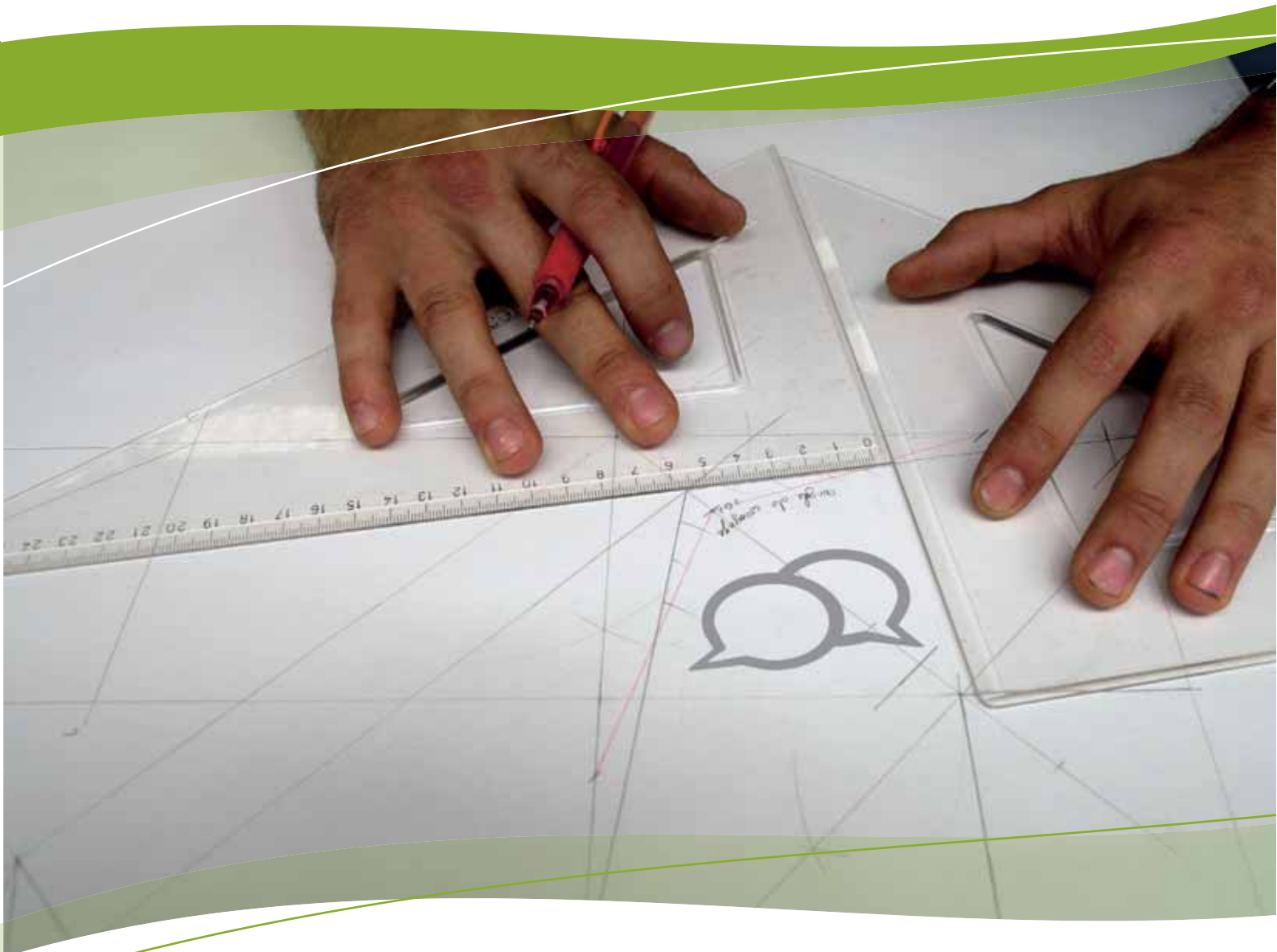




DG Edukacja i Kultura



JĘZYKI SĄ WAŻNE DLA PRZEDSIĘBIORSTW

Przedsiębiorstwa osiągają lepsze wyniki dzięki znajomości języków

Zalecenia Forum Biznesu ds. Wielojęzyczności ustanowionego przez Komisję



Wielojęzyczność

Europe Direct to serwis, który pomoże Państwu znaleźć odpowiedzi na pytania dotyczące Unii Europejskiej

Numer bezpłatnej infolinii*: 00 800 6 7 8 9 10 11

* Niektórzy operatorzy telefonii komórkowej nie udostępniają połączeń z numerami 00 800 lub pobierają za nie opłaty

Wiele informacji o Unii Europejskiej można znaleźć w Internecie w portalu Europa <http://europa.eu>

Dane katalogowe znajdują się na końcu niniejszej publikacji.
Luksemburg: Urząd Oficjalnych Publikacji Wspólnot Europejskich, 2007
ISBN 978-92-79-08797-4
© Wspólnoty Europejskie, 2008
Powielanie materiałów dozwolone pod warunkiem podania źródła.
Printed in Belgium
Wydrukowano papierze białym bezchlorowym

ZA OPINIE PRZEDSTAWIONE W NINIEJSZYM RAPORCIE WYŁĄCZNĄ ODPOWIEDZIALNOŚĆ PONOSI FORUM BIZNESU DS. WIELOJĘZYCZNOŚCI; NIEKONIECZNIE ODZWIERCIEDLAJĄ ONE STANOWISKO KOMISJI EUROPEJSKIEJ.



JĘZYKI SĄ WAŻNE DLA PRZEDSIĘBIORSTW

**Przedsiębiorstwa osiągają lepsze wyniki
dzięki znajomości języków**

Zalecenia Forum Biznesu ds. Wielojęzyczności
ustanowionego przez Komisję

Członkowie Forum Biznesu, którzy przyczynili się do powstania niniejszego sprawozdania:

Etienne Davignon
Suez-Tractebel,
przewodniczący Forum Biznesu

Winfried Albrink
kierownik działu szkoleń, Henkel Group

Henning Dyremose
przewodniczący, Duńska Rada Eksportu

Mike Janssen
kierownik zakładu, UMAC-Midwest

Caroline Jenner
dyrektor generalny, JA-YE Europe

Antonió Gomes de Pinho
przewodniczący, Portgás and Fundação Serralves

Waqas Hussain
kierownik działu HR, Syngenta

Sabina Klimek
Deloitte Business consulting

Lars-Kare Legernes
dyrektor generalny, Izba Handlowa Oslo

Peter Mathews
CMG, dyrektor generalny, Black Country Metals Limited

Fiorella Kostoris Padoa Schioppa
profesor ekonomii

Gabor Proszeky
założyciel i dyrektor generalny, MorphoLogic

Szczegółowe informacje dostępne są na stronie internetowej Komisji Europejskiej:

▶ http://ec.europa.eu/education/languages/pdf/doc1597_en.pdf



Przedmowa Etienne'a Davignona

Bez wzajemnego zrozumienia niemożliwe jest wspólne życie i praca. W Unii Europejskiej, dla której istotną wartością jest zróżnicowanie, *lingua franca* nigdy nie zaspokoi potrzeby komunikacji. Języki są kluczem do reprezentowanych przez nie kultur. Wielojęzyczność sprzyja otwartej i tolerancyjnej postawie, a także otwiera drogę do nowych rynków i nowych możliwości dla biznesu. W ciągu mojej długiej kariery zawodowej byłem świadkiem stopniowej zmiany otoczenia biznesu na bardziej jednorodne i jednojęzyczne. Zmiana tej tendencji nie będzie możliwa z dnia na dzień. Z wielką przyjemnością przyjąłem zaproszenie komisarza Leonarda Orbana, aby w małej grupie znakomitych specjalistów, którzy podzielają ogólne przekonanie o tym, iż europejski biznes może czerpać korzyści z wielojęzyczności, zastanowić się nad kwestiami językowymi. Sprawozdanie z prac tej grupy dopełni, mam nadzieję, obecną debatę Komisji Europejskiej dotyczącą rozwoju polityki wielojęzyczności. Mamy również nadzieję przyczynić się do zmiany stanu wiedzy i stosunku sektora biznesu do języków.



Streszczenie

UE musi utrzymać tempo zmian, aby odnieść sukces w zglobalizowanym świecie. Potwierdza to ostatnie sprawozdanie Komisji na temat strategii lizbońskiej na rzecz wzrostu gospodarczego i zatrudnienia. Grupa powołana przez Komisję Europejską zbadała kwestię znaczenia języków dla konkurencyjności. Jej życzeniem jest, aby wnioski z prac uświadomiły odbiorcom, dlaczego inwestycja w znajomość języków jest aż tak istotna. Osoby biorące udział w pracach grupy chciałyby ponadto sporządzić przegląd tego, co zostało już zrobione w kwestii promocji języków w biznesie. I wreszcie, rzecz nie mniej ważna, chciałyby doradzić firmom, w jaki sposób mogłyby ulepszyć swoje działanie, jeśli chodzi o wielojęzyczną komunikację w przedsiębiorstwie.

Znaczący odsetek małych i średnich europejskich przedsiębiorstw ponosi każdego roku straty z powodu niewystarczających umiejętności językowych i międzykulturowych. Choć wydaje się jasne, że język angielski zachowa wiodącą rolę jako światowy język biznesu, to od znajomości innych języków zależeć będzie, czy dane przedsiębiorstwo pokona konkurencję i osiągnie czołową pozycję, czy pozostanie przeciętnym graczem na rynku.

Rola języków nie ogranicza się do zwiększenia sprzedaży i pobudzenia marketingu. Łańcuchy dostaw surowców przekraczają granice w takim samym stopniu jak międzynarodowe usługi i ukończone produkty na eksport. Również rynki pracy są w takim samym stopniu zglobalizowane. Integracja wielojęzycznych pracowników o zróżnicowanym pochodzeniu kulturowym ma podstawowe znaczenie. Marzeniem autorów sprawozdania jest, aby języki były w przyszłości używane w sposób bardziej pomysłowy, tak aby dotrzeć do nowych grup docelowych i zbudować trwałe strategiczne relacje.

Grupa z zadowoleniem przyjęła inicjatywy i działania Wspólnoty na rzecz promowania nabywania takich umiejętności, jak świadomość językowa i kulturowa w przedsiębiorstwach. Szereg wspólnotowych programów umożliwia ich finansowanie. Świadomość istnienia możliwości i metod ubiegania się o unijne dotacje jest jednak ograniczona. Procedury składania wniosków uważane są za uciążliwe i czasochłonne, zwłaszcza dla MŚP. Należy też wyraźnie powiedzieć, że finansowanie ze źródeł unijnych jest minimalne i powinno być przede wszystkim uważane za środek umożliwiający dzielenie się wzorcami postępowania oraz czerpanie inspiracji do działań w tej dziedzinie. Lwia część wsparcia powinna pochodzić od rządów krajowych oraz od organów administracji krajowej, regionalnej i lokalnej.

Rządy krajowe są wciąż daleko od realizacji wspólnego celu określonego przez państwa członkowskie na szczycie w Barcelonie w 2002 r., zakładającego, że każdy obywatel powinien w szkole uczyć się, oprócz języka ojczystego, dwóch języków obcych. W wielu krajach tendencja jest wręcz odwrotna: solidne opanowanie drugiego lub nawet pierwszego języka obcego jest coraz trudniejsze. Prawdziwi poligłoci często zdobyli umiejętności językowe poza formalnym systemem kształcenia. Oficjalne uznawanie uczenia się pozaformalnego i nieformalnego jest jednak rzadkością, a umiejętności językowe są rzadko brane pod uwagę jako prawdziwie osobista zasługa.

W większości krajów organizacje zajmujące się promowaniem handlu przekazują praktyczne wskazówki i pomoc finansową małym i średnim przedsiębiorstwom, aby poprawić ich strategie eksportowe. Strategie językowe nie są jednak zazwyczaj włączane do tych programów. W niektórych państwach członkowskich i krajach stowarzyszonych postępy na poziomie regionalnym są osiągnane dzięki sieciom współpracy w ramach izb czy organizacji handlowych. Sieci takie odgrywają znaczną rolę w pogłębianiu świadomości dotyczącej znaczenia języków. Na poziomie lokalnym istnieją możliwości wsparcia wymiany językowej w ramach lokalnego sektora biznesu. Należy wspierać inicjatywy w regionach przygranicznych, ponieważ mają one pozytywny wpływ na wymianę transgraniczną, znajomość języków i mobilność.



Wnioski i zalecenia

Europa powinna przekształcić swoją różnorodność językową w rzeczywisty atut z punktu widzenia konkurencyjności.

Jest to możliwe, pod warunkiem że:

1. Krajowe rządy będą propagowały zarówno formalne, jak i nieformalne uczenie się wielu języków;
2. Strategie językowe będą zatwierdzane na najwyższym poziomie zarządzania w przedsiębiorstwach;
3. Organy krajowe, regionalne i lokalne będą wspierać przedsiębiorstwa w ich staraniach o strategiczne wykorzystanie języków;
4. Powstanie europejska platforma na rzecz stałej wymiany najlepszych praktyk dotyczących roli języków w biznesie.

W sposób szczególny należy wziąć pod uwagę następujące środki:

Na poziomie przedsiębiorstw – biznes powinien:

- ▶ sporządzić przegląd już istniejących umiejętności językowych w przedsiębiorstwie i dopasować je do potrzeb i możliwości na wszystkich poziomach organizacji oraz do wszystkich funkcji w przedsiębiorstwie;
- ▶ skorygować politykę rekrutacyjną i strategie rozwoju w ramach zarządzania HR oraz ustalić dla pracowników indywidualne cele w zakresie kompetencji językowych, dopasowane do ich szczególnych zadań i odpowiedzialności;
- ▶ stosować szeroki zakres strategii zarządzania w odniesieniu do języków, takich jak inwestowanie w szkolenia językowe, zatrudnianie (na czas określony lub na stałe) rodzimych użytkowników języka, stosowanie technologii językowych, współpraca z tłumaczami i tłumaczami ustnymi, a także z osobami ułatwiającymi komunikację i mediatorami kulturowymi;
- ▶ starać się zwiększyć międzynarodową mobilność pracowników.

Na poziomie krajowym – rządy powinny:

- ▶ zachęcać do uczenia się języków na wszystkich poziomach oraz rozszerzyć ofertę nauczanych języków; wprowadzić bardziej praktyczne moduły nauczania języków od szkoły średniej i przez cały cykl kształcenia wyższego, łącznie ze szkoleniem zawodowym;
- ▶ odpowiednio uznać umiejętności językowe na świadectwach ukończenia szkół i podkreślać ich wartość dodaną dla przyszłych możliwości rozwoju zawodowego;
- ▶ zalecić krajowym organizacjom promującym handel włączyć strategii językowych do ich programów wsparcia, zwłaszcza tych, które są skierowane do MŚP, tak aby poprawić ich perspektywę eksportu;
- ▶ włączyć szkolenie językowe do krajowych programów na rzecz uczenia się przez całe życie i integracji społecznej.

Na poziomie regionalnym lub lokalnym – władze lokalne i regionalne powinny:

- ▶ korzystać z regionalnych i lokalnych sieci współpracy, aby pogłębiać świadomość dotyczącą możliwości doskonalenia znajomości języków przez duże i małe przedsiębiorstwa, zachęcać do wymiany dobrych praktyk;
- ▶ tworzyć partnerstwa publiczno-prywatne z udziałem lokalnych uczelni i instytucji szkoleniowych, gwarantujące pomoc lokalnemu środowisku biznesowemu w organizacji kursów językowych i opracowywaniu innych metod ulepszania stosowanych przez nich strategii językowych;
- ▶ popierać bardziej wielojęzyczne otoczenie lokalnego biznesu, poprzez kursy językowe i grupy konwersacyjne wspólne dla większej liczby małych przedsiębiorstw, wielokulturowe targi i wydarzenia o podobnym charakterze w parkach przemysłowych i strefach przemysłowych.

Na poziomie europejskim – instytucje europejskie powinny:

- ▶ zwiększać w państwach członkowskich świadomość znaczenia języków dla konkurencyjności i zachęcać je do podejmowania środków wskazanych powyżej;
- ▶ gromadzić wszelkie istotne informacje o wspólnotowych programach wspierających języki dla przedsiębiorstw i dobre przykłady projektów na jednej stronie internetowej – mogłaby ona działać na zasadzie punktu kompleksowej obsługi, w którym przedsiębiorstwa mogłyby uzyskać praktyczne wskazówki dotyczące składania wniosków o dotacje;
- ▶ utworzyć stałą platformę wymiany najlepszych praktyk dla przedsiębiorstw, na której gromadzone będą istotne informacje z sektora biznesu, organizacji handlowych, izb handlowych, organizacji promujących handel, szkół i organów edukacyjnych.



1. UZASADNIENIE

Warunkiem przyspieszenia wzrostu gospodarczego i tworzenia miejsc pracy, jest istotny postęp techniczny i konieczne uczenie się przez całe życie. Rola wielojęzyczności, będącej cechą właściwą Europie, nigdy wcześniej nie była tak wyraźna jak obecnie, w dobie stopniowego przekształcania się gospodarki przemysłowej w gospodarkę opartą na wiedzy. Teoretycznie europejskie przedsiębiorstwa powinny być w stanie lepiej niż firmy z innych stron świata czerpać z możliwości biznesowych wymagających wielojęzycznej komunikacji. Potencjał ten jest jednak wykorzystywany w niewielkim stopniu.

1.1 Wielojęzyczność jest ukrytą siłą...

Wiele badań pokazuje, że międzynarodowe rynki wymagają znajomości wielu języków, a także kompetencji kulturowych, nabywanych zazwyczaj wraz z opanowywaniem języka. Jednocześnie przedsiębiorstwa mają coraz większe trudności z rekrutacją wykwalifikowanych pracowników znających inny język niż podstawowy angielski. Fakt ten jest postrzegany jako poważny problem.

Mobilność zawodowa pracowników pozostaje stosunkowo ograniczona. Jedynie 2% obywateli w wieku produkcyjnym żyje i pracuje w innym państwie członkowskim niż ich państwo pochodzenia. Najczęściej wymienianą przeszkodą dla mobilności w Europie jest nieznanostwo języków. Odsetek obywateli krajów trzecich i osób urodzonych w innych krajach, ale mieszkających w UE jest prawie dwukrotnie wyższy¹. Pracownicy-imigranci muszą jednak usilnie się starać, aby nabyć niezbędnych w ich nowym kraju umiejętności językowych, a nawet jeśli nowe pokolenie imigrantów z krajów spoza UE dorasta w środowisku dwu- lub trójjęzycznym, ich umiejętności językowe są rzadko brane pod uwagę.

1.2 ... którą trzeba odblokować

Autorzy sprawozdania chcieliby zwrócić uwagę decydentów na wszystkich szczeblach społeczeństwa na pilność tej sprawy. Europa naraża się na przegraną w walce na kompetencje, jako że wschodzące gospodarki, głównie w Azji i Ameryce Łacińskiej, szybko zdobywają umiejętności językowe oraz inne kompetencje niezbędne do pomyślnego konkurowania na rynkach przyszłości. Wyzwaniem jest stanowcze włączenie wielojęzyczności do wszystkich strategii mających na celu rozwój ludzkiego kapitału na przyszłość. Będziemy potrzebować zróżnicowanej siły roboczej, uważającej całą Europę za swój dom. Jednocześnie Europa musi stać się atrakcyjna z punktu widzenia biznesu, aby przyciągnąć wysoko wykwalifikowanych pracowników-imigrantów. To oni mogą zaoferować umiejętności językowe potrzebne nam do handlu z rynkami, na których wzrost gospodarczy będzie w nadchodzących latach wciąż mierzony w wartościach dwucyfrowych.

1.3 Badania wskazują na istnienie potencjału

Znaczący odsetek małych i średnich europejskich przedsiębiorstw co roku ponosi straty z powodu niewystarczających umiejętności językowych i kompetencji międzykulturowych. Wynika to ze sprawozdania ELAN², opublikowanego przez Komisję w lutym 2007 r. Było to pierwsze badanie na skalę europejską dotyczące strat w biznesie spowodowanych nieznanostwem języków w przedsiębiorstwach. Sprawozdanie jest oparte na próbie obejmującej prawie 2000 MŚP z 27 państw UE i krajów kandydujących. Aż 11% MŚP objętych próbą zadeklarowało, że poniosło bezpośrednie straty w wyniku niewystarczających umiejętności językowych i kompetencji międzykulturowych. Z części badania dotyczącej wskaźników makroekonomicznych wynika, że istnieją znaczne możliwości poprawy wyników MŚP w zakresie wywozu, pod warunkiem wprowadzenia strategicznego podejścia do języków, co zostało potwierdzone w wielu badaniach krajowych.

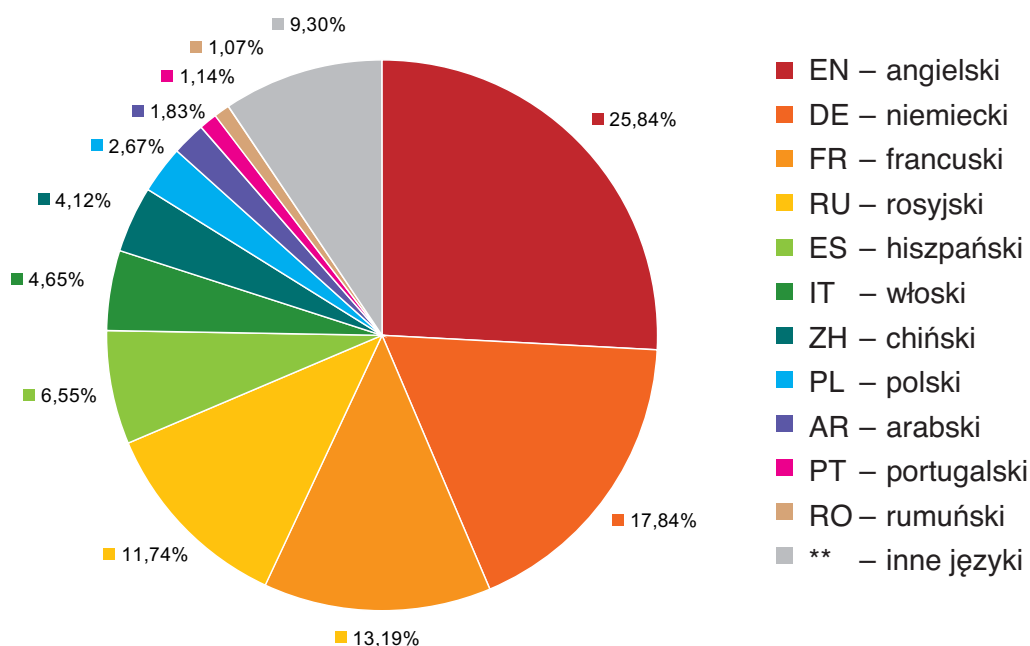
1 „Demographic trends, socio-economic impacts and policy implications in the European Union 2007” – a monitoring report from the European Observatory on Social Situation and Demography („Tendencje demograficzne, skutki społeczno-gospodarcze i konsekwencje polityczne w Unii Europejskiej w 2007 r.” – sprawozdanie monitorujące Europejskiego Obserwatorium Sytuacji Społecznej i Demografii) http://ec.europa.eu/employment_social/spsi/docs/social_situation/2007_mon_rep_demo.pdf, s. 43.

2 Pełna treść sprawozdania i jego streszczenie są dostępne pod adresem: http://ec.europa.eu/education/policies/lang/key/studies_en.html

Austriacki Instytut für Bildungsforschung der Wirtschaft opublikował w 2006 r. sprawozdanie przedstawiające prognozy dotyczące przyszłych problemów w Austrii związanych z faktem, że wg badania Eurobarometru należy ona do krajów, w których znajomość języków przez ogół ludności zmniejszyła się. Oprócz angielskiego w przedsiębiorstwach będzie zapotrzebowanie na włoski oraz na języki partnerów handlowych z Europy Środkowo-Wschodniej, zwłaszcza na czeski, słowacki i węgierski.

Ogólnie rzecz biorąc, z badań i doświadczeń wynika, że panuje powszechne zadowolenie związane z faktem, że angielski jest postrzegany jako jedyny język niezbędny do prowadzenia działalności w skali międzynarodowej. Wiele przedsiębiorstw nadal musi zwiększać zdolność swoich pracowników do swobodnego posługiwania się językiem angielskim. W wielu częściach Europy angielski jest już jednak uważany bardziej za podstawową umiejętność niż za język obcy. Posługiwanie się językiem na poziomie rodzimego użytkownika języka jest coraz mniej istotne, jako że angielski staje się składnikiem podstawowego wykształcenia w wielu krajach³. W związku z tym konieczność utrzymania przewagi poprzez opanowanie kolejnych, poza angielskim, języków, będzie coraz wyraźniej odczuwalna.

Języki, których MŚP mogą potrzebować lub których znajomość będą musiały udoskonalić w nadchodzących trzech latach



Jedna czwarta MŚP nadal uważa, że musi udoskonalić swoją znajomość angielskiego. Jednak istnieje też duże zapotrzebowanie na niemiecki, francuski i rosyjski. Mandaryński i inne dialekty chińskiego (ZH) są najbardziej pożądane przez przedsiębiorstwa międzynarodowe.

Źródło: Badanie ELAN 2006.

W 2007 r. Konfederacja Przemysłu Duńskiego przeprowadziła wśród przedsiębiorstw będących jej członkami sondaż, który wykazał, że w ponad jednej trzeciej firm oprócz angielskiego używa się też innych języków i że 4 firmy na 10 miały mniej lub bardziej poważne problemy w komunikacji z partnerami handlowymi z innych krajów z powodu niewystarczających umiejętności językowych.

³ Badania przeprowadzone przez British Council podkreślają niesamowitą szybkość, z jaką zachodzą zmiany dotyczące angielskiego, zwłaszcza w dwóch sprawozdaniach Davida Graddola: „Future of English” (1997) i „English Next” (2006). <http://www.britishcouncil.org/learning-research-englishnext.htm>



1.4 Wyzwanie dla MŚP

Skuteczna komunikacja wielojęzyczna może otworzyć przed małymi przedsiębiorstwami możliwości, które zdecydują o ich sukcesie lub porażce. Znajomość języków będzie atutem we wszystkich działaniach, nie tylko w sprzedaży czy marketingu. Pozwoli ona na szybsze rozwiązywanie problemów i unikanie opóźnień, umożliwiając bezpośrednią komunikację między ludźmi na wszystkich szczeblach.

Zgodnie z badaniem ELAN tylko 48% MŚP objętych próbą deklarowało, że dysponują formalnymi strategiami językowymi mającymi wspierać ich międzynarodowe operacje. Prawie 40% MŚP nie posiada nawet wielojęzycznych stron internetowych. Jak wynika z badania, istnieje silna korelacja między inwestowaniem w strategię językową, udziałem sprzedaży na eksport a wydajnością przedsiębiorstwa.

Przykład: Hencke und Meier, wykwalifikowani stolarze, Düsseldorf, Niemcy

Obydwaj współwłaściciele firmy mówią po angielsku, francusku i hiszpańsku. Ich pracownicy (dziewięć osób, w tym trzech uczniów) są zachęceni do szkoleń językowych, rozwoju i wykorzystywania swych umiejętności językowych. Thomas Meier stwierdził: „Nasza znajomość języków dała nam przewagę nad konkurencją i pomogła nam uzyskać interesujące kontakty i trwałe relacje z klientami. Byliśmy zaangażowani w duży projekt renowacyjny we Francji, w którym brała udział międzynarodowa ekipa: mozaicyści z Włoch, stiukarze z Polski, elektrycy z Francji, konserwatorzy zabytków z Anglii... Jako że znaliśmy język, byliśmy wzywani jako mediatorzy przy rozwiązywaniu problemów z lokalnymi rzemieślnikami. Zawsze byliśmy w stanie negocjować rozwiązania w sposób optymalny i zadowalający klienta”.

1.5 Wielojęzyczność i integracja

Wielojęzyczność jest również kluczowym elementem integracji oraz czynnikiem ułatwiającym dialog międzykulturowy. Może ona pomóc poprawić sytuację wielu milionów imigrantów w Europie i przyczynić się do ich integracji na rynku pracy. Udzielenie imigrantom skutecznego wsparcia umożliwiającego im szybkie opanowanie języka kraju ich goszczącego jest podstawowym warunkiem niezakłóconego działania systemu. Lepsza komunikacja międzypracownikami poprawia kluczowe dla sektora produkcji parametry, takie jak wydajność, jakość i bezpieczeństwo. Umiejętności językowe pracowników migrujących mogą również przydać się w przedsiębiorstwach, pod warunkiem, że umieją one aktywnie z nich korzystać. Pracownicy znający języki są szczególnie cenni, ponieważ mogą odgrywać rolę mediatorów kulturowych oraz wspomagać sprzedaż.

Przykład: UMAC Midwest – Recykling gumy syntetycznej, Antwerpia, Belgia

Wśród 50 pracowników UMAC Midwest 21 osób pochodzi z Maroka. Kiedy przyjechali do Belgii, nie mówili po niderlandzku lub znali ten język bardzo słabo, natomiast biegle posługiwali się językiem arabskim lub francuskim. Przedsiębiorstwo opracowało więc strategię w zakresie języków i komunikacji, korzystając ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego i z pomocy ekspertów zewnętrznych. Celem była poprawa wydajności, jakości i bezpieczeństwa, zwiększenie motywacji i osobistego zaangażowania personelu oraz ogólna poprawa warunków pracy, aby zmniejszyć liczbę nieobecności. Personelowi zaoferowano kursy językowe w formie krótkich modułów, po których następowały dyskusje w grupach tematycznych i inne regularne spotkania, w których wspólnie uczestniczyli pracownicy miejscowi i imigranci. Obecnie stosunek pracowników do różnorodności językowej i kulturowej jest pozytywny, osiągnięto też wszystkie pozostałe cele.

2. Obecne instrumenty i metody postępowania

Grupa porównała sytuację w szeregu państw europejskich i przeanalizowała zmiany, jakie zaszły w sferze promowania języków w biznesie na szczeblu UE. W wyniku analizy stwierdzono, że działania podejmowane w Europie mają niepełny i niejednorodny charakter. Ogólnie rzecz biorąc, inicjatywy polityczne, w których jasno się stwierdza, że sytuacja wymaga poprawy, są nieliczne, a w programach rozwoju umiejętności, w których bierze się pod uwagę przyszłe potrzeby, rzadko pojawia się temat wielojęzyczności.

2.1 Inicjatywy europejskie

Forum Biznesu z zadowoleniem przyjmuje współpracę na poziomie europejskim, prowadzoną w ramach strategii lizbońskiej na rzecz wzrostu gospodarczego i zatrudnienia. Szczególny nacisk położono na mobilność, proponując w Europejskim planie działania na rzecz mobilności w zatrudnieniu⁴ rozbudowę EURES, portalu internetowego w 25 językach, w którym są udostępniane oferty pracy z całej Europy. Inną dobrze rokującą inicjatywą jest „Europejskie partnerstwo na rzecz mobilności w zatrudnieniu”. Jest to wspierana przez Komisję sieć, w ramach której zainteresowane strony analizują metody zwiększania mobilności w zatrudnieniu w UE. Z kolei Parlament Europejski uczestniczy w finansowaniu inicjatywy, której celem jest opracowanie zorganizowanego programu mobilności dla uczniów i innych młodych ludzi uczestniczących w szkoleniu zawodowym.

2.2 Fundusze europejskie

Większość środków UE (w wartościach bezwzględnych) pochodzi z Europejskiego Funduszu Społecznego, Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz – w przypadku niektórych krajów – z Funduszu Spójności. Ogółem środki te wynoszą 347 mld euro (2007-2013). Są one rozdzielane przez organy krajowe w ramach krajowych planów, które są zatwierdzane przez Komisję Europejską w oparciu o wspólnie uzgodnione priorytety. Do otrzymania takiego finansowania mogą się kwalifikować projekty w zakresie integracji w miejscu pracy, w tym kursy językowe i rekompensaty za poświęcony na nie czas pracy.

Dotacje udzielane w ramach programu „Uczenie się przez całe życie” Komisji Europejskiej są rozdzielane w oparciu o publikowane co roku zaproszenia do składania wniosków. W 2008 r. kwota objęta tymi zaproszeniami wyniesie 873 mln euro. Szczególnie interesujące możliwości oferuje przedsiębiorstwom podprogram Leonardo da Vinci, którego głównym celem jest wspieranie szkolenia zawodowego⁵.

Projekt na rzecz mobilności w ramach programu Leonardo – „Formation Transnationale Europe”

Celem tego projektu, skierowanego do obywateli Francji, jest podwyższenie kwalifikacji zawodowych i umiejętności językowych osób poszukujących pracy poprzez organizowanie staży w europejskich przedsiębiorstwach. Dana grupa odbywa szkolenie składające się z części ogólnej (8 tygodni), obejmującej kursy zawodowe, językowe i dotyczące kultury oraz trwający od 3 do 6 tygodni intensywny kurs językowy, a następnie staż w europejskim przedsiębiorstwie (od 20 do 24 tygodni). Wymiana odbywa się w ramach europejskich partnerstw, które gwarantują stały nadzór nad stażystami. W projekcie bierze udział osiemnastu partnerów z czterech państw. Jednym z elementów podlegających ocenie po zakończeniu stażu jest obowiązkowe sprawozdanie, przedstawiane przez każdego uczestnika w języku kraju goszczącego.

⁴ COM(2007) 773 wersja ostateczna. Dokument jest dostępny na stronie internetowej: http://eur-lex.europa.eu/Result.do?T1=V5&T2=2007&T3=773&RechType=RECH_naturel&Submit=Search

⁵ Wykaz aktualnych publikacji na temat projektów finansowanych ze środków UE jest dostępny na stronie internetowej: http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/publ/educ-training_en.html



Procedura składania wniosków o dotacje ze środków wspólnoty jest skomplikowana i czasochłonna. Zasady tworzenia europejskich konsorcjów – będących zazwyczaj warunkiem wstępnym ubiegania się o wszelkie dotacje – często wykluczają przedsiębiorstwa mające filie lub przedstawicieli w różnych krajach, pomimo że odniosłyby one znaczne korzyści z takich dotacji. Problemy te powinny stać się w przyszłości tematem dyskusji między Komisją Europejską a środowiskiem biznesu.

2.3 Język ojczysty plus dwa języki obce – nadal aktualny cel działań

Choć inicjatywy UE i fundusze wspólnotowe mogą w znaczący sposób przyspieszyć działania na poziomie krajowym i regionalnym, większość obowiązków w zakresie wspierania wielojęzyczności spoczywa na państwach członkowskich. Dlatego tak duże znaczenie ma kontynuowanie przez państwa członkowskie wysiłków zmierzających do osiągnięcia wspólnego celu uzgodnionego w czasie szczytu w Barcelonie w 2002 r., zgodnie z którym każdy obywatel powinien opanować dwa języki obce.

Autorzy niniejszego sprawozdania chcieliby, aby wielojęzyczność była aktywniej promowana na wszystkich poziomach kształcenia. Przede wszystkim należy zwiększyć możliwość wyboru języków obcych. Na wyższych poziomach kształcenia metody nauczania powinny być w większym stopniu dostosowane do potrzeb i nastawione na praktyczne umiejętności. Kompetencje językowe powinny zyskać odpowiednio eksponowane miejsce w programach nauczania oraz, na dalszym etapie, w ocenie kandydatów na stanowiska pracy. Oprócz tego znajomość języków powinna być odpowiednio uwzględniana w umowach uzgadnianych centralnie między partnerami społecznymi.

2.4 Rola sieci w pogłębianiu świadomości i udzielaniu wsparcia

Na poziomie regionalnym postępy w niektórych państwach członkowskich i krajach stowarzyszonych są osiągane dzięki sieciom współpracy, takim jak izby lub rady handlowe. Mogą one udzielać pomocy małym i średnim przedsiębiorstwom, które chcą rozpocząć działalność na rynkach międzynarodowych. Programy takie przyniosłyby jeszcze większy pożytek korzystającym z nich przedsiębiorstwom, gdyby włączono do nich na stałe strategie dotyczące języków.

Duńska Rada Eksportu

Rada Eksportu jest organizacją podlegającą Ministerstwu Spraw Zagranicznych Danii. Jej rola polega na udzielaniu rządowego wsparcia na rzecz eksportu i promowaniu inwestycji⁶. Oferuje ona usługi konsultingowe przedsiębiorstwom oraz ogólne usługi biznesowe zarówno przedsiębiorstwom, jak i ogółowi obywateli. Strategicznym odbiorcą jej usług są małe i średnie przedsiębiorstwa, dla których opracowała ona szereg specjalnie przystosowanych programów. Przykładem jest program polegający na pomocy w konkretnych zadaniach związanych z rozpoczęciem działalności w skali międzynarodowej, takich jak, wyszukiwanie partnerów, badania rynku oraz dostęp do sieci kontaktów, skierowany do przedsiębiorstw, które chcą rozpocząć eksport.

2.5 Testy i normy

Dla różnych kategorii pracowników można opracować indywidualne, konkretne i wymierne cele – w oparciu o istniejące normy i w zależności od tego, do czego używają języków w pracy. Takie zróżnicowane strategie językowe mogą być użyteczne i wydajne, ponieważ normy są konkretnym narzędziem, którym mogą się posługiwać działy kadr w celu analizy potrzeb danego przedsiębiorstwa. Można je również uwzględnić wśród osobistych celów rozwoju pracowników. Najczęściej stosowanym systemem klasyfikacji jest opracowany przez Radę Europy europejski system opisu kształcenia językowego, w którego wdrożeniu brała udział Komisja Europejska. System ten nadaje się do zastosowania w skomplikowanym środowisku pracy, ponieważ polega na określaniu biegłości w wykonywaniu określonych zadań w różnych sytuacjach.

⁶ Szczegółowe informacje na temat Duńskiej Rady Eksportu znajdują się na stronie internetowej: <http://www.um.dk/en/menu/TradeAndInvestment/>

Przykład: Henkel KGaA, Düsseldorf, Niemcy

Henkel jest dużym międzynarodowym przedsiębiorstwem chemicznym i właścicielem wielu dobrze znanych na całym świecie marek⁷. Tylko w Niemczech co roku około 2500 pracowników bierze udział w kursach językowych i w szkoleniach z zakresu komunikacji. Ważnym elementem szkolenia są zebrania zespołów. Szkolenie językowe w firmie Henkel koncentruje się na procesie pracy i zintegrowanych umiejętnościach językowo-komunikacyjnych potrzebnych do wykonywania różnych zadań w przedsiębiorstwie. Potrzeby w zakresie szkoleń językowych są oceniane i definiowane w oparciu o system opisu Rady Europy. Członkowie wielozadaniowych zespołów odbywają szkolenia wspólnie. Dzięki tej metodzie, która jest zarazem interaktywna i elastyczna, odpowiedzialność za uczenie się spoczywa na zespole. Jednak ogólna kultura uczenia się sprawia, że rosną zarówno umiejętności indywidualne, jak i zespołowe. Efekty można ocenić na każdym etapie – wystarczy zbadać zastosowanie nowych umiejętności w autentycznych sytuacjach związanych z pracą.

3. Kierunki rozwoju

Rzeczywisty postęp zostanie osiągnięty, jeżeli firmy, od mikroprzedsiębiorstw po koncerny międzynarodowe, opracują kreatywne i dynamiczne strategie językowe dostosowane do indywidualnych potrzeb każdej organizacji. Wszystkie tego typu strategie wymagają wsparcia ze strony lokalnych i regionalnych sieci współpracy. Najlepsze rozwiązania mogą oferować partnerstwa między przedsiębiorstwami a sektorem edukacji oraz między przemysłem a sektorem badań naukowych, dzięki którym umiejętności i technologie językowe mogą znaleźć praktyczne zastosowanie.

3.1 Metody upowszechniania podejścia opierającego się na wielojęzyczności

Przedsiębiorstwa powinny zbadać poziom umiejętności językowych pracowników i znaleźć dla nich strategiczne zastosowanie. Powinny też dokonać przeglądu polityki zatrudnienia, strategii szkoleniowych i zasad mobilności. Firmy mogą zachęcać pracowników do korzystania i rozwijania swoich umiejętności oraz organizować szkolenia językowe w taki sposób, aby były one motywujące, a zarazem zgodne z wymaganiami danego miejsca pracy.

Przykładem takiego rozwiązania, które oferuje odpowiednią dawkę elastyczności i pozwala na oszczędność czasu, są np. niektóre internetowe kursy językowe dostosowane do potrzeb, zasobów i ograniczeń w przedsiębiorstwach. Możliwości wykorzystania nowych mediów do nauki języków i doskonalenia umiejętności językowych zwiększają się z każdą chwilą.

Służbom tłumaczeniowym można zlecać systematyczne przeszukiwanie stron internetowych poświęconych zamówieniom publicznym w mediach krajowych i międzynarodowych. Komunikacja internetowa i reklama muszą być zróżnicowane językowo, a ich treść – precyzyjnie dostosowana do potrzeb odbiorców. Do ograniczenia i utrzymania na rozsądnym poziomie kosztów wielojęzyczności mogą się przyczynić technologie językowe. Warunkiem jest umiejętne korzystanie z nich.

3.2 Struktury pomocnicze na poziomie regionalnym i lokalnym

Rządy krajowe powinny określić najbardziej skuteczne metody udzielania pomocy małym i średnim przedsiębiorstwom, które mają szansę odnieść sukces na rynkach zagranicznych. Z reguły tego rodzaju pomoc jest świadczona w skali regionalnej i we współpracy z regionalnymi agencjami rozwoju. Wsparcie finansowe to nie wszystko – przedsiębiorstwom potrzebna jest także znajomość najlepszych modeli postępowania i specjalistyczna wiedza z zakresu międzykulturowej i wielojęzycznej komunikacji.

⁷ Więcej informacji: <http://www.henkel.com>



Regionalne sieci językowe w Zjednoczonym Królestwie

Regionalne sieci językowe⁸ w Zjednoczonym Królestwie, wspierane przez Krajowe Centrum Językowe CILT, upowszechniają umiejętności w zakresie języków obcych i komunikacji międzykulturowej przydatne w biznesie i na rynku pracy. Rola sieci polega na współpracy z partnerami w celu określania i zaspokajania zapotrzebowania w zakresie umiejętności językowych i świadomości różnic kulturowych w regionie i w poszczególnych sektorach; sieć udziela też wsparcia przedsiębiorstwom w kwestiach językowych i pomaga osobom zawodowo zajmującym się językami. Działania te są częściowo finansowane przez inne podmioty, np. regionalne agencje rozwoju, organizacje ds. handlu i inwestycji Zjednoczonego Królestwa oraz regionalne rady ds. kształcenia i umiejętności.

Na poziomie lokalnym możliwa jest poprawa organizacji wymiany językowej w ramach lokalnych wspólnot biznesowych. Wsparcia mogą udzielać izby handlowe, grupy interesów lub władze lokalne. Dobrym rozwiązaniem jest dzielenie się kosztami i zasobami przy organizacji szkoleń językowych dla różnych kategorii pracowników, ale także organizowanie nieformalnej wymiany, np. grup konwersacyjnych spotykających się w porze obiadowej lub wielokulturowych targów w parkach przemysłowych, których pracownicy posiadają zróżnicowane kompetencje językowe.

3.3 Partnerstwa między sektorami i partnerstwa międzynarodowe

Ważną rolę w zakresie inwestowania w kapitał ludzki i rozwijania umiejętności z myślą o przyszłych potrzebach odgrywają partnerstwa strategiczne. Autorzy niniejszego dokumentu zachęcają do tworzenia partnerstw na rzecz mobilności w zatrudnieniu, w ramach których przedsiębiorstwa poszukiwałyby nowych możliwości współpracy z różnymi sieciami, aby rozwijać wymiany i programy mobilności w Europie. Kształcenie językowe powinno być integralną częścią inicjatyw angażujących przedsiębiorstwa i sektor edukacji w regionach przygranicznych. Tego rodzaju współpraca może przyczynić się do poprawy sytuacji gospodarczej poprzez stymulowanie wymiany handlowej między sąsiadującymi krajami.

Stosowanie technologii językowych jest nadal często nieosiągalnym celem dla małych i średnich przedsiębiorstw. Można temu zaradzić poprzez promowanie współpracy przemysłu i sektora badań naukowych oraz kontynuowanie starań na rzecz przystosowania technologii językowych do praktycznych celów. Transfer technologii nie tylko uzasadni znaczne inwestycje w badania nad technologiami językowymi, ale także zwiększy konkurencyjność przedsiębiorstw i umożliwi poprawę usług skierowanych do obywateli.

Autorzy chcieliby także, aby prace, w wyniku których powstało niniejsze sprawozdanie, były kontynuowane na poziomie UE. Europejskie przedsiębiorstwa potrzebują stałej platformy, która umożliwiłaby dyskusję oraz wymianę doświadczeń i wzorców postępowania. Należy częściej organizować imprezy pogłębiające świadomość opisanej problematyki w Europie i zaangażować wszystkie sieci zajmujące się wielojęzycznością we wspólną kampanię, aby uwrażliwić decydentów w przedsiębiorstwach i w administracji publicznej. Naszym wspólnym celem powinno być zagwarantowanie, aby języki były doceniane i traktowane jako podstawowy atut, którego umiejętne wykorzystanie może zapewnić przedsiębiorstwom sukces gospodarczy.

Języki są ważne dla przedsiębiorstw
Przedsiębiorstwa osiągają lepsze wyniki dzięki znajomości języków
Zalecenia Forum Biznesu ds. Wielojęzyczności ustanowione przez Komisję

Luksemburg: Urząd Oficjalnych Publikacji Wspólnot Europejskich
2008 – 14 str. – 21,0 x 29,7 cm
ISBN 978-92-79-08797-4

Jak otrzymać publikacje UE?

Płatne publikacje Urzędu Publikacji są dostępne w EU Bookshop:

► <http://bookshop.europa.eu>

Ze strony tej można złożyć zamówienie na publikacje w dowolnym biurze sprzedaży.

Pełną listę sprzedawców naszych publikacji na całym świecie można uzyskać, wysyłając faks pod numer (352) 2929 42758.



NC-30-08-370-PL-C

Komisja Europejska
Dyrekcja Generalna ds. Edukacji i Kultury
B-1049 Bruksela
32 - (0)2 299 11 11
32 - (0)2 295 57 19
eac-info@ec.europa.eu



Urząd Publikacji
Publications.europa.eu

ISBN 978-92-79-08797-4



9 789279 087974