

STRUČNI RAD

Poznavanje stranih jezika – ključ za uspješno poslovanje s EU-om

Darija Kuharić¹, Gordana Horvat², Ljubica Ranogajac¹, Jadranka Deže¹

¹Poljoprivredni fakultet Sveučilišta J.J. Strossmayera u Osijeku, Trg Sv. Trojstva 3, Osijek, Hrvatska (dkuharic@pfos.hr)

²Hypo Group d.d., Kapucinska 29, HR-31000 Osijek

Sažetak

U Europi, koja će uvijek biti višejezična, učenje jezika otvara sva vrata. Za nekoga, to mogu biti vrata koja vode k boljem poslu, prigoda za život, obrazovanje ili rad u inozemstvu. Za poduzeća, višejezično osoblje može pomoći pri otvaranju vrata europskih i svjetskih tržišta. Poznavanje stranog jezika drži se jednom od temeljnih vještina koju bi trebao usvojiti svaki stanovnik Europske unije, kako bi mogao poboljšati svoje mogućnosti na području obrazovanja i zapošljavanja u europskom društvu utemeljenom na obrazovanju. Stoga je cilj EU da svaki njezin stanovnik u okviru obrazovne i stručne politike savlada dva strana uz svoj materinji jezik. U kontekstu *Lisabonske strategije* posebno se naglašava značenje učenja stranih jezika kao čimbenika koji utječe na povećanje konkurentnosti europske ekonomije. Stoga bi Republika Hrvatska, kao buduća članica EU, trebala posvetiti više pozornosti višejezičnosti u gospodarstvu, posebice u poljoprivredi.

Ključne riječi: poznavanje stranih jezika, EU, višejezičnost u gospodarstvu, Hrvatska, poljoprivreda

Uvod

Približavanjem ulaska Republike Hrvatske u Europsku uniju (u daljnjem tekstu: EU), raste interes i potreba za suradnjom s poduzećima zemalja EU. Istodobno, tržištu EU postaje zanimljivo tržište Republike Hrvatske kao izvor novih potencijala. Stoga intenzivirana komunikacija Hrvatske s drugim državama EU ima za posljedicu sve veće potrebe za stručnim kadrovima iz različitih područja, pa tako i poljoprivrednih stručnjaka i proizvođača, čije poznavanje stranog jezika omogućuje kvalitetniju kako poslovnu, tako i ostale oblike suradnje.

Značajan broj poduzeća ne samo u Republici Hrvatskoj, već i u EU, gubi poslove uvoza i izvoza ili vanjskih ugovora zbog nedovoljnog poznavanja stranih jezika, što svakako ima utjecaja na sveukupnu uspješnost poslovanja poduzeća. U brojnim poslovnim segmentima postoji potreba za međugraničnim poslovnim aktivnostima, koje su manje ili više uspješne u komunikaciji na stranom jeziku. Veliki problem predstavlja nedovoljno razvijena svijest o postojanju ovog problema, ali i (ne)poznavanje stranih jezika unutar samih institucija.

Koliko se i koji jezici koriste, te koliko je poznavanje stranog jezika značajno za poslovanje poduzeća, pokazuju istraživanja koja daju podatke o poslovnim uspjesima ili neuspjesima poduzeća koja u svom poslovanju koriste strani jezik. Na području gospodarstava koje se bavi poljoprivrednom proizvodnjom, gdje veliki dio opreme, reprodukcijskog materijala (zaštitna sredstava, sjeme, sadni materijala, gnojiva i sl.) i novih tehnologija, koje pak dolaze iz EU, razina razvijenosti svijesti o ovom problemu je vrlo niska. To, između ostalog, dokazuje i činjenica da je bilo kakva literatura koja se bavi ovim problemom, nedostupna ili nije napisana na hrvatskom jeziku.

Materijal i metode

U radu su korišteni podaci prikupljeni na temelju istraživanja tržišta koje je provelo nekoliko inozemnih agencija te Hrvatska agencija za istraživanje tržišta GfK. Drugi izvor informacija predstavljaju intervjui vođeni s ključnim ljudima nekoliko malih i srednjih poduzeća koja se bave poljoprivrednom proizvodnjom u Hrvatskoj. Većina materijala koji su služili kao statistički ili drugi izvori podataka prevedeni su s engleskog i njemačkog jezika. Osim prijevoda korištene su metode analize, sinteze i komparacije podataka dobivenih u intervjuiima.

Rezultati i rasprava

EU čini 27 zemalja članica, u kojima se govore 23 službena jezika. Svaka zemlja koja se priključi EU predlaže koji jezik ili jezike želi proglasiti svojim službenim jezikom. EU je dom više od 450 milijuna ljudi iz različitih etničkih, kulturnih i jezičnih područja. EU je prava višejezična institucija koja podržava ideju samostalne zajednice s puno različitih kultura i jezika. Kako bi to zajamčila, Europska komisija osnovala je u studenom 2005. godine prvu Komisiju za komunikaciju koja istražuje područje višejezičnosti. Tri glavna cilja Komisije za višejezičnost su:

- unaprijediti učenje jezika,
- promovirati zdravu višejezičnu ekonomiju i
- omogućiti svim građanima EU pristup zakonodavstvu Unije, postupcima i informacijama na njihovom vlastitom jeziku.

Prema rezultatima istraživanja objavljenim u biltenu Special Eurobarometer 243/Wave¹², u kojima je uključeno 28.694 građana iz 27 zemalja EU kao i Hrvatske i Turske, ispitanici su davali podatke o svojim iskustvima i mišljenjima o višejezičnosti.

EU je višejezična u dva smisla: brojni materinji jezici govore se unutar geografskog područja, a značajan udio građana EU vješto koristi nekoliko jezika. Ukupno 56% stanovnika zemalja članica EU osposobljeno je voditi razgovor na barem jednom stranom jeziku uz svoj materinji jezik. Ukupno 99% Luksemburžana, 97% Slovaka i 95% Latvijaca naglašava kako zna govoriti barem jedan strani jezik.

Tablica 1. Poznanje stranih jezika stanovnika Europske unije

Poznavanje stranih jezika - broj	Stanovništvo EU u %
Niti jedan strani jezik	44%
Najmanje tri strana jezika	11%
Najmanje dva strana jezika	28%
Najmanje jedan strani jezik	56%

Izvor: www.ec.europa.com/education/ebs_243_en.pdf

Usprkos činjenici da su još 2002. godine u Barceloni šefovi država i vlada EU prihvatili koncept „*materinji jezik plus dva strana jezika*“, rezultati najnovijih istraživanja su porazni u smislu da 44% stanovnika EU uopće ne govori niti jednim stranim jezikom. Najveći dio spomenute skupine čine stanovnici 6 zemalja EU: Irska (66%), Velika Britanija (62%), Italija (59%), Mađarska (58%) i Španjolska (56%). No ipak, 28% ispitanih tvrdi da govori dva strana jezika dovoljno dobro kako bi mogli komunicirati. To se posebice odnosi na Luksemburg (92%), Nizozemsku (75%) i Sloveniju (71%).

Special Eurobarometer 243 (2005): *Europeans and their languages*

Čelni ljudi Europske federacije nacionalnih jezičnih institucija nisu zabrinuti ovim podacima i ne drže da je koncept „*materinji jezik plus dva strana jezika*“ nerealan, odnosno da je namijenjen isključivo eliti. Taj je projekt, prema njihovom mišljenju, moguće realizirati, ukoliko se s učenjem stranih jezika započne dovoljno rano.

Iako se ne može govoriti o visokoj motivaciji (tijekom posljednje dvije godine, samo je 18% stanovnika EU učilo ili poboljšalo znanje nekog stranog jezika, a 21% tek ima namjeru učiniti to u sljedećih nekoliko godina), sve češći razlozi stanovnika EU za učenjem stranih jezika povezani su s profesionalnim statusom, primjerice korištenje jezika na poslu (32%) ili za rad u inozemstvu (27%). Kako se samo 50% Europljana slaže s tim da bi svi u EU trebali govoriti dva jezika uz materinji jezik, brojke upozoravaju da se ovom konceptu ipak treba pristupiti oprezno.

Utjecaj stranih jezika na ekonomiju EU

Koliko poznavanje stranih jezika ima utjecaj na poslovanje, pokazuju istraživanja provedena na približno 2000 srednjih i malih poduzeća, izvoznika u 29 europskih država i 30 multinacionalnih kompanija, kako bi se utvrdile razlike među njima u odnosu na poznavanje stranih jezika i interkulturalne sposobnosti u njihovih poslovnim strategijama. Radi se o podacima dobivenim na temelju istraživanja tržišta Glavne direkcije za edukaciju i kulturu Europske komisije u suradnji s InterAct International i međunarodnim timom istraživača¹³. Temeljem prikupljenih podataka o korištenju stranih jezika dolazi se do:

- rezultata razvijenosti svijesti o jezičnim strategijama,
- rezultata gubitaka u poslovanju zbog nepoznavanja stranih jezika i do
- podataka o budućim planovima za izvoz, odnosno zadacima u vezi poznavanja stranih jezika u budućnosti.

Usporedno sa statističkim podacima prikupljeno je niz primjera iz prakse, koji ilustriraju značenje poznavanja stranih jezika i njihovu primjenu u različitim gospodarskim područjima i u zemljama članicama EU.

Studija prikazuje srednja i mala poduzeća manje produktivnim od velikih kompanija. Istraživanja također pokazuju da su srednji i mali poduzetnici kao izvoznici produktivniji od onih koji ne izvoze zbog tehnološkog znanja i iskustva (know-howa), razvijene svijesti o tržištu, uštede troškova i veće učinkovitosti. Istodobno spomenuta istraživanja pokazuju da je značajan iznos poslovanja izgubljen zbog nepoznavanja stranih jezika. Na uzorku od približno 2000 poslova, 11% ispitanika nije sklopilo ugovor kao rezultat nepoznavanja stranih jezika. Dio ispitanika nije bio u mogućnosti ili nije htio iznijeti podatke o kojim gubicima se radi, dok je 37 poduzeća raskinulo ugovore koji zajedno iznose između 8 i 13,5 mil. €. Slijede 54 poduzeća koja su izgubila potencijalne ugovore u vrijednosti između 16,5 mil. i 25,3 mil. €, dok je najmanje 10 poslovnih ugovora raskinuto čija je vrijednost bila preko 1 mil. €. Istraživanje je obuhvatilo samo one slučajeve u kojima su poduzeća bila svjesna poslovnog gubitka ili potencijalnog gubitka, a stvarni je iznos mogao biti puno veći. Ako se omjer gubitaka poslovanja zbog nepoznavanje stranih jezika ponavlja u cijeloj EU, moglo bi se tvrditi da najmanje 945.000 europskih poduzetnika gubi poslove zbog nepoznavanja stranih jezika. Informacije o poslovanju koju su ispitanici dobrovoljno dali (promet, profit, vrijednost izgubljenih ugovora), limitirana je u svrhu zaštite povjerljivosti podataka. Dobiveni rezultati pokazuju stvarnu mogućnost mjerenja utjecaja poznavanja stranog jezika na ekonomske pokazatelje, odnosno uspješnost poslovanja.

Glavni razlozi nesklopljenih poslovnih ugovora su mali broj djelatnika koji se služe

¹³ ELAN: Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise, December 2006: ec.europa.eu/education/policies/lang/doc/elan_final_report_en.pdf

stranim jezikom, što ima za posljedicu i nedostatak samopouzdanja. Tada dolazi do ključnih problema i poteškoća s posrednicima i distributerima. Jedan od razloga su i kulturološke razlike, ali kod manjeg broja poduzeća. Provedeno je i istraživanje poslovanja velikih poduzeća, koje je obuhvatilo 30 velikih poduzeća sa sjedištem u Europi, radi usporedbe velikih sa srednjim i malim poduzećima. Ono je poučno u smislu percipiranja važnosti znanja stranih jezika, primjene jezičnih vještina i sposobnosti te odgovora na komunikacijske potrebe poslovnih partnera, od klijenata do zajedničkih investicijskih partnera.

Poljoprivreda u Hrvatskoj i strani jezici

Proizvodnja za tržište i ostvarenje gospodarske profitabilnosti temeljni su ciljevi poslovanja poljoprivrednih poduzeća u uvjetima tržišnog gospodarstva. Za hrvatsku poljoprivredu, koja se nalazi pred novim izazovima i kriterijima europskog i svjetskog tržišta, vrlo je važna dobro osmišljena razvojna politika, a ulaganja su za to nužan preduvjet. Trenutna slika ukazuje na izuzetno nepovoljno stanje u hrvatskoj poljoprivredi.

Budući da je EU druga u svijetu po visini svojih poticaja u poljoprivredi (preko 40% proračuna odlazi na poljoprivrednu politiku), ne iznenađuje veliki plasman sredstava pomoću programa SAPARD. Iskustva su pokazala da je vrlo mali broj poljoprivrednika iskoristio ovakav oblik financiranja. Problem nije u sredstvima ili volji poljoprivrednika, već u neinformiranosti, nepripremljenosti i nemogućnosti pripreme dobrih projekata i projektne dokumentacije (nater, 2007). No na konkretnim primjerima iz prakse može se vidjeti značaj poznavanja stranih jezika u poljoprivredi:

- proizvođač kupina je pri plasmanu svojih proizvoda direktnom komunikacijom s potencijalnim austrijskim otkupljivačem dogovorio dvostruko veću cijenu otkupa svog proizvoda nego što je mogao postići na domaćem tržištu.
- proizvođač jabuka, u direktnoj komunikaciji s potencijalnim tržištem svojih proizvoda u Njemačkoj, dogovorio je nabavu sadnog materijala specifičnog sortimenta te prodaju jabuka za koje postoji interes na njemačkom tržištu, a bitno se razlikuju u sortimentu i cijeni koji se mogu dobiti za isti proizvod na domaćem tržištu.
- poljoprivredno poduzeće koji se bavi stočarstvom je putem interneta, zanimajući se za probleme proizvođača mlijeka pri nabavi i remontu osnovnog stada, stupilo u kontakt s češkim dobavljačem steonih junica i dogovorilo uvjete poslovanja. U prvih 6 mjeseci poslovanja ovo je poduzeće ostvarilo promet u iznosu od 2 milijuna kuna.
- Dakle, mogućnost brzog i preciznog komuniciranja s poslovnim partnerima i kvalitetno razumijevanje pisane dokumentacije od primarnog je značaja za uspješno poslovanje poljoprivrednih proizvođača kako primarne, tako i prerađivačke proizvodnje prije i nakon ulaska u EU.

Zaključak

U poslovnom svijetu postoji razvijena svijest o nužnosti poznavanja stranih jezika u ostvarivanju kontakata i suradnje. Potreba za znanjem stranih jezika neće ostati na razini prosječnih 42%, što su potrebe većine poduzeća diljem Europe. No to neće biti jednostavan zadatak, obzirom na trenutni status edukacijskog sustava ne samo u Hrvatskoj, već i u većem dijelu Europe.

Za srednja i mala poduzeća, posebice ona u poljoprivredi, značaj stranih jezika od velike je važnosti, jer će nove tehnologije, nova znanja i plasman poljoprivrednih proizvoda uvelike ovisiti o praćenju trendova na svjetskom tržištu i pregovorima s ostalim zemljama.

Hrvatska je zemlja s velikim poljoprivrednim potencijalom, pa se tom segmentu treba posvetiti u veća pozornost, kako u edukaciji tako i u potpori.

Literatura

- Babić, M. (2001). Makroekonomija (12. Izdanje). Mate nakladnička kuća. Zagreb.
- Bilten Europske unije/ Delegacija Europske komisije u RH (2007). Izobrazba hrvatskih konferencijskih prevoditelja, br. 32-33: 6.
- ELAN: Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise (2006): Available from:
ec.europa.eu/education/policies/lang/doc/elan_final_report_en.pdf
ec.europa.eu
- Centar za istraživanje tržišta GfK. Raspoloživo: www.gfk.hr/press1/jezici.htm
- Hrvatska gospodarska komora. Sektor za poljoprivrednu, prehrambenu industriju i šumarstvo (2007). Raspoloživo: www.hgk.hr/wps/portal
- Nater (2007). Financiranje u poljoprivredi. BIZ direkt: 54-55,
- Pepić, S. (2007). Treba nam burza poljoprivrednih proizvoda. Slavonski dom (4.7.2007.). Poslovna komunikacija. Raspoloživo: www.halpet.idoneus.hr/poslovne
- Rouse, M.J., Rouse, S. (2005). Poslovne komunikacije. Masmedia. Zagreb.
- Special Eurobarometer 243 (2005). Europeans and their languages. Available from:
www.ec.europa.com/education/ebs_243_en.pdf
- Što je Europska unija. Available from: www.entereurope.hr/page.aspx?page
www.eu-pregovori.hr
www.hkdrustvo.hr

Foreign language competence – a door to EU's market

Abstract

In Europe which will always be multilingual, learning languages opens doors. For individuals, it can open the door to a better career, to the chance to live, study or work abroad. For companies, multilingual staff can open the door to European and global markets. Foreign language competence is regarded as one of the basic skills which every EU citizen needs to acquire in order to improve his/her educational and employment opportunities within the European learning society. Within the framework of education and vocational training policy, the European Union's objective is therefore for every EU citizen to master two other languages in addition to his/her mother tongue. In the context of the Lisbon strategy, the importance of foreign language learning in raising the competitiveness of the European economy is being emphasised. Therefore, the Republic of Croatia should as a future member of the EU pay more attention to the multilingual economy, especially in agriculture.

Key words: foreign language competence, EU, multilingual economy, Croatia, agriculture