

Kitajski turizem je priložnost!



Bi želeli objaviti strokovni članek?
Iščemo pisce in recenzente za naslednjo številko.
Pišite nam na: zalozba.perfectus@gmail.com
www.andrejraspor.com

Kontakti revije

Poštni naslov

Uredništvo revije Perfectus PRO
Svetovanje in izobraževanje, dr. Andrej Raspor, s. p.
Dolga Poljana 57
5271 Vipava
Slovenija

Glavni kontakt

Andrej Raspor
E-pošta: zalozba.perfectus@gmail.com

Glavni urednik

Andrej Raspor

Odgovorna urednika

Metka Nežič
Bojan Macuh

Uredniški odbor revije

Andrej Raspor
Metka Nežič
Bojan Macuh
Janez Žezlina
Igor Pirc
Darko Lacmanović

Jezikovni pregled

Ana Kodelja

Fotografije

Andrej Raspor
<https://www.pexels.com/>

Arhiv revij

http://www.andrejrasspor.com/perfectus_zalozba

Perfectus PRO

Področje in opis revije

Revija Perfectus PRO je interdisciplinarna strokovna revija, ki objavlja prispevke s področja kadrov, odprtih inovacij, organizacije in menedžmenta v povezavi z industrijo 4.0. Vsebina ni omejena zgolj na navedene tematske sklope, ampak smo za vaše predloge odprti. Še posebej želimo objavljati prispevke, ki obravnavajo nove in aktualne teme in predstavljajo dosežke v razvoju ter njihovo uvajanje in uporabo v praksi. Zato vas vabimo, da se nam pridružite.

Pogostost izhajanja

Revija Perfectus PRO izhaja štirikrat letno.

Politika za prosti dostop

Revija Perfectus PRO omogoča odprt dostop do svojih vsebin, ki temelji na načelu odprtih inovacij, po katerem bi prosto dostopni rezultati javnosti omogočile večjo globalno izmenjavo znanja.

Navodila avtorjem

V reviji Perfectus PRO objavljamo strokovne članke, rezultate raziskovalnega dela avtorjev. Prispevki so napisani v slovenskem jeziku. Objavljamo tudi dela, ki so že bila objavljena v znanstveni obliki v kakšni drugi reviji ali zborniku. Tu pa naj bodo bralcem predstavljena na bolj poljuden način. Avtorji so odgovorni za vse morebitne kršitve avtorskih pravic. Prispevki niso honorirani.

Besedilo naj bo oblikovano po navodilih (interesenti nam pišite, da vam posredujemo predlogo z bolj podrobnimi navodili). Na začetku prispevka, takoj za naslovom naj bo povzetek dolžine 3–5 vrstic z do 4 ključnimi besedami. Članek naj obsega do 4 strani. Predložite tudi sliko in kratek strokovni življenjepis vsakega od avtorjev (2–3 vrstice). Članki morajo biti pred objavo lektorirani. Ne uporabljajte opomb v besedilu. Eventualne opombe, ki naj bodo kratke, navedite na dnu besedila skupaj z literaturo. Seznam citirane literature oblikujte po APA-standardu. Navedeni viri in opombe so v besedilu navedeni kot opomba z malimi rimskimi številkami. Na koncu prispevka so navedeni po vrstnem redu.

Predložene prispevke pregledata in ocenita najmanj dva recenzenta. Na osnovi mnenj in predlogov recenzentov uredniški odbor ali urednik sprejmeta prispevek, zahtevata manjše ali večje popravke in dopolnitve ali ga zavrneta. Če urednik oziroma recenzenti predlagajo večje popravke, se dopolnjeni prispevek praviloma pošlje v ponovno recenzijo.

Mednarodna standardna serijska številka
(on line) ISSN 2591-1813

Iz tekoče vsebine**stran**

Pismo urednika	4
ANDREJ RASPOR.....	5
ČE ŽELITE ZADOVOLJITI KITAJSKE GOSTE, MORAJO IMETI ZAPOSLENI PRAVE KOMPETENCE	5
ANDREJ RASPOR.....	7
SMUČARSKI POLETI NA SNEŽNIH STRMINAH – SPOZNAJMO KITAJSKE GOSTE	7
ANDREJ RASPOR.....	9
POMEN IN ZVEN KITAJSKEGA JEZIKA – KAKO DO KAKOVOSTNEGA PREVODA?	9
PODJETJA SE PREDSTAVLJAJO	12



Pismo urednika

Zakaj po turiste na Kitajsko?

Kitajska je že več let eno od vodilnih gospodarstev. V preteklosti se je bolj fokusirala v industrijo. Predvsem v množično industrijo. Zadnja leta pa je postaja vse bolj pomembna tudi na področju domačega in izvoznega turizma.

Izjemen gospodarski vzpon Kitajske v zadnjih treh desetletjih v marsičem piše na novo pravila mednarodne trgovine in procesov globalizacije v najširšem smislu. Sproža vrsto vprašanj po vsem svetu, obenem pa odpira nove priložnosti za sodelovanje in izmenjavo. Gre namreč za izjemno težko opisljive procese hitrega spreminjanja in hitrega gospodarskega vzpona, ki pa odpirajo nove priložnosti tako za prostrano kitajsko družbo kot za ves svet. Kitajska gospodarska rast in uspešno izpeljan obsežen stimulativen ukrep predstavljata pomembno sidro za Zahodna gospodarstva ob izhodu iz finančne in gospodarske krize. Tudi zato so si nekatera evropska gospodarstva, kot je na primer nemško, sorazmerno hitro opomogla po recesiji.

Kitajci so prisotni v EU in obratno, tudi mi odhajamo na kitajsko. Skoraj polovica vseh potovanj državljanov EU na Kitajsko je profesionalne narave. Preostala potovanja so zasebna, večinoma gre za počitnice za obiske prijateljev in sorodnikov.

Tudi število prihodov kitajskih turistov v Slovenijo se vsako leto povečuje. Največ kitajskih turistov je državo obiskalo med aprilom in oktobrom, kažejo začasni podatki državnega statističnega urada. Gre za dnevne, ali nekajdnevne turiste.

V kolikor hočemo ustrezno zadovoljiti kitajskega gosta jih moramo poznati in se jim znati približati. Prav temu je namenjena ta tematska številka.



ANDREJ RASPOR je dr. družbenih ved – upravljaljskih ved, uni. dipl. org. dela. Ima več kot 30 let delovnih izkušenj na vodilnih mestih: vodja splošnih poslov in komisije za nadzor stroškov, direktor razvoja kadrov in za strateške projekte, podjetnik, ustanovitelj več start-upov, poslovni svetovalec. Mnenja je, da je treba akademsko delo stalno preizkušati na terenu. Avtor več znanstvenih, strokovnih monografij in uporabnih priročnikov.

Povzetek: Zaposleni so tisti, ki v storitvah dajejo dodano vrednost storitvam. Še toliko bolj pomembni so, ko je potrebno zadovoljiti potrebe in pričakovanja gostov. Tu kitajski gosti niso izjema. Izjema so le toliko, da je potrebno poznati njihove prehrabene, spalne in druge navade.

Ključne besede: turizem, Kitajska, kitajski turist, zaposleni.

ČE ŽELITE ZADOVOLJITI KITAJSKE GOSTE, MORAJO IMETI ZAPOSLENI PRAVE KOMPETENCE

Kitajska – največje gospodarstvo, tako po številu prebivalcev, kot tudi po gospodarski rasti predstavlja velik tržni potencial. Zaradi večanja kupne moči se njihovi prebivalci vedno bolj pogosto odločajo za potovanja v tujino. Poleg tega, da so poznani kot dobri potrošniki luksuznih in edinstvenih dobrin, so zaradi njihovega odnosa do igralništva zelo cenjeni tudi kot igralniški gosti. Le nekaj let nazaj je bilo za kitajske goste izredno pomembno, da v čim krajšem času vidijo čim več držav in turističnih znamenitosti, danes pa se njihove potovalne navade spreminjajo. Postajajo vedno bolj individualni in samostojni pri potovanju, ta svoboda pa jim omogoča, da lahko obišejo tudi bolj eksotične kraje izven glavnih prometnih žil. Pariz, London, Dunaj in Istanbul so bili še pred kratkim za kitajske turiste glavne ciljne evropske destinacije, danes pa ni prav nič več nenavadno, če srečaš kitajskega gosta v manjši, manj dostopni vasici. Kitajski gost namreč povezuje svoje potovanje z iskanjem novih znanj in izkušenj. Za Kitajce je potovanje življenjska naložba, pri tem pa iščejo in si želijo tudi stika z naravo in lokalnim prebivalstvom. Pristni stiki, domači izdelki, edinstvene izkušnje in čista narava postajajo vse bolj prevladujoč motiv, ki ga ima kitajski gost ob načrtovanju svojega potovanja. Odkrivanje novih in nepoznanih krajev, avtentične in edinstvene izkušnje, unikatni izdelki ter nova prijateljstva iz tujine so nekaj, o čimer Kitajci že med svojim potovanjem redno poročajo svojim domačim in prijateljem. Mnenja bližnjih ter kitajska družbena omrežja so danes za potujoče Kitajce bolj merodajni in zanesljivejši podatki kot informacije, pridobljene preko katalogov in turističnih agencij.

Najverjetneje ste že zasledili podatek, da so na Kitajskem v letu 2013 zabeležili kar 98 milijonov prehodov čez državno mejo, kitajski turisti pa so na tujem zapravili neverjetnih 57,7 milijard EUR. V istem letu je bilo v Sloveniji zabeleženih 19.801 prihodov kitajskih turistov, 42.974 jih je prišlo na Hrvaško, to pa je 2/3 vseh prihodov, ki so jih zabeležile države zahodnega Balkana (90.000 prihodov). Za leto 2014 številke še niso dokončne, a dejstvo je, da se je kitajski odhodni turizem nadaljeval z rastjo in tako naj bi do konca leta 2014 kar 112 milijonov Kitajcev prečkalo meje svoje države. Po podatkih državnih statističnih uradov držav zahodnega Balkana, se je trend večanja prihodov kitajskih turistov nadaljeval do konca leta 2014 in končne številke naj bi se gibale okrog 22.000 prihodov za Slovenijo, 75.000 za Hrvaško, 110.000 prihodov pa za celotno območje zahodnega Balkana. Po napovedih za leto 2020, se število kitajskih turistov ocenjuje na 250 milijonov turistov, ki naj bi naredili za kar 161,8 milijonov EUR potrošnje.

Takšne informacije zagotovo odpirajo številne možnosti, priložnosti in ideje, s katerimi bi Slovenija lahko s pravo strategijo postala center za srednjo Evropo. Slovenija bi lahko bila izhodiščna točka za potovanje v vsaj devet različnih držav, zaradi bližine Benetk, Salzburga in Dunaja pa bi z ustrezno pripravo ponudbe lahko ustregli tudi tistim Kitajcem, ki želijo obiskati svetovno znana mesta. Razdalje po Balkanu in med omenjenimi mesti so za Kitajce majhne, zaradi česar bi prav tako s pravo ponudbo povečali število prenočitev kitajskih gostov v Sloveniji. Pri tem eno izmed ključnih vlog igrajo tudi pristojne institucije, ki morajo vzpostaviti ustrezne pogoje za krepitev gospodarskega sodelovanja med državami; predvsem v smislu skupnih projektov in vlaganj v turizem ter logistiko. Ena izmed glavnih nalog in strateško pomembnih nalog je tudi vpeljava redne letalske linije s Kitajsko. Dobre logistične poti in poenostavitve postopkov pri pridobivanju viz za vstop v schengensko območje (v okviru legalnih možnosti) so namreč orodja, ki lahko Sloveniji omogočijo še dodatno konkurenčno prednost. Geografska lega in ustrezne tržne niše so nam že dane in jih moramo le ustrezno predstaviti poslovnim partnerjem na Kitajskem. Slovenija in balkanske države lahko namreč nudijo ravno to, kar Kitajci želijo – a le ob ustreznem znanju, kako ponudbo narediti in prilagoditi tako, da bo zanimiva, kakovostna in prijazna Kitajcem.

Razmišljanje o poslovanju s kitajskimi gosti, lansiranju in trženju izdelkov ter storitev na Kitajskem ter posledično zadovoljna kitajska stranka zahtevajo pridobitev novih znanj ter usposabljanju kadrov. Lokalni turistični trg se danes ne more več napajati le iz evropskega bazena, pač pa se mora ustrezno prilagoditi novim zahtevam ter trendom, s čimer si lahko podjetja in turistični delavci zagotovijo

uspešno poslovanje. Seznanjenje in izobraževanje delavcev in kadrov s trendi kitajskega odhodnega turizma lahko omogočijo izboljšanje delovnega procesa in povečujejo kompetentnost podjetniških in turističnih storitev.

Spremenjene okoliščine narekujejo, da morajo imeti zaposleni drugačna znanja, veščine in sposobnosti (kompetence), kot so bila potrebna v preteklosti. V procesu zagotavljanja kakovostne storitve so ključnega pomena kompetence delovnega mesta in posameznika. Že vrsto let je v praksi uporaba kompetenc oz. kompetenčnih modelov zaradi zagotavljanja večje učinkovitosti z obstoječim naborom znanja, veščin in spretnosti, ki ga posedujejo zaposleni. Najboljši zapis kompetenc je na način, s katerim sporočamo, kar lahko vidimo in slišimo. To nam omogoča opis akcij, ki so potrebne za doseganje organizacijskih namenov ali da opravimo delo dobro. Green pravi, da lahko vedenjskim jezikom (ang. behavioral language) natančno razjasnimo, kaj se dela, kaj je narejeno in kaj je potrebno narediti. Če so kompetence zapisane z vedenjem, so lahko v veliko pomoč pri reševanju osebnih konfliktov in nesporazumov.

Zagotovo je za delodajalce pomembno, da imajo delavce, ki poznajo strateške cilje podjetja in natančno vedo kakšno vlogo igrajo v poslovnem procesu. Poleg tega je pomembno, da v količini in kvaliteti dosega ali celo presega dodeljene naloge, dajejo samoiniciativne pobude za izboljšanje procesov, si močno želijo in prizadevajo za preseganje zastavljenih ciljev in so pripravljeni investirati svoj trud v podjetje. Takih delavcev se zagotovo ne bo branil noben delodajalec. Kompetence so izvrsten sistem, s katerim zaposlenim lahko sporočamo, kaj od njih pričakujemo, kaj želimo doseči, kakšna je pri tem njihova vloga in za kaj bodo za svoje delo tudi nagrajeni.

Naj za konec poudarimo: bliskovita rast kitajskega srednjega razreda, željnega potovanj in novih izkušenj, obljublja mnogotere priložnosti za slovensko turistično in gospodarsko industrijo. V neenakem boju globalnih turističnih destinacij in ponudnikov bodo uspešnejši tisti, ki bodo kitajske goste resnično spoznali, se jim prilagodili in jih nagovorili z iskrenim spoštovanjem.

Viri, literatura in opombe



ANDREJ RASPOR je dr. družbenih ved – upravljaljskih ved, uni. dipl. org. dela. Ima več kot 30 let delovnih izkušenj na vodilnih mestih: vodja splošnih poslov in komisije za nadzor stroškov, direktor razvoja kadrov in za strateške projekte, podjetnik, ustanovitelj več start-upov, poslovni svetovalec. Mnenja je, da je treba akademsko delo stalno preizkušati na terenu. Avtor več znanstvenih, strokovnih monografij in uporabnih priročnikov.

Povzetek:

Ključne besede:

SMUČARSKI POLETI NA SNEŽNIH STRMINAH – SPOZNAJMO KITAJSKE GOSTE

Današnja družba je postala družba migracij. Sedanji dogodki in trenutna problematika svetovne politike kažejo na to, da so družbe postale večkulturne, pri čimer je potrebna izjemna mera strpnosti, spravljivosti, tolerance in spoštovanja. Med migracijske tokove pa lahko danes uvrščamo tudi turistične smeri, ki se gibljejo po celi zemeljski obli. V zadnjih dveh letih se je med glavne in vodilne akterje turističnih tokov izstrelil kitajski odhodni turizem. V letu 2015 naj bi po napovedih strokovnjakov potovalo okrog 120 milijonov Kitajcev, do leta 2020 pa naj bi se številka potujočih Kitajcev gibala okrog 500 milijonov.

Slovenija se počasi in previdno nagiba k ulovu tega turističnega toka. Pri podjetju CEATM, kjer se združujemo in povezujemo strokovnjaki s področja turizma držav Zahodnega Balkana in Kitajske opažamo, da večina slovenskih turističnih ponudnikov ne ve, kako se usmeriti in pozicionirati na trg kitajskega odhodnega turizma.

Domoljubno prepričanje, da ima Slovenija izjemne naravne lepote in turistične atrakcije, ki jih ni nikjer na svetu, ne bo privabilo nikogar s Kitajske. Slikovite naravne danosti, kulturni dogodki in okusna kulinarika ne morejo pustiti dobrega okusa, če jih turist sploh ne pozna oziroma so vsebine predstavljene na napačen način.

Potrebno se je zavedati, da je Kitajska ogromna dežela, ki še vedno lahko ponudi neokrnjeno naravo ter izjemno naravno in kulturno dediščino. S tisočletno zgodovino in odlično ohranjenimi kitajskimi znamenitostmi ne moremo konkurirati, ampak si lahko s kitajsko zgodovino in družbenimi dogajanjem pomagamo pri umeščanju in razlagi slovenske in evropske zgodovine.

Kitajskemu gostu in turistu je treba nuditi več in drugače, ponuditi jim morate nekaj, kar ne dobijo doma za pol nižjo ceno. Ponuditi jim morate občutek novega, zanimivega, a hkrati dovolj domačega, da se še vedno počutijo udobno. Svoje turistične aranžmaje morate prilagoditi tako, da kitajskemu gostu zapolnite urnik z različnimi aktivnostmi, prav tako pa jim morate prilagoditi hrano in nastanitve ter se zavedati njihovih dnevnih navad, ki zahtevajo zajtrk, kosilo in večerjo v določenem časovnem okviru. A pri tem obstaja nevarnost, da turistični delavci po preveliki želji v pripravi ponudbe zvišajo edino ceno, kvalitete in ponudbe pa ne.

Kitajci vidijo potovanje kot naložbo, s katero bodo pridobili nove izkušnje in boljši družbeni status, ugled in spoštovanje med svojimi prijatelji, sorodniki in sodelavci. Želijo si aktivnega potovanja in biti njegov sestavni del, ne pa le pasivno opazovati. Nema lokrat takšno dejstvo slovenske in svetovne turistične akterje povsem iztiri, saj so ob obisku kitajskih gostov primorani nenehno spreminjati in prilagajati tako vsebinske kot časovne plane.

Medkulturne razlike prinašajo vpletenim mnogo doživetij; povzročijo lahko veliko smeha, na žalost pa redko kdaj pride tudi do prikritih in neprikritih konfliktov. Ogromno je anekdot, ki so povezane z različnimi dogodki, v katere so bili vpleteni kitajski gostje.

Vabilo na potovanje

Zaradi napačne interpretacije povabilnega pisma so npr. kitajski gostje pričakovali, da imajo celotno potovanje brezplačno. Ni nevljudno, če kitajskim partnerjem vnaprej konkretno razjasnite, katere stroške morajo kriti sami. Kljub temu boste naredili dober vtis, če se boste v določeni situaciji sami ponudili za plačilo obroka ali darila; a Kitajci bodo to najprej iz vljudnosti večkrat zavrnili.

Štirikratno naročilo in dovoljen vstop v sobo

Kretnje rok lahko pri nepoznavanju tujega jezika služijo kot pomoč pri sporazumevanju; a kitajski jezik je poseben jezik in le ob poznavanju kulture lahko kretnje v določenih primerih dosežejo svoj namen. Kitajci na primer številke kažejo s prsti ene roke. Kazanje

dveh prstov, palca in kazalca, se bo ob naročilu dveh skodelic kave pomnožilo s štiri; tako boste namesto dveh skodelic na mizo dobili osem in verjetno ne bo učinek kofeina tisti, ki vam bo v trenutku zvišal srčni utrip. Iztegnjena palec in kazalec namreč v kitajskem jeziku pomenita številko osem.

A tudi dosledno sledenje navodilom po izražanju števil z roko lahko privede do nesporazuma. Kazanje iztegnjenega palca in ponavljanje tujega turista, da potrebuje še minuto zase v sobi, lahko kitajska sobarica interpretira ravno drugače od gostove želje. Angleškega jezika hotelska uslužbenca ne razume, iztegnjen palec pa je zanjo znak potrditve, da lahko vstopi v sobo.

Post-prehranjevalne navade

Za zadovoljstvo gostov je seveda potrebno upoštevati tudi njihove prehranjevalne zmožnosti. Slovenske in balkanske jedi so Kitajcem največkrat preslane in pretežke. Navdušenje nad balkansko tradicionalno hrano, mešanim mesom na žaru pri kitajskih gostih traja približno toliko časa, kolikor traja pritisk na sprožilec fotoaparata. Nove kulinarične specialitete je seveda treba obeležiti in pokazati svojim prijateljem, a po večdnevem prehranjevanju s tako hrano, so instant rezanci v juhi pravi balzam za brbončice.

Slaba komunalna infrastruktura na Kitajskem zahteva, da se toaletnega papirja ne meče v školjko, pač pa v koš za smeti. Tujec na Kitajskem lahko tako ob nepoznavanju tega dejstva zamaši odtok in povzroči visoke stroške popravila, v Evropi pa bo kitajski gost zaradi odlaganja toaletnega papirja v koš za smeti smatran kot sodobni barbar.

Smučarski tek, poleti in alpsko smučanje v istem košu

Prilika za slovenski turizem se ob koncu letošnjega leta kaže v zimskem turizmu; ob izbiri Pekinga za gostitelja zimskih olimpijskih iger 2022, se je pri Kitajcih namreč izjemno povečalo zanimanje za smučarske počitnice, ki pa jih želijo kombinirati z ostalimi aktivnostmi. Smučanje in zimski športi na splošno pri Kitajcih niso dobro poznani, zato je potreben pri tovrstnih aktivnostih celostni pristop in priprava ponudbe, ki bo zadovoljila tako športne navdušence kot tiste, ki s športom ne čutijo posebne povezave.

Torej; če povzamemo – za pripravo ponudbe moramo dobro spoznati gosta in njegove želje ter ponudbo pripraviti v sodelovanju z gosti in strokovnjaki. V takem vrstnem redu boste lahko uživali v zadovoljstvu svojih kitajskih strank, ki bodo informacijo o odlični ponudbi razširili med svoje prijatelje in znance ter jo ponesli na družbena omrežja.

Več nasvetov in praktičnih primerov s področja kitajskega odhodnega turizma si lahko preberete v knjigi Spoznajmo kitajske goste, informacije o najnovejših trendih in primerih iz prakse pa lahko pridobite tudi na seminarjih, ki jih organiziramo pri podjetju CEATM.

Viri, literatura in opombe



ANDREJ RASPOR je dr. družbenih ved – upravljaljskih ved, uni. dipl. org. dela. Ima več kot 30 let delovnih izkušenj na vodilnih mestih: vodja splošnih poslov in komisije za nadzor stroškov, direktor razvoja kadrov in za strateške projekte, podjetnik, ustanovitelj več start-upov, poslovni svetovalec. Mnenja je, da je treba akademsko delo stalno preizkušati na terenu. Avtor več znanstvenih, strokovnih monografij in uporabnih priročnikov.

Povzetek:

Ključne besede:

POMEN IN ZVEN KITAJSKEGA JEZIKA – KAKO DO KAKOVOSTNEGA PREVODA?

Več kot ena petina svetovnega prebivalstva govori kitajski jezik, ki velja za najbolj razširjenega po številu govorcev. Kitajščina je tako materni jezik 1,3 milijarde ljudi, okoli 40 milijonov pa se kitajščine uči kot tujega jezika.

Jezik spada v skupino sinotibetanskih jezikov, deli pa se na številna narečja, med katerimi so najbolj razširjeni mandarinščina, ki jo govori okrog 800 milijonov, wu, ki ga govori okoli 90 milijonov in kantonščina, ki jo govori približno 80 milijonov govorcev. Kitajci se med seboj, z razliko od Slovencev, ne razumejo, če govorijo v različnih narečjih. Pomagajo si s pismenkami in uradnim jezikom – putong hua oz. mandarinščino, ki je uradni jezik LR Kitajske. Pri mandarinščini poznamo štiri tone in dodatnega, nevtralnega. Toni so ključnega pomena pri izgovorjavi in govornem razumevanju. Za pomoč pri učenju kitajskega jezika so predvsem za tujce razvili latinični zapis kitajskih pismenk – pinyin, ki pa kitajskih pismenk ne more zamenjati. S pinyinom zapisujemo izgovorjavo in ton pismenke, a nemalokrat se zgodi, da ima določen zlog enak ton. Tako sta na primer pismenki za konja in številko različni, a imata enak ton mā; zato se besedo lahko razlikuje glede na kontekst oziroma šele v primeru, da pismenko vidimo.

Različne vrste prevajanj

Zaradi vse večjega gospodarskega povezovanja, investicijskih priložnosti in vse boljših letalskih povezav s Kitajsko se tudi v Sloveniji posamezniki in zaposleni vse pogosteje odločajo za učenje kitajskega jezika, hkrati pa organizatorji pomembnih mednarodnih dogodkov najemajo prevajalce kitajskega jezika.

Prevajanje kitajskega jezika je zahtevno in je za kakovostne prevode potrebno vložiti več časa, priprav in organizacije v primerjavi s prevajanjem evropskih jezikov. Za lažjo predstavo; dnevna kvota za izdelavo pisnih prevodov je šest prevajalskih strani originalnega besedila v angleškem jeziku, pet strani v slovenskem jeziku in tri v kitajskem.

Poznamo pisna in ustna prevajanja, pri čimer se ustno prevajanje oziroma tolmačenje deli na konsektivno, šepetano in simultano. Simultano tolmačenje pomeni sočasno prevajanje govornika. Tolmač z le nekaj sekundnim zamikom prevaja govornika, ki govori z običajno hitrostjo. Simultano prevajanje se opravlja v prevajalski kabini, kjer mora biti na voljo vsa ustrezna oprema, s katero tolmač med prevajanjem upravlja. S takšnim prevajanjem se prihrani veliko časa, ker poteka istočasno z govornikom in je primerno za večje konference. Ob celodnevni dogodkih simultani prevajalci delujejo v več parih, ki se lahko izmenjujejo. Prevode simultanih prevajalcev slišijo le tisti udeleženci, ki si nadenejo slušalke.

Konsektivno tolmačenje pomeni prevajanje s časovnim zamikom. Govornik med svojim govorom dela krajše premore in počaka, da tolmač prevede vsebino. Med poslušanjem si tolmač lahko pomaga z zapisovanjem glavnih besed in opornih točk, s katerimi si pomaga pri prevajanju. Takšno prevajanje je uporabno v primerih, ko je na voljo dovolj časa, zavedati pa se je tudi potrebno, da konsektivno prevajanje poslušajo vsi udeleženci. Prednost konsektivnega prevajanja se kaže predvsem v tem, da za takšno prevajanje ni potrebna nikakršna posebna tehnika, ki bi zahtevala dodatne stroške.

Šepetano tolmačenje poteka tik ob poslušalcu, saj mu prevajalec sproti potihoma prevaja govornikove besede. Za takšno prevajanje ne potrebuje posebne tehnike in je primerno za manjše število vključenih oseb; do tri, saj bi v nasprotnem primeru prihajalo do prevelikih motenj.

Kako do kakovostnega kitajskega prevoda?

Pri iskanju prevajalca kitajskega jezika je potrebno najprej po korakih razmisliti, kaj želite s prevodom doseči in na kakšni ravni želite, da bo prevajanje. Priporočljivo je, da si pred naročilom prevoda pripravite odgovore na spodnja vprašanja:

- Kakšno vrsto prevajanja potrebujemo? Bo to pisno prevajanje, konsektivno, simultano ali šepetano tolmačenje? Zavedati se je treba, da so simultanti prevajalci kitajskega jezika v Sloveniji izjemno redki.

- Za kaj in zakaj potrebujemo prevajalca: kaj mora biti glavno sporočilo prevoda?
- Kakšen bo uradni jezik dogodka? Pri mednarodnih dogodkih v slovenskem prostoru se lahko pojavi vprašanje, ali se bo tak dogodek izvajal v angleškem ali slovenskem jeziku. Zaradi slovničnih struktur je nekoliko lažje prevajati kitajsko-angleško kombinacijo, a hkrati se je treba zavedati, da je v takem primeru le redka kombinacija, kjer je vsaj eden izmed obeh jezikov materni jezik prevajalca.
- Ali bo moral prevajalec javno nastopati, s kom bo komuniciral, koga in kaj bo prevajal? Javno nastopanje in prevajanje enega najkompleksnejših jezikov na Svetu zahtevata resne in ustrezne predpriprave.
- Kje in kako bo potekalo prevajanje; ali gre za zaprti tip in uradne sestanke z zaupnimi informacijami, sproščen pogovor za okrepitev neformalnih stikov, večje konference, spremstvo ...
- Ali lahko zagotovim ves potreben material v doglednem času? Kratki roki ne zagotavljajo kakovostnega prevoda. Tudi najbolj strokovni in usposobljeni prevajalci kitajskega jezika potrebujejo za kakovostni prevod več časa, kot ga potrebujejo prevajalci drugih evropskih jezikov. V kolikor vsebine za prevode dostavljate zadnji hip, to pomeni dodatne stroške, ki lahko znašajo tudi do 100% vrednosti od skupnega rednega zneska prevoda.
- Načrtovanje poteka dogodka; kaj se bo prevajalo, za koga se prevaja, kakšne so časovne in tehnične omejitve, kdo ureja potek dogodka, hitrosti govorcev, od kje prihajajo (lokalne posebnosti jezika).

Skratka; prvi korak do kakovostnih prevodov je kakovostna komunikacija s prevajalci še pred dejanskim prevajanjem. Pravočasno prisrčite pisne vire in informacije, s katerimi se lahko ustrezno pripravijo na dogodek. Pred večjimi in pomembnimi forumi, konferencami in sestanki jim pošljite vsebine govorov, predstavitev (npr. power point) ter vse vsebine, s katerimi se bodo lahko profesionalno pripravili na prevajanje. Za vsa pomembna srečanja in konference dostavite vsebino in tematike vsaj deset dni vnaprej oziroma še več, če gre za obsežne in raznolike tematike. Obstaja pravilo, da se za eno uro prevajanja kitajskega jezika potrebuje od pet do osem ur predpriprav.

Priporočljivo je tudi predhodno srečanje govornika in prevajalca. Prevajalec bo na tak način spoznal način in izgovorjavo govornika, njegov dialekt ter se tako lažje pripravil na prevajanje. Kitajski prevodi bodo tako na višjem nivoju in na svoje kitajske partnerje boste naredili večji vtis.

Ob pisnih prevajanjih specializiranih in tehničnih besedil (npr. predstavitev produktov, celostne predstavitev podjetja, poslovnih načrtov, proizvodnih procesov in podobno) organizirajte sestanek s prevajalcem, kjer mu boste pojasnili in predstavili podjetje, izdelke, produkte, izdelavo, svojo vizijo, želje in namen prevoda.

Sinologi- poznavalci kitajskega jezika in kulture

Sinologi, ki so v stalnem stiku s kitajskim jezikom, lahko opravljajo konsektivno tolmačenje ter pisno prevajanje, usposabljanje simultanih prevajalcev pa zahteva dodatno specializacijo, prakso in dolgoletno bivanje na Kitajskem. V Sloveniji so simultani prevajalci redki, zaradi nujnega in nenehnega izobraževanja pa se lahko zgodi, da jih v času vašega dogodka v Sloveniji sploh ni. Pri planiranju dogodkov, kjer si želite ustnih prevajalcev kitajskega jezika, je torej obvezno temeljito načrtovanje in upoštevanje trenutnega stanja v Sloveniji.

Slovenski prostor ni dovolj velik, da bi se prevajalci kitajskega jezika lahko specializirali le za določeno stroko ali tematiko; zato se morajo sproti seznanjati s tematikami, ki jih prevajajo. Ravno to je ena izmed pomembnih dejstev in razlik, zaradi katerih se priprava in način prevajanja kitajskega jezika ne more primerjati z drugimi evropskimi jeziki (npr. španščina, angleščina). Ta izziv naj bo dodatna vzpodbuda vsem, ki se učijo kitajskega jezika in se lahko že v začetnem obdobju specializirajo; npr. z vzporednim študijem v kombinaciji sinologije- medicine, sinologije- računalništva, sinologije- prava, sinologije-gradbeništva, sinologije- strojništva itd.

Sodelovanje s sinologi prevajalci vam bo prineslo dodatne ugodnosti zaradi poznavanja kitajske kulture in miselnosti. Večkrat je potrebno namreč vsebine pri prevodih ustrezno prilagoditi glede na kulturno ozadje, predvsem pri prodaji in marketinških aktivnostih.

Prispevek pripravila:

Katarina Birtič, sinologinja in sociologinja kulture

Dr. Andrej Raspor, direktor podjetja CEATM

Opomba:

Pri pripravi prispevka sva avtorja članka izhajala iz lastnih izkušenj, ki jih ima CEATM s prevajanjem in organizacijo dogodkov. Podjetje CEATM je z ekipo prevajalcev kitajskega jezika že pomagal organizatorjem Blejskega strateškega foruma, Slovensko – kitajskega poslovnega foruma ter razstavljalcem Premium Brands China, ki so bili prisotni na Mednarodnem obrtnem sejmu v Celju.

V članku ni bilo moč zajeti vseh izzivov in če potrebujete več nasvetov, prevode kitajskega jezika, ali pa imate dodatna vprašanja, nas kontaktirajte na info@ceatm.org ali obiščite naši spletni strani: www.ceatm.org in www.ceatm.com

Viri, literatura in opombe

PODJETJA SE PREDSTAVLJAJO



„Premalokrat se zavedate, da je beseda kot kamen: tja, kamor pade, udari in pusti sledi.“

SVETOVALNICA LUČKA – pomoč žrtvam nasilja v družini

Zavod Karitas Samarijan je v decembru 2016 ponudil nov socialnovarstveni program – Svetovalnico Lučka, ki nudi pomoč žrtvam nasilja v družini. Program je vsebinsko in finančno podprlo Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti, zato so naša svetovanja **BREZPLAČNA**.

Pomoč nudimo vsem polnoletnim osebam, ki so žrtve nasilja, bivšim uporabnicam namestitvenih programov materinskega doma in varne hiše, osebam z izkušnjo nasilja, ki so gibalno ovirane, ter starejšim osebam. Svetovanja in psihosocialno pomoč nudimo tudi ostalim osebam, ki pomoč potrebujejo.

Program nudi brezplačno individualno svetovanje in brezplačno udeležbo v svetovalni skupini, kjer se udeleženke kontinuirano srečujejo vsakih 14 dni, ter možnost brezplačne udeležbe na delavnicah za osebnostno rast. Krajše razbremenilne pogovore omogočamo preko elektronske pošte in telefona.

Individualna svetovanja nudimo v svetovalnici Lučka v Šempetru pri Gorici ter na Ljudski univerzi v Ajdovščini. Svetovalnica Lučka ima svoje prostore v Šempetru pri Gorici na Cesti Prekomorskih brigad 20, 1. nadstropje, pisarna št. 6. Za individualne razgovore in udeležbo v svetovalnih skupinah se je treba predhodno naročiti.

Pisarna je odprta vsak dan od ponedeljka do petka od 8. do 15. ure, ob torkih pa od 10. do 18. ure. Dosegljivi smo na mobilnem telefonu 00386 31 666 321 ali na elektronskem naslovu svetovalnica.lucka@gmail.com.

Program v svetovalnici s pomočjo različnih strokovnjakov s področja nasilja vodi magistrica psihosocialne pomoči Dragica Pavšič Gerenčer.

	<p>Podjetje Energos (op. p. starogrška beseda za potencial), poslovno in kadrovske svetovanje, d.o.o., celovito analizira in razvija potenciale podjetij in posameznikov. Naše ključne strokovne kompetence zajemajo svetovanje, treninge in coachinge na naslednjih področjih: strateško načrtovanje, podpora podjetjem pri rasti, strateški HRM in upravljanje ključnih kadrov ter razvoj voditeljskih kompetenc.</p>
	<p>Družba CEATM, d.o.o., je bila ustanovljena z namenom, da povezuje Zahodni Balkan in Kitajsko na področju turizma, investicij in svetovanja. Po več uspešno izvedenih projektih sedaj širi svoje delovanje tudi na druge trge. V kolikor vas zanima razvoj novih inovativnih produktov in njihov plasma na tuje trge, nam pišite.</p>
	<p>Eudace, d.o.o., je svetovalno podjetje, ki z znanji in izkušnjami svojih sodelavcev nudi svetovalne storitve na področjih: upravljanja družinskih podjetij in korporacijskega prava, prava informacijske varnosti in telekomunikacij, delovnega prava in kadrovske procesov ter uvajanja standardov ISO (ISO 9001, ISO 27.001, FSC ...). Med našimi naročniki je več kot 500 zadovoljnih strank (zasebnih podjetij in naročnikov iz javnega sektorja), s katerimi dolgoročno sodelujemo. Skozi celotno obdobje našega delovanja nas spremlja slogan »Naš cilj je najti rešitev«, ki mu ostajamo zvesti in ostaja temeljno vodilo tudi v bodoče.</p>
	<p>Dr. Andrej Raspor kot samostojni podjetnik, svetovalec, mentor in predavatelj nudi storitve s področja razvoja kadrov in organizacijske prenovе poslovnih procesov.</p>

PERFECTUS

Perfectus je skupen projekt svetovalnih podjetij ENERGOS, d.o.o., CEATM, d.o.o., EUDACE, d.o.o. ter Svetovanje in izobraževanje, dr. Andrej Raspor, s. p. Pri razčlenjenemu trgu izobraževanj in svetovanj se je pokazala potreba po povezovanju, zato smo k projektu pritegnili tudi naše poslovne partnerje.

Naš moto je vsaki stranki poiskati najboljšega izvajalca oziroma ji omogočiti najbolj celovito reševanje njenih poslovnih izzivov. V naši partnerski mreži zato združujemo interdisciplinarna znanja in izkušnje. Pomagamo pri krepitvi kompetenc, ki jih podjetja in posamezniki potrebujejo za uspešno poslovanje.

Preboj od problemov do rešitev!

PERFECTUS

Steber storitev predstavljajo delavnice, ki v poslovne procese vpeljujejo metode in tehnike, ki temeljijo na povezanosti, interdisciplinarnosti in celostnem pristopu. Z zaznavanjem trendov in vpeljavajo novih metod odgovarjajo na izzive uvajanja razvojnih sprememb v organizacijsko okolje.

- **Akademija 1.0** (Celovite in naročniku na kožo pisane šole)
- **Intenzivni praktikum 2.0** (Tečaji in seminarji)
- **Coaching 3.0** (Svetovanja in coaching)
- **Poslovni fitness in wellness 4.0** (Odprava konkretnih poslovnih problemov ter ozkih grl – t. i. Prebojniki)
- **Raziskovanje**
- **Založništvo**

ZAKAJ OD 1.0 DO 4.0?

S svojimi produkti sledimo razvoju industrijske revolucije. Začetki le-te sovpadajo z vzpostavitvijo modernega šolskega sistema, zato **Akademija 1.0**. Sledila je faza elektrifikacije, ki jo ponazarjajo tečaji **Intenzivni praktikum 2.0**. Obdobje systemske in kibernetike dobe je prineslo **Coaching 3.0**. Faza, v kateri ljudje in stroji vedno bolj komunicirajo med seboj, potrebuje popolnoma nove učne pristope. Prav te ponuja **Poslovni fitness in wellness 4.0**.

Ker pa je vsako podjetje v različni stopnji razvojnega ciklusa in ker imajo zaposleni različna predznanja, ponujamo celovit nabor različnih možnosti za pridobivanje temeljnih, generičnih in delovnospecifičnih kompetenc posameznikov.

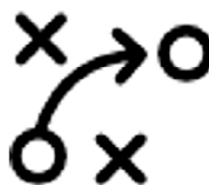
Tim interdisciplinarnih strokovnjakov vam s kombinacijo predavanj in orodij za samoanalizo nudi učinkovito podporo. Vsak udeleženec tako na delovno mesto prinese **konkreten akcijski načrt**, ki je ključen za odpravo odstopanj skozi vsakodnevno delo.



KOMUNIKACIJSKE
VEŠČINE IN
STROKOVNO ZNANJE
ZA ANALIZO IN
OCENJEVANJE
KONKRETNIH
PROBLEMOV



POVEZOVANJE
Z NANJI IN IZKUŠENJ Z
RAZLIČNIH PODROČIJ
(organizacija dela,
ekonomija, pravo, HR)



PRIPRAVA
PROJEKTA –
NAČRTA UKREPOV



OSVEŽITEV
(FOLLOW-UP) Z
AKCIJSKIM
COACHINGOM PO
IZOBRAŽEVANJU,
IZVEDBA
AKCIJSKEGA
NAČRTA

Akademija 1.0

Storitev je namenjena vsem podjetjem oz. posameznikom, ki bi želeli pridobiti kompleksna znanja s konkretnih poslovnih področij. Skupaj s partnerji smo se v poslovni mreži Perfectus specializirali za projektni menedžment (**Šola projektnega menedžmenta**), uporabo modernih tehnologij v marketingu in prodaji (**Šola sodobnega trženja**) ter oblikovanje spletnih strani (**Šola za izdelovanje spletnih strani**). Izhajajoč iz izkušenj, da pri nas trenutno ne obstaja specializirana šola za vodstveni kader in da so prav vodje pred zasedbo vodstvenega položaja premalo pripravljene na nove izzive, smo zanje oblikovali poseben program **Renesančni vodja**. Pripravili pa smo tudi programe za pomožne vodje npr. v gostinstvu (**Šola za gostinske vodje**) in igralništvu (**Šola za igralniške vodje**).

Akademijo lahko organiziramo za znanega naročnika. Storitev lahko izvedemo v obliki enkratnega izobraževanja, v primeru stalnih potreb podjetja pa v podjetju vzpostavimo učni center. Izobraževanja lahko prilagodimo tudi v obliko študija na daljavo ali samostojnega učenja. Vsak slušatelj dobi tutorja, ki ga spremlja v celotnem obdobju študija.

- **Šola projektnega menedžmenta**
- **Šola sodobnega trženja**
- **Šole za izdelovalce spletnih strani**

1. Od ideje do prve spletne strani: html + css
2. Oblikovanje spletnih strani: osnove oblikovanja, predloge
3. Dinamične spletne strani: php (začetni)
4. Interaktivne spletne strani: javascript + jquery (začetni)
5. Spletne aplikacije: načrtovanje, izdelava, podatkovne baze
6. Postavitev spletnih strani z uporabo CMS Joomla (potrebno predznanje prejšnjih 5-ih predavanj)
7. Osnove spletnega trženja: Adwords, SEO, socialna omrežja
 - **Renesančni vodja**
 - **Šola za gostinske vodje**
 - **Šola asertivne komunikacije**

Intenzivni praktikum 2.0

Delovno ime za tečaje Perfectusa je **Intenzivni praktikum**. Z imenom želimo poudariti pomen učnih pristopov, ki jih uvajamo na naših srečanjih.

Srečanja niso zasnovana kot klasično predavanje, na katerem slušatelji zgolj pasivno poslušajo. Gre za interaktivno delo, kjer se obravnavajo ozke strokovne vsebine, hkrati pa se specifične povezuje z drugimi področji. Praviloma so za slušatelje zanimivi tečaji **Poslovnega fitnessa in wellnessa 4.0**, na katerih spoznajo, katere so njihove šibke točke in kje možnosti za izboljšave. Intenzivni praktikumi so zato živa, razvijajoča se izobraževanja, ki jih stalno dopolnjujemo z novimi vsebinami.

➤ **Ali res obvladam čas in stres?**

Osnovni principi zmanjšanja stresa na delovnem mestu z boljšim razporejanjem svojih zadolžitev

➤ **Ali znajo moji sodelavci obvladovati čas in stres?**

Osnovni principi zmanjšanja stresa na delovnem mestu z boljšim razporejanjem svojih zadolžitev

➤ **Trodelni poglobljeni stres menedžment**

Ravnovesje umskega, telesnega in čustvenega dela človeka

➤ **SDI intenzivni praktikum**

Intenzivni praktikum učinkovite komunikacije in reševanja konfliktov

➤ **Notranji presojevalec ISO 9001:2015**

Usposabljanje za notranje presojevalce sistema kakovosti ISO 9001:2015 za posameznike in podjetja

➤ **Notranji presojevalec – prehod na ISO**

Usposabljanje za notranje presojevalce sistema kakovosti za posameznike in podjetja – prehod na novo verzijo standarda ISO 9001:2015

➤ **Kako varno je vaše podjetje?**

Usposabljanje s področja upravljanja informacijske varnosti v podjetju za delodajalce in vodje

➤ **Življenjski slog odraslih pred upokojitvijo in po njej**

Z vseživljenjskim učenjem v tretje življenjsko obdobje

➤ **Komunikacija v različnih delovnih okoljih**

Kako se pravilno sporazumevati na delovnem mestu

Coaching 3.0

Individualni coaching je **učinkovita metoda za spodbujanje odličnosti** pri menedžerjih, vodjih in ostalih zaposlenih, ki vpliva na sistematičen razvoj ciljnih kompetenc in potencialov posameznega »coacheeja – udeleženca coachinga«. Glavni cilj coaching procesa je **zmanjševati ovire do ciljev** in tako zagotoviti kar se da veliko uspešnost posameznika, torej mu pomagati, da v **polnosti uporabi svoje potencialne**.

Coaching je interaktivni proces, v katerem coach z uporabo posebnih tehnik sproži miselne procese, ki pomagajo posameznikom in podjetjem, organizacijam in ustanovam k hitrejšemu in učinkovitejšemu doseganju boljših rezultatov in ciljev organizacije ter posameznika. Coach v pogovoru s klientom uporablja posebej izbrana vprašanja. Ta vprašanja spodbujajo razmišljanje, iskanje notranjih virov, še neodkritih možnosti in strategij.

Coach večinoma ne predlaga neposrednih rešitev, ampak klientu podaja sugestije. **Coaching temelji največkrat na spodbujanju miselnih procesov klienta**, s katerimi pride sam do rešitev, do katerih bi sicer prišel veliko težje ali pa morda celo ne.

Naši coachi so preizkušeni praktiki, ki združujejo izkušnje vodenja podjetij, svetovalne in predavateljske prakse ter interdisciplinarna strokovna znanja in pristope.

Naš poslovni pristop tako združuje različne teoretične koncepte; iz njih izberemo najboljše prakse, uporabne za naše kliente. Koncepti in programi, ki predstavljajo osnovo za naše delo, so najmanj naslednji:

- Transnational Management Associates – TMA World
- Integrativna relacijska-transakcijska analiza
- Dale Carnegie Training andragoški principi dela
- De Bonovi principi razvoja kreativnosti in inovativnosti
- Nevrolingvistično programiranje (NLP)
- Vitko upravljanje (Lean Management)
- Organizacijski razvoj (Organizational development)
- Agilne metodologije (Agile development)
- Generiranje in inoviranje poslovnih modelov (Business Model Generation/Innovation)

Posebnost Coachinga 3.0 je tudi v tem, da poleg osebnih srečanj ponuja virtualna srečanja in v individualno delo vključuje tudi pametne tehnologije ter sodobne učne pristope.

Poslovni fitness in wellness 4.0

Paket **Poslovni fitness in wellness** ni zgolj šola, delavnica, tečaj ali coaching, ampak mnogo več. Gre za srečanje, ki vodi k razreševanju problemov in odpravi ozkih grl – poimenovali smo ga **Prebojnik**. Udeleženci Prebojnika že pred srečanjem dobijo gradivo, s katerim analizirajo poslovanje, lastno delo in delo svojih sodelavcev. Na ta način indentificirajo ključne težave, s katerimi se soočajo pri svojem delu. Diagnostični vprašalniki za opredelitev ključnih problemov in izzivov so izdelani na podlagi dolgoletnih izkušenj naših izvajalcev. Na srečanju skupaj analiziramo ugotovitve, svoje izkušnje pa lahko izmenjate tudi z ostalimi udeleženci in na ta način obogatite svoje znanje. Vsak udeleženec na delovno mesto prinese **konkreten akcijski načrt**, ki je ključen za odpravo odstopanj skozi vsakodnevno delo. Vsi, ki želite še dodatno nadgraditi svoje znanje, lahko to storite z individualnim **Coachingom 3.0** ali pa z **Intenzivnim praktikumom 2.0**.

➤ **Kitajci so tu!**

Osnovni pristopi za izboljšanje storitev, namenjenih kitajskim gostom in poslovnežem

➤ **Izboljšajte potenciale vaših zaposlenih**

Naj bodo učinkoviti zaposleni še boljši, neučinkoviti pa le še slab spomin

➤ **Obvladovanje prioritet – za zaposlene**

S pravilno postavljenimi prioritetami do boljših rezultatov

➤ **Obvladovanje prioritet – za vodje**

S pravilno postavljenimi prioritetami do boljših rezultatov poslovanja

➤ **Kadrovske strategije**

Ali lahko podjetje posluje uspešno, ne da bi imelo implementirano kadrovske strategijo?

➤ **Notranji izobraževalni centri**

Je mogoče z aktivnostmi notranjega izobraževalnega centra neposredno vplivati na ustvarjanje dodane vrednosti podjetja?

➤ **Vodja kot trener in coach – male skrivnosti velikih športnih trenerjev**

Uspešnost sodobnega voditeljstva je povezana z razvijanjem trenerskih in coaching kompetenc vodij

➤ **Prihodnost vašega družinskega podjetja**

Spoznajte, kako obvladovati pravna in davčna tveganja, s katerimi se srečuje vaše družinsko podjetje in ga pripravite na prihodnost

➤ **Ali vam sistemizacija služi?**

Ali vam sistemizacija delovnih mest in plačni sistem v podjetju služita?

➤ **Izgradnja vodstvenega tima »po ribje«**

Strateški vodstveni trening »po ribje« – intenzivna izkušnja vodstvenega tima

Raziskovanje

Poleg programov, ki so povezani z izobraževanjem in usposabljanjem, Perfectus izvaja tudi raziskovalno dejavnost. Osredotočamo se na nišne raziskave, v katerih analiziramo ozadje problemov in iščemo za vas najprimernejše rešitve.

Aktualne raziskave:

➤ **Kako pristopiti k usposabljanju?** (avtor dr. Andrej Raspor)

➤ **Raziskava HRM trendi v Sloveniji in svetu** (avtorja Matej Gal Pintar in mag. Janez Žezlina)

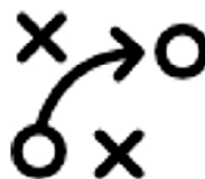
➤ **Upravljanje in razvoj ključnih kadrov v slovenskih organizacijah** (avtor mag. Janez Žezlina)



KOMUNIKACIJSKE
VEŠČINE IN
STROKOVNO ZNANJE
ZA ANALIZO IN
OCENJEVANJE
KONKRETNIH
PROBLEMOV



POVEZOVANJE
ZNAJANJA IN IZKUŠENJ Z
RAZLIČNIH PODROČIJ
(organizacija dela,
ekonomija, pravo, HR)



PRIPRAVA
PROJEKTA –
NAČRTA UKREPOV



OSVEŽITEV
(FOLLOW-UP) Z
AKCIJSKIM
COACHINGOM PO
IZOBRAŽEVANJU,
IZVEDBA
AKCIJSKEGA
NAČRTA

Če.....

