranske projekte za pripravo učnih gradiv, ki so javno dostopna. Na voljo so podatki o izboru, učbeniki za praktično uporabo, študije itd. Med najpomembnejšimi prednostnimi nalogami sedanjega programa Erasmus + (2014–2020) je spodbujanje učenja jezikov in jezikovne različnosti. Program EU za kulturo Ustvarjalna Evropa podpira književno prevajanje s ciljem omogočiti čim več ljudem dostop do književnih del in ohranjati kulturno in jezikovno različnost v EU (Evropska komisija 2016b).

Glavni cilj jezikovne politike EU je večjezičnost, ohranjanje jezikovne raznolikosti ter povečanje jezikovne in kulturne senzibilnosti njenih državljanov.

3.3 Vloga Evropske komisije in njeni dosežki

Evropska komisija je politično neodvisna institucija, ki zastopa in se zavzema za interese EU kot celote. Na številnih področjih je gonilna sila institucionalnega sistema EU: predlaga zakonodajo, politike in programe ukrepanja ter je zadolžena za izvajanje odločitev Evropskega parlamenta in Sveta. Prav tako zastopa Unijo v svetu, razen na področju skupne zunanje in varnostne politike (Evropska komisija 2014).

Evropska komisija z namenom, da bi izboljšala osnovno raven jezikovnega znanja, spodbuja učenje jezikov in jezikovno različnost po vsej Evropi. Za dosego ambicioznega cilja: zagotoviti, da se bo lahko vsak državljan poleg maternega jezika sporazumeval še v dveh drugih jezikih, sodeluje z nacionalnimi vladami. O tem so se leta 2002 dogovorili voditelji vlad in držav EU (Evropska komisija 2016e).

Znanje jezikov povezuje ljudi, omogoča spoznavanje drugih držav in kultur ter izboljšuje medsebojno razumevanje. Jezikovne ter komunikacijske spretnosti oz. znanje je zelo pomembno za posameznike in podjetja. Prednost mladih, ki se učijo tujih jezikov je možnost študija ali usposabljanja v tujini. Usposablajo se na določenem strokovnem področju, vendar

tudi izboljšujejo svoje znanje jezikov in medkulturne komunikacije, kar je kasneje dodana vrednost za delodajalce. Pomembna je tudi podjetniška konkurenčnost, saj lahko zaradi slabega znanja tujih jezikov in slabega poznavanja drugih kultur podjetja izgubijo posel oz. ne sklenejo poslovnih pogodb, delavci pa ne morejo poiskati zaposlitve v drugih državah.

Evropska komisija lahko pripravi ustrezne politike in učinkovite pobude le na osnovi trdnih dejstev. Z razpoložljivimi podatkovnimi viri spremlja napredek pri poučevanju in učenju jezikov. Zato Evropska komisija pri zbiranju in analiziranju podatkov o znanju in učenju jezikov v EU sodeluje z OECD, Unescom in Eurostatom. Na osnovi zbranih podatkov pripravijo kazalnike in standarde jezikovnih kompetenc na evropski ravni (Evropska komisija 2016f). Delo Evropske komisije (Evropska komisija 2016g):

- Sodeluje z deležniki na področju izobraževanja in trga dela, pri razvoju znanj in spretnosti za trg dela. Pri pripravi napovedi glede potrebnih znanj, vključno s predvidevanji potreb po znanju jezikov države EU, sindikati in organizacije delodajalcev sodelujejo prek spletišča, evropske panorame spretnosti.
- Drugi ključni projekt je ESCO, evropska klasifikacija spretnosti, kompetenc, kvalifikacij in poklicev. ESCO je del strategije Evropa 2020 in vsebuje jasne informacije (v 24 jezikih) o spretnostih, sposobnostih in kvalifikacijah, ki so potrebne za različne poklice v EU. Evropski center za razvoj poklicnega usposabljanja podpira klasifikacijo, ki je bila uvedena leta 2010..
- Komisija prav tako zbira podatke študij, izvedenih v EU, o povezavah med znanjem jezikov, konkurenčnostjo in zaposljivostjo.
- Vedno večja je potreba po specializiranih jezikoslovcih, za si Evropska komisija prizadeva povezati uporabnike jezikovnih storitev z univerzami.

Zgodnje spoznavanje tujih jezikov otrokom olajša učenje tujih jezikov, izboljša poznavanje materinščine in jim pomaga tudi na drugih področjih. Evropska komisija podpira in spodbuja učenje vsaj dveh tujih jezikov v otroštvu, kar se že izvaja v naših osnovnih šolah.

Učenje jezikov v zgodnjem otroštvu postavi temelje za kasnejše učenje in vpliva na odnos do drugih jezikov in kultur. Prav to je motivacija Evropske komisije za različne pobude, ki uveljavljajo učenje jezikov v zgodnjem otroštvu, ter za nadaljnje raziskave na omenjenem področju (Evropska komisija 2016a).

Znotraj Evropske komisije deluje skupina nacionalnih strokovnjakov za zgodnje učenje jezikov na predšolski ravni. Ta skupina zbira informacije o stanju v različnih državah in pripravlja priporočila in smernice za izvajanje politike. Program vseživljenjskega učenja je v obdobju 2007–2013 omogočal različne priložnosti za učenje jezikov prek študija, vajeništva in delovne prakse v tujini. Udeleženci v programih pridobili neposredne izkušnje z učenjem in poučevanjem v enem izmed evropskih jezikov, državi članici in izobraževalnem sistemu (2016a, prav tam).

Erasmus+ je program EU za sodelovanje na področju izobraževanja, usposabljanja, mladine in športa za obdobje 2014–2020. V program so, kot samostojno področje, vključene tudi akcije programa Jean Monnet.

Program Erasmus+ je namenjen večji zaposljivosti mladih med 18 in 30 letom starosti ter posodobitvi izobraževanja in usposabljanja. Program ima v sedemletnem trajanju na razpolago 14,7 milijarde evrov proračunskih sredstev, s katerimi želi EU več kot pet milijonom Evropejcem omogočiti pridobivanje izkušenj, študij, usposabljanje ter izvajanje prostovoljnega dela v tujini. CMEPIUS, Center RS za mobilnost in evropske programe izobraževanja in usposabljanja, ki pokriva področja izobraževanja, usposabljanja in športa, ter MOVIT, Zavod za razvoj mobilnosti mladih, ki pokriva področje mladine sta agenciji, ki v Sloveniji skrbita za izvajanje programa Erasmus+ (Erasmus+, 2016).

Erasmus+ podpira mobilnost posameznikov (dijakov, študentov, pedagoškega kadra in drugih) ter mednarodna partnerstva med različnimi organizacijami z namenom modernizacije ter sodelovanja na področju izobraževanja in trgom dela. Program Erasmus+ vsebuje tudi mladinsko poglavje, s katerim spodbuja k organizaciji učnih mobilnosti vse mlade v starosti od 13. do 30. leta, ki v okviru mladinskega dela ponujajo možnosti neformalnega izobraževanja ter priložnostnega učenja. Program prav tako spodbuja razvoj pristojnosti mladinskih delavcev in voditeljev za organizacijo aktivnosti neformalnega učenja ter vključevanje mladih v dialog z oblikovalci mladinskih politik na lokalni, nacionalni, evropski ali mednarodni ravni (2016, prav tam).

Program Erasmus+ bo tudi v prihodnje nadaljeval dejavnosti programa vseživljenjskega učenja in uvedel nove možnosti, med drugim tudi strateška partnerstva na področju zgodnjega učenja jezikov.

Vse več učencev in dijakov v EU se v šoli uči v jeziku, ki je drugačen od njihove materinščine. Delež se znatno razlikuje med državami članicami in sega od enega % na Poljskem do 40 % v Luksemburgu (Evropska komisija 2016d).

Otroci priseljencev prinašajo številne jezike v šolske razrede, kar je lahko prednost za posameznike, šole in celotno družbo. Kako lahko torej šole kar najboljše izkoristijo ta potencial? Dokazano je, da otroci priseljenih narodov ponavadi dosegaajo slabše rezultate pri osnovnih spretnostih v primerjavi z vrstniki. Šole morajo prilagoditi metode poučevanja otrokom iz različnih jezikovnih okolij in jim s tem omogočiti šolski uspeh (Evropska komisija, 2016d). Z izobraževanje otrok in mladih iz priseljenskih družin se ukvarja mreža SIRIUS, ki opravlja raziskave in oblikuje politike na področju učenja jezikov (2016d, prav tam).

Izobraževalni sistemi in standardi ocenjevanja se med državami EU zelo razlikujejo. To je razvidno tudi iz letnega pregleda izobraževanja in usposabljanja ter iz primerjalne analize

strokovne skupine za jezike v izobraževanju in usposabljanju. Za lažjo mobilnost dijakov, študentov in delavcev v EU je treba poenostaviti ocenjevanje znanja in kvalifikacij. V sklepih Sveta o večjezičnosti in razvoju jezikovnih kompetenc za leto 2014 so ministri za izobraževanje EU pozvali države, da bolje uporabijo orodja in pobude za preglednost, ki jih je EU pripravila za podporo in spodbujanje učenja jezikov (2016d, prav tam).

Skupni evropski referenčni okvir za jezike (CEFR) postaja evropski standard za merjenje napredka pri učenju jezikov. Evropska komisija in Evropski center za moderne jezike sodelujeta pri pripravi in oblikovanju skupnega evropskega referenčnega okvira za jezike. Sposobnost komuniciranja v tujih jezikih je ena od osmih ključnih kompetenc, določenih v priporočilu o ključnih kompetencah za vseživljenjsko učenje iz leta 2006, ki zagotavlja vseevropski okvir za prednostne naloge v izobraževanju in usposabljanju (2016d, prav tam).

Portal EUROPASS omogoča iskalcem zaposlitve, da svoje jezikovno znanje ocenijo na temelju evropske jezikovne izkaznice.

Prizadevanje EU za sožitje vseh jezikov v Evropi, se kaže v temeljni vrednoti evropskega povezovanja: združeni v različnosti. Komunikacijsko in jezikovno znanje pa je zelo pomembno tako za posameznike kot za podjetja. Podjetniška konkurenčnost je pomembna, saj lahko zaradi slabega znanja tujih jezikov in slabega poznavanja drugih kultur, podjetja izgubijo posel oz. ne sklenejo poslovnih pogodb, delavci pa ne morejo poiskati zaposlitve v drugih državah. Zato je ključno za zaposlene, da jim podjetja omogočajo stalno usposabljanje, razvoj in nadgradnjo znanj na vseh področjih.

Kot je Evropska komisija za sodelovanje na področju izobraževanja, usposabljanja, mladine in športa, pripravila program Erasmus+, je na drugi strani naročila raziskavo o pomanjkanju znanja tujih jezikov v podjetjih na evropski ravni. Študija ELAN iz leta 2006 (European Commission 2006) opredeljuje problematiko pomanjkanja znanja tujih jezikov malih in srednje velikih podjetij (MSP) v EU in kako to vpliva na gospodarstvo EU. ELAN študija je izhajala iz lizbonske strategije Komisije iz leta 2000 za spodbujanje zaposlenosti in gospodarske rasti, s ciljem, da naredi evropsko gospodarstvo najbolj konkurenčno na svetu. Ob tem je bilo opredeljeno znanje jezikov kot ključni dejavnik za doseganje omenjenega cilja (European Commission 2006, 8).

Študija ELAN (European Commission, 2006) je bila izvedena na pobudo direktorata za Izobraževanje in kulturo, ki je del Evropske komisije. V raziskavo ELAN študije je bilo vključenih približno 2000 MSP iz 29 držav EU in držav kandidatk. Cilj študije je bil zbrati čim več podatkov o uporabi jezikovnih znanj, zavedanju pomembnosti jezikovnih strategij, medkulturnih kompetenc, morebitni izgubi poslov zaradi pomanjkanja znanja jezika, izvajalce študije pa je zanimalo tudi, kakšni so načrti podjetij oziroma kakšne so prihodnje jezikovne strategije za pridobivanje jezikovnih znanj ter za povečanje izvoza v druge države (prav tam, 4).

Najpomembnejše ugotovitve ELAN študije (prav tam, 57):

- možnost nadgradnje gospodarskih modelov in merjenj vpliva jezikovnih spretnosti na poslovno uspešnost;
- podjetja z jezikovno strategijo, ki sodelujejo z rojenimi govorci ter s strokovnimi prevajalci in imajo jezikovno usposobljene zaposlene imajo bistveno višji delež izvoza;
- velik odstotek podjetij v EU izgublja izvozne priložnosti zaradi pomanjkanja jezikovnega znanja in v manjšem obsegu tudi zaradi kulturnih razlik;
- skoraj polovica izvoznih podjetij načrtuje širitev na nove tuje trge v naslednjih treh letih;
- napovedujejo se povečanje zahtev glede jezikovnih znanj (tako z vidika kvalitete kot kvantitete) z namenom širitve na tuje trge. Za zagotavljanje teh znanj pa bo potrebno izboljšati izobraževalni sistem ter mobilnost delovne sile;
- angleščina je pomemben poslovni jezik na svetovni ravni, vendar pa se tudi drugi jeziki uporabljajo kot posredni jeziki, zato se podjetja zavedajo, da morajo usvojiti znanje tudi teh jezikov;
- v povprečju bo 42 % podjetij izrazilo povečano povpraševanje po jezikovnih spretnosti;
- manjša MSP čutijo pomanjkanje sredstev za vlaganje v jezikovno izobraževanje;
- vlaganje v razvoj jezikovnih spretnosti bo ustvarilo gospodarske koristi, s pozitivnim vplivom na produktivnost ter povečanjem izvoza MSP;
- te naložbe so bistveni dejavnik, ki omogoča EU, da tekmuje na temelju spretnosti in znanja, vendar ne na osnovi nizkih stroškov.

ELAN študija (prav tam, 61-74) je do zgoraj navedenih ugotovitev prišla po opravljeni raziskavi na osnovi anketnega vprašalnika, na katerega je odgovorilo 1989 MSP iz 29 evropskih držav.

Študija ELAN (prav tam, 17) ugotavlja, da MSP z izvoznim deležem prodaje spodbujajo nacionalni in evropski gospodarski razvoj in prispevajo k zmanjševanju primanjkljaja v plačilni bilanci. Zato je potreben vpliv uporabe tujega jezika obravnavati v kontekstu trgovinske dejavnosti MSP, kar je tudi razlog za izvedbo investicij ter izboljšanje dostopa do tujih trgov. Poleg tega se zmožnost podjetja, da izvažajo, opredeljuje kot konkurenčnost, prav tako so takšna podjetja bolj produktivna od podjetij, ki ne izvažajo. Rezultat se predvideva v skladu z načelom primerjalne prednosti in na osnovi dobička iz prometa. Uporaba tujega jezika v izvoznem postopku je prav tako pomemben dejavnik uspešne internacionalizacije MSP. Na osnovi študije je podan pregled nad tem, kako se skoraj 2000 podjetij, ki so sodelovala v anketi, odziva na kritični vprašanji, kako jezik in kultura vplivata na njihovo učinkovitost trgovanja ter vključevanje v čezmejno poslovanje. Seveda pa obstajajo tudi vprašanja kakovosti, ki lahko podprejo to učinkovitost in sicer: ali imajo podjetja jezikovno strategijo, v kolikšni meri so pripravljena zaposlovati ljudi z jezikovnim znanjem in v kolikšni meri so odvisna od tolmačev, prevajalcev ter lokalnih agentov.

Ugotovljeno je bilo, da so za uspešno izvozna naravnana podjetja pomembni štirje med seboj povezani elementi jezikovnega upravljanja:

- zaposluje naj se naravne govorce;
- osebe z jezikovnim znanjem;
- uporablja prevajalce in tolmače;
- imeti morajo jezikovno strategijo.

Z vlaganjem v uporabo omenjenih elementov v malih in srednje velikih podjetjih je bilo izračunano, da so podjetja dosegla 44,5 % večji izvoz kot podjetja, ki niso vlagala v omenjene elemente (prav tam, 7).

Študija ELAN (prav tam, 56-60) je potrdila pomembnost znanja tujih jezikov tako za posameznika kot za podjetja. Potrjuje pomembnost jezikovnih strategij, izgube poslov podjetij zaradi neznanja tujih jezikov. Študija med drugim podaja več priporočil, ki so splošne narave, povezani z MSP-ji in njihovim poslovanjem, področjem izobraževanja ter področjem nadaljnjih študij. Na osnovi izsledkov študije bi Evropska komisija morala spodbujati povezovanje regionalnih mrež in izobraževalnih ustanov ter podjetji na evropski ravni, izboljšati povezovanja na evropski, nacionalni, regionalni in lokalni jezikovni politiki s potrebami podjetij. Podjetja je potrebno spodbujati, da zaposleni postanejo strokovnjaki na področju obvladovanja jezikovnih spretnosti, izkoristijo in razvijajo jezikovne spretnosti, ki jih podjetje ima na voljo, da zagotavljajo usposabljanja za zaposlene prek lokalnih ponudnikov, zagotavljajo delovne izkušnje za tuje študente, se vključijo v mednarodno izmenjavo med podjetji, krepijo jezikovna izobraževanja in usposabljanja na vseh ravneh. Izboljšati je potrebno tudi ponudbo tolmačev in prevajalcev v manj pogoste tuje jezike kot so: kitajščina, arabščina, ruščina (v Z Evropi) in japonsščina. Potrebno je tudi izvajati nadaljnje raziskave o vplivu mobilnosti na znanje jezikov, na gospodarsko uspešnost ter tvorno obravnavati tudi vpliv jezikovnih znanj na drugih področjih gospodarstva kot so: turizem, podjetništvo, tuje naložbe in »outsourcing«, zaposljivost, notranji trg.

4 ZNANJE TUJIH JEZIKOV VPLIVA NA USPEŠNOST POSLOVANJA PODJETIJ V EU

Svetovno gospodarstvo so pretekla desetletja zaznamovala z veliko globalno konkurenco ter pospešeno internacionalizacijo podjetij. Industrijski, storitveni in predvsem potrošniški trgi postajajo vse bolj integrirani in povezani. Sklepajo se trgovinski sporazumi, vzpostavlja se liberalnejša trgovinska politika, vse to pa odpravlja trgovinske ovire in protekcionizem. Podjetja so, kljub velikosti in panogi, v katero so uvrščena, soočena s posledicami takšne realnosti, ter spoznajo, da odločitev, da ne bodo sodelovala na tujih trgih ni najboljša (Balabanis et al. 2004, 353).

Za uspešnost poslovanja podjetij v EU je zelo pomembno znanje tujih jezikov zaradi značilne jezikovne različnosti v EU, ta pa vpliva na družabno, kulturno in poklicno življenje vseh državljanov.

Dobra kadrovska politika je ključ večine uspešnih podjetij v EU, vključno z zaposlovanjem pravih ljudi, ki obvladajo več veščin in dobro govori več jezikov. Zaposlovanje diplomantov z znanjem tujih jezikov in rojenih govorcev zaradi obvladovanja jezikovnih in kulturnih vprašanj je gospodarsko smiselno, saj ima za posledico 23 % višjo stopnjo izvoza v primerjavi s podjetji, ki niso sprejela nobenega ukrepa. Omenjena podjetja so prav tako sprejela dobro prakso skrbnega evidentiranja mednarodnih profilov zaposlenih, vključno s poznavanjem kulture, znanjem jezika ter mednarodnimi izkušnjami in ozadjem, tako da lahko ljudi s pravimi veščinami takoj prepoznajo ter jih predstavijo na mednarodne položaje (Evropska unija 2011).

4.1 Izbira in razvoj kadrov glede na tujejezično znanje

Glede na čas in globalizacijo v katerem živimo, je znanje tujih jezikov nuja za potrebno komunikacijo na ravni EU. Podjetja, kot potencialni delodajalci, že pri razpisu za prosto delovno mesto zahtevajo znanje vsaj enega tujega jezika, v velikih primerih zahtevajo celo znanje dveh tujih jezikov. Pomembno je, da kandidat pri prijavi na prosto delovno mesto pravilno opredeli stopnjo znanja tujega jezika, ki se nanaša predvsem na razumevanje, govorjenje in pisanje. Pravilna opredelitev je pomembna za delodajalca, saj tako izve, kaj od kandidata lahko pričakuje v primeru komunikacije s podjetji na tujem trgu. Največkrat se zahteva znanje angleškega jezika, ki mu sledijo nemščina, italijanščina, španščina, francoščina.

Zver (2012, 54) meni, da je zmožnost komuniciranja v tujem jeziku raznolika, kar se velikokrat pokaže šele pri uporabi tujega jezika na delovnem mestu. Za uspešno komuniciranje ni dovolj izključno jezikovna zmožnost, ampak je pomembno z jezikom se

soočiti ter ga pravilno uporabiti. Objektivne okoliščine so namreč spodbudne za posameznika, saj ga motivirajo za izpopolnjevanje znanja jezikov in dodatno usposabljanje.

Skela (2011, 125) opozarja, da znanje tujih jezikov pridobimo oziroma nadgrajujemo formalno ali neformalno, dejansko stopnjo znanja pa lahko dokažemo v situacijah, ko smo primorani ustrezno uporabiti znanje tujega jezika. Pomemben je tudi vidik sociolingvistične zmožnosti, ta je povezana predvsem z znanjem in zmožnostmi, ki so pomembni pri socialni razsežnosti tujega jezika.

Globalizacija poslovanja, ki temelji na znanju, se vse bolj povečuje in s tem postajata znanje in zmožnost uporabe ustreznega jezika vse bolj pomembna za povečevanje konkurenčne prednosti vsakega mednarodnega ali globalnega podjetja. Jezik vpliva na zmožnost nemotnega delovanja podjetja na globalnem trgu, saj igra bistveno vlogo pri oblikovanju kulture organizacije prek ustvarjanja znanja ter uporabe ustvarjenega znanja, prav tako je jezik bistven za nemoten pretok informacij v podjetju, med podjetji ter med podjetjem in potencialnim trgom, kar vpliva tudi na učinkovito in uspešno delovanje organizacije ter ga izboljšuje. Glavna značilnost globalnih korporacij je namreč združevanje ljudi, ki prihajajo iz različnih kultur ter različnih političnih, izobraževalnih in jezikovnih okolij. Ti ljudje poskušajo s svojim delom doseči skupni cilj organizacije, v kateri so zaposleni (Dhir 2005, 359–360).

Uporaba tujega jezika pri delu postaja vse bolj pomembna, hkrati morajo zaposleni biti zmožni formalnega in neformalnega komuniciranja, saj je to ključno za učinkovito delo v podjetju in za sodelovanje s poslovnimi partnerji. Velik vpliv na pojavljanje dvojezikovnih ali večjezikovnih delovnih mest so, poleg širitev podjetij na tuje trge, imele tudi migracije ljudi v bolj premožne in varne družbe (Roberts 2010, 212–216).

Nenehno vlaganje v nadgrajevanje znanja zaposlenega je za ohranjanje konkurenčnosti podjetij zelo pomembno. Za izvozno naravnana podjetja je vlaganje v znanje tujih jezikov še toliko bolj pomembno. Znanje lahko nadgrajujemo z različnimi delavnicami, tečaji, treningi, simulacijami in drugo. Pomembno je tudi, da se zaposlenemu, ki bo svoje delo opravljal v tujini, omogoči primerno pripravo oziroma priložnost za uspeh v karieri.

Za podjetje je pomembno, da svojo konkurenčnost obdržijo z nenehnim vlaganjem v nadgrajevanje znanja zaposlenih na področju tujih jezikov. Z nastankom enotnega evropskega trga je podjetjem omogočen lažji dostop oziroma poslovanje na skupnem tržišču. Tudi podjetja, ki niso izvozno naravnana, imajo več možnosti za izvozno naravnane dejavnosti. Zaradi večje konkurence je zelo pomembno, da tuj jezik poleg vodstvenega kadra obvlada čim večje število zaposlenih različnih profilov znotraj podjetja. Tovrstno komuniciranje namreč izboljšuje komunikacijo oziroma povezuje zaposlene s tujimi partnerji.

Podjetja, ki so zelo usmerjena k znanju, prodajajo ravno to, znanje in zmožnost izvajanja ustreznih dejanj, kot proces znanja in védenja. Osredotočajo se predvsem na učenje s treningi, različnimi vajami, preteklimi napakami, refleksijo in ponavljanjem. Prenos znanja je v takšnih primerih lahko počasen in individualno usmerjen. Prenos znanja poteka od osebe do osebe s pomočjo iger, simulacij in igre vlog, ki od udeležencev zahtevajo poustvarjanje spretnosti (Dhir 2005, 359).

Zaradi želje po širitvi slovenskih podjetij je ključnega pomena dobro sodelovanje med vsemi deležniki, ki delujejo na področju internacionalizacije. Slovenska podjetja skušajo k sodelovanju privabiti tuje investitorje, pri tem pa je znanje tujega jezika bodočega investitorja zelo pomembno, saj je z znanjem jezika investitorja medsebojna komunikacija bistveno olajšana.

Zavedati se je potrebno, da je spodbujanje tujih investicij izjemno pomembno za ustvarjanje novih delovnih mest, pridobivanje novih znanj in seveda tudi prihodkov v državni proračun. Slovenija je za tuje investitorje zanimiva zaradi zelo dobre geografske lege, kar omogoča dostop do trgov jugovzhodne Evrope, izobraženih in kakovostnih ljudi, kar pa žal ne zadošča. Ena izmed glavnih prednosti Slovenije za privabljanje tujih investitorjev predstavljajo človeški viri, kljub temu pa še vedno pomanjkanje znanja tujih jezikov predstavlja eno izmed glavnih ovir. Zato morajo podjetja namenjati pozornost poznavanju kulture, navad, vrednot, družbene organiziranosti in seveda jezikom potencialnih tujih investitorjev.

Podjetja še vedno iščejo izvozne trge, ki so geografsko, fizično, predvsem pa kulturološko najbližji in predstavljajo nižjo stopnjo tveganja. Na osnovi navedenega imajo pri zaposlitvi prednost tisti kandidati, ki zelo dobro obvladajo uradni jezik države, v katero podjetje izvaža oz. iz katere prihaja tuji investitor.

Z navedenimi težavami se prav tako srečujejo izvozna podjetja drugih držav članih EU.

Po navedbah Evropske komisije (Evropska unija 2011) ima večina uspešnih EU podjetij dobro kadrovske politiko, vključno z zaposlovanjem pravih ljudi, ki obvladajo več veščin in dobro govorijo več tujih jezikov. Zaposlovanje diplomantov z znanjem tujih jezikov in rojenih govorcev zaradi obvladovanja jezikovnih in kulturnih vprašanj je gospodarsko smiselno, saj ima za posledico 23 % višjo stopnjo izvoza v primerjavi s podjetji, ki niso sprejela nobenega ukrepa.

V povprečju ima več kot eno od petih EU izvoznih podjetij v podporo mednarodni trgovini za poln delovni čas zaposlene rojene govorce, iz česar je razvidno, da se podjetja v EU zavedajo tega pomembnega elementa mednarodne komunikacijske strategije. Mnoga evropska podjetja pri zaposlovanju diplomiranih jezikoslovcev in nameščanju tujih študentov posebej sodelujejo z univerzami. Tuji študenti lahko pomagajo pri prodoru na nove trge, tako da odgovarjajo na

telefonske klice in delujejo kot preprost vmesnik za stranke iz njihove domovine (2011, prav tam).

4.2 Internacionalizacija slovenskih podjetij

Internacionalizacija je pomemben del vseh prizadevanj strategije razvoja Slovenije z namenom zagotavljanja blaginje in trajnostnega razvoja prebivalcev in države. Prav zato, ker izvoz predstavlja več kot 70 % vrednosti slovenskega BDP (bruto domači proizvod), je upravičena prioriteta deležna posebne pozornosti. Uspešno podjetje je tako priložnost za zaposlene, regijo in druge gospodarske subjekte, kot tudi za državo, v kateri podjetje posluje.

Internacionalizacija pomembno pripomore k hitrejši rasti gospodarstva, vendar pri tem ne gre le za izvoz in uvoz storitev in blaga, ampak povezovanje podjetij v širšem smislu, prenos tehnologij in kapitala, znanj ter za dobro poznavanje tujih jezikov. Prav tako lahko rečemo, da je znanje tujih jezikov dobra investicija, saj si s tem izboljšujemo kakovost življenja ter pridobivamo možnosti za boljše poslovne priložnosti tako v službi kot pri zaposlovanju.

V nadaljevanju preglednica 1 prikazuje v katere EU države slovenska podjetja izvažajo in hkrati obseg izvoza v posameznih dejavnostih. Razvidno je, da je bila skupna izvozna realizacija slovenskih podjetij leta 2015 15,4 mrd EUR. Glede na dejavnosti je bilo v omenjenem letu največ izvoza v predelovalni dejavnosti, sledi ji dejavnost trgovine, vzdrževanja in popravila motornih vozil, dejavnost rudarstva, oskrbe z električno energijo, plinom in paro, oskrba z vodo, ravnanje z odpadki in odpadki, saniranje okolja, z manjšim zaostankom pa sledita še skupina ostalih dejavnosti (proizvodnja in trgovina s tekstilom in oblačili, papirjem in izdelki iz papirja, proizvodnja osnovnih kemikalij, izdelkov iz gume in plastičnih mas, stekla in steklenih izdelkov) in kmetijstvo, lov, gozdarstvo ter ribištvo. Iz predelovalne dejavnosti izhajajo največja in najuspešnejša podjetja, v okviru katere delujejo, tako tista s tujim in mešanim kapitalom kot podjetja z domačim kapitalom. Med največja izvozna podjetja spadajo Krka, d.d., Revoz, d.d. v večinski lasti Renault, s.a.s. Francija, Lek, d.d. v 100 % lasti švicarskega farmacevtskega giganta Novartis Pharma AG, Gorenje, d.d., Goodyear Dunlop Save Tires, d.o.o., ki je v ameriški lasti, Hella Saturnus, d.o.o., BSH Hišni aparati d.o.o. Nazarje, Impol, d.o.o., Talum, d.d. Kidričevo. Iz navedenega izhaja, da so uspešne gospodarske družbe, tako majhne, srednje kot tudi velike enote, prav posebej pa tiste s tujim ali mešanim kapitalom ter tista, ki delujejo na izvoznih trgih v okviru EU.

Ugotavljamo tudi, da so podjetja v največjem obsegu izvažala na bližnje trge EU držav: na nemški trg podjetja izvozijo 4.9 mrd EUR, sledi italijanski trg s 2.6 mrd EUR, avstrijski z 2 mrd EUR, sledijo hrvaški, poljski, madžarski, češki in drugi trgi. Strinjamo se lahko s predhodnimi navedbami, da podjetja še vedno iščejo izvozne trge, ki so geografsko, fizično, predvsem pa kulturološko najbližji in predstavljajo nižjo stopnjo tveganja. Nemško govoreči trg obsega skoraj 7 mrd EUR izvoza, kar predstavlja približno 46% celotnega izvoza

slovenskih podjetij v letu 2015. Če pa k temu prištejemo še vse druge bližnje trge, pa je odstotek še bistveno višji. Že na osnovi podatkov, ki smo jih pridobili prek Statističnega urada RS (v nadaljevanju SURS), lahko predvidevamo, da znanje in uporaba izključno angleškega jezika ne zadošča, zato pa na pomenu toliko bolj pridobiva znanje drugih tujih jezikov (nemški, italijanski, hrvaški...). Znanje jezika države izvoznice bistveno olajša poslovanje in vstop na njihov trg.

Preglednica 1: Izvoz za leto 2015 v 1000 EUR po posamezni EU državi in dejavnosti

EU DRŽAVE	KMET., LOV, GOZD., RIBIŠTVO	RUDAR., OS. EL. EN., RAVN. Z ODPLAK.	PREDELOVALNE DEJAVNOSTI	TRG., VZDR. IN POPR. MOT. VOZIL	OSTALE DEJAVNOSTI	SKUPAJ
Avstrija	66689	26012	1188158	518983	224214	2024056
Belgija	z	1768	185656	35610	9774	232808
Bolgarija	z	163	84147	80458	3450	168218
Ciper	z	-	5088	16746	805	22639
Češka republika	1239	22002	401569	64117	67824	556751
Danska	z	z	z	8799	z	8799
Estonija	-	z	z	7490	7603	15093
Finska	z	z	z	2860	5195	8055
Francija	1270	z	z	53152	200350	254772
Grčija	-	z	z	z	z	0
Hrvaška	6310	172290	619759	924796	141144	1864299
Irska	z	-	27447	1468	z	28915
Italija	50756	295436	1406190	630546	308801	2691729
Latvija	z	53	20790	z	391	21234
Litva	z	-	40303	25891	6284	72478
Luksemburg	-	z	z	2891	z	2891
Madžarska	2977	10430	364937	144791	172276	695411
Malta	-	-	2404	4362	938	7704
Nemčija	4093	50802	3770456	452013	670551	4947915
Nizozemska	907	3620	312074	58435	55392	430428
Poljska	z	14822	516067	104403	162590	797882
Portugalska	z	-	47512	2946	z	50458
Romunija	2800	145	276419	49504	31841	360709
Slovaška	382	3434	310579	78808	68870	462073
Španija	z	z	z	19082	56472	75554
Švedska	7	z	z	7758	15039	22804
Združeno kraljestvo	1645	z	z	44380	68973	114998
Skupaj	139075	600977	9579555	3340289	2278777	15398673

Opomba: z zaupno

- ni podatka

Vir: Statistični urad Republike Slovenije 2017a

Iz preglednice 2 razberemo število slovenskih izvoznih podjetij, ki so poslovala na EU tržišču. Vendar podatkov o številu izvoznikov ni mogoče seštevati, ker isto podjetje lahko trguje z več državami. Ustvarijo pa ta več kot 70 % vrednosti slovenskega BDP, poleg tega so izvozna podjetja leta 2015 prispevala kar 3/4, k 3 % gospodarski rasti. Na osnovi podatkov iz razpredelnice je razvidno, da največ podjetij izvažajo na hrvaški trg, sledi število podjetij, ki izvažajo na avstrijski in italijanski trg ter podjetja, ki izvažajo na nemški trg. Iz navedenega lahko povzamemo, da največje število izvoznih podjetij izvažajo na bližnje trge sosednjih držav, zato je za Slovenijo toliko bolj pomembno znanje jezikov bližnjih držav. Zaradi močne konkurenčnosti evropskega trga mora slovensko gospodarstvo slediti cilju, s katerim bo zagotovljen izobražen kader, ki bo poleg poznavanja trženja in ekonomije dobro obvladal tudi tuje jezike. Pomembno je, da zaposleni poleg zelo razširjene angleščine govorijo še jezike bližnjih trgov EU kot so nemščina, hrvaščina in italijanščina.

Preglednica 2: Število izvoznih podjetij, v letu 2015 v EU države

EU DRŽAVE	ŠTEVILO PODJETIJ
Avstrija	7283
Belgija	901
Bolgarija	930
Ciper	225
Češka republika	1758
Danska	583
Estonija	307
Finska	412
Francija	1511
Grčija	504
Hrvaška	10013
Irska	261
Italija	5949
Latvija	288
Litva	385
Luksemburg	212
Madžarska	2175
Malta	193
Nemčija	5198
Nizozemska	1226
Poljska	1506
Portugalska	361
Romunija	1037
Slovaška	1375
Španija	992
Švedska	793
Združeno kraljestvo	1335

Vir: Statistični urad Republike Slovenije 2017b

Po razpoložljivih podatkih povzemamo, da so najpomembnejši tuji trgi bližnji trgi EU držav. Zavedati se moramo, da slovenska izvozna podjetja izvozijo 70 % blaga, kar je pokazatelj, da je EU trg zelo pomembno izvozno tržišče za Slovenijo. Omeniti moramo, da Nemčija za Slovenijo predstavlja največji izvozni trg, kateri sledijo Italija, Avstrija, Poljska, Madžarska. Uspeh si izvozno podjetje zagotovi z uspešnim prodorom na tuji trg, kar posledično pomeni, da svoje poslovanje prilagodi državi izvoznici. Pogoj je aktivno znanje jezika, bodisi za analizo tržišča, marketinške dejavnosti, uveljavitev na tujem tržišču. Zato menimo, da lahko, ne glede na to, da se angleščino uporablja tudi v drugih državah EU, ne samo v Veliki Britaniji, znanje dodatnih jezikov kot so nemščina, hrvaščina ali italijanščina, prinese podjetju večjo dodano vrednost.

4.3 Predstavitev podjetja ob vstopu na mednarodni trg

Če v podjetju nimamo kandidata, ki bi obvladal vlogo komuniciranja in pogajanja za sklenitev posla, je primerno da podjetje najde zastopnika, s tem mislimo prevajalca ali rojenega govorca in/ali lokalnega agenta, ki mu bo v pomoč. Slednja imata svoje prednosti in slabosti. Prednost prevajalca je, da obvlada komunikacijo in uporabo jezika, slabost pa je, da ni vedno nujno, da zna sklepati posle. Medtem ko lokalni agent zelo dobro pozna svoje področje, kar pa ni vedno pozitivno, saj lahko izkoristi naše nepoznavanje kulture in običajev tržišča pri vstopu podjetja na tuje tržišče.

Vhodna in izhodna mednarodna komunikacija najvišje kakovosti je zelo močno orodje, ki bi lahko ob učinkoviti uporabi okrepilo navzočnost na tujih trgih in poslovno uspešnost. V kolikor pa bo podjetje omenjena orodja slabo uporabilo zaradi napačnega tolmačenja ali prevajanja, pa si s tem slabi podoba, kar pa lahko podjetje tudi drago stane. Bistveni del strategije za izboljšanje znanja jezikov je zagotoviti kakovost zunanega toka informacij in narediti vtis na stranko. To predvsem pomeni visokokakovostno prevajanje in lokalizacijo, oblikovanje in kulturno prilagoditev večjezične spletne strani in oglaševalskega gradiva ter ustrezno tolmačenje (Evropska unija 2011).

Del komunikacijskega pristopa na tuje tržišče je tudi spletna predstavitev podjetja, ki mora biti nujno predstavljena tako v maternem jeziku in jeziku države, kamor želimo izvažati. V primeru, da ima podjetje spletno prodajo, je to še toliko bolj pomembno.

Z izvajanjem storitev na področju internacionalizacije slovenskim podjetjem nudi podporo med drugimi Agencija SPIRIT Slovenija (Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije, tujih investicij in tehnologije), predvsem kot pomoč pri vstopu na tuje trge. Za podjetja, ki želijo vstopiti na tuj trg ali razširiti svoj izvoz, izvajajo izobraževanje za mednarodno poslovanje, s katerim lahko podjetja pripravijo odlično poslovno in izvozno strategijo ter izvozni načrt.

Agencija SPIRIT Slovenija, podjetjem pri predstavitvi v tujini, zaradi pomembnosti in stroškovne zahtevnosti, pomaga s sofinanciranjem nastopov na skupinskih sejmih v tujini ter organiziranje gospodarskih delegacij na tujih trgih. Podjetjem sejemske predstavitve omogočajo dostop do informacij o tujih trgih, možnosti neposrednega stika s potencialnimi poslovnimi partnerji ter druge poslovne priložnosti. Prav tako omogočajo uvajanje inovacij, prenos tehnologij in znanja ter pregled novosti in tuje konkurence. Gospodarske delegacije pa omogočajo podjetjem pridobivanje neposrednih poslovnih kontaktov ter nižajo stroške, ki jih morajo podjetja nameniti za pridobivanje informacij o tujih trgih (poslovne poti, zbiranje informacij in raziskava trga), pri čemer nimajo nobenega zagotovila, da bodo nastali stroški kasneje povrnjeni (SPIRIT Slovenija 2017).

Zaradi želje po širitvi slovenskih podjetij le ta skušajo k sodelovanju privabiti tuje investitorje, pri čemer pa je poznavanje jezika tujega investitorja zelo pomembno, kajti medsebojna komunikacija največkrat, zaradi optimizacije notranjih administrativnih postopkov, poteka v jeziku tujega investitorja.

V okviru naše raziskave je 76 odstotkov anketiranih potrdilo, da znanje tujih jezikov predstavlja pomemben delež pri zaposlovanju, predvsem mora posameznik obvladati uradni jezik države, v kateri je zaposlen. V primeru, da zaposlenemu ponudijo delovno mesto v državi, kjer je bilo podjetje ustanovljeno, mora le ta biti sposoben aktivne komunikacije v jeziku, ki ga uporabljajo sodelavci. V Sloveniji je znanje tujega jezika eden izmed pogojev za pridobitev zaposlitve predvsem na področju komercialne, prodaje, bančništva, v marketingu, odnosih z javnostmi in v turizmu.

V preteklosti se je potreba po izobraževanju na področju tujih jezikov najpogosteje izražala v določenih migracijskih značilnosti Slovenije. Najpogosteje zaradi priseljevanja tujcev v Slovenijo in selitev slovenskih državljanov v druge države (Horvath idr. 2012, 74). V zadnjih letih se, zaradi vse bolj izrazite globalizacije poslovanja, v Sloveniji pojavlja vse večja potreba po mednarodnem sodelovanju in ohranjanju stikov s tujino, saj ti povečujejo možnosti za uspešno sodelovanje s tujimi podjetji in investitorji, ki omogočajo nadaljnje poslovanje slovenskih podjetij (prav tam, 76). Iz teh razlogov postaja učenje tujih jezikov v Sloveniji ključno za uspešno poslovanje v prihodnosti.

Svetovno gospodarstvo se vse hitreje spreminja in zahteva mnogo novih znanj, med katere spada tudi znanje tujih jezikov. Učenje jezikov prav tako vpliva na uspešnost v poklicni karieri. Če je delo povezano z rednimi stiki z govorniki tujega jezika, je ravno znanje tujega jezika izjemno pomemben člen, ki vpliva na uspešno gradnjo odnosa s strankami, ki z nami komunicirajo v tujem jeziku. Pomembnost znanja tujega jezika se kaže tudi pri prodaji in pogajanjih ter prispeva k uspešnejšemu in hitrejšemu podpisu pogodb. Prav tako je znanje tujega jezika zelo pomembno pri iskanju zaposlitve in napredovanju na trenutnem delovnem mestu ter na poslovnih potovanjih, ki pogosto potekajo v tujini. Podjetja, ki so prisotna na mednarodnih trgih, vedno bolj pogosto zahtevajo zelo dobro jezikovno znanje zaposlenih. Prav tako imajo pri zaposlitvi prednost tisti, ki zelo dobro obvladajo uradni jezik države, saj jim je tako omogočeno nemoteno komuniciranje s sodelavci, podrejenimi in nadrejenimi. Verjetnost zaposlitve se prav tako poveča, če posameznik poleg uradnega jezika države obvlada vsaj en tuj jezik (Zver 2012, 53–55).

V povprečju ima več kot eno od petih evropskih izvoznih podjetij v podporo mednarodni trgovini za poln delovni čas zaposlene rojene govorce, iz česar je mogoče zaključiti, da se evropska podjetja zavedajo tega pomembnega elementa mednarodne komunikacijske strategije. Mnoga evropska podjetja pri zaposlovanju diplomiranih jezikoslovcev in nameščanju tujih študentov sodelujejo z univerzami. Tuji študenti lahko pomagajo pri prodoru na nove trge, tako da odgovarjajo na telefonske klice in delujejo kot preprost vmesnik za

stranke iz njihove domovine. Jezikovni priročnik za evropsko poslovanje priporoča še uporabo lokalnih zastopnikov, ki govorijo jezik podjetja. Francija in Nemčija sta vodilni na področju uporabe francosko in nemško govorečih lokalnih zastopnikov. Manjša podjetja, ki želijo vstopiti na nove trge, vendar nimajo virov za zaposlovanje rojenih govorcev ali diplomiranih jezikoslovcev, običajno uporabljajo lokalne zastopnike (Evropska unija 2011).

„Brez lokalnega zastopnika v Savdski Arabiji prodaja sploh ne bi bila mogoča, enako pa velja tudi za Francijo“ (Bitmedia E-learning solutions, Avstrija, študija PIMLICO) (Evropska unija 2011).

Dejstvo je, da rojeni govorcev in/ali lokalni zastopniki lahko pomagajo preverjati jezikovno in kulturno primernost (2011, prav tam):

- prodajnega gradiva;
- kampanj obveščanja;
- promocijskega gradiva;
- poslovnih vizitk;
- cenovne politike;
- skladnosti z lokalnimi predpisi;
- spletne strani in vseh drugih pomembnih spletnih podstrani;
- korespondence;
- odziva telefonskih operaterjev na vhodne klice v jeziku teh klicev;
- stroškov predstavnikov v tuji državi (potrdila itd.);
- splošnih prevodov v njihov jezik (slog, točnost itd.);
- izhodnih elektronskih sporočil v jeziku stranke.

Pomagajo lahko pri:

- pripravi zaposlenih in njihovih družin za namestitev v tujini;
- jezikovnem usposabljanju;
- kulturnem obveščanju;
- kulturnem ozaveščanju in učenju veščin;
- zaposlovanju novega osebja in preverjanju jezikovnega znanja prek pogovora;
- prevajanju nestrokovnih besedil;
- nezahtevnem tolmačenju;
- sprejemanju in pozdravljanju tujih strank;
- pripravi predstavitev za obiskovalce v njihovem jeziku.

4.4 Najpogosteje uporabljeni tuji jeziki slovenskih podjetij pri poslovanju v EU

Po podatkih Statističnega urada EU (v nadaljevanju: Eurostat) v Sloveniji govori 42,1 % managerjev dobro tuji jezik, ki je v Sloveniji najbolj prepoznan, 33,9 % pa jih jezik obvlada (Eurostat 2017a).

Stopnja znanja jezika, ki ga managerji najbolj obvladajo, nekoliko odstopa od prej opisanih podatkov, saj nekateri veliko bolje obvladajo tuji jezik, ki sicer ni nujno najbolj prepoznan v državi. Managerjev, ki dobro obvladajo takšen jezik, je 42,3 %, tistih, ki jezik obvladajo, pa 34,7 % (prav tam 2017b).

Glavne značilnosti globalnega managerja so fleksibilnost, razumevanje razlik in tega, kako jih uporabiti v korist podjetja. Ko bo manager te značilnosti, podprte s poglobljenim poznavanjem države in poslovanjem podjetja, v katerem je zaposlen, ter znanjem tujega jezika in zmožnostjo njegove učinkovite uporabe, uspel uporabiti, bo zelo uspešen (Pollitt 2007, 34).

Raziskava iz leta 2010, katere namen je bil predvsem ovrednotiti vpliv znanja tujih jezikov mladih na pridobitev zaposlitve, je pokazala, da je znanje vsaj enega tujega jezika, ki se uporablja na svetovni ravni, v Sloveniji eden izmed zahtevanih pogojev za pridobitev zaposlitve v komerciali, prodaji, prevozništvu, gostinstvu, marketingu, odnosih z javnostmi, poslovnem svetovanju, medijih, bančništvu, turizmu, logistiki in podobno (Novak in Šuster Erjavec 2010, 700).

Kot smo ugotavljali že v uvodu naloge, je angleščina nedvomno najbolj razširjen svetovni jezik, kar se kaže tudi v Sloveniji in znanju angleškega jezika že pri osnovnošolskih otrocih, in se skozi čas izobraževanja in zaposlovanja samo še veča.

Znanje angleščine delodajalci že skoraj ne navajajo več posebej kot zahtevo za zasedbo delovnega mesta, zato so v ospredju drugi tuji jeziki. Eden takšnih jezikov je znanje nemščine, ki pa je žal med mladino, veliko manj priljubljena. Vendar pa je ravno zaradi bližine nemškega govornega področja (Avstrija) in Nemčije kot pomembne gospodarske velesile slednja pri poslovanju izredno pomembna tudi za slovenska podjetja. Glede na povečevanje števila francoskih podjetij v Sloveniji, kot so: Renault, s.a.s., E.Leclerc, Societe Generale, je v Sloveniji vedno bolj pogosto uporabljana tudi francoščina. Tudi italijanščine se je vredno naučiti zaradi bližine in precejšnje popularnosti jezika (Saop 2014).

Študija „Znanje tujih jezikov je pomemben dejavnik zaposlovanja“ (Mint 2017), ki so jo leta 2016 naročili v jezikovnem centru Mint in je temeljila na analizi 2000 zaposlitvenih oglasov, je pokazala, da zahteva znanje vsaj dveh tujih jezikov danes že vsak peti zaposlitveni oglas. Vse več je delodajalcev, ki pričakujejo od kandidatov celo znanje treh tujih jezikov, še posebej na področju znanosti, tehnologije ter raziskav in razvoja, kjer je takšen vsak tretji oglas. Kar 36 % zaposlitvenih oglasov, vključenih v omenjeno študijo, je zahtevalo znanje nemškega jezika, znanje angleščine pa je zahtevalo 24 % oglasov. Na Zavodu za zaposlovanje RS, kljub ugotovitvam omenjene raziskave pojasnjujejo, da delodajalci na splošno še vedno največ povprašujejo po znanju angleščine, predvsem v jugovzhodnem delu države, ob meji z Avstrijo pa pričakujejo od kandidatov in kandidatk za zaposlitve večinoma tudi znanje

nemškega jezika. Na zahodu države, ob meji z Italijo, je po ugotovitvah Zavoda za zaposlovanje med zahtevanimi jeziki pogosto navedena tudi italijanščina (Svenšek 2017).

Po zadnjih objavljenih podatkih (Eurostat 2017c), ta podatke objavlja vsakih pet let, ker pa za leto 2015 še niso objavljeni, smo izhajali iz javno dostopnih in objavljenih podatkov iz leta 2010, je v Sloveniji takšnih zaposlenih, ki ne znajo nobenega tujega jezika 7,6 %, en tuji jezik govori 15 % zaposlenih, dva tuja jezika 32,6 % ter tri ali več tujih jezikov govori 44,9 % zaposlenih.

Podatki kažejo, da se je večina zaposlenih prilagodila na globalizacijo, da je trg EU postal notranji trg, in da je za dobro komuniciranje, konkurenčnost in dobro poslovno okolje predpogoj dobro znanje tujih jezikov.

Po vstopu Slovenije v EU, leta 2005, so na Zavodu za zaposlovanje leta 2007 zabeležili zahtevano znanje tujih jezikov s strani delodajalcev v 28,3 %, v letu 2011 pa se je ta delež povečal že na 42,4 %. Najpogosteje so delodajalci zahtevali znanje angleškega jezika. Vedno pogosteje pa delodajalci zahtevajo znanje celo dveh ali treh tujih jezikov, največkrat poleg angleščine, zaradi bližine govornega področja, tudi nemščino, italijanščino in francoščino (Finc 2012).

Zahteve po znanju jezikov se največkrat (pri več kot 80 % prostih delovnih mest) pojavljajo pri inženirjih telekomunikacij, elektronike, nabavnih referentih, poslovnih sekretarjih, analitikih in oblikovalcih informacijskih sistemov. Znanje dveh tujih jezikov (angleščine in nemščine) je najpogosteje zaželeno pri tehničnih in komercialnih zastopnikih za prodajo, inženirjih elektrotehnike, inženirjih strojništva, voznikih tovornih vozil, tajnikih, natakarjih, ekonomistih in strokovnjakih za poslovanje (2012, prav tam).

Svojevrsne potrebe delovnega mesta se kažejo tudi pri voznikih, kjer iščejo sicer znanje tujih jezikov na nižji stopnji, vendar pa v kombinaciji ruščine, litvanščine in poljščine ali španščine in italijanščine (2012, prav tam).

Tudi na fakultetah se kaže, da se zanimanje za jezike prilagaja dogajanju v družbi in gospodarstvu. Kot navajajo, se je kot tretji svetovni jezik uveljavila španščina, usmeritev slovenskega gospodarstva na ruski trg pa je povečala zanimanje za ruščino (Svenšek 2017).

Če povzamemo ugotovitve študije „Znanje tujih jezikov je pomemben dejavnik zaposlovanja“ (Mint 2017) je najpogosteje zahtevan tuji jezik nemščina, saj znanje nemščine omogoča prijavo na zaposlitev pri kar 36 % oglasov, kar je presenetljivo in nas poduča, da se moramo bolj posvetiti učenju nemščine. 400 od skupno 2000 (torej vsak peti) oglasov zahteva znanje vsaj dveh ali več tujih jezikov. Preseneča tudi ugotovitev, da italijanski jezik ne uporabljajo le na Primorskem, saj je bilo največ oglasov, ki zahtevajo znanje (tudi) italijanskega jezika v

Osrednjeslovenski in Savinjski regiji. Vidimo, da enostavno ne veljajo več, klasični pogledi na to, da se na Štajerskem uči nemščino, na Primorskem pa italijanščino, temveč se je potrebno posvetiti vsem jezikom v vseh delih Slovenije. Kjer bi znanje francoščine, španščine in ruščine odpiralo vrata za prijavo, je študija pokazala nizko število oglasov, kljub temu pa so ta znanja zelo cenjena, saj kažejo tako na interes po osebnem razvoju, kot tudi širino duha, ki je izredno cenjena lastnost. Presenetljiva pa je še zadnja ugotovitev, iz katere je razvidno, da v kategoriji raziskave in razvoj, znanost, tehnologije, vsak tretji oglas, zahteva znanje kar treh tujih jezikov ter vsak peti, ki se bo zaposlil kot komercialist/ka ali v trženju, mora znati tri tuje jezike. Skoraj vsak drugi kadrovik pa bo moral govoriti vsaj dva tuja jezika.

Zaključimo lahko, da zaradi močne konkurenčnosti evropskega trga mora slovensko gospodarstvo slediti cilju, s katerim bo zagotovljen izobražen kader, ki bo poleg poznavanja trženja, ekonomije dobro obvladal tudi tuje jezike. Pomembno je, da zaposleni poleg zelo razširjene angleščine govorijo še jezike bližnjih trgov v EU kot so nemščina, hrvaščina in italijanščina.

5 EMPIRIČNI VIDIK POMENA ZNANJA TUJIH JEZIKOV ZA POSLOVANJE SLOVENSКИH PODJETIJ V EU

Za namen magistrske naloge smo izvedli raziskavo s katero smo želeli analizirati smiselnost in obseg učenja tujih jezikov, dodatno jezikovno izobraževanje, znanje in uporabo tega pri poslovanju podjetij v EU. Predstaviti pomen učenja tujih jezikov v različnih starostnih obdobjih, načine, s katerimi pridemo do znanja, pomen večjezičnosti, motivacije in ozaveščanja glede slednjega ter zakaj samo znanje angleščine ni več dovolj.

5.1 Merski instrument in zbiranje podatkov

Kot orodje za pridobivanje podatkov smo uporabili kombiniran anketni vprašalnik, ki je bil konstruiran na osnovi pregleda strokovne in znanstvene literature, predhodno izvedene raziskave in vprašalnika, ki je bil razvit v okviru ELAN študije (European Commission 2006). Vprašalnik smo oblikovali individualno ter ga posredovali po elektronski pošti posameznim izvoznim podjetjem in njihovim zaposlenim, ki smo jih pridobili na internetni strani SLOEXPORT, kjer so zbrani podatki sortirani glede na dejavnost posameznega podjetja. Vprašalnik je v osnovi obsegal 18 vprašanj. Sestavljen je bil iz demografskih in vsebinskih spremenljivk. Vsebinska vprašanja so se nanašala na potrebe izvoznih podjetij po znanju tujih jezikov. Vprašanja so bila zaprtega tipa, ponekod so bili ponujeni odgovori da in ne ali 5-stopenjska Likertova lestvica, kjer je bila potrebna ocena glede pomembnosti posameznih tujih jezikov.

Pred uporabo vprašalnika smo izvedli pilotno študijo na vzorcu 10 enot. S tem smo vprašalnik testirali in preverili njegovo zanesljivost in veljavnost.

Raziskava je potekala v obdobju od 27. novembra 2015 do 28. decembra 2015. Povabila k sodelovanju v raziskavi so bila podjetjem prvič poslana 27. novembra 2015.

5.1.1 *Opredelitev populacije in vzorca*

Našo ciljno populacijo so predstavljala izključno izvozno naravnana podjetja v RS. Po podatkih SURS je bilo leta 2015 registriranih 19.519 izvoznih podjetij, zato smo zaradi velikega vzorca, anketirance oz. število poslanih anket zmanjšali oziroma omejili. Naslove in ostale potrebne kontaktne podatke smo našli na internetni strani Sloexport. V sklopu posamezne dejavnosti smo tako naključno izbrali 80 podjetij in jim poslali anketne vprašalnike. Glede na to, da so podjetja razvrščena v 11 skupin oz. 11 različnih dejavnosti, je bilo skupaj poslanih 880 anket. Po pregledu baze podatkov, predstavlja največji vzorec podjetij v dejavnosti trgovine, vzdrževanja in popravila motornih vozil in sicer 6.356, najmanjši pa v dejavnosti rudarstva, oskrbe z električno energijo, plinom in paro, oskrbo z vodo, ravnanje z odpadki in sicer le 199 podjetij. Glede na navedeno smo se

odločili za enakovreden vzorec glede na dejavnost. Namreč, v kolikor bi izbrali vzorec proporcionalno je obstajala verjetnost, da od podjetij v določeni dejavnosti zaradi manjšega nabora podatkov, odgovora ne bi prejeli.

V času postopka pridobivanja izpolnjenih anketnih listov smo opravili tudi veliko telefonskih klicev, ker je bila odzivnost na poslane elektronske pošte slaba. Telefonske številke smo dobili v bazi podatkov, na internetni strani SLOEXPORT. V odgovor smo prejeli 136 pravilno izpolnjenih anketnih vprašalnikov, kar predstavlja naš vzorec.

5.2 Opis uporabljenih metod

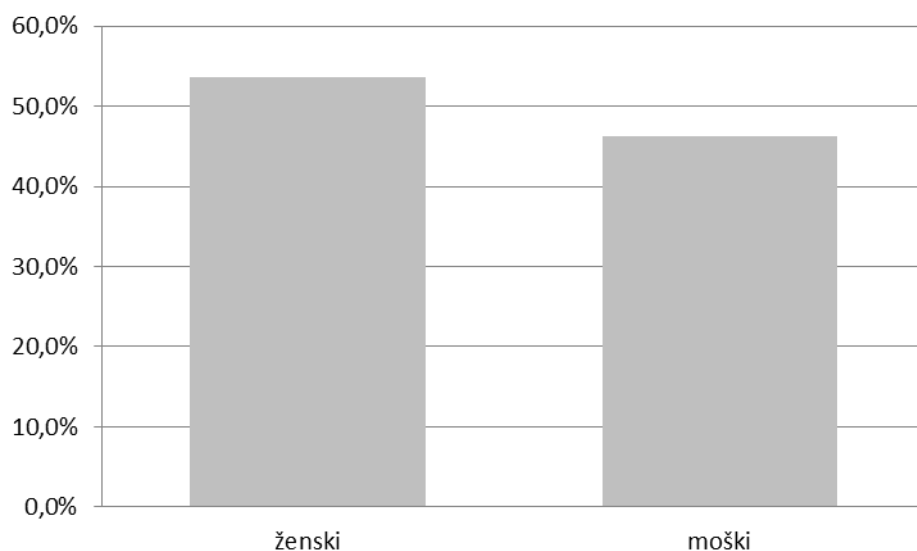
S pomočjo programa za statistično obdelovanje podatkov SPSS smo analizirali zbrane podatke. Demografske značilnosti vzorca in posameznih spremenljivk smo opisali s pomočjo opisne statistike, ter tekstualno in v obliki slik.

Za preverjanje hipotez smo uporabili metode opisne statistike, ter statistične teste (t-test in analizo variance).

Za primerjavo razlik v povprečju med dvema skupinama smo uporabili t-test za neodvisna vzorca, ki ga uporabimo za preverjanje domnev o povprečnih vrednostih spremenljivk na populaciji. S t-testom za neodvisna vzorca preverjamo, če je povprečna vrednost spremenljivke v eni skupini enot različna kot v drugi skupini enot (Kropivnik, Kogovšek in Gnidovec 2006, 47). ANOVA (F) ali analiza variance je preizkus, s katerim preverjamo razlike v povprečni vrednosti spremenljivke v treh ali več skupinah (2006, prav tam).

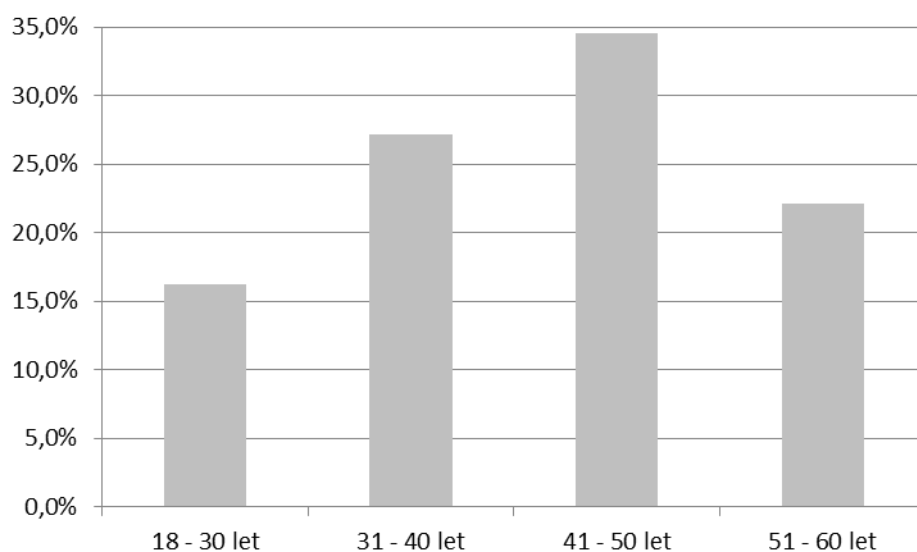
5.3 Analiza rezultatov ankete

V raziskavi je sodelovalo 136 podjetij. Od tega je bilo med kontaktnimi osebami 53,7% žensk in 46,3 % moških (slika 1).



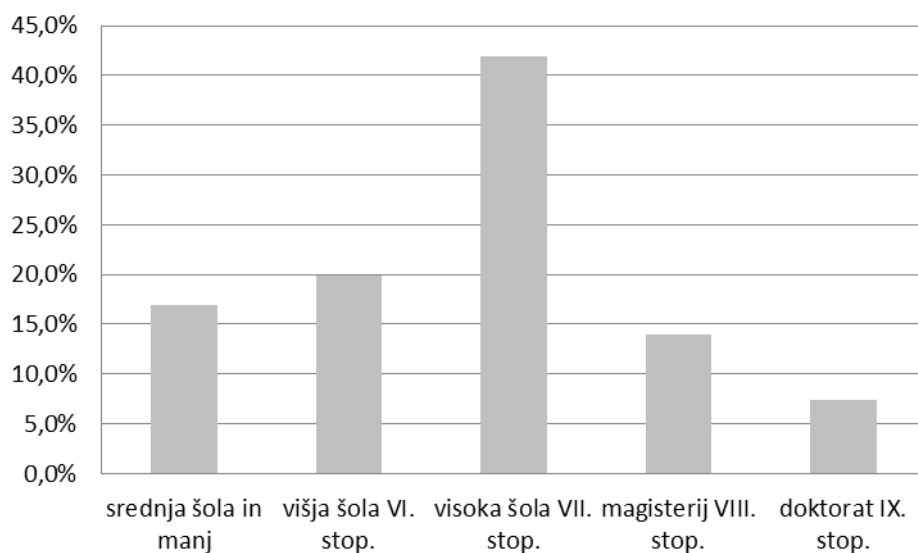
Slika 1: Spol anketirancev

Največ predstavnikov podjetij je bilo starih med 41 in 50 let (34,6 %), sledi jim starostna skupina udeležencev starih med 31 in 40 let (27,2 %) ter 51 in 60 let (22,1 %), manj kot petina udeležencev (16,2%) pa je stara med 18 in 30 let (slika 2).



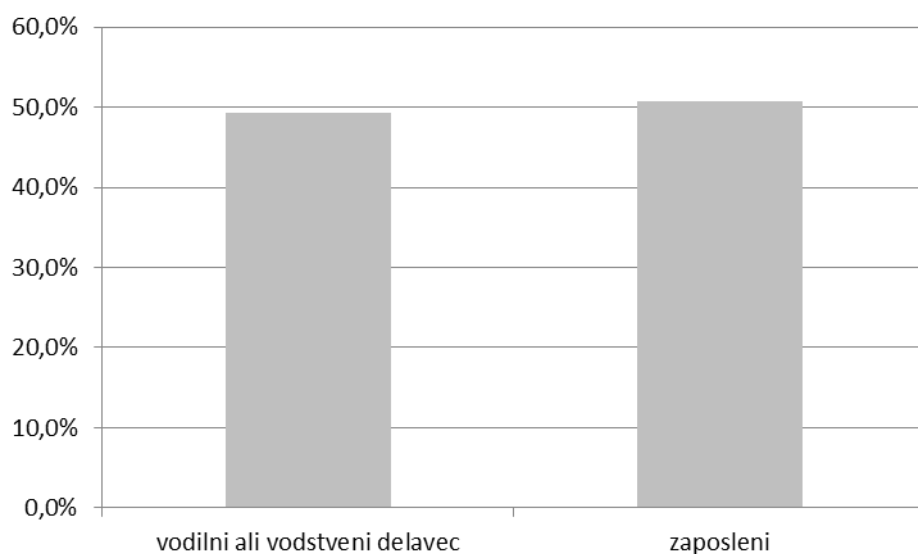
Slika 2: Starostna struktura vzorca

Skoraj polovica kontaktnih oseb podjetij (41,9 %) ima dokončano visokošolsko izobrazbo, približno petina udeležencev ima dokončano višjo šolo (19,9 %), nekoliko manj jih je z srednjo šolo (16,9 %) oz. magisterijem (14,0 %), le 7,4 % udeležencev pa ima dokončano 9. stopnjo izobrazbe oz. doktorat (slika 3).



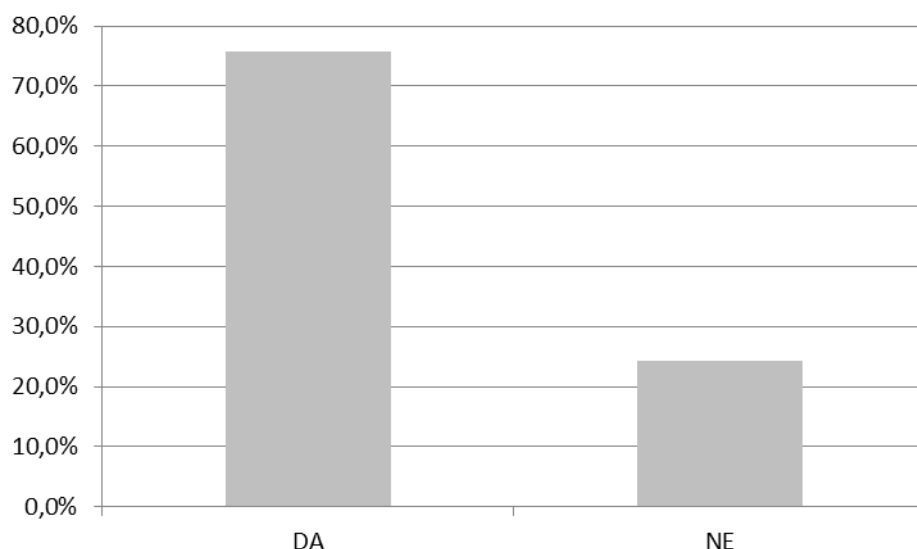
Slika 3: Izobrazba anketirancev

V našem vzorcu je odgovorilo približno enak delež vodstvenih delavcev (49,3 %) in zaposlenih v podjetju (50,7 %), kar lahko vidimo iz prikaza na sliki 4.



Slika 4: Delovno mesto anketirancev

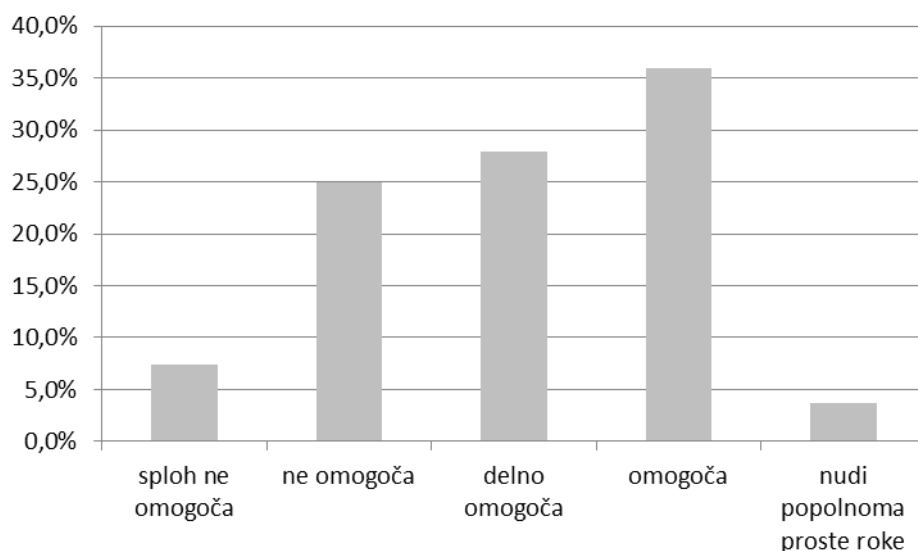
Večina podjetij (75,7 %) zaposluje osebe z znanjem vsaj enega tujega jezika, medtem ko v 24,3 % podjetij znanje tujega jezika ni nujen pogoj za zaposlitev (slika 5).



Slika 5: Ali zaposluje vaše podjetje osebe z znanjem vsaj enega tujega jezika?

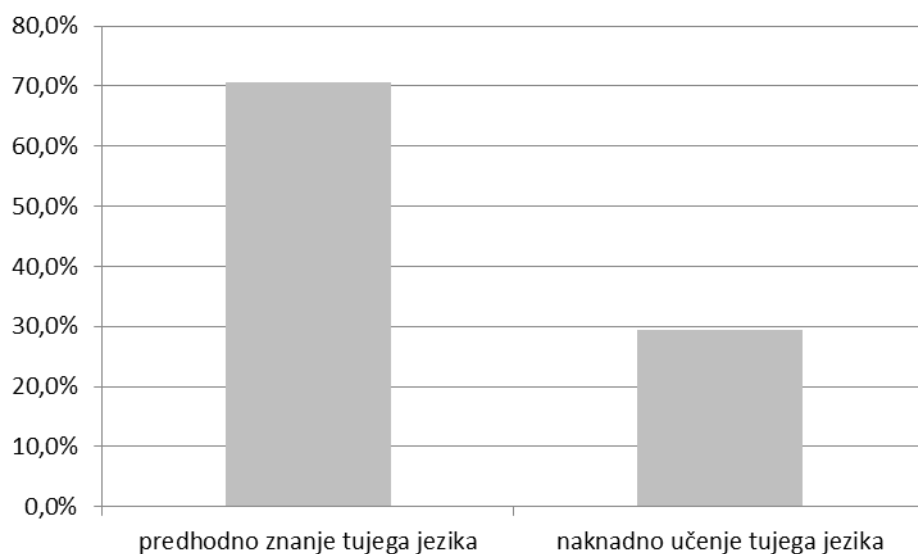
Dodatno jezikovno izobraževanje zaposlenim omogoča 36,0 % podjetij, 3,7 % podjetij pa jim nudi popolnoma proste roke glede tega. Jezikovno izobraževanje zaposlenim delno omogoča 27,9 % podjetij, ne omogoča jim ga 25,0 %, sploh pa ga ne omogoča 7,4 % podjetij (slika 6).

Jezikovno izobraževanje je pomemben element jezikovne strategije, poudarja študija ELAN (European Commission 2006, 34). Podjetja morajo voditi evidenco znanja tujih jezikov zaposlenih, posledično to znižuje stroške izobraževanja in omogoča optimalno delitev delovnih nalog med posameznike. 57% evropskih podjetij je takšnih, ki vodijo evidenco jezikovnih znanj zaposlenih, 49% podjetij pa je v preteklosti že omogočilo svojim zaposlenim jezikovno izobraževanje. Največ se jih je izobraževalo v angleškem, nemškem, francoskem in italijanskem jeziku. V Sloveniji je ta odstotek višji, saj je 67,6% podjetji v preteklosti že omogočilo tovrstno izobraževanje.



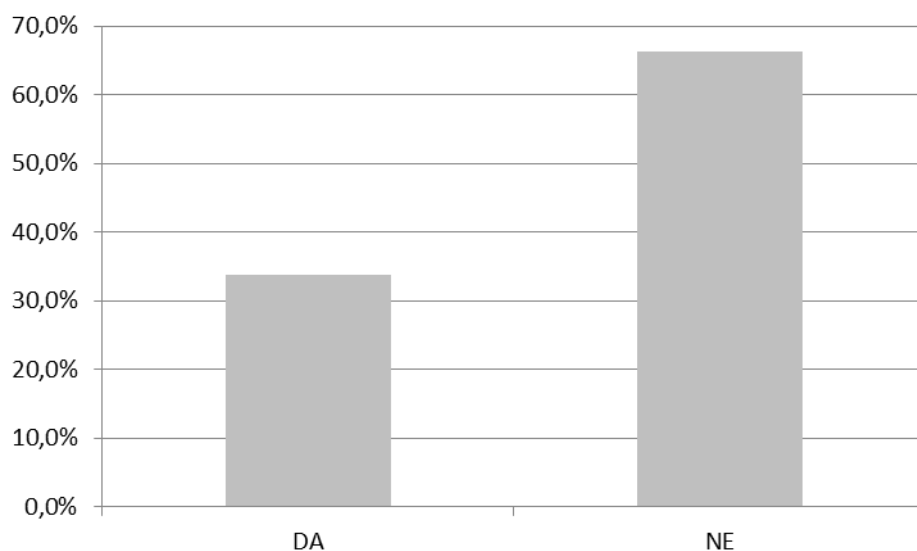
Slika 6: Ali vaše podjetje omogoča zaposlenim dodatno jezikovno izobraževanje?

Več kot 70 % podjetij v raziskavi zaposluje osebe s predhodnim znanjem tujih jezikov, ki so pomembni za poslovanje podjetja, 29,4 % podjetij pa organizira naknadno jezikovno izobraževanje v času zaposlitve (slika 7).



Slika 7: Kakšno politiko kadrovanja ima vaše podjetje glede znanja tujih jezikov?

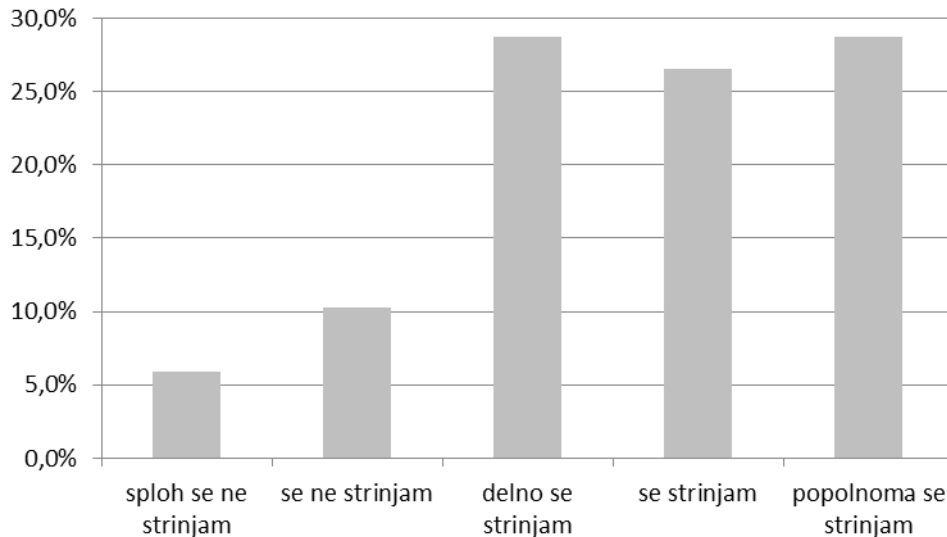
Približno tretjina udeležencev (33,8 %) se je že kdaj udeležila jezikovnega izobraževanja, ki ga je organiziralo njihovo podjetje, 66,2 % udeležencev pa se še ni udeležilo jezikovnega izobraževanja v organizaciji podjetja (slika 8).



Slika 8: Ste se kdaj udeležili jezikovnega izobraževanja, ki ga je organiziralo vaše podjetje?

Več kot petina udeležencev (28,7 %) se popolnoma strinja s tem, da bodo zaposleni v naslednjih petih letih potrebovali dodatna jezikovna znanja in spretnosti, približno enak delež udeležencev se s to trditvijo strinja (26,5 %) oz. delno strinja (28,7 %). Dobra desetina udeležencev (10,3 %) se z omenjeno trditvijo ne strinja, 5,9 % udeležencev pa se sploh ne strinja (slika 9).

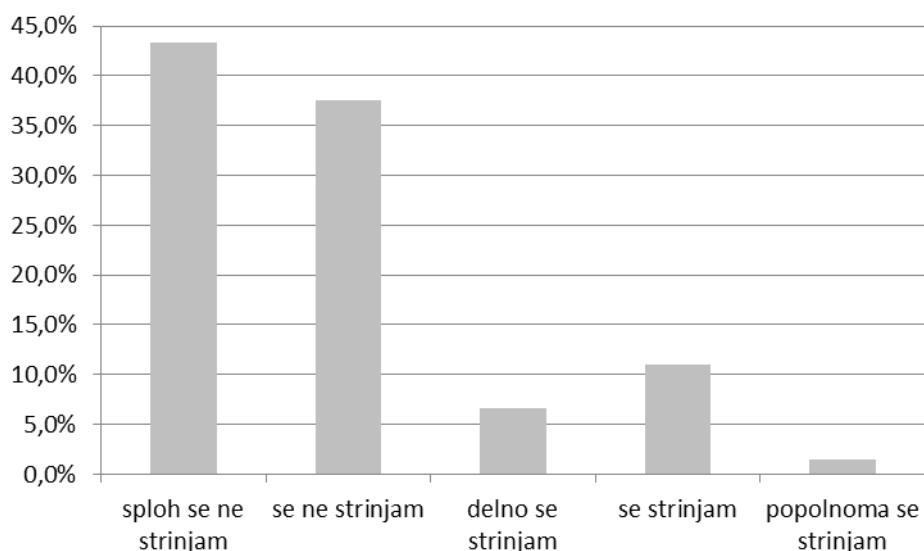
Podatek iz študije ELAN (European Commission 2006, 35) pravi, da je 35% zaposlenih v zadnjih treh letih koristilo izobraževanje, ki jim ga je nudilo njihovo podjetje na jezikovnem področju, kar je dober rezultat.



Slika 9: Menite, da bodo zaposleni v naslednjih petih letih potrebovali dodatne jezikovne spretnosti?

Udeleženci se večinoma ne strinjajo (37,5 %) oz. sploh ne strinjajo (43,4 %) s tem, da znanje tujih jezikov zaposlenih vpliva na izbiro izvoznega trga. Delno se s tem strinja 6,6 % udeležencev, 11,0 % udeležencev se strinja s trditvijo, popolnoma pa se strinja le 1,5 udeležencev (slika 10).

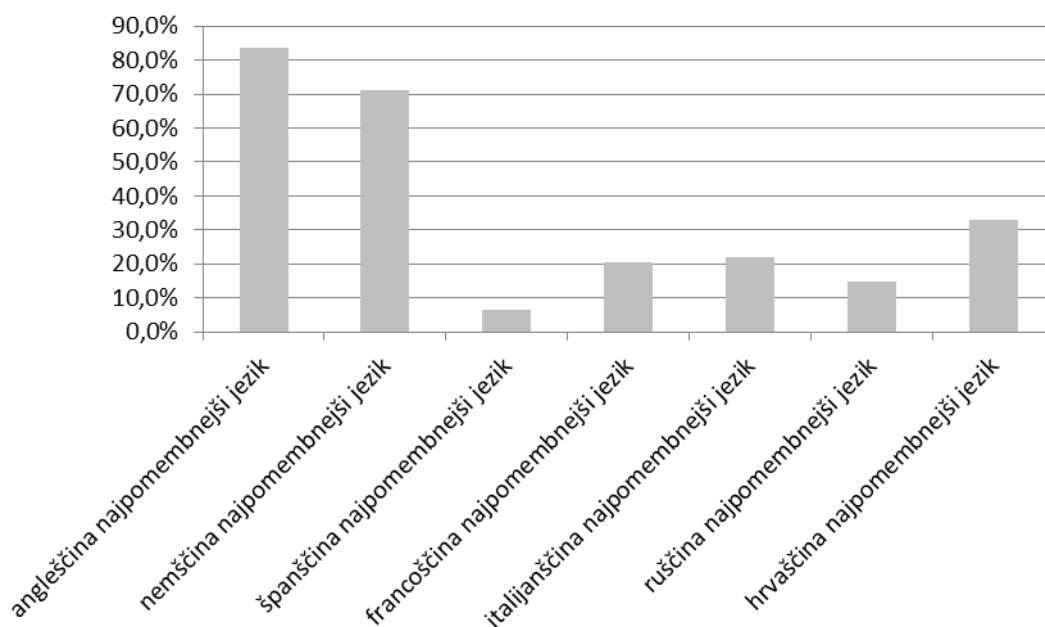
V študiji ELAN (European Commission 2006, 25) je bilo ugotovljeno, da je pri 13 % podjetij, ki so bili vključeni v raziskavo, vplivalo jezikovno znanje zaposlenih na izbiro izvoznega trga. Najvišji procent je značilen za določene članice EU (Latvija, Litva, Češka, Madžarska, Španija, Portugalska). V Sloveniji je ta odstotek malenkost višji in sicer 19,1%, ob upoštevanju tudi tistih, ki se s tem delno strinjajo, v primeru, da slednjega ne upoštevamo, je rezultat podoben rezultatu ELAN študije (2006, prav tam), tj. 12,5%.



Slika 10: Ali znanje tujih jezikov zaposlenih vpliva na izbiro izvoznega trga?

Za večino podjetij je najpomembnejši tuji jezik angleščina (83,8 %), sledijo pa ji nemščina (71,3 %), hrvaščina (33,1 %), italijanščina (22,1 %) in francoščina (20,6 %). Najmanj pomembna sta ruščina (14,7 %) in španščina (6,6 %) (slika 11).

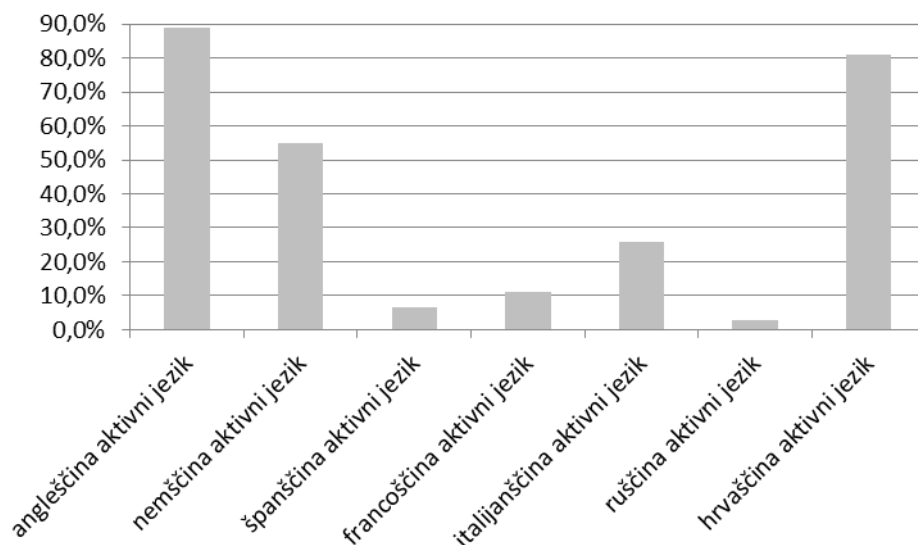
Tudi študija ELAN (European Commission 2006, 24) ugotavlja, da sta angleščina in nemščina jezika, ki se najpogosteje uporabljata pri komunikaciji znotraj EU.



Slika 11: Kateri tuji jezik je za vaše podjetje najpomembnejši?

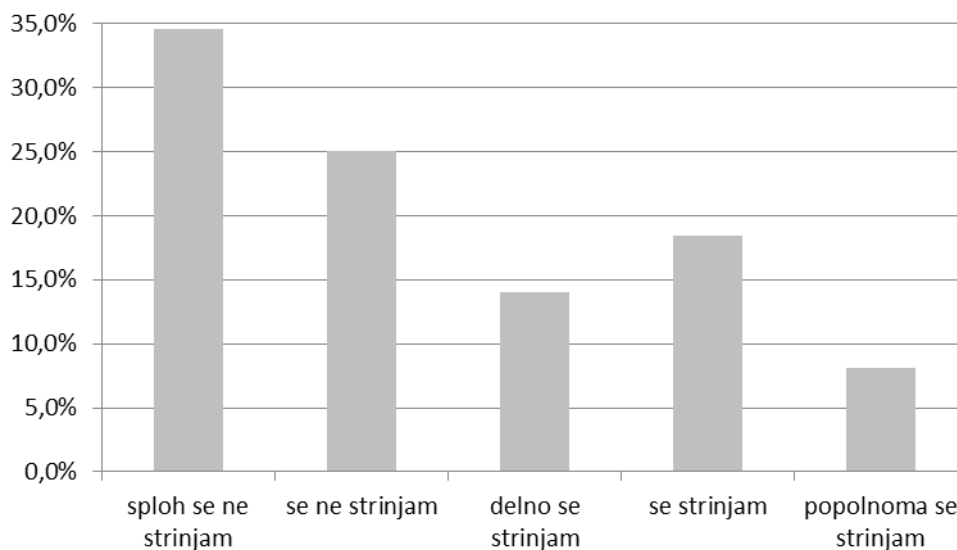
Udeleženci večinoma aktivno govorijo angleško (89,0 %) in hrvaško (80,9 %), približno polovica pa jih govori tudi nemško (55,1 %). Dobra četrtina udeležencev aktivno govori

italijansko, najmanj zastopani jeziki pa so francoščina (11,0 %), španščina (6,6 %) in ruščina (2,9 %) (slika 12).



Slika 12: Kateri tuji jezik je vaš aktivni jezik?

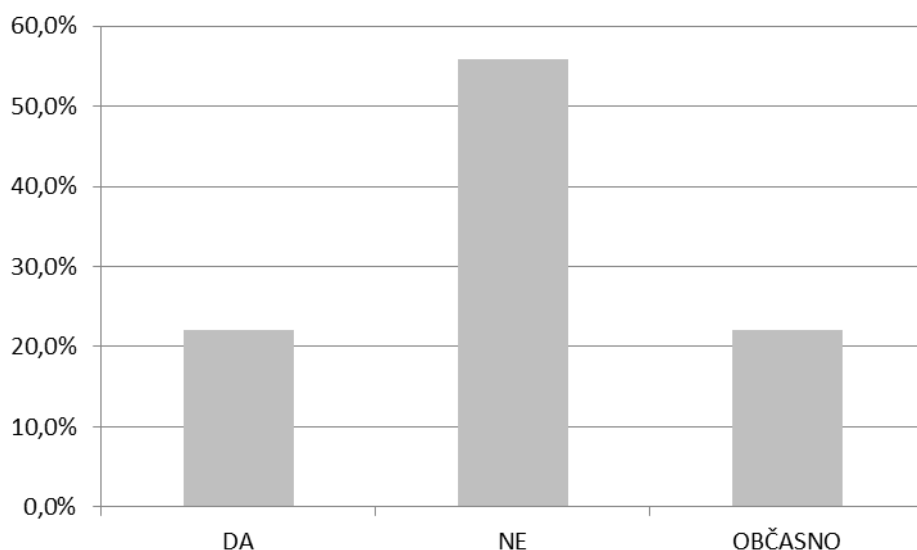
Udeleženci se v največji meri sploh ne strinjajo (34,6 %) oz. se ne strinjajo (25,0 %) s tem, da je znanje angleškega jezika dovolj za uspešno poslovanje na evropskem trgu (slika 13). S tem se delno strinja 14,0 % udeležencev, 18,4 % udeležencev se strinja, 8,1 % udeležencev pa se z omenjeno trditvijo popolnoma strinja.



Slika 13: Ali je znanje angleškega jezika dovolj za uspešno poslovanje na evropskem trgu?

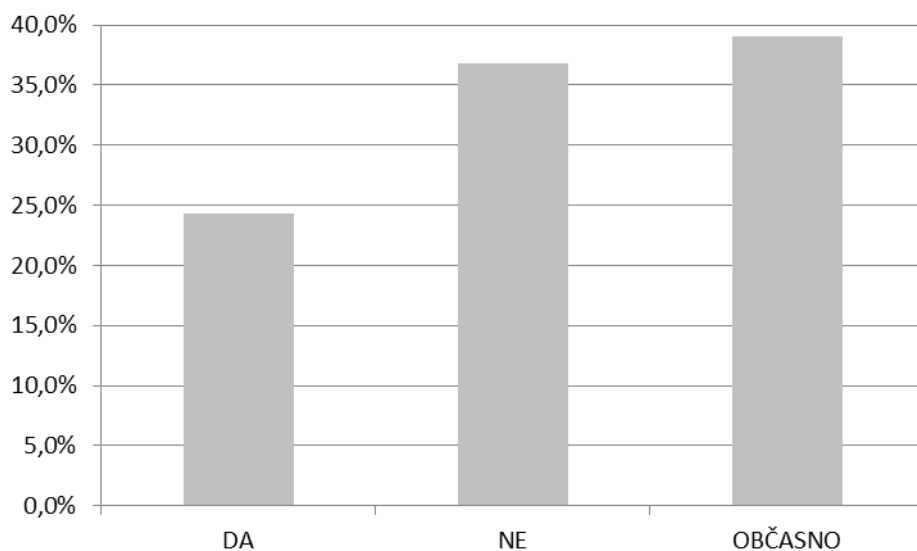
Več kot polovica podjetij (55,9 %) ni nikoli honorarno zaposlila prevajalcev. Prevajalce je honorarno zaposlilo 22,1 % podjetij, enak delež podjetij pa jih zaposluje občasno (slika 14).

Tako je bilo ugotovljeno tudi v študiji ELAN (European Commission 2006, 28), kjer ugotavljajo, da 22 % evropskih podjetij zaposluje prevajalce in tolmače, najpogosteje to izvajajo v Nemčiji, Avstriji, Latviji, na Norveškem in Madžarskem.



Slika 14: Ste kdaj honorarno zaposlovali prevajalce?

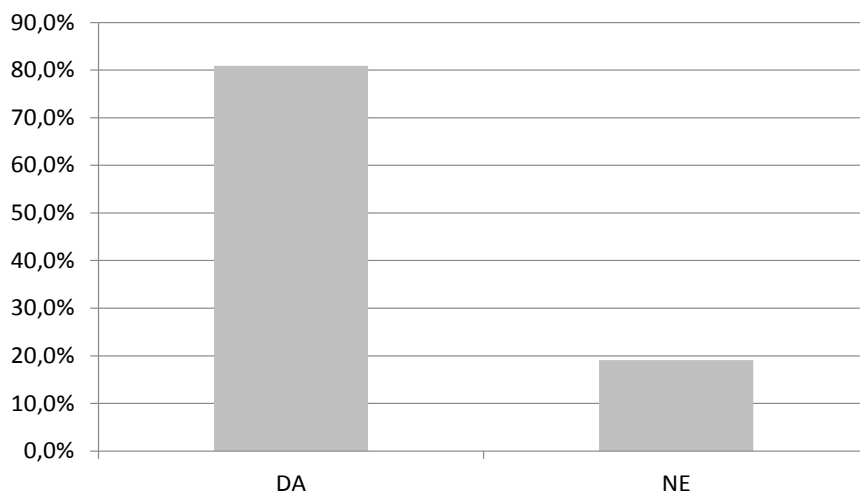
Skoraj četrtnina podjetij (24,3 %) je že kdaj zaposlila lokalne agente, ki delujejo na tujem tržišču, 39,0 % podjetij pa jih zaposluje občasno. Lokalne agente, ki delujejo na tujem tržišču nikoli ni zaposlilo 36,8 % podjetij (slika 15).



Slika 15: Ste kdaj najemali ali zaposlovali lokalne agente, ki delujejo na tujem tržišču?

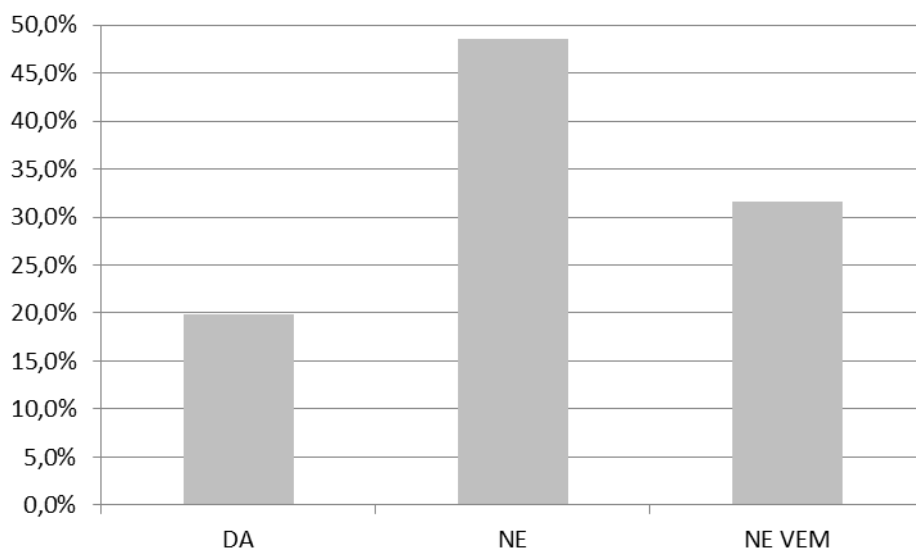
Več kot 80 % podjetij je jezikovno prilagodilo spletno stran ob vstopu na tuji trg, 19,1 % podjetij pa spletne strani ni prilagodilo (slika 16). Pri študiji ELAN (European Commission 2006, 33) je 62% podjetij prilagodilo svojo spletno stran, od tega jih je 57 % pripravilo v

angleškem jeziku. V tem primeru je odstotek podjetij, ki so prilagodili svojo spletno stran, pri naši analizi višji, kar za 18 %, kar je bilo tudi za pričakovati, saj je slovensko tržišče eno izmed manjših v EU, posledično pa je potrebno več prilagajanja za uspeh na drugih, večjih tržiščih.



Slika 16: Ste jezikovno prilagodili spletne strani ob vstopu na tuj trg?

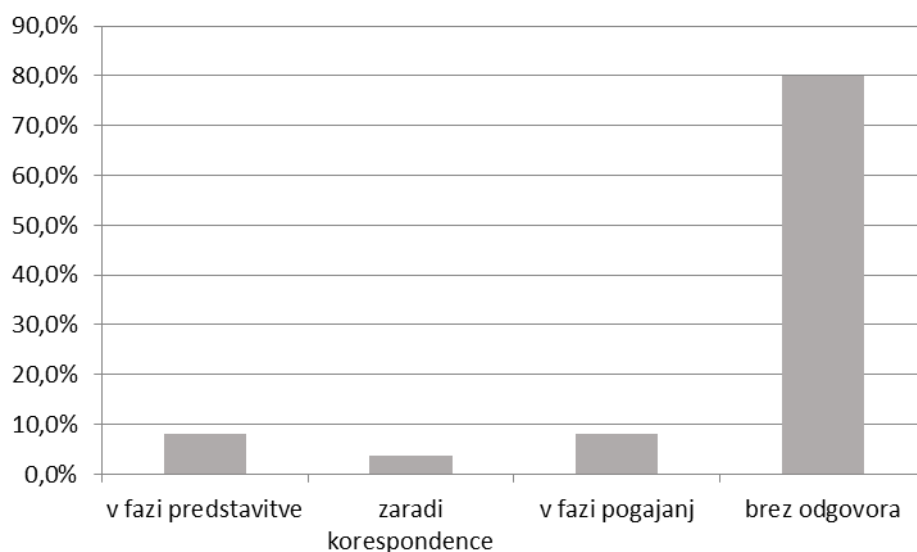
Skoraj 20 % udeležencev pravi, da je že izgubilo poslovno priložnost zaradi neznanja tujih jezikov. Približno polovica udeležencev (48,5 %) ni izgubila take priložnosti, »ne vem« pa je označilo 31,6 % udeležencev (slika 17).



Slika 17: Ste zaradi neznanja tujih jezikov kdaj izgubili kakšno poslovno priložnost?

Udeleženci, ki so pri predhodnem vprašanju odgovorili z ne ali ne vem, na vprašanje, kje je najpogosteje prišlo do izgube poslovne priložnosti, niso odgovorili. Takšnih je bilo 80,1%.

19,9% udeležencev je odgovorilo z da, od tega jih 3,7% meni, da je vzrok izgubljene poslovne priložnosti korespondenca, 8,1% jih meni, da je najpogosteje do izgube poslovne priložnosti prišlo v fazi predstavitve, enak delež udeležencev pa je mnenja, da v fazi pogajanj (slika 18).



Slika 18: Navedite vzrok oz. fazo v kateri je prišlo do izgube poslovne priložnosti

Ob zaključku analize ugotavljamo, da če rezultate, ki smo jih dobili z analizo naše ankete, primerjamo z rezultati študije ELAN (European Commission 2006), ti bistveno ne odstopajo. Nadalje ugotavljamo tudi, da je pomembnost znanja tujega jezika za slovenska podjetja na splošno odvisna od pozicije držav izvoznic, kar kažejo tudi podatki realizacije izvoza, kot tudi podatki o številu izvoznikov, saj je največ izvoza opravljenega ravno v naše sosednje države. Zato so najpomembnejši jeziki za našo državo hrvaški, nemški in italijanski, seveda velja to samo z vidika obsega izvoza, sicer pa je za vsako slovensko podjetje najpomembnejši jezik države izvoznice, s katero podjetje posluje.

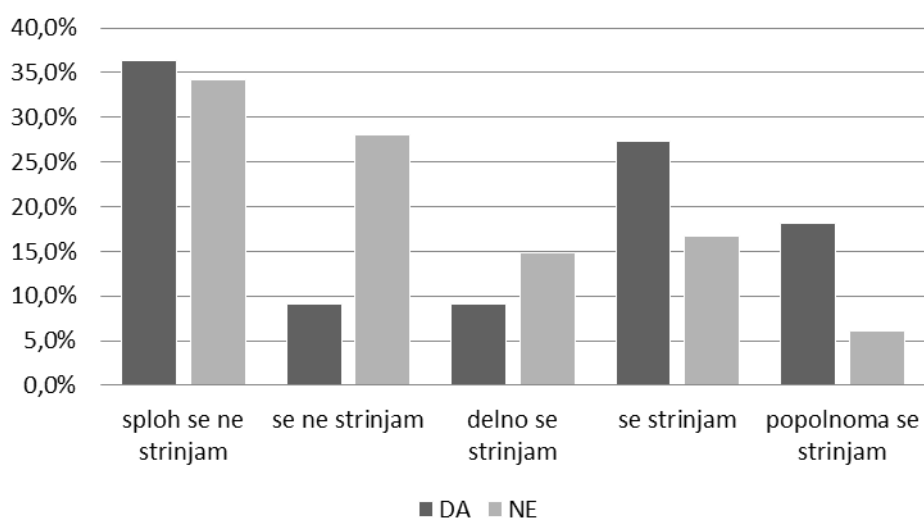
5.4 Potrjevanje hipotez

H1: Pri izvozno naravnanih slovenskih podjetjih angleški jezik ni prvi izbrani tuji jezik, ki ga posamezna podjetja uporabljajo za poslovanje na evropskem trgu.

Iz opisne statistike je razvidno, da je v vzorcu anketiranih podjetij prvi izbran tuji jezik angleščina (83,8 %), sledi pa mu nemščina (71,3 %), kar nakazuje v smeri zavrnitve hipoteze. Za preverjanje hipoteze 1 smo uporabili t-test, saj smo želeli s pomočjo omenjenega statističnega testa preveriti ali obstajajo razlike med podjetji, ki menijo, da je njihov prvi jezik angleščina in podjetji, kjer angleški jezik ni prvi izbrani tuji jezik. S pomočjo analize smo želeli ugotoviti, ali podjetja, ki trdijo, da je angleščina najpomembnejši jezik ($M=2,32$) v večji meri menijo, da je angleški jezik dovolj za uspešno poslovanje na evropskem trgu v primerjavi z drugimi podjetji ($M=2,82$). Povprečja so v obeh skupinah podjetij pod

povprečjem. Predstavnik izvoznih podjetij smo spraševali, v kolikšni meri se na lestvici od 1 (sploh se ne strinjam) do 5 (popolnoma se strinjam) strinjajo, da je angleški jezik dovolj za uspešno poslovanje na evropskem trgu. Razlika med podjetji, ki menijo, da je angleščina najpomembnejši in vsemi drugimi ni statistično značilna ($t=1,35$, $p=0,189$).

Iz slike 19 je razvidno, da je med podjetji, ki trdijo, da je angleščina najpomembnejši jezik, pomembnost angleškega jezika za izvozni uspeh podjetja postopoma upada. Z omenjenim dejstvom se popolnoma ne strinja 34,2 % podjetij, 6,1 % pa se jih s tem popolnoma strinja. Med preostalimi podjetji se jih 36,4 % sploh ne strinja, da je angleški jezik dovolj za izvozni uspeh.

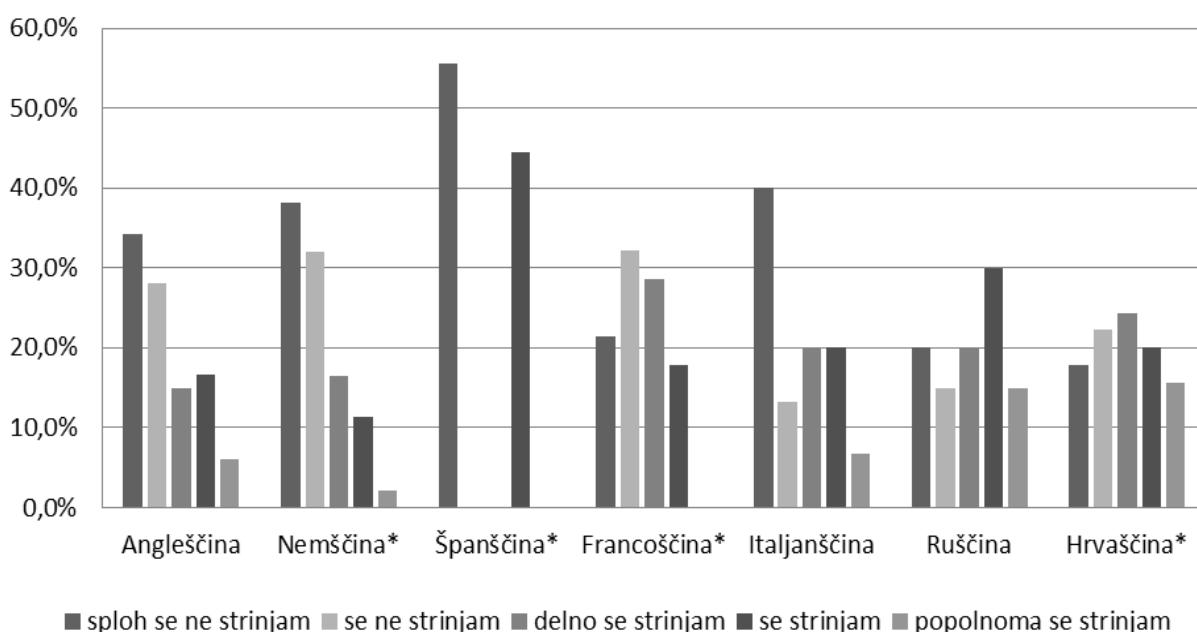


Slika 19: Ali je znanje angleškega jezika dovolj za uspešno poslovanje na evropskem trgu glede na mnenje, da je angleščina najpomembnejši jezik

Na osnovi povedanega lahko hipotezo 1 zavrnilo, saj je angleški jezik izbran kot najpomembnejši tuji jezik, ki ga podjetja uporabljajo za poslovanje na evropskem trgu.

Če pa podatke pogledamo z druge perspektive, je odstotek podjetij, ki menijo, da angleščina ni dovolj za vstop na evropsko tržišče, višji, kot tisti, ki menijo, da ni tako, kar v osnovi potrjuje našo hipotezo. In če upoštevamo pri tem še, da je na vprašanje, kateri tuji jezik je najpomembnejši za posamezno podjetje, možno izbrati več enakovrednih odgovorov, kar posledično ne pomeni, da je za večino podjetij najpomembnejši angleški jezik, pač pa je mogoče, da ima to vlogo označen drugi, dodatni jezik. Če torej teoretično izhajamo, da je za vsa podjetja pomemben angleški jezik, je to vsekakor zaradi tehničnih oz. elektronskih pripomočkov (računalnik, tablica), kjer pa je in ostaja osnovni in prvi omenjeni jezik. Za sklenitev poslov pa predvidevamo, da je potrebno znanje jezika države, kamor podjetje izvaža.

V spodnjem prikazu vidimo, da se del anketirancev, ki se popolnoma strinja, da je znanje angleškega jezika dovolj za uspešno poslovanje na evropskem trgu, hkrati zagovarja pomembnost ruščine (15,0 %), hrvaščine (15,6 %), italijanščine (6,7 %). Tisti, ki se z zgornjo trditvijo strinjajo hkrati izjemno zagovarjajo pomembnost jezikov kot so španščina (44,4 %), ruščina (30,0 %), italijanščina (20,0 %). Po drugi strani pa anketiranci, ki se sploh ne strinjajo, da je znanje angleškega jezika dovolj za uspešno poslovanje na evropskem trgu, tudi poudarjajo pomen španščine (55,6 %), italijanščine (40,0 %) in nemščine (38,1 %) in drugih jezikov. Ne glede na zadostnost angleščine, anketiranci zagovarjajo tudi pomen drugih jezikov, torej znanje jezika države, v katero izvažajo. Pri izvozno naravnanih slovenskih podjetjih je angleški jezik prvi izbrani tuji jezik, ki ga posamezna podjetja uporabljajo za poslovanje na evropskem trgu (slika 11). Iz dodatnih analiz pa vidimo, da ni edini pomembni jezik sporazumevanja, ampak da je potrebno znanje jezika države kamor izvažajo (to hočemo dokazati še z dodatno analizo).



* statistično značilna povezanost med spremenljivkama: znanje angleškega jezika je dovolj za uspešno poslovanje na evropskem trgu (strinjanje s trditvijo. 5-stopenjska Likertova lestvica) in najpomembnejši tuji jezik za vaše podjetje, $p < 0,05$.

Slika 20: Je znanje angleškega jezika dovolj za uspešno poslovanje na evropskem trgu?

H2: Podjetja zaposlujejo ljudi z znanjem tujega jezika, ki je za njihovo podjetje potrebno.

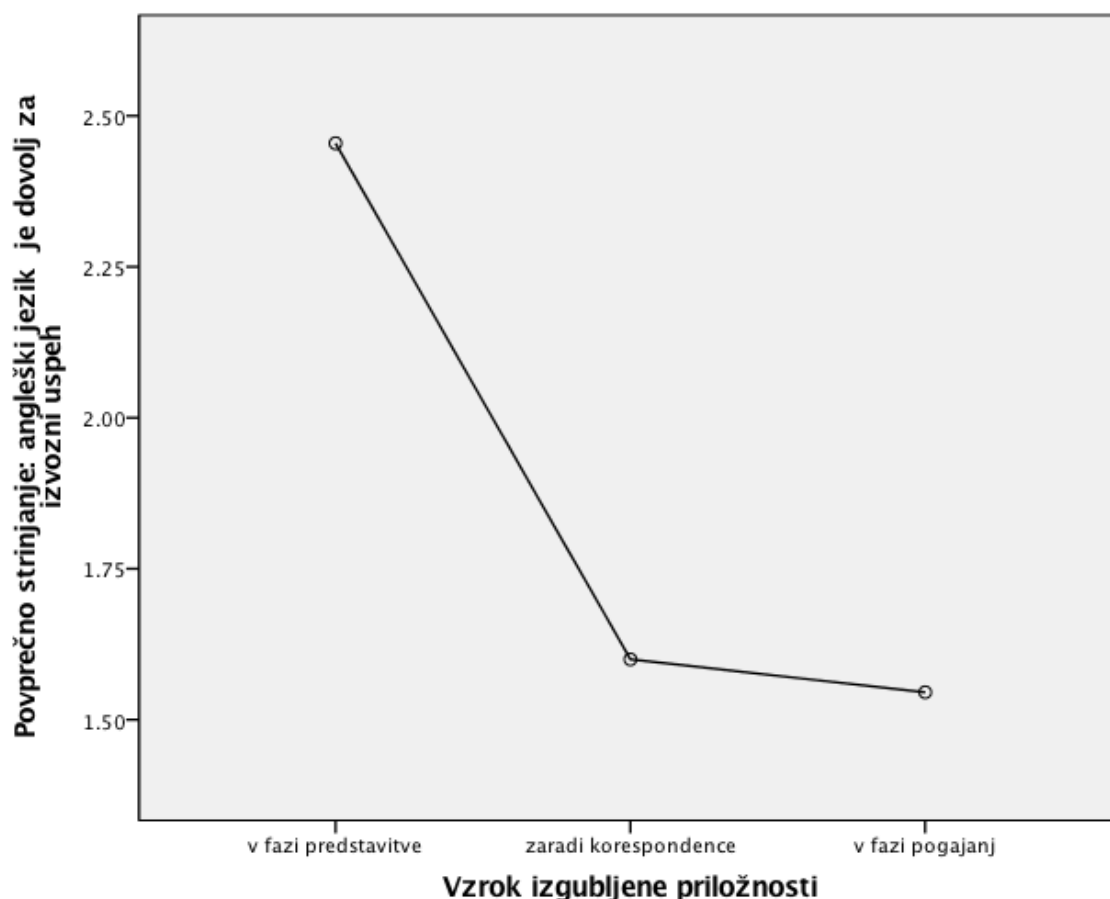
Iz opisne statistike je razvidno, da je večina, 75,7 % udeležencev odgovorila, da njihovo podjetje zaposluje osebe s predhodnim znanjem tujih jezikov, kar je pomembno za poslovanje podjetja. Omenjeni podatek potrjuje, da podjetja dejansko raje zaposlujejo ljudi s predhodnim znanjem tujega jezika, torej lahko hipotezo 2 potrdimo.

Dodatno, uporabimo tudi t-test za dva neodvisna vzorca. Primerjamo povprečne vrednosti glede potrebe po dodatnem izobraževanju tujih jezikov v prihodnosti med podjetji, ki zaposlujejo ljudi z znanjem tujega jezika ($M=3,73$) in drugimi podjetji ($M=3,27$). Povprečji sta v obeh skupinah podjetij nad povprečjem. Podjetja, ki zaposlujejo ljudi z znanjem tujega jezika v večji meri menijo, da predvidevajo tudi potrebe po dodatnem izobraževanju tujih jezikov v prihodnosti. Razlika med skupinama je statistično značilna ($t=1,96$, $p=0,050$), kar predstavlja dodatni dokaz v smeri potrjevanja hipoteze.

H3: Uspeh poslovanja na trgu je odvisen od znanja določenega tujega jezika.

Na podlagi opisne statistike vemo, da je skoraj 20 % udeležencev že izgubilo poslovno priložnost zaradi neznanja tujih jezikov, približno polovica udeležencev (48,5 %) pa na srečo še ne oziroma ne vedo kaj je botrovalo izgubi poslovne priložnosti (31,6 %). Po poročanju podjetij lahko torej trdimo, da znanje angleščine za uspešno dolgoročno poslovanje ni zadosten pogoj, zato hipotezo 3 zavrnilo. Obstaja namreč, v naslednjih fazah poslovanja (zaradi korespondence, v fazi pogajanj) velika verjetnost izgube poslovne priložnosti. To je najverjetneje možno rešiti s prehodom na sporazumevanje v jeziku trga, na katerega podjetje vstopa, kar lahko posredno sklepamo tudi na temelju hipoteze 2.

Za natančnejšo analizo uporabimo statistični test analiza variance, kjer preverjamo ali obstajajo statistično značilne razlike med tremi skupinami podjetij glede na vzrok izgubljene poslovne priložnosti v različni fazi: v fazi predstavitve ($M=2,45$, $n=11$), zaradi korespondence ($M=1,60$, $n=5$), v fazi pogajanj ($M=1,55$, $n=11$) in stopnje strinjanja, da je angleški jezik dovolj za izvozni uspeh podjetja. Razlike med tremi preučevanimi skupinami podjetij niso statistično značilne, kar sklepamo zaradi rezultata Welchovega testa ($W=1,144$, $p=0,346$). Levenov test je namreč pokazal, da so variance med skupinami nehomogene ($L=11,362$, $p=0,000$).



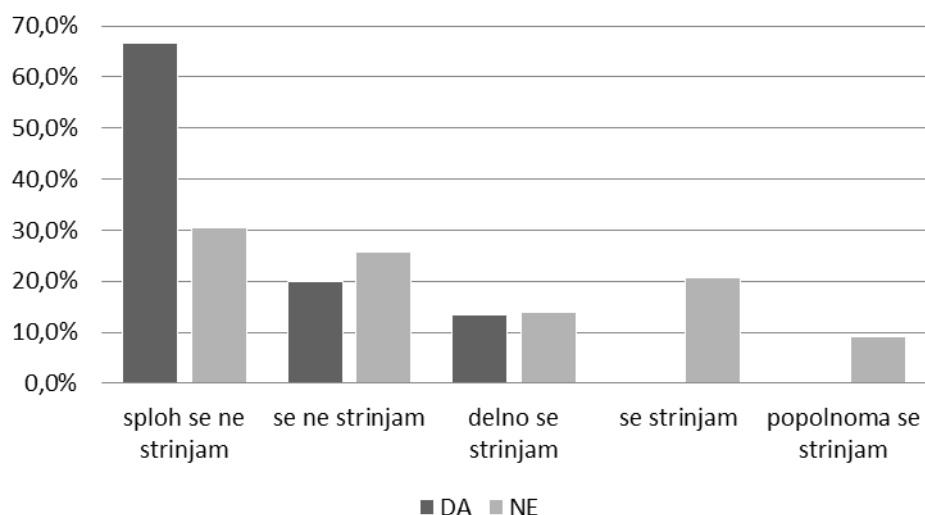
Slika 21: Ali je znanje angleškega jezika dovolj za uspešno poslovanje na evropskem trgu glede na vzroke izgube poslovne priložnosti

Podjetja v povprečju menijo, da je angleščina dovolj v fazi predstavitve podjetja, manj pa kasneje v fazah korespondence in med pogajanjmi.

5.5 Dodatna analiza

S pomočjo dodatne analize želimo potrditi, da podjetja, kjer je angleščina aktivni jezik, (M=2,51) v večji meri menijo, da je angleški jezik dovolj za uspešno poslovanje na evropskem trgu v primerjavi s preostalimi podjetji (M=1,47). Povprečji sta v obeh skupinah podjetij pod povprečjem. Predstavnike izvoznih podjetij smo spraševali, v kolikšni meri se na lestvici od 1 (sploh se ne strinjam) do 5 (popolnoma se strinjam) strinjajo, da je angleški jezik dovolj za uspešno poslovanje na evropskem trgu. Razlika med podjetji, kjer je angleščina aktivni jezik v podjetju in preostalimi podjetji je statistično pomembna ($t=-4,62$, $p=0,000$).

Iz slike 22 je razvidno, da med podjetji, ki trdijo, da je angleščina aktivni jezik, pomembnost angleškega jezika za izvozni uspeh podjetja postopoma upada. Z omenjenim dejstvom se popolnoma ne strinja 30,6 % podjetij, 9,1 % pa se jih popolnoma strinja. Med preostalimi podjetji se jih 66,7 % sploh ne strinja, da je angleški jezik dovolj za izvozni uspeh.



Slika 22: Ali je znanje angleškega jezika dovolj za uspešno poslovanje na EU trgu glede na mnenje, da je angleščina aktivni jezik, ki ga podjetje pri izvozu uporablja?

5.6 Ugotovitve raziskave

Angleški jezik je zelo pomemben in aktiven v znanosti, tehnologiji, kjer se uporablja kot uradni jezik, kar posledično pomeni, da ga tudi v vsakdanjem življenju in poslovanju potrebujemo pri rokovanju s tehnologijo. Za večji obseg znanja angleščine je vzrok tudi starostna struktura zaposlenih, ti so v preteklosti v večini primerov v času svojega šolanja pridobili znanje angleškega jezika, ki je bil obvezni predmet takratnega šolskega sistema. Pomembno je poudariti, da je v raziskavo bila vključena tudi generacija, ki se je v osnovni šoli po predpisanem predmetniku učila tudi srbohrvaščino, ki je po osamosvojitvi prav tako postala tuji jezik. Zato nas tudi ne preseneča rezultat, da je hrvaščina na drugem mestu kot aktivni tuj jezik posameznikov oz. anketirancev.

Ob zaključku analize ugotavljamo, da pri primerjavi rezultatov glede poslovanja slovenskih izvoznikov, ki smo jih dobili z analizo naše ankete in z rezultati študije ELAN (European Commission 2006), ti bistveno ne odstopajo, razen z izjemo glede prilagajanja spletne strani, kjer pa smo to tudi pričakovali. Kot smo pojasnili že predhodno, je vzrok v velikosti našega tržišča.

Nadalje ugotavljamo tudi, da je pomembnost znanja tujega jezika za slovenska podjetja na splošno, odvisna od pozicije držav izvoznic, kar kažejo tako podatki realizacije izvoza kot tudi podatki o številu izvoznikov, saj se največ izvoza opravi ravno v naše sosednje države. Analiza naše ankete je sicer pokazala, da čeprav je angleščina še vedno najbolj aktivni in najpomembnejši jezik za slovenska izvozna podjetja, je mnenje večine, da je za uspešen prodor na tuje trge pomembnejše znanje jezika države, v katero se izvaža, rezultati kažejo, da

je to hrvaški, nemški in italijanski jezik, kar pa velja samo z vidika obsega izvoza, sicer pa je za vsako slovensko podjetje najpomembnejši jezik države s katero podjetje posluje.

5.7 Prispevek k stroki

V teoretičnem delu naloge smo opravili sistematični pregled domače in tuje strokovne literature s področja znanja tujih jezikov, dodatnega jezikovnega izobraževanja, zaposlovanja prevajalcev oz. najemanja lokalnih agentov, pomena večjezičnosti.

V empiričnem delu naloge pa smo z raziskavo ob pomoči slovenskih izvoznih podjetjih in njihovih zaposlenih ugotavljali in analizirali pomen znanja tujih jezikov in uporabo le tega pri poslovanju slovenskih podjetij. Ugotovili smo, da je angleški jezik zelo pomemben vendar pa je za uspešen prodor na tuje trge pomembno znanje jezika države, v katero podjetje želi izvažati.

Prispevek k stroki vidimo v uporabnosti raziskave, saj z njo podajamo priporočila za izboljšavo in nadaljnji razvoj obravnavanega področja. V ta namen predlagamo izvedbo primerjalne analize podjetij, ki vlagajo v znanje tujih jezikov in se jim to kaže kot konkurenčna prednost poslovanja na tujih trgih, v primerjavi s podjetij, ki v znanje tujih jezikov ne vlagajo in posledično izgubljajo poslovne priložnosti. Prav tako predlagamo še promocijo zgodb o uspehu, z objavo primerov dobrih praks. Magistrska naloga naj bo smernica pristojnim organom pri pripravi pravnih podlag kot tudi slovenskim izvoznim podjetjem pri prepoznavanju oz. zavedanju pomembnosti znanja tujih jezikov tako pri vstopanju kot poslovanju na evropskem trgu.

5.8 Priporočila slovenskim podjetjem

Tako kot je Študija ELAN (European Commission 2006) potrdila pomembnost znanja tujih jezikov za posameznika kot za podjetje, ugotavljamo tudi mi. Dejstvo je, da so podjetja v preteklosti zaradi neznanja tujih jezikov izgubljala poslovne priložnosti. Se pa zaradi vedno večje globalne konkurence ter pospešene internacionalizacije podjetja tega vedno bolj pogosto zavedajo, zato sprejemajo ukrepe ter pripravljajo in razvijajo jezikovne strategije. Poleg tega se zmožnost podjetja, da izvažata, opredeljuje kot konkurenčnost, prav tako so izvozno naravnana podjetja produktivnejša. Zato je uporaba tujega jezika v izvoznem postopku zelo pomemben dejavnik uspešne internacionalizacije podjetja. Ugotavljamo še, da je za podjetja pomembno, da zaposlujejo rojene govorce, osebe z jezikovnim znanjem, uporabljajo prevajalce in tolmače ter imajo jezikovno strategijo. Podjetjem bi poleg navedenega priporočili še zgledovanje po uspešnih evropskih podjetjih, ki imajo dobro kadrovsko politiko, vključno z zaposlovanjem pravih ljudi, ki obvladajo več veččin in dobro govorijo več jezikov, saj imajo ta dokazano višjo stopnjo izvoza v primerjavi s podjetji, ki niso sprejela nobenega ukrepa.

Uspeh si podjetje zagotovi z uspešnim prodorom na tuji trg, s prilagoditvijo poslovanja izvoznici ter z dobro strategijo. Pogoj je aktivno znanje jezika, bodisi za analizo tržišča, marketinške dejavnosti ali za uveljavitev na tujem trgu. Pomembnost znanja tujega jezika za slovenska podjetja na splošno je odvisna od pozicije držav izvoznic, po izvoznih podatkih pa se največ izvoza opravi ravno v naše sosednje države.

Strategija pa potrebuje tudi podporo lokalnih mrež. Zato je za podjetje, ki želi vstopiti na tuji trg pomembna aktivnost v različnih zbornicah, kot so: Obrtna zbornica, Gospodarska zbornica, tako na lokalni kot na nacionalni ravni. Pomoč podjetjem nudijo tudi regionalne razvojne agencije, kjer podjetja lahko pridobijo informacije o dobrih praksah in strokovno znanje s področja večjezične komunikacije. Potrebno je povezovanje gospodarske in izobraževalne sfere z nalogo prenosa znanja jezikov v prakso. Dobro pa je, da podjetja preučijo znanje jezikov v podjetju ter ga znajo pravilno uporabiti, preverijo politiko zaposlovanja, že obstoječo strategijo ter predlagajo možnosti jezikovnih usposabljanj za zaposlene, ki je usklajeno z zahtevami delovnega mesta. Slednjih je moč najti več, od internetnih tečajev, ki so lahko prilagojeni posebnostim posameznega podjetja do različnih medijev za učenje tujih jezikov. Če so jezikovne tehnologije dobro uporabljene, lahko pomagajo zmanjševati in nadzirati stroške večjezičnosti.

Problematike se je potrebno lotiti celostno, na ravni države. Slovenija mora voditi politiko priseljevanja usposobljenih kadrov, z davčnimi razbremenitvami visoko usposobljenih kadrov ter skrbeti za zmanjšanje odseljevanja domačih. Potrebno je podučiti podjetja o možnostih prijave na različne izobraževalne projekte z možnostjo prejema povratnih ali nepovratnih sredstev iz Evropskih strukturnih skladov. Pomemben je dober izobraževalni sistem, zgodnje in kontinuirano poučevanje več tujih jezikov, s ciljem usposabljanja za uporabo tujih jezikov za nadaljnje izobraževanje ali za poklicno pot.

6 SKLEP

V današnjem času vedno več podjetij posluje v mednarodnem okolju, zato je opredelitev pomembnosti znanja tujih jezikov za podjetja pri poslovanju na evropskem trgu pomembna za njihovo konkurenčnost.

Napredki so vidni, saj podjetja razvijajo primerne jezikovne strategije, prilagojene možnostim posameznega podjetja. Strategija za izboljšanje znanja jezikov pa je skupek tehnik in ukrepov za preprečevanje nastanka kulturnih in jezikovnih ovir na novih trgih. Dobro strategijo podjetje pripravi pred vstopom na tuje tržišče, ki mora obravnavati posebna komunikacijska vprašanja, ki so pomembna za posamezen trg. Zato je primerno, da podjetja ob vstopu na nove trge strategijo prilagodijo novih kulturnim in jezikovnim potrebam (Evropska unija 2011, 11-12).

Dobra strategija za izboljšanje znanja jezikov v podjetju je kombinacija več elementov. Uporaba lokalnih zastopnikov za odpravljanje jezikovnih težav, uporaba prilagojenih spletnih strani, uporabo prevajalcev/tolmačev, izbor zaposlenih s predznanjem tujega jezika, podpiranje nadaljnjega izobraževanja zaposlenih, omogočanje delovne prakse za tuje študente, zaposlovanje rojenih govorcev. Ena izmed najpomembnejših tehnik je torej razvoj jezikovnega načrta oz. strategije za obravnavanje komunikacijskih ovir pred vstopom podjetja na tuji trg.

Na podlagi rezultatov naše raziskave je razvidno, da se podjetja oz. zaposleni zavedajo, da samo znanje angleškega jezika ni dovolj za uspešno poslovanje na evropskem trgu. Zadošča morda za uporabo tehničnih pripomočkov, pri večanju konkurenčnosti in vstopanju na tuje, neangleško govoreče trge, pa v raziskavi ugotavljamo, da je potrebno znanje jezika države, kamor podjetje želi vstopiti. V okviru raziskave, sicer podjetja angleški jezik navajajo kot prvi izbrani tuji jezik, ki ga uporabljajo za poslovanje na evropskem trgu, vendar pa angleščina ni edini pomembni jezik sporazumevanja. To dokazuje tudi dejstvo, da podjetja že pri zaposlovanju iščejo ljudi s predznanjem tistih tujih jezikov, ki so pomembni za poslovanje podjetja. Samo znanje angleščine je sicer dovolj v fazi predstavitve podjetja, manj pa kasneje v fazah korespodence in v času pogajanj, saj lahko neznanje jezika pripelje do različnih nesporazumov in izgube poslovne priložnosti. Posledično pa z znanjem jezika strankam in morebitnim bodočim poslovnim partnerjem podjetje pokaže dolgoročno pripravljenost sodelovanja in vključevanja na njihov trg. Tega se načeloma podjetja zavedajo, saj je več njih zaradi krize pred nekaj leti začelo sklepati posle z nemško govorečim trgom, prav tako pa že vlagajo sredstva in čas v izobraževanje svojih zaposlenih, kar predstavlja prednost za podjetja.

Hiter razvoj in visoke zahteve današnjega časa nam omogočajo komunikacijske možnosti z različnimi konci sveta, kar nas prisiljuje k uporabi tujih jezikov. Prav tako se moramo, zaradi majhnosti države, tako posamezniki kot podjetja venomer prilagajati drugim trgom. Postati moramo bolj prilagodljivi ter si želeli kvalitetno opravljati naloge.

LITERATURA

- Balabanis, George. Marios Theodosiou in Evangelia S. Katsikea. 2004. E. S. *Guest Editorial Export Marketing: Development and a Research Agenda*. International Marketing Review, let. 21, št. 4/5: 353–377.
- Bridges, Petra. 2012. *Večjezičnost v knjižničnih informacijskih sistemih*. [Http://home.izum.si/cobiss/OZ/2012_4/Html/clanek_00.html](http://home.izum.si/cobiss/OZ/2012_4/Html/clanek_00.html) (25. 2. 2016).
- Brumen, Mihaela. 2004. *Didaktični nasveti za začetno poučevanje angleškega in nemškega jezika*. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za šolstvo.
- Čok, Lucija. 2008. Zgodnje učenje jezikov v povezavi s celostnim razvojem otroka. V: Skela, Janez (ur.). *Učenje in poučevanje tujih jezikov na Slovenskem : pregled sodobne teorije in prakse*. Ljubljana: Tangram, 18-29.
- Dhir, Krishna S. 2005. *The value of language: concept, perspective, and policies*. Corporate Communications: An International Journal, 10(4): 358-382.
- Erasmus+. 2016. Kako vzgojiti naslednjo generacijo aktivnih evropskih državljanov? [Http://www.erasmusplus.si/kako-vzgojiti-naslednjo-generacijo-aktivnih-evropskih-drzavljanov](http://www.erasmusplus.si/kako-vzgojiti-naslednjo-generacijo-aktivnih-evropskih-drzavljanov) (15. 5. 2017).
- European Commission. 2006. ELAN: *Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise*. [Http://ec.europa.eu/languages/policy/strategic-framework/documents/elan_en.pdf](http://ec.europa.eu/languages/policy/strategic-framework/documents/elan_en.pdf) (24. 11. 2015).
- Eurostat. (2017a). *Level of the best-known foreign language (self-reported) by occupation*. [Http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=edat_aes_155&lang=en](http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=edat_aes_155&lang=en) EUROSTAT (15.5.2017).
- Eurostat . (2017b). *Level of the foreign language reported as best-known in the country (self-reported) by occupation*. [Http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=edat_aes_135&lang=en](http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=edat_aes_135&lang=en) (15.6.2017).
- Eurostat. (2017c). *Number of foreign languages known (self-reported) by age*. [Http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=edat_aes_122&lang=en](http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=edat_aes_122&lang=en) (15.6.2017).
- Evropska komisija. B. 1. *Podpiramo učenje jezikov in jezikovno različnost*. [Http://ec.europa.eu/languages/index_en.htm](http://ec.europa.eu/languages/index_en.htm) (24. 11. 2015).
- Evropska komisija. 2008. *Govoriti za Evropo: Jeziki v Evropski uniji*. Luxembourg: Urad za uradne publikacije Evropskih skupnosti.
- Evropska komisija. 2014. *Vodnik po institucijah Evropske unije: Kako deluje Evropska unija*. Luxembourg: Urad za publikacije Evropske unije.
- Evropska komisija. 2016a. *Zgodnje učenje jezikov*. [Http://ec.europa.eu/education/policy/multilingualism/early-language-learning_sl](http://ec.europa.eu/education/policy/multilingualism/early-language-learning_sl) (10. 3. 2016).
- Evropska komisija. 2016b. *Jezikovna različnost*. [Http://ec.europa.eu/education/policy/multilingualism/linguistic-diversity_sl](http://ec.europa.eu/education/policy/multilingualism/linguistic-diversity_sl) (1. 2. 2016)
- Evropska komisija. 2016c. *Uradni jeziki EU*. [Http://ec.europa.eu/education/policy/linguistic-diversity/official-languages-eu_sl](http://ec.europa.eu/education/policy/linguistic-diversity/official-languages-eu_sl) (10. 2. 2016).

- Evropska komisija. 2016d. *Večjezični razredi*.
[Http://ec.europa.eu/education/policy/multilingualism/multilingual-classrooms_sl](http://ec.europa.eu/education/policy/multilingualism/multilingual-classrooms_sl) (11. 2. 2016).
- Evropska komisija. 2016e. *Večjezičnost*.
[Http://ec.europa.eu/education/policy/multilingualism_sl](http://ec.europa.eu/education/policy/multilingualism_sl) (15. 3. 2016).
- Evropska komisija. 2016f. *Politika, podprta z dejstvi*.
[Http://ec.europa.eu/education/policy/multilingualism/evidence-based-policy_sl](http://ec.europa.eu/education/policy/multilingualism/evidence-based-policy_sl) (15. 9. 2016).
- Evropska komisija. 2016g. *Jeziki za gospodarsko rast in zaposlovanje*.
[Http://ec.europa.eu/education/policy/multilingualism/growth-jobs_sl](http://ec.europa.eu/education/policy/multilingualism/growth-jobs_sl) (1. 10. 2016).
- Evropski parlament. 2007. *Večjezičnost v Evropskem parlamentu: Izgubljeno s prevodom*.
[Http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+IM-PRESS+20071017FCS11816+0+DOC+XML+V0//sl](http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+IM-PRESS+20071017FCS11816+0+DOC+XML+V0//sl) (24. 11. 2015)
- Evropski parlament. 2017. *Kratki vodnik po Evropski uniji*.
[Http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/sl/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.13.6.html](http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/sl/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.13.6.html) (4.2.2017).
- Evropska unija. 2011. *Jezikovni priročnik za evropsko poslovanje: Uspešna komunikacija v mednarodni trgovini*. Luxembourg: Urad za publikacije Evropske unije.
- Evropska unija. 2016. *Uprava EU - osebje, jeziki in lokacija institucij*.
[Https://europa.eu/european-union/about-eu/figures/administration_sl](https://europa.eu/european-union/about-eu/figures/administration_sl) (1. 4. 2016).
- Finc, Mojca. 2012. *Tuji jeziki in delo: Ponekod še sanjajo v angleščini*.
[Http://www.delo.si/druzba/delova-borza-dela/tuji-jeziki-in-delo-ponekod-se-sanjajo-v-anglescini.html](http://www.delo.si/druzba/delova-borza-dela/tuji-jeziki-in-delo-ponekod-se-sanjajo-v-anglescini.html) (15. 6. 2017).
- Horvath, Margit. Manica, Danko. Polonca, Kovač in Janez Stare. 2012. *Tujejezikovno izobraževanje – analiza potreb in praks tujejezikovnega izobraževanja v slovenski javni upravi*. Uprava 10 (1): 71-103.
- Jazbec, Saša. 2009. *O osnutku učnega načrta za pouk tujega jezika v prvem vzgojno-izobraževalnem obdobju (za potrebe poskusnega uvajanja) in komunikacijsko informacijskem menedžmentu*. Ljubljana: Ministrstvo za šolstvo in šport.
- Jezikovna Slovenija. 2016. Jezikovna politika EU. [Http://www.jezikovna-politika.si/slovenscina-v-evropski-uniji/jezikovna-politika-eu/](http://www.jezikovna-politika.si/slovenscina-v-evropski-uniji/jezikovna-politika-eu/) (1. 2. 2016).
- Kropivnik, Samo. Tina Kogovšek in Meta Gnidovec. 2016. *Analize podatkov z SPSS-om 12.0*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Mint. B.I. *Znanje tujih jezikov – pomemben dejavnik zaposlovanja*. [Https://www.mint.si/o-mintu/infografika/](https://www.mint.si/o-mintu/infografika/) (15. 5. 2017)
- Novak, Jana in Hana, Šuster Erjavec. 2010. *Znanje tujih jezikov kot osebna naložba v boljšo posameznikovo prihodnost*. Znanje in poslovni izzivi globalizacije v letu 2010: Zbornik referatov 2. Mednarodne znanstvene konference, 693-701. Celje: Fakulteta za komercialne in poslovne vede.
- Oustinoff, Michael. 2012. *English won't be the internet's lingua franca*. V: Vannini, L. and Le Crosniere, H. (ed.) NET.LANG. Towards the multilingual cyberspace. Caen: C&F Éditions.

- Pižorn, Karmen. 2009. *Dodatni tuji jeziki v otroštvu*.
[Http://www.zrss.si/projektiess/skladisce/sporazumevanje_v_tujih_jezikih/tuj%20jezik%20v%20prvem%20triletju/Strokovni%20C4%8Dlanki%20in%20prevodi/dodatni%20tuji%20jeziki%20v%20otro%20C5%A1tvu%20%28eval.studija%29_%20pizorn.pdf](http://www.zrss.si/projektiess/skladisce/sporazumevanje_v_tujih_jezikih/tuj%20jezik%20v%20prvem%20triletju/Strokovni%20C4%8Dlanki%20in%20prevodi/dodatni%20tuji%20jeziki%20v%20otro%20C5%A1tvu%20%28eval.studija%29_%20pizorn.pdf) (15. 10. 2016).
- Planet Siol. 2016. *Zakaj samo znanje angleščine ne zadošča več*. [Http://siol.net/posel-danes/moja-sluzba/kateri-jezik-se-naj-naucim-da-bom-dobil-sluzbo-406377](http://siol.net/posel-danes/moja-sluzba/kateri-jezik-se-naj-naucim-da-bom-dobil-sluzbo-406377) (22. 2. 2016)
- Pollitt, David. 2007. *Languages unlock business success*. Human Resource Management International Digest, 15 (4): 32-34.
- Rant, Mateja. 2013. *Znanje tujih jezikov je dragoceno*.
[Http://arhiv.gorenjski Glas.si/article/20130829/C/130829779/znanje-tujih-jezikov-je-dragoceno-&template=printart](http://arhiv.gorenjski Glas.si/article/20130829/C/130829779/znanje-tujih-jezikov-je-dragoceno-&template=printart) (24. 11. 2015).
- Reilly, Vanessa in Sheila M. Ward. 1997. *Very Young Learners*. Primary resource books for teachers. Oxford: Oxford University press.
- Roberts, Celia. 2010. *Language socialization in the work place*. Annual Review of Applied Linguistics, (30): 211-227.
- Saop. 2014. *Pomen znanja tujih jezikov*. [Http://www.saop.si/poslovne-informacije/kariera-755/motivacija-komunikacija-in-zdrava-kariera/pomen-znanja-tujih-jezikov/](http://www.saop.si/poslovne-informacije/kariera-755/motivacija-komunikacija-in-zdrava-kariera/pomen-znanja-tujih-jezikov/) (30. 10. 2015).
- Seliškar, Nevenka. 1995. *Zgodnje učenje tujega jezika*. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za šolstvo.
- Skela, Janez. 2011. *Opredelitev tujejezikovne zmožnosti v Skupnem evropskem jezikovnem okviru*. *Sodobna pedagogika*, 62(2): 114-134.
- SPIRIT Slovenija. B.1. *Storitve za podjetja v tujini*. [Https://www.podjetniski-portal.si/tuja-trzisca/storitve-za-podjetja](https://www.podjetniski-portal.si/tuja-trzisca/storitve-za-podjetja) (5. 6. 2017).
- Statistični urad RS. 2017. *Tuji jeziki v slovenskih šolah*.
[Http://www.stat.si/StatWeb/glavnavigacija/podatki/prikazistaronovico?IdNovice=5767](http://www.stat.si/StatWeb/glavnavigacija/podatki/prikazistaronovico?IdNovice=5767) (10. 3. 2017).
- Statistični urad RS. 2017a. 2017. *Število izvoznikov in uvoznikov glede na področje dejavnosti in vrednosti njihovega izvoza in uvoza po izbranih trgovinskih partnericah, Slovenija, letno*. [Http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/Saveshow.asp](http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/Saveshow.asp) (15.3.2017)
- Statistični urad RS. 2017b. 2017. *Število izvoznikov in uvoznikov glede na področje dejavnosti in vrednosti njihovega izvoza in uvoza po izbranih trgovinskih partnericah, Slovenija, letno*. [Http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/Saveshow.asp](http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/Saveshow.asp) (15.3.2017)
- Svenšek, Katja. 2017. *Trg dela zahteva nemščino, šolarji bi eksotiko*.
[Http://svetkapitala.delo.si/trendi/trg-dela-zahteva-nemscino-solarji-bi-eksotiko-1104?meta_refresh=true](http://svetkapitala.delo.si/trendi/trg-dela-zahteva-nemscino-solarji-bi-eksotiko-1104?meta_refresh=true) (15. 5. 2017).

Svet Evrope. B.1. *Podatki o jezikih*.

[Http://edl.ecml.at/LanguageFun/LanguageFacts/tabid/1859/language/sl-SI/Default.aspx](http://edl.ecml.at/LanguageFun/LanguageFacts/tabid/1859/language/sl-SI/Default.aspx)
(30. 1. 2017).

Ustava RS. *Uradni list RS*, št. 33/91, 42/97, 66/00, 24/03, 69/04, 68/06, 47/13. Pravilnik o postopnem uvajanju prvega tujega jezika v 2. razred osnovne šole. *Uradni list RS*, št. 20/14.

Zver, Sofija. 2012. *Language learning is an investment: The Case of Language Schools in Ethnically Mixed Area in Prekmurje*. *Journal of ethnic studies*, (68), 52

PRILOGE

Priloga 1 Anketni vprašalnik

Spoštovani,

Sem absolventka Univerze na Primorskem, Fakultete za management, Koper. Anketni vprašalnik je namenjen izdelavi magistrske naloge z naslovom **Pomen znanja tujih jezikov za poslovanje slovenskih podjetij v EU**.

Cilj raziskave je analizirati smiselnost in obseg učenja tujih jezikov, dodatno jezikovno izobraževanje, znanje in uporabo tega pri poslovanju podjetij v EU. Cilj je tudi predstaviti pomen učenja tujih jezikov v različni starostih, načine, s katerimi pridemo do znanja, pomen večjezičnosti, motivacije in ozaveščanja glede slednjega ter zakaj samo znanje angleščine ne zadošča.

Našo ciljno populacijo predstavljajo izvozno naravnana podjetja v RS, zato Vas Vljudno vabim k izpolnitvi vprašalnika, ki je anonimen in bo uporabljen izključno v študijske namene.

Za sodelovanje se najlepše zahvaljujem in Vas lepo pozdravljam.

Mojca Plaznik

1. Spol:

- ženski
- moški

2. Letnica rojstva:_____

- 18 – 30 let
- 31 – 45 let
- 46 let in več

3. Izobrazba:

- srednja šola in manj
- višja šola – VI. stop.
- visoka šola – VII. stop.
- magisterij – VIII. stop.
- doktorat – IX. stop.

4. Delovno mesto:

- vodilni ali vodstveni delavec
- zaposleni

5. Ali zaposluje vaše podjetje osebe z znanjem vsaj enega tujega jezika?

° DA

° NE

6. Na lestvici od 1 do 5 prosim ocenite v kolikšni meri vaše podjetje omogoča zaposlenim dodatno jezikovno izobraževanje, kjer 1 pomeni sploh ne omogoča, 5 pa nudi popolnoma proste roke?

1 2 3 4 5 Ne vem

7. Kakšno politiko kadrovanja ima vaše podjetje glede znanja tujih jezikov?

° zaposlovanje osebe s predhodnim znanjem tujih jezikov, ki so pomembni za poslovanje podjetja

° organizirano dodatno jezikovno izobraževanje v času zaposlitve

8. Ste se kdaj udeležili jezikovnega izobraževanja, ki ga je organiziralo vaše podjetje?

° DA

° NE

9. Na lestvici od 1 do 5 prosim ocenite v kolikšni meri menite, da bodo zaposleni v naslednjih petih letih potrebovali dodatne jezikovne spretnosti, kjer 1 pomeni sploh se ne strinjam, 5 pa popolnoma se strinjam.

1 2 3 4 5 Ne vem

10. Na lestvici od 1 do 5 prosim ocenite v kolikšni meri menite, da znanje tujih jezikov zaposlenih vpliva na izbiro izvoznega trga v vašem podjetju, kjer 1 pomeni sploh se ne strinjam, 5 pa popolnoma se strinjam.

1 2 3 4 5 Ne vem

11. Kateri tuji jezik je za vaše podjetje najpomembnejši? (možnih je več odgovorov)

° angleščina

° nemščina

- španščina
- francoščina
- italijanščina
- ruščina
- hrvaščina

12. Kateri tuji jezik je vaš aktivni jezik? (možnih je več odgovorov)

- angleščina
- nemščina
- španščina
- francoščina
- italijanščina
- ruščina
- hrvaščina

13. Na lestvici od 1 do 5 prosim ocenite v kolikšni meri menite, da je znanje angleškega jezika dovolj za uspešno poslovanje na evropskem trgu, kjer 1 pomeni sploh se ne strinjam, 5 pa popolnoma se strinjam.

1 2 3 4 5 Ne vem

14. Ste kdaj honorarno zaposlovali prevajalce?

- DA
- NE
- občasno

15. Ste kdaj najemali ali zaposlovali lokalne agente, ki delujejo na tujem tržišču?

- DA
- NE

Priloga 1

° občasno

16. Ste jezikovno prilagodili spletne strani ob vstopu na tuj trg?

° DA

° NE

17. Ste zaradi neznanja tujih jezikov kdaj izgubili kakšno poslovno priložnost?

° DA

° NE

18. Navedite vzrok oz. fazo v kateri je prišlo do izgube poslovne priložnosti?

° v fazi predstavitve

° zaradi korespondence

° v fazi pogajanj

° drugo _____