ZAPOTRZEBOWANIE NA JĘZYKI OBCE W PRZEDSIĘBIORSTWACH

EWALUACJA ANKIETY, KTÓRĄ PRZEPROWADZONO W RAMACH PROJEKTU ALLES KLAR!

0 CELE

Ankieta miała na celu zbadanie zapotrzebowania na znajomość języka partnera kooperacyjnego w przedsiębiorstwach w Czechach, Polsce, Niemczech, Austrii i na Słowacji. Główny nacisk został położony na określenie zapotrzebowania według branż oraz konkretnych grup zawodowych względnie stanowisk w przedsiębiorstwie. Ponadto zbadano, na czym bazują przedsiębiorstwa oceniając znajomość języka oraz w jaki sposób wspierają naukę języków obcych swoich pracowników.

Przeprowadzenie ankiety było punktem wyjścia dla jakościowego ustalenia pól działania językowego w poszczególnych zawodach, dla których znajomość języka jest ważna. Po ewaluacji wyników ankiety nastąpiły wywiady z pracownikami firm, które wzięły w niej udział.

Uzyskane dane były przydatne w określeniu grup docelowych do rozwoju ofert nauki, które powstały w ramach projektu JASNE.

1 UDZIAŁ CAŁKOWITY

Ankieta została przesłana przez partnerów projektu JASNE do przedsiębiorstw w krajach uczestniczących w projekcie. Badanie zostało przeprowadzone przy pomocy ankiety internetowej, która miała na celu zbadać zapotrzebowanie na konkretny język docelowy, język partnera kooperacyjnego w kraju sąsiedzkim[1]. Zwrócono się również do Polsko-Niemieckiej Izby Przemysłowo-Handlowej, Czesko-Niemieckiej Izby Przemysłowo-Handlowej jak również Dolnoaustriackiego Instytutu Państwowego w Austrii i Uniwersytetu Komeńskiego w Bratysławie na Słowacji. Do badań włączono także przedsiębiorstwa transportowe i spółki kolejowe, które nie znajdowały się w sieci kontaktów izb handlowych. Decydującą rolę odegrała ankieta niereprezentacyjna w celu zbadania zapotrzebowania na materiały językowe dla specyficznych grup zawodowych w sieciach kontaktów partnerów projektowych, która poprzedzała badanie. Według nich duże zainteresowanie materiałami dla specyficznych grup zawodowych wykazują kolejarze i kierowcy samochodów ciężarowych w ruchu transgranicznym.

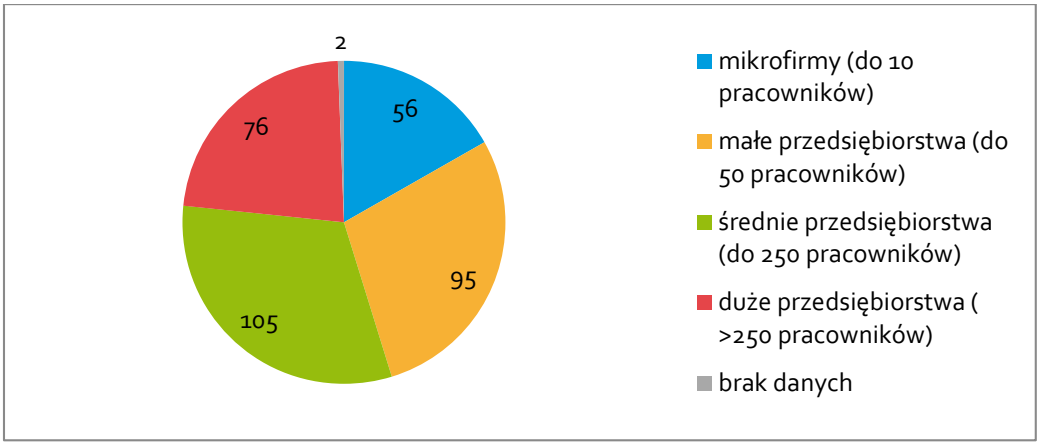
Ponieważ nie udało się nam dotrzeć do wszystkich branż w równym stopniu, badanie nie może być uznane za reprezentacyjne dla wszystkich firm w wymienionych krajach. Dane umożliwiają jednak wiarygodne orzeczenia dotyczące zapotrzebowania na języki w firmach w poniżej wymienionych gałęziach gospodarki, którzy mają w pięciu krajach partnerów kooperacyjnych[2].

Ankieta została wypełniona przez 334 przedsiębiorstwa. Poprzez dużą sieć kontaktów i wielokrotne celowe pytanie firm członkowskich izb handlowych otrzymaliśmy wiele odpowiedzi. Około 60% firm biorących udział w badaniu można przyporządkować do małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP).

[1] Badano zapotrzebowanie na język niemiecki w polskich, czeskich i słowackich przedsiębiorstwach (wersje językowe PLDE, CZDE, SKDE) i zapotrzebowanie na język czeski, polski lub słowacki w niemieckich i austriackich przedsiębiorstwach (wersje językowe: DECZ, DEPL, DESK).

[2] W ankiecie nie uwzględniono zapotrzebowania na język czeski lub słowacki w polskich przedsiębiorstwach czy zapotrzebowania na język polski w czeskich lub słowackich w przedsiębiorstwach.

a) Przedsiębiorstwa uczestniczące według wielkości



b) Przedsiębiorstwa uczestniczące według krajów[3]

Niemcy i Austria	Polska	Czechy	Słowacja
131	125	70	8

Przedsiębiorstwa zostały poinformowane pisemnie bądź ustnie, że ankieta ma na celu określenie zapotrzebowania na pracowników posługujących się językiem obcym w zakresie języka danego partnera kooperacyjnego. Dlatego tylko niewielu ankietowanych podało, że takie zapotrzebowanie nie występuje[4]. Określono zapotrzebowanie język niemiecki w Polsce, Czechach i na Słowacji, na język polski i czeski w Niemczech oraz na język słowacki i czeski w Austrii.

c) Przedsiębiorstwa, które wykazują zapotrzebowanie na przynajmniej jedno stanowisko pracownicze ze znajomością języka: według języków docelowych

Język niemiecki jako obcy w		
Polsce	Czechach	na Słowacji
124	70	6

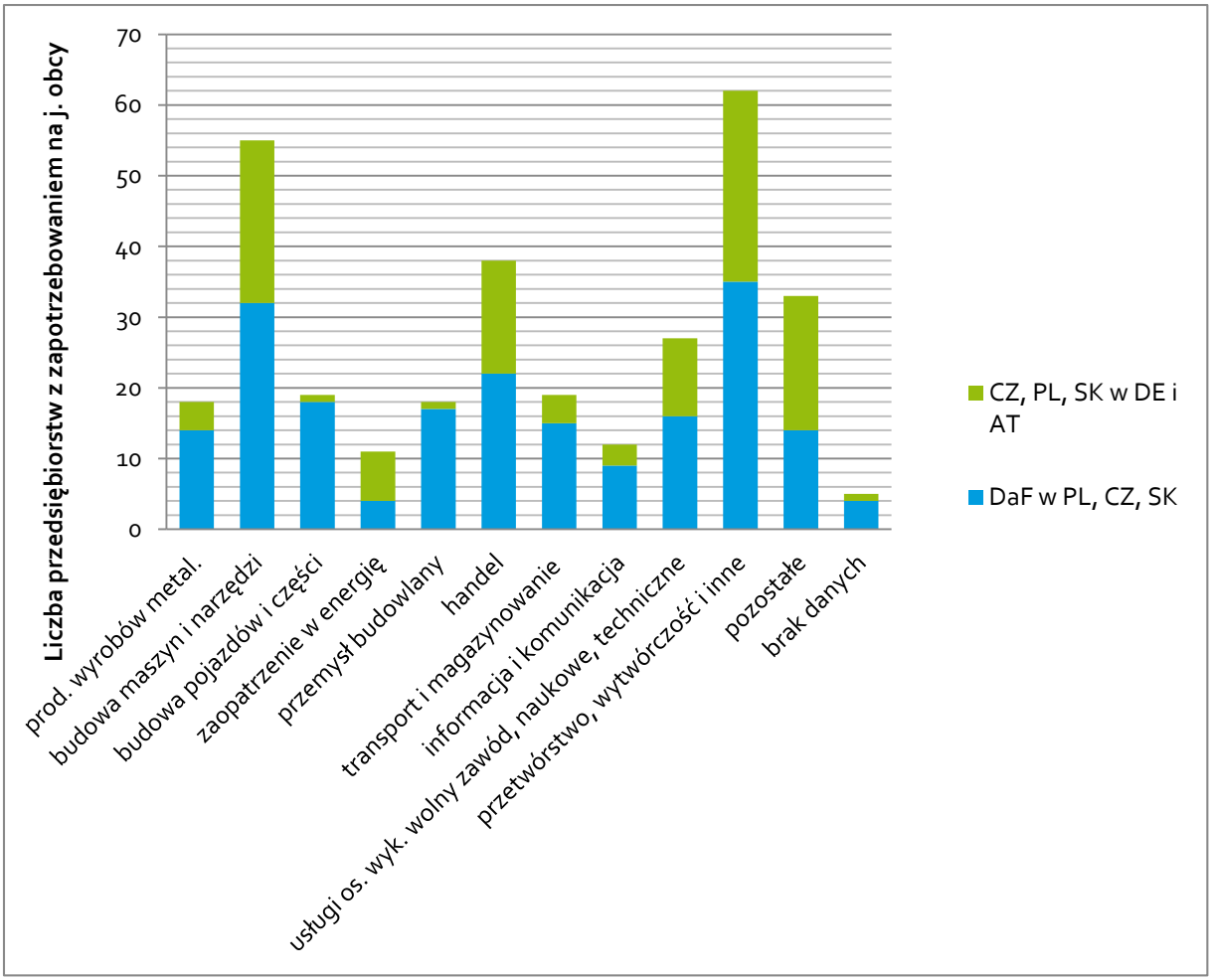
Polski	Czeski	Slowacki
jako język obcy w Niemczech i Austrii		
85	15	7

d) Przedsiębiorstwa, które wykazują zapotrzebowanie na przynajmniej jedno stanowisko pracownicze ze znajomością języka: według branż i języków docelowych

Przedsiębiorstwa zostały poproszone w ankietach o podanie przynależności do branży. Następnie nastąpiło przyporządkowanie do gałęzi gospodarki według Statystycznego Urzędu Federalnego (WZ2008) odpowiednio do własnej oceny i profilu firmy.

[3] według danej siedziby lub filii

[4] Wszystkie następujące liczby i dane odnoszą się do firm, które wykazały zapotrzebowanie, tzn. na przynajmniej jedno stanowisko pracy w przedsiębiorstwie ze znajomością języka partnera kooperacyjnego.



Do zakresu usług osób wykonujących wolny zawód, naukowych i technicznych należą obok biur inżynierskich przede wszystkim firmy doradcze. Wszystkie firmy, które reprezentowane były w mniej niż 3%, zostały ujęte w „pozostałj przetwórczej działalności gospodarczej" bądź w „pozostałych". Do pierwszej grupy należą np. producenci artykułów spożywczych, wytworów chemicznych i materiałów budowlanych jak również producenci części i sprzętów elektronicznych oraz tworzyw sztucznych, używanych nie tylko do produkcji pojazdów. Druga grupa obejmuje obok przedsiębiorstw branży turystycznej i usuwania ścieków także usługi finansowe, ogranizatorów targów i ośrodków kształcenia.

STRESZCZENIE I PORÓWNANIE

Reakcja na ankietę wskazuje na to, że język niemiecki jako obcy obok języka angielskiego nadal odgrywa ważną rolę w komunikacji biznesowej. Zaskakujący jest także popyt na pracowników posługujących się językiem polskim w Niemczech. Stosunkowo mała liczba niemieckich przedsiębiorstw zgłosiła zapotrzebowanie na język czeski i słowacki. Generalnie należy zwrócić uwagę na to, że odpowiedzi na ankietę napływały dobrowolnie i wiele przedsiębiorstw szybko odrzucało dodatkowe zobowiązania pod presją czasu[5].

Sektor przemysłowy / przetwórczej działalności gospodarczej (przede wszystkim produkcja wyrobów metalowych, budowa maszyn i urządzeń i pojazdów) wykazuje zdecydowanie największe zapotrzebowanie na pracowników ze znajomością języka partnera kooperacyjnego. Tutaj wyróżnia się szczególnie budowę maszyn i urządzeń. Ważni są pracownicy ze znajomością języka obcego również dla branży samochodowej i ich

[5] Liczby w ankietach wypełnionych niekompletnie są np. dla języka czeskiego i słowackiego dwa razy wyższe niż w ankietach wypełnionych kompletnie.

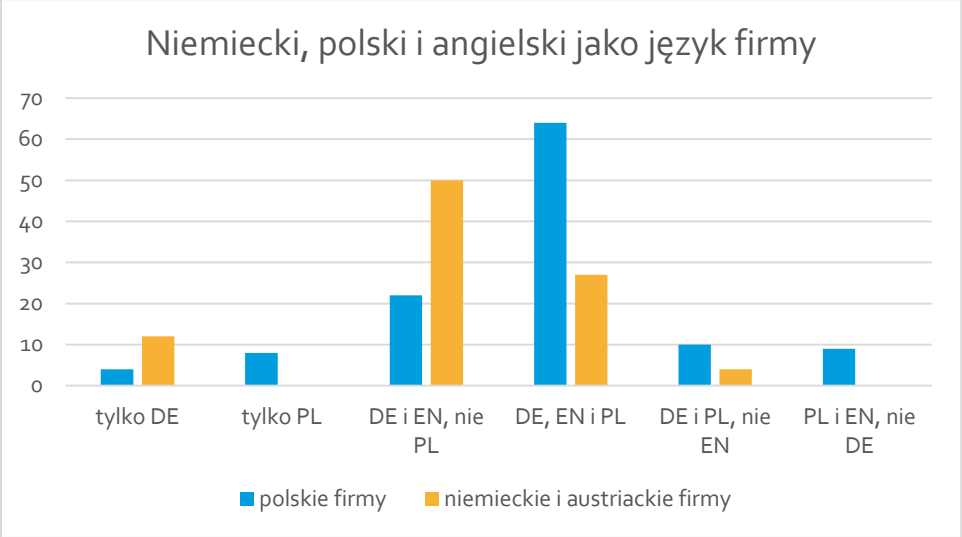
partnerów handlowych względnie ogólnie dla producentów wyrobów metalowych, elektroniki i tworzyw sztucznych. Oprócz tego ankieta wykazała także zainteresowanie przedsiębiorstw transportowych. Stosunkowo niezależnie od państwa czy języka wyjściowego występuje wyraźne zapotrzebowanie na znajomość języka w handlu i w działach usług naukowych, administracyjnych i technicznych dla gospodarki (do nich należą przede wszystkim firmy doradcze – dział kadr, marketingu, zarządzania i prawny - jak również laboratoria i biura inżynierskie).

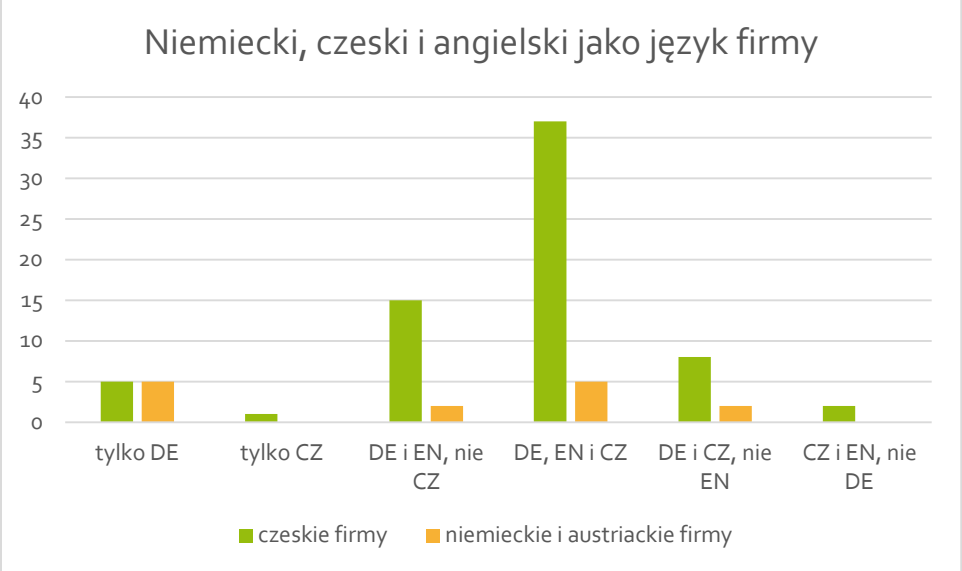
Biorąc pod uwagę popyt na język polski, czeski i słowacki z osobna, szczególną uwagę w tym porównaniu zwraca na siebie to, że te języki odgrywają stosunkowo małą rolę dla niemieckich i austriackich przedsiębiorstw w branży budowlanej i producji pojazdów.

2 JĘZYKI OBCE W PRZEDSIĘBIORSTWIE

a) Jakimi językami posługują się oficjalnie pracownicy w przedsiębiorstwie?

Następujące wykresy obrazują, jakimi językami posługują się oficjalnie pracownicy przedsiębiorstw.

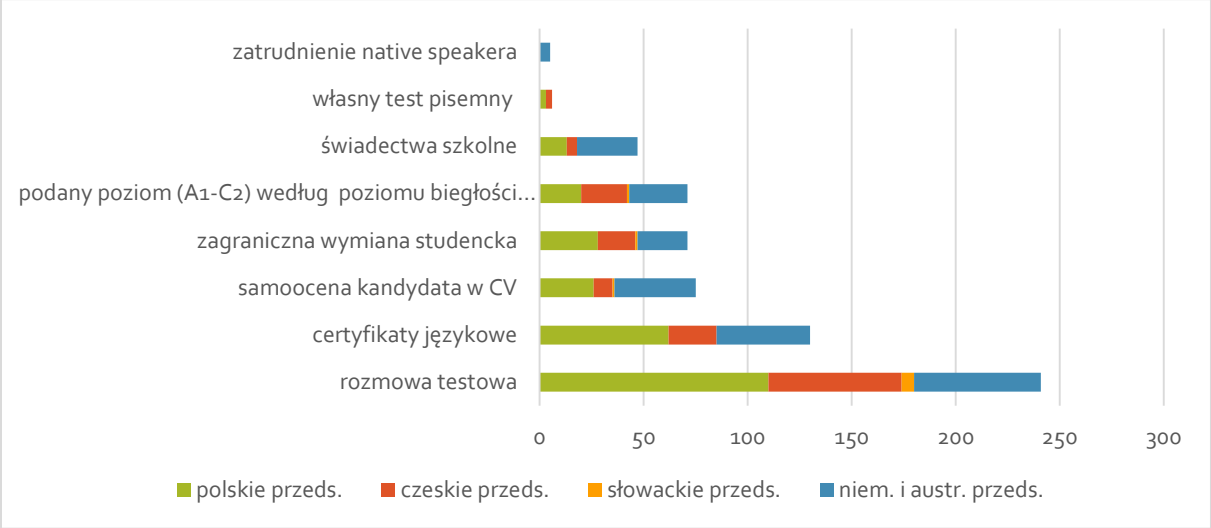




Ponadto firmy podały inne języki oficjalne. Często wymieniano język rosyjski, francuski i włoski. W przedsiębiorstwach działających na rynkach światowych dochodzą język arabski i chiński. Z liczb wynika, że ponad 75% ankietowanych przedsiębiorstw działa dwujęzycznie. W przedsiębiorstwach zarówno polskich jak i

czeskich jedynymi językami firmy są często język angielski i niemiecki. Niecałe 40% stawia na strategię wielojęzyczności (przynajmniej EN, DE i PL lub CZ).

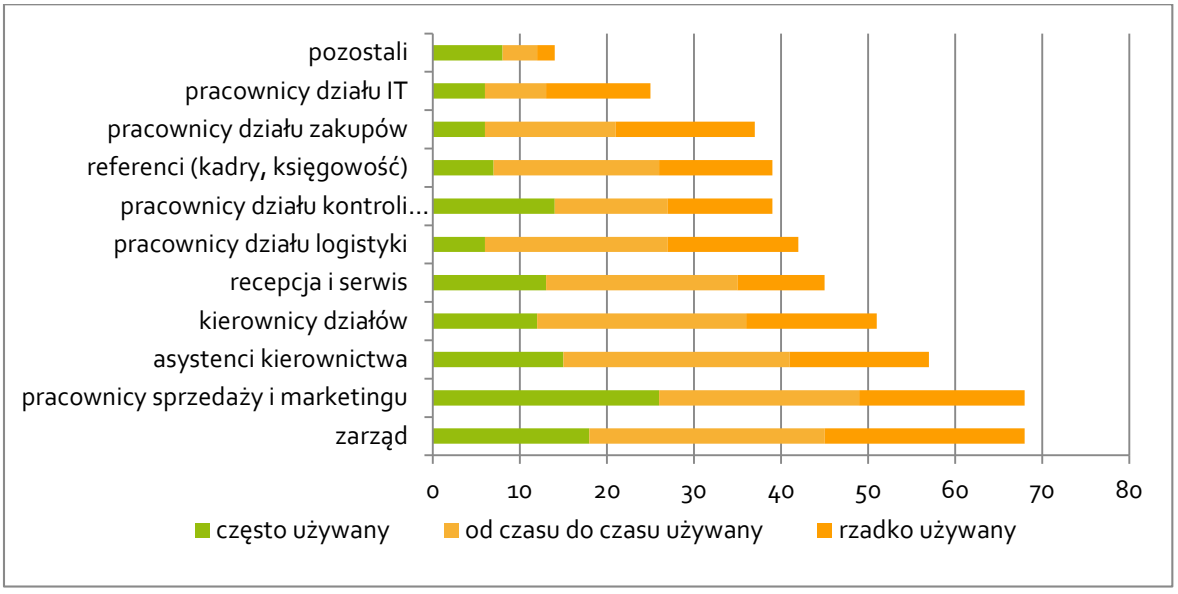
b) Na czym bazują przedsiębiorstwa (działy kadr) oceniając znajomość języka kandydatów na stanowiska pracy?



3 ZAPOTRZEBOWANIE WEDŁUG STANOWISK PRACY I GRUP ZAWODOWYCH[6]

3.1 ZAPOTRZEBOWANIE NA JĘZYK POLSKI, CZESKI BĄDŹ SŁOWACKI W NIEMIECKICH I AUSTRIACKICH PRZEDSIĘBIORSTWACH

a) Na jakich stanowiskach pracy znajomość języka polskiego, czeskiego czy słowackiego jest szczególnie ważna?



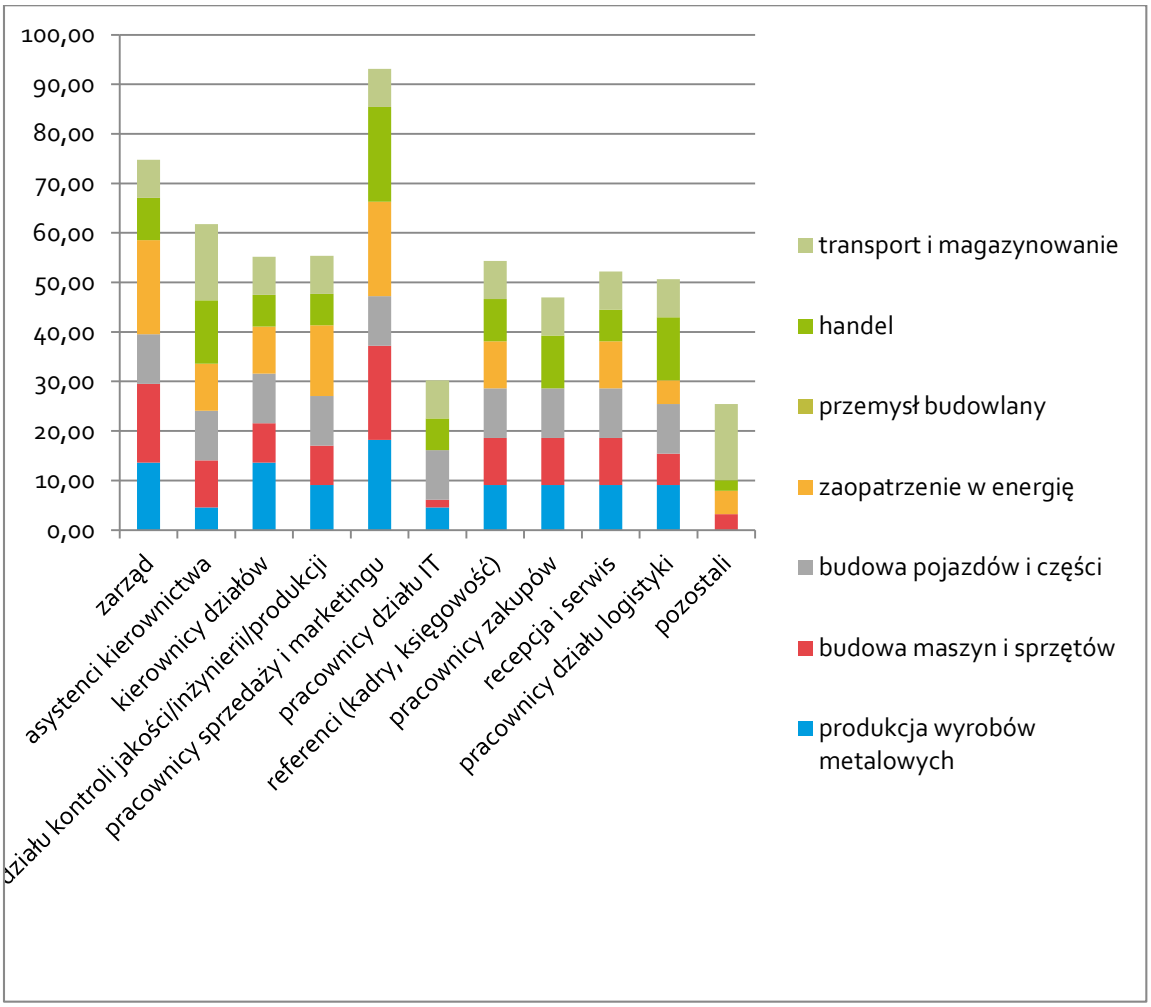
Pozostałe stanowiska:

- język czeski: dysponenci, kierowcy, maszyniści,

[6] Kategoryzacja grup zawodowych bazuje na ankiecie, którą przeprowadziła Czesko-Niemiecka Izba Przemysłowo-Handlowa wśród swoich członków.

- język polski: pracownicy Saksońsko-Polskie Centrum Kontaktów, zarządzanie projektami, komunikacja koncernowa,
- język słowacki: pracownicy naukowi i wykładowcy.

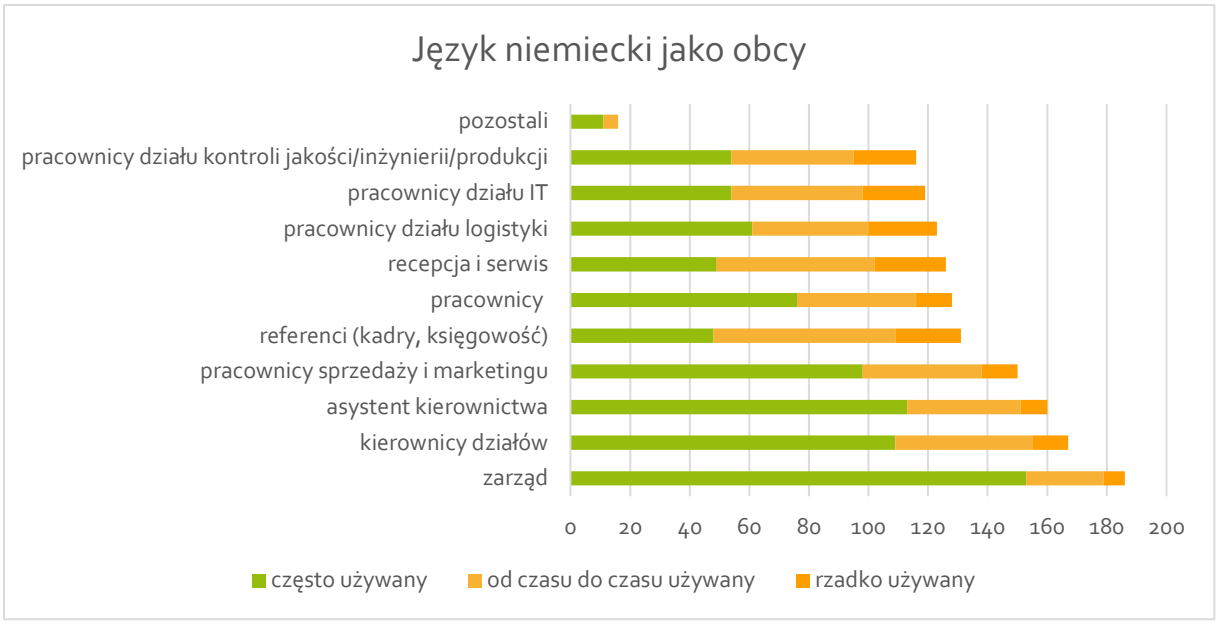
b) Zapotrzebowanie na znajomość języka czeskiego, polskiego czy słowackiego w %: Różnice według branż



Uwzględnione zostały stanowiska, które przynajmniej często lub od czasu do czasu wykazują zapotrzebowanie na języki obce.

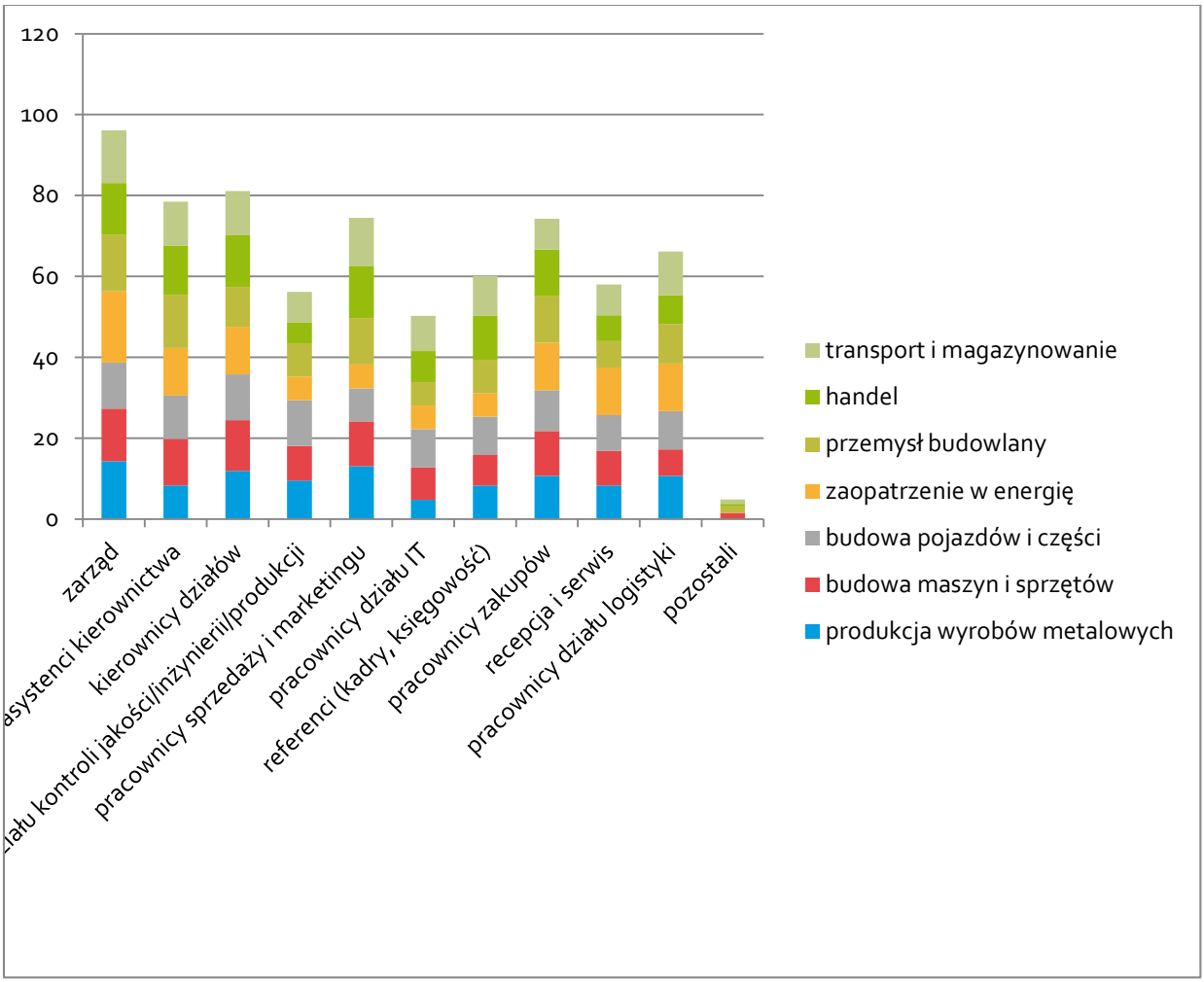
3.2 ZAPOTRZEBOWANIE NA ZNAJOMOŚĆ JĘZYKA NIEMIECKIEGO W CZESKICH, SŁOWACKICH I POLSKICH PRZEDIĘBIORSTWACH

a) Na jakich stanowiskach znajomość języka niemieckiego jest szczególnie ważna?



Pozostałe: konstruktorzy (wielokrotnie), Controlling (wielokrotnie), pozostała administracja firmy, maszyniści, technicy serwisowi, pracownicy helpdesku, elektrycy

b) Zapotrzebowanie na znajomość języka niemieckiego w %: Różnice według branż



Uwzględniono stanowiska, które przynajmniej często lub od czasu do czasu wymagają znajomości języka obcego.

STRESZCZENIE I PORÓWNANIE

Na następujących stanowiskach pracy istnieje w przedsiębiorstwach największe zapotrzebowanie na pracowników ze znajomością języka patnera kooperacyjnego, niezależnie od siedziby i branży:

- kierownictwo & asystentka kierownictwa
- menedżerowie zarządzania przedsiębiorstwem i zadaniami
- pracownicy działu sprzedaży i marketingu

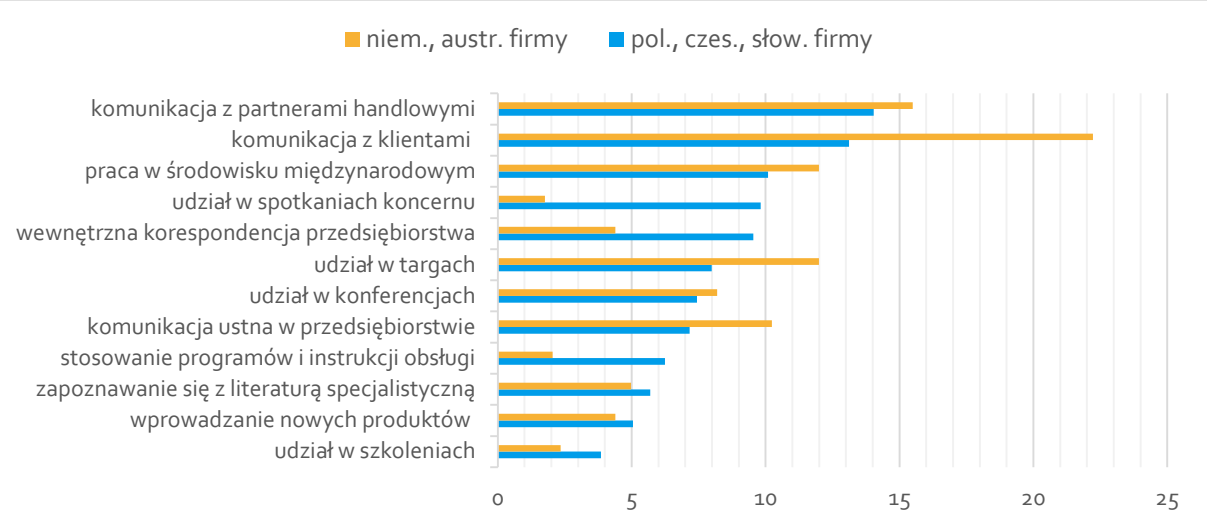
W czeskich, polskich i słowackich przedsiębiorstwach rozpoznawalne jest zapotrzebowanie na pracowników ze znajomością języków obcych we wszystkich działach przedsiębiorstw. Od pracowników działu księgowego względnie działu kadr i zakupów często wymaga się znajomości języka niemieckiego. Zapotrzebowanie na język czeski, polski lub słowacki jest stosunkowo nieznaczne.

Dla menedżerów i asystentów kierownictwa znajomość języka obcego jest we wszystkich branżach w równym stopniu ważna i wymagana. Biorąc pod uwagę gałęzie przemysłu / przetwórczą działalność gospodarczą (produkcja wytworów metalowych, budowa pojazdów i ich partnerzy handlowi, budowa maszyn i urządzeń) widoczne jest, że w Czechach i Polsce obok asystentów kierownictwa oraz działu sprzedaży i marketingu przede wszystkim pracownicy i kierownicy działów produkcji i inżynierii oraz pracownicy w dziale zakupów posługują się językiem niemieckim.

Pod „pozostałymi" stanowiskami, dla których ważna jest znajomość języków obcych, wielokrotnie wymieniono konstruktorów. Branża logistyczna podała wśród „pozostałych" maszynistów, kierowców i dyspozytorów.

3.3 ZAKRES ZASTOSOWANIA I SYTUACJI KOMUNIKACYJNYCH W PRZEDSIĘBIORSTWACH

W jakim celu pracownicy potrzebują znajomości języka?



Ponadto firmy przytoczyły następujące sytuacje, w których język obcy jest konieczny:

- Polskie, czeskie i słowackie przedsiębiorstwa:
  - udział w spotkaniach biznesowych, które są ogranizowane np. przez ambasady z niemieckiego obszaru językowego,

- tłumaczenia,
- przygotowywanie tekstów na prezencję internetową,
- regularna komunikacja wewnątrz koncernu (marketing, sprzedaż, kierownictwo),
- planowanie,
- komunikacja z pracownikami przedsiębiorstwa.

- Niemieckie i austriackie przedsiębiorstwa:
  - organizacja projektów,
  - komunikacja z firmami logistycznymi,
  - komunikacja z firmą podwykonawczą, związaną z zakładem,
  - komunikacja w koncernie.

STRESZCZENIE I PORÓWNANIE

Dla większości firm w komunikacji z partnerami kooperacyjnymi, handlowymi i klientami posługiwanie się językami obcymi znajduje się na pierwszym miejscu, niezależnie od języka docelowego. Obszary zastosowania różnią się od siebie tym, czy chodzi o język niemiecki jako obcy dla czeskich, słowackich i polskich firm czy też o inne języki docelowe dla niemieckich i austriackich firm.

Porównanie: sytuacje zastosowania języków obcych według ważności (w porządku malejącym)[7]:

Język niemiecki jako obcy	Język czeski, polski lub słowacki jako obcy
2. Komu. z partnerami handlowymi (14%) 3. Komunikacja z klientami (13%) 4. Praca w środowisku międzynarodowym (10%) 5. Udział w spotkaniach koncernu (10%) 6. Wewnętrzna korespondencja przedsiębiorstwa (10%) 7. Udział w targach (8%)	1. Komunikacja z klientami (26%) 2. Komu. z partnerami handlowymi (15%) 3. Praca w środowisku międzynarodowym (12%) 4. Udział w targach (12%)

Według tego punkt ciężkości użytkowania języka w niemieckich i austriackich firmach kładzie się na komunikację zewnętrzną, podczas gdy w odpowiedziach polskich, czeskich i słowackich firm konieczność komunikacji w odzwierciedla się w komunikacji wewnątrzkoncernowej. Ten fenomen można wytłumaczyć tym, że wiele ankietowanych polskich i czeskich przedsiębiorstw jest częścią firm i koncernów działających w całej Europie, których spółki dominujące znajdują się w Niemczech.

4 NAUKA JĘZYKÓW W PRZEDSIĘBIORSTWIE

4.1 WYMAGANIA I MOTYWACJA

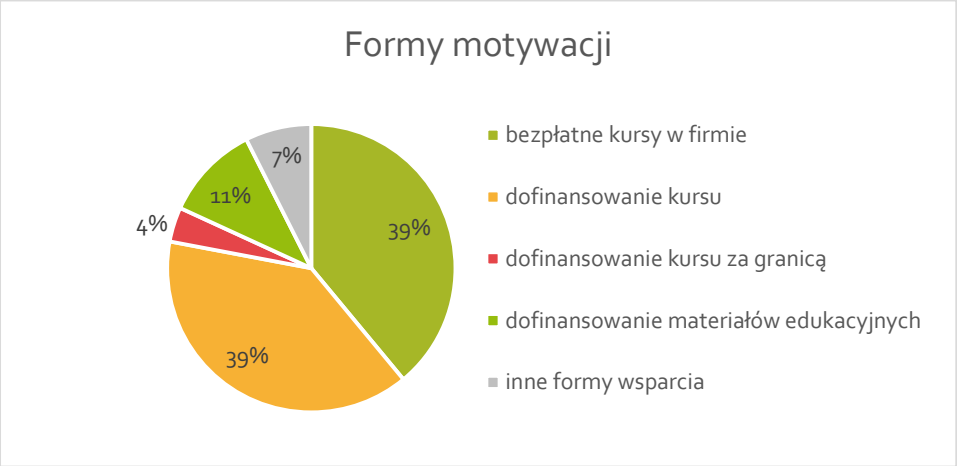
a) Czy motywują Państwo swoich pracowników, by doskonalili swoje znajomości języków?

70% pracodawców podaje, że aktywnie zachęca pracowników do nauki języków.

Tylko 18% nie motywuje pracowników bezpośrednio.

[7] Na liście uwzględniono przypadki, które pokrywają co najmniej 60% wszystkich sytuacji zastosowania.

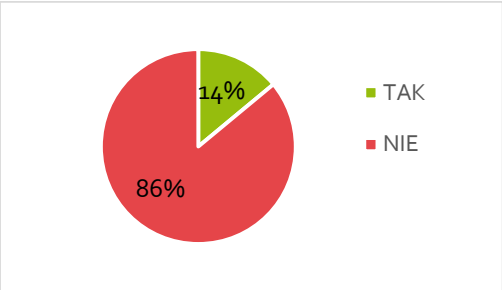
b) Jak firmy motywują swoich pracowników do nauki języków obcych?[8]



Do innych form motywacji należą:

- trening poprzez konwersacje w czasie pracy; dopasowanie czasu pracy do nauki indywidualnej
- stopniowana płaca; dodatki za znajomość do trzech języków; premie (za zdany test)
- praca w projektach międzynarodowych; zaangażowanie w życie firmy; udział w międzynarodowych konferencjach
- możliwość wymiany zagranicznej
- Praca w spółce dominującej w Niemczech; umożliwienie pobytu podczas urlopu w oddziałach zagranicznych przedsiębiorstwa; krótkie pobyty zagraniczne
- Udostępnienie pomieszczeń na cele kursów językowych w firmie
- Umożliwienie udziału w kursie w godzinach pracy
- Zajęcia edukacyjne
- Codzienna korespondencja wielojęzyczna z pracownikami

c) Czy istnieją wewnętrzne przepisy, według których kształcenie językowe powinno być przeprowadzane?

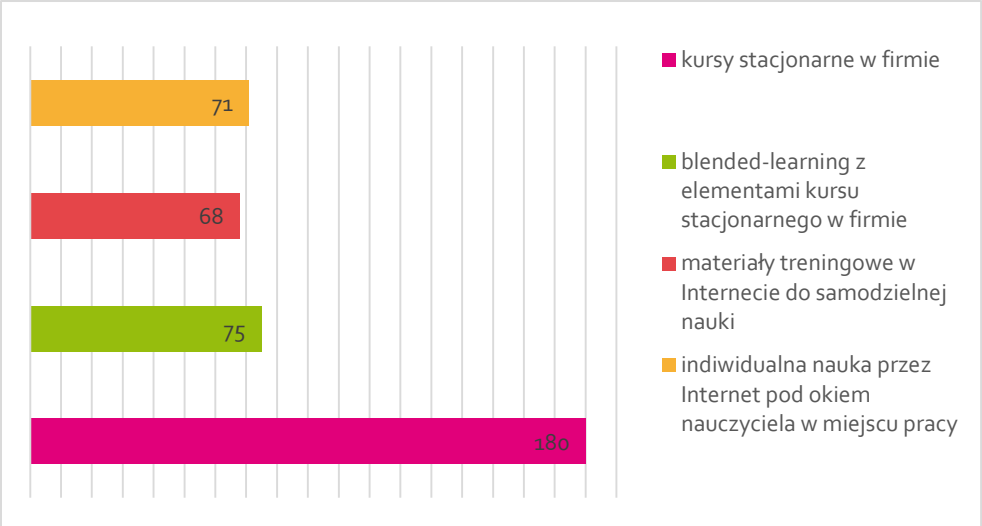


46% firm, które dysponują wewnętrznymi przepisami do kształcenia językowego, działają w obszarze budowy maszyn i sprzętu oraz budowy pojazdów. Jasne przepisy posiadają także cztery duże przedsiębiorstwa transportowe.

4.2 FORMY NAUKI I MATERIAŁY

a) W jakiej formie powinny zdaniem firm odbywać się programy treningowe dla pracowników?[9]

[8] Odpowiedzi wielokrotnego wyboru były możliwe.
[9] Możliwe było podanie wielu odpowiedzi.



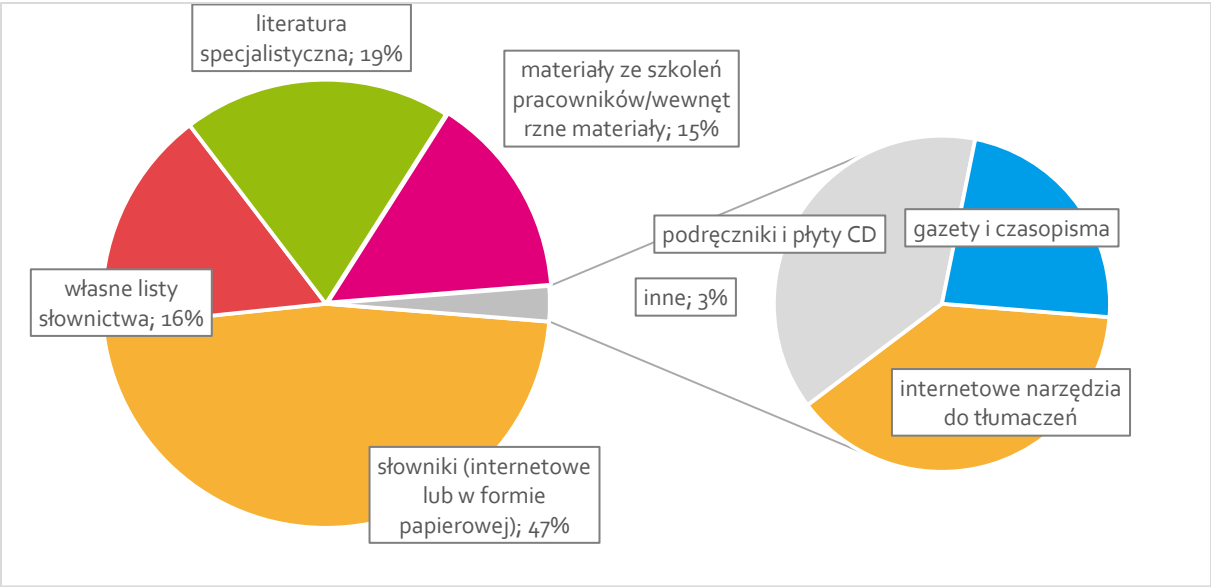
Inne:

- kursy stacjonarne poza firmą; kursy językowe za granicą; podróże edukacyjne, kursy językowe izby przemysłowo-handlowej,
- udział w seminariach specjalistycznych dla zbliżonych branż,
- total immersion,
- płyty CD i podręczniki,
- kursy konwersacyjne; kursy języków specjalistycznych ; tygodniowe intensywne kursy językowe,
- wszystko jako uzupełnienie kursów stacjonarnych,
- własne materiały dopasowane do potrzeb firmy, z naciskiem na słownictwo specjalistyczne,
- żadne z nich,
- urlop w Polsce,
- indywidualny kurs języka przez Internet i przy pomocy innych materiałów edukacyjnych, niezależny od miejsca pracy pod okiem nauczyciela,
- zaproszenie czeskich klientów do firmy; spotkania z rodzimym użytkownikiem języka (native speaker).

b) Ile firm stosuje Systemy Zarządzania Nauczaniem (Learning Management System) i jakie?

Łącznie tylko 10 z zapytanych przedsiębiorstw korzysta z wewnątrzfirmowych platform dokształcających. 4 razy wymieniono Moodle, do pozostałych należą Ilias, Lecturino, Blackboard jak również bliżej nieokreślone wewnątrzfirmowe narzędzie.

c) Z jakich materiałów / narzędzi pomocniczych korzystają pracownicy w przedsiębiorstwach?



STRESZCZENIE

Zauważalne jest, że dla większości firm idealną formą nauki języków jest kurs stacjonarny poszerzony o podręczniki i płyty CD, specjalnie przygotowane skypty. Co najmniej 60% przedsiębiorstw wspiera tę formę nauki w jakiejś formie, czy to poprzez wewnętrzną organizację kursu względnie poprzez dofinansowanie kursu lub zakup materiałów do nauki języka. Mimo to, więcej niż połowa firm otwarta jest na nauczanie przy pomocy narzędzi internetowych i interaktywnych materiałów treningowych. Jeśli chodzi o codzienne materiały pomocnicze, to materiały i narzędzia dostępne w Internecie spotykają się z dużą aprobatą (np. narzędzia tłumaczeniowe czy słowniki internetowe).

Do tego dochodzi niewielkie rozpowszechnienie Systemów Zarządzania Nauczaniem wykorzystywanych na lekcjach języka w firmach. Wytłumaczeniem tego może być fakt, że w większości firm za kursy odpowiedzalne są zewnętrzne szkoły językowe oraz lektorzy i tym samym decydują o materiałach i użytkowaniu platform edukacyjnych.

Autor: Karin Schöne; C) Projekt JASNE – Alles klar! Mehrsprachig handeln mit Erfolg

Program Uczenie się przez całe życie

Ten projekt został zrealizowany przy wsparciu finansowym Komisji Europejskiej. Projekt lub publikacja odzwierciedlają jedynie stanowisko ich autora i Komisja Europejska nie ponosi odpowiedzialności za umieszczoną w nich zawartość merytoryczną.