

ROZDZIAŁ 3

*Magda Grzybowska**

Germanista na rynku nowoczesnych usług biznesowych Wyniki projektu „Trendy na rynku pracy a znajomość języków obcych”

1. Wprowadzenie

W ostatnich latach w Polsce niezwykle dynamicznie rozwija się sektor nowoczesnych usług biznesowych. Dotyczy to również Łodzi, która znajduje się w czołówce miast chętnie wybieranych przez inwestorów zagranicznych. Centra te, ze względu na rodzaj i zasięg wykonywanych usług, stały się jednym z najważniejszych pracodawców na łódzkim rynku pracy. Zatrudnienie w nich znajduje m.in. wielu absolwentów kierunków filologicznych. Szczególnym zainteresowaniem cieszą się studenci filologii germańskiej, którzy często już podczas studiów znajdują zatrudnienie w firmach poszukujących osób z dobrą i bardzo dobrą znajomością języka. Poniższy artykuł stanowi podsumowanie wyników studenckiego projektu badawczego, przeprowadzonego we współpracy z jednym z centrów z sektora BPO (Business Process Outsourcing) i jednocześnie partnerem Wydziału Filologicznego Uniwersytetu Łódzkiego¹. W pierwszej części zostanie krótko omówiony rozwój sektora nowoczesnych usług biznesowych w Polsce i w Łodzi na podstawie najnowszego raportu ABSL². Następnie zostanie przedstawione zapotrzebowanie na

* Uniwersytet Łódzki, Instytut Filologii Germańskiej.

¹ Nazwa firmy została pominięta z uwagi na poufne informacje.

² Związek Liderów Sektora Usług Biznesowych (ABSL) – wiodąca organizacja reprezentująca nowoczesne usługi dla biznesu w Polsce, która cyklicznie publikuje szczegółowe raporty dla swoich członków i firm związanych z tym sektorem. Źródło: www.absl.pl [dostęp: 01.03.2018].

języki obce, ze szczególnym uwzględnieniem języka niemieckiego. Na końcu natomiast zaprezentowane zostaną wybrane wyniki ankiety przeprowadzonej na grupie pracowników działu niemieckojęzycznego firmy.

2. Rozwój sektora nowoczesnych usług biznesowych w Polsce

Systematyczny wzrost zatrudnienia, jak również poszerzenie i zróżnicowanie zakresu działalności firm z sektora BPO, SSC, IT oraz R&D pozwalają na zaliczenie Polski do grona krajów wiodących w Europie, związanych z usługami dla biznesu. Za wyborem Polski przemawiają stosunkowo niskie płace oraz wysoki poziom edukacji obcojęzycznej (Kiefer, Szerszeń 2015: 133–134). Według danych z raportu ABSL (2017) tylko pomiędzy I kwartałem 2016 roku a I kwartałem 2017 roku liczba pracowników w tym sektorze wzrosła o 32 tys. osób, z czego aż 75% miejsc pracy stworzyły firmy z kapitałem zagranicznym. Całkowite zatrudnienie w tych centrach wynosi 244 tys. osób, w tym zaledwie 46 tys. w polskich i aż 198 tys. w zagranicznych. Pod względem liczby pracowników w sektorze dominują centra usług wspólnych (SSC – 35%), IT (30%), jak również centra outsourcingowe (BPO – 21%) i R&D (14%) (ABSL 2017: 6–9).

Centra usług dla biznesu wybierają na swoje siedziby różne miasta w Polsce. I chociaż pod względem liczby zatrudnionych pracowników dominują takie ośrodki, jak: Kraków (ok. 56 tys. osób), Warszawa (ok. 43 tys. osób) i Wrocław (ok. 40 tys. osób), to dalej w zestawieniu znalazły się również: Trójmiasto i Aglomeracja Katowicka (po ok. 19 tys. osób), Łódź (ok. 18 tys. osób) oraz Poznań (ok. 13,5 tys. osób). W Łodzi sektor nowoczesnych usług dla biznesu stał się jednym z największych i najważniejszych pracodawców. W I kwartale 2017 roku liczba centrów wynosiła tutaj 70. O niezwykle dynamicznym rozwoju sektora ww. usług w Łodzi świadczy również 16% wzrost zatrudnienia, co plasuje miasto na trzecim miejscu, zaraz po Poznaniu (19%) i Wrocławiu (17%) (ABSL 2017: 10–14).

Ze względu na duże zapotrzebowanie i dogodne warunki sektor nowoczesnych usług biznesowych w Polsce coraz bardziej rozszerza zasięg swoich świadczeń na podmioty zagraniczne. Największy odsetek centrów specjalizuje się w obsłudze klientów z Europy Zachodniej (88%) i Polski (81%). 67% usługobiorców stanowią podmioty z Europy Środkowo-Wschodniej, 60% – z krajów nordyckich, i aż 55% – z USA. Warto dodać, że zasięg geograficzny usług obejmuje również takie kierunki, jak Bliski Wschód i Afryka (41%) czy Azja wraz z Australią i Oceanią (33%) (ABSL 2017: 30).

Szeroki wachlarz świadczeń dla tak odległych miejsc na świecie sprawia, że kluczową umiejętnością potrzebną nie tylko do komunikacji

zawodowej, ale również przeprowadzenia większości procesów jest znajomość języków obcych. Pracodawcom zależy na pozyskaniu możliwie jak najlepiej wykwalifikowanej kadry, co oznacza stopniowy wzrost konkurencji o talenty, szczególnie w kontekście posługiwania się dodatkowymi językami obcymi (ABSL 2016: 32). W centrach usług w Polsce wykorzystuje się ich w sumie aż 38. Do najpopularniejszych zaliczają się odpowiednio: angielski, polski, niemiecki, francuski, hiszpański oraz włoski. Należy zwrócić uwagę, iż w zestawieniu, obok popularnych języków europejskich, pojawiła się także niewielka, bo licząca sobie zaledwie kilka procent, kategoria „inne”, w której znalazły się tak niszowe języki, jak hindi, urdu czy suahili. Najbardziej pożądana na rynku pracy okazała się jednak znajomość języka niemieckiego (68%). Kolejne miejsca zajęły język francuski (34%) oraz języki nordyckie (31%) (ABSL 2017: 32–33).

3. Zapotrzebowanie na język niemiecki

Ze względu na położenie geograficzne, jak również intensywne kontakty gospodarcze (Niemcy są dla Polski kluczowym partnerem handlowym) zapotrzebowanie na język niemiecki staje się niemal oczywiste. Polska uzyskała również dobre opinie obserwatorów zagranicznych. Doceniony został wysoki poziom kształcenia, szczególnie w zakresie edukacji obcojęzycznej. Oprócz tego pozytywnie oceniono wykwalifikowaną kadrę oraz rozbudowaną sieć dostawców dla najważniejszych branż gospodarki niemieckiej (Kiefer, Szerszeń 2015: 132). Według Ammona (2010: 96 w: Kiefer, Szerszeń 2015: 130), choć to angielski jako „język międzynarodowych kontaktów i negocjacji” nadal panuje w niemieckim przemyśle, to od niedawna zauważa się jednak tendencję do zachowania języka niemieckiego w multinarodowych firmach wywodzących się z Niemiec.

Zakres działalności, w których wykorzystuje się język niemiecki, rozszerza się na coraz więcej branż. Wachlarz usług operacyjnych istotnych dla działań na rynku polsko-niemieckim jest bardzo szeroki, począwszy od nabywania i kupowania, poprzez produkcję i wytwarzanie, a skończywszy na sprzedaży i zbyciu wraz z usługami doradczymi i serwisowymi (Kiefer, Szerszeń 2015: 133). Na polskim rynku pracy można wyodrębnić konkretne branże i obszary zawodowe, w których znajomość języka niemieckiego jest szczególnie ważna, a nawet konieczna do wykonywania poszczególnych zadań. Do najbardziej popularnych Kiefer i Szerszeń (2015: 133) zaliczyli branżę IT (to m.in. programiści, agenci helpdesku, testerzy oprogramowania), rachunkowość finansową (np. księgowy) oraz marketing i logistykę.

Tak dynamiczny rozwój sektora nowoczesnych usług biznesowych w Polsce zaczyna wyznaczać pewne trendy i kształtuje sylwetkę potencjalnego pracownika. W związku z tym stopniowo zmienia się również rola uczelni, a tym samym sposób przygotowania studentów do wejścia na rynek pracy. Coraz ważniejszym aspektem działania szkolnictwa wyższego staje się budowanie relacji z otoczeniem społecznym i gospodarczym. Zadania uniwersytetu nie ograniczają się już do tradycyjnego kształcenia i przeprowadzania badań naukowych. W odpowiedzi na aktualny rynek pracy pojawiła się tzw. trzecia misja uczelni wyższych, która obejmuje relacje z sektorem przedsiębiorstw i otoczeniem społeczno-gospodarczym. Nawiązanie współpracy uczelni z pracodawcami ma na celu wymianę doświadczeń, na którą składają się m.in. warsztaty, szkolenia oraz staże przeprowadzane dla studentów pod czujnym okiem praktyków (Goźdz-Roszkowski, Makowski 2015: 67–68). W analogiczny sposób w 2013 roku na Uniwersytecie Łódzkim powstała „lingwistyka dla biznesu”, innowacyjny i odpowiadający wymaganiom obecnego rynku pracy kierunek studiów prowadzony przez dwa wydziały – Wydział Filologiczny oraz Wydział Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego we współpracy z firmami regionu łódzkiego³.

4. Projekt studencki „Trendy na rynku pracy a znajomość języków obcych”

Ze względu na tak prężnie rozwijający się sektor nowoczesnych usług dla biznesu w Łodzi oraz duże zainteresowanie rolą języka obcego w środowisku biznesowym w ramach zajęć uczelnianych „praca projektowa: tłumaczeniowa lub biznesowa”, prowadzonych na filologii germańskiej na II roku studiów magisterskich, powstał pomysł przeprowadzenia projektu studenckiego we współpracy z jedną z firm regionu łódzkiego. Celem projektu zatytułowanego „Trendy na rynku pracy a znajomość języków obcych” było sprawdzenie wpływu znajomości języka obcego (innego niż język angielski) na otrzymanie miejsca pracy w sektorze nowoczesnych usług biznesowych w Łodzi. Ze względu na ograniczenia czasowe, wynikające z długości trwania semestru, projekt realizowany był od marca do czerwca 2017 roku. Praca nie otrzymała żadnego wsparcia finansowego. Wszelkie koszty wynikające z przygotowania i opracowania materiału badawczego zostały pokryte przez inicjatorki projektu, trzy studentki ostatniego semestru studiów magisterskich na kierunku filologia germańska.

Najważniejszą kwestią w pierwszej fazie prac nad projektem było wyszukanie i nawiązanie kontaktu z jedną z łódzkich firm. Do współpracy

³ Szczegółowe informacje na temat powstania, założeń oraz struktury programowej kierunku „lingwistyka dla biznesu” w: Goźdz-Roszkowski, Makowski 2015.

zaproszona została firma, która w tym czasie stała się oficjalnym partnerem Wydziału Filologicznego Uniwersytetu Łódzkiego. Przy wyborze kierowano się również tym, że w firmie znajduje się rozbudowany dział niemieckojęzyczny, w którym możliwe było przeprowadzenie badania. Wybrany respondent to centrum outsourcingowe (BPO), które istnieje na rynku łódzkim od około 15 lat. Do głównych zadań pracowników firmy należy m.in. obsługa procesów biznesowych, optymalizacja i automatyzacja procesów operacyjnych, jak również tworzenie oprogramowania. W Łodzi firma zapewnia ok. 800 miejsc pracy.

Po wstępnym wyrażeniu chęci współpracy oraz otrzymaniu oficjalnej zgody ze strony respondenta kolejnym punktem było opracowanie koncepcji pracy. Założono, że projekt studencki będzie składał się z dwóch części. Jedną część miało stanowić badanie ankietowe przeprowadzone na 50-osobowej grupie pracowników działu niemieckojęzycznego. Kwestionariusz składał się z 13 pytań, w tym: jednego otwartego, pięciu wielokrotnego wyboru oraz siedmiu jednokrotnego wyboru⁴. Drugą z nich miała być rozmowa z rekruterką firmy na temat procesu rekrutacji oraz wymagań stawianych przyszłym pracownikom. Ta część pracy została potraktowana jako uzupełnienie informacji zebranych w badaniu ankietowym. Projekt nie obejmował sprawdzenia poziomu znajomości języka angielskiego, który nie został określony jako język obcy, o czym poinformowano także ankietowanych. Podczas formułowania pytań pod uwagę wzięto konkretne czynniki, takie jak: ocena poziomu języka pracownika oraz poziom wymagany podczas rekrutacji, czas trwania nauki, częstotliwość oraz forma posługiwania się językiem w miejscu pracy, profity wynikające z dobrej znajomości języka, jak również problemy związane z wykorzystaniem języka obcego w pracy oraz propozycje ich rozwiązania. Przeprowadzone badanie było badaniem ilościowym. Rozmowa z rekruterką została potraktowana jako uzupełnienie informacji uzyskanych po wypełnieniu kwestionariuszy.

Podczas realizacji projektu napotkano na pewne przeszkody związane z jego wykonaniem. Ze względu na rozbudowane procedury biurokratyczne, wynikające m.in. z ochrony danych firmy, otrzymanie pozwolenia na wstęp do korporacji było utrudnione, co znacznie przesunęło w czasie opracowanie projektu i przejście do ostatniego etapu, czyli analizy wyników. Oprócz tego, po otrzymaniu ostatecznej zgody zarządu, okazało się, że maksymalna grupa ankietowanych wynosi 30 osób, a nie – jak wcześniej założono w pracy – 50. Zmniejszenie grupy badanych o prawie połowę mogło mieć znaczący wpływ na przebieg projektu oraz zaburzyć ostateczny

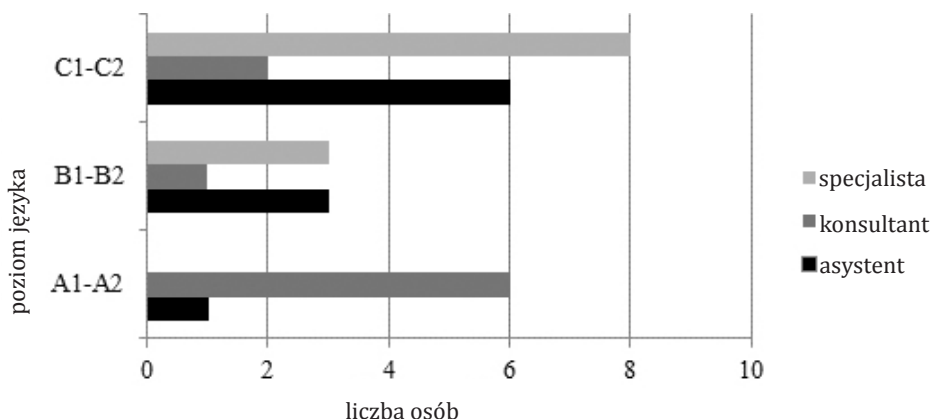
⁴ Cały kwestionariusz został zamieszczony w załączniku do niniejszej publikacji.

kształt wyników badań. Wspólnie z opiekunem naukowym pracy ustalono jednak, że przebadanie 30-osobowej grupy jest wystarczające i może stanowić dobry wstęp do prowadzenia dalszych, długofalowych prac badawczych nad znajomością języka obcego w środowisku biznesowym.

5. Analiza wyników badań

Jak już wspomniano, grupa ankietowanych liczyła ostatecznie 30 osób. Badanie na tym wycinku wykazało początkowo standardowe informacje, jak stanowisko oraz staż pracy. W zespole znalazło się 10 asystentów, 9 konsultantów oraz 11 specjalistów. Najkrótszy okres zatrudnienia wynosił jeden miesiąc, najdłuższy natomiast 3,5 roku. Przebadana grupa zajmowała się na co dzień obsługą procesów niemieckojęzycznych, dlatego też podczas analizy wyników skupiono się na znajomości języka niemieckiego wśród pracowników firmy. W niniejszej sekcji zostaną przedstawione najbardziej reprezentatywne i korespondujące ze sobą wyniki badania, które dotyczą wpływu znajomości języka obcego (w tym przypadku języka niemieckiego) na zatrudnienie w środowisku biznesowym.

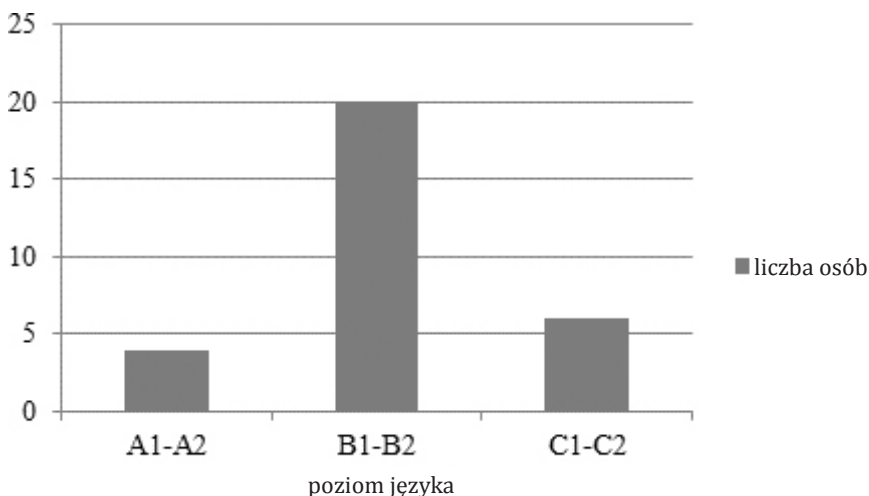
Podstawową kwestią oraz jednocześnie punktem wyjścia było określenie poziomu języka niemieckiego w przebadanej grupie. Wykres 1 stanowi podsumowanie wszystkich odpowiedzi z podziałem na konkretne stanowiska pracy.



Wykres 1. Znajomość języka niemieckiego w przebadanym zespole firmy, stan na 17.05.2017. Źródło: opracowanie własne

Z badań wynika, że grupą najlepiej władającą językiem niemieckim są specjaliści, co w obrazowy sposób oddaje wykres 1. Żadna z osób na tym stanowisku nie zaznaczyła najniższego poziomu A1–A2, co może sugerować, że ewentualny awans w firmie zależy od stopnia biegłości językowej. Należy dodać, że każdy ankietowany zaznaczył jeden z trzech podanych poziomów językowych, co wskazuje na to, że wszyscy pracownicy mogą pochwalić się co najmniej podstawową znajomością języka niemieckiego. Wniosek ten koresponduje z kolejnymi punktami kwestionariusza. Badani byli jednogłośni co do tego, że znajomość języka była warunkiem koniecznym do zdobycia danego stanowiska (pyt. nr 6, 100% pozytywnych odpowiedzi). Oznacza to, że firma nie zatrudnia pracowników bez jakichkolwiek umiejętności językowych.

Podczas rozmowy kwalifikacyjnej lub już na etapie tworzenia ogłoszenia o pracę firma określa również, jaki poziom językowy wymagany jest od kandydatów. Według rekruterki, sprecyzowanie oczekiwanego poziomu języka obcego znacznie ułatwia i przyspiesza wstępną selekcję ubiegających się o stanowisko w firmie⁵. Na to pytanie odpowiedzieli również ankietowani, co obrazuje wykres 2.



Wykres 2. Poziom języka wymagany podczas rozmowy kwalifikacyjnej. Źródło: opracowanie własne

Jak wynika z wykresu 2, większość osób przyjmowanych do pracy musiała wykazać się choćby minimalną znajomością języka. Zdecydowanie najbardziej preferowany okazał się poziom średniozaawansowany B1–B2

⁵ Informacja otrzymana podczas rozmowy z rekruterką firmy.

(według skali poziomów biegłości językowej Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego)⁶, czyli poziom tzw. samodzielności językowej. 6 osób podało również, że na etapie ubiegania się o etat w firmie wymagana była biegła znajomość języka (C1–C2).

Powyższe informacje są niezwykle cenne w kontekście analizy kolejnego z zadanych pytań. W pytaniu dotyczącym częstotliwości posługiwania się językiem w miejscu pracy aż 28 (94%) z 30 ankietowanych zaznaczyło, że codziennie wykorzystuje swoje umiejętności językowe (por. wykres 3). Tak wysoki wynik podkreśla, jak istotna jest znajomość języka obcego. Jej brak byłby zapewne kłopotliwy lub nawet uniemożliwił wykonywanie przydzielonych zadań.



Wykres 3. Częstotliwość posługiwania się językiem obcym w miejscu pracy. Źródło: opracowanie własne

Ankietowani zostali również zapytani o to, czy firma inwestuje w dodatkowe kursy językowe. W tej kwestii badani byli jednogłośni i udzielili pozytywnych odpowiedzi (pyt. nr 12, 100% na tak). W rozmowie z rekruterką ustalono, że firma dofinansowuje pracownikom szkolenia z języka niemieckiego oraz angielskiego. Świadczy to m.in. o potrzebie zachowania wysokiej jakości usług, które dzięki bardzo dobrej znajomości języka mogą być wykonywane sprawniej i dokładniej.

Podczas wywiadu z rekruterką okazało się także, że firma dużo chętniej zatrudnia osoby posługujące się językiem obcym niż wykwalifikowanych w konkretnej dziedzinie specjalistów. Manifestuje się to m.in. w dużej liczbie zatrudnianych absolwentów filologii obcych (w przypadku respondenta dotyczy to głównie absolwentów filologii germańskiej). Wynika to z faktu,

⁶Źródło: <https://www.goethe.de/z/50/commeuro/i3.html> [dostęp: 01.03.2018].

że dużo szybciej i taniej przebiega szkolenie z określonego wycinka procesu pracownika z wykształceniem filologicznym niż nauczanie specjalisty języka obcego od podstaw. Warto po raz kolejny podkreślić, że perspektywa ta jest szczególnie atrakcyjna dla filologów, ponieważ dzięki takiej polityce firmy na rynku utrzymuje się stałe zapotrzebowanie na pracowników z dobrymi i bardzo dobrymi umiejętnościami językowymi. Obala to również powszechnie panujący w społeczeństwie mit, odnoszący się do braku miejsc pracy dla absolwentów kierunków humanistycznych⁷.

6. Podsumowanie

Analiza wyników badania ankietowego wykazała, że poziom znajomości języka ma bezpośredni wpływ na zajmowane stanowisko w firmie oraz wysokość otrzymywanej pensji. Ze względu na częstotliwość posługiwania się językiem obcym w pracy jego nieznanomość uniemożliwiłaby wykonywanie poszczególnych zadań. W tym kontekście firmy preferują na swoich pracowników absolwentów neofilologii, którzy mogą pochwalić się bardzo dobrą znajomością języka obcego i elastycznością w przyswajaniu wiedzy specjalistycznej. Podczas analizy wyników zwrócono także uwagę na kwestie związane z tworzeniem pytań i ich interpretacją przez ankietowanych. Zauważono, że nie wszystkie pytania zostały poprawnie zrozumiane, co mogło być spowodowane ich błędnym skonstruowaniem. Taka informacja zwrotna stanowi cenną wskazówkę w odniesieniu do dalszych, długofalowych badań nad językiem obcym w środowisku biznesowym.

Literatura

- Goźdz-Roszkowski S., Makowski J. (2015). „*Lingwistyka dla biznesu czy biznes dla lingwistyki?*” – rola i miejsce specjalistycznych języków obcych w programie interdyscyplinarnych studiów uniwersyteckich na przykładzie Uniwersytetu Łódzkiego. W: *Nauczanie języków obcych na potrzeby rynku pracy*, Wydawnictwo KUL, Lublin, s. 67–78.
- Górecki J. et al. (= Związek Liderów Sektora Usług Biznesowych ABSL) (2016) [ABSL 2016], *Sektor nowoczesnych usług biznesowych w Polsce 2016*. Źródło: <http://www.absl.pl/pl/publikacje/> [dostęp: 01.03.2018].
- Górecki J. et al. (= Związek Liderów Sektora Usług Biznesowych ABSL) (2017) [ABSL 2017], *Sektor nowoczesnych usług biznesowych w Polsce 2017*. Źródło: <http://www.absl.pl/pl/publikacje/> [dostęp: 01.03.2018].

⁷ Informacja otrzymana podczas rozmowy z rekruterką firmy.

- Kiefer K.-H., Szerszeń P. (2015), *Badania potrzeb językowo-komunikacyjnych na przykładzie wybranych obszarów zawodowych w polsko-niemieckim kontekście gospodarczym*. W: *Nauczanie języków obcych na potrzeby rynku pracy*, Wydawnictwo KUL, Lublin, s. 129–142.

**A graduate of German studies in the sector of modern business services.
The results of the project „Labour market trends and foreign language proficiency”**

According to a report of the Association of Business Service Leaders in Poland, Łódź is one of the biggest BPO centres in Poland. Consequently, there is an increasing demand on the Łódź labour market for multilingual speakers and in particular for German speakers. This article includes the analysis of the project, which was conducted in 2017 at the University of Łódź in cooperation with a company from the same region. The aim of this paper is to present the role of the Germanist on the labour market.

Keywords: German studies, labour market, analysis of language and communication needs, work for a philologist

Ankieta badająca wpływ znajomości języka obcego na zatrudnienie w środowisku biznesowym

Stanowisko pracy:.....

Staż pracy na tym stanowisku:

1. Jaki język obcy (nie angielski) zna Pan/Pani i na jakim poziomie? (można zaznaczyć kilka odpowiedzi)

 Niemiecki | A1 | A2 | B1 | B2 | C1 | C2

 Francuski | A1 | A2 | B1 | B2 | C1 | C2

 Hiszpański | A1 | A2 | B1 | B2 | C1 | C2

 Włoski | A1 | A2 | B1 | B2 | C1 | C2

 Rosyjski | A1 | A2 | B1 | B2 | C1 | C2

 inne -

Następne pytania odnoszą się do języka obcego innego niż angielski.

2. Na jakiej podstawie ocenił/-a Pan/Pani znajomość języka/języków?

- ukończyłem/-łam kurs językowy na danym poziomie
- ukończyłem/-łam studia filologiczne
- posiadam certyfikat potwierdzający poziom językowy
- jest to moja subiektywna opinia

3. Jak długo trwała nauka języka?

..... semestrów

4. W jaki sposób zdobył/a Pan/Pani kompetencje językowe?

- ukończyłem/-łam studia filologiczne
- ukończyłem/-łam kurs językowy
- mieszkałem/-łam za granicą
- w domu

5. Czy kontynuuje Pan/Pani aktualnie naukę języka obcego?

- tak
- nie
- zamierzam

6. Czy znajomość języka była warunkiem koniecznym do uzyskania danego stanowiska pracy?

- tak
- nie
- była dodatkowym atutem

7. Jaki poziom języka był wymagany podczas rozmowy rekrutacyjnej?

- podstawowy (A1-A2)
- średniozaawansowany (B1-B2)
- zaawansowany/ biegły (C1-C2)

8. Jak często posługuje się Pan/Pani językiem obcym w pracy?

- bardzo często (codziennie)
- czasami (kilka razy w tygodniu)
- bardzo rzadko (kilka razy w miesiącu)
- w ogóle

9. W jakiej formie używa Pan/Pani języka obcego w pracy?

- komunikacja ustna w biurze
- komunikacja mailowa
- komunikacja telefoniczna
- komunikacja przez komunikatory

10. Czy i jak zdobyte kwalifikacje językowe przekładają się na pracę?

- awans
- wyjazdy zagraniczne
- premia
- dodatki
- inne:.....
- brak związku

11. Co sprawiło Panu/Pani największe trudności w pracy w związku z językiem obcym? (można zaznaczyć kilka odpowiedzi)

- brak fachowej terminologii w języku obcym
- brak fachowej wiedzy z danej dziedziny
- zachowanie odpowiedniej formy wiadomości
- stres wynikający z obawy przed błędami
- inne:.....

12. Czy firma inwestuje w dodatkowe szkolenia/kursy językowe dla pracowników?

- tak
- nie
- bardzo rzadko

13. Co Pana/Pani zdaniem ułatwiłoby pracę/komunikację w danym języku obcym?

- glosariusz
- kurs
- materiały pomocnicze
- szkolenie ze słownictwa specjalistycznego w początkowym etapie pracy
- opiekun językowy
- wizyta w jednostce migracji

Dziękujemy za udział w badaniu!