



Sześć obszarów wpływu znajomości języka angielskiego na wyniki biznesowe

Jak upewnić się, że pracownicy znają
język angielski na właściwym poziomie?





SPIS TREŚCI

3	W SKRÓCIE
4	Wstęp
5	Badania
7	SZEŚĆ OBSZARÓW WPŁYWU ZNAJOMOŚCI JĘZYKA ANGIELSKIEGO NA BIZNES
8	Analiza biznesowa
10	Koszty dostaw
13	Międzynarodowe projekty i oferty przetargowe
15	Inwestycje i handel zagraniczny
18	Wartość marki i satysfakcja klienta
20	Komunikacja wewnętrzna i praca zespołowa
23	POWSZECHNE PRAKTYKI OCENY STOSOWANE W BIZNESIE I ZWIĄZANE Z NIMI RYZYKO
24	Poleganie na rozmowie przy ocenie kandydatów
25	Sprawdzanie poziomu pracowników za pomocą testów nie opracowanych przez ekspertów
26	Wykorzystywanie prostych testów dostępnych w internecie
27	PRAKTYCZNE WSKAZÓWKI POZWALAJĄCE UPEWNIĆ SIĘ, CZY PRACOWNICY POSIADAJĄ ODPOWIEDNI POZIOM ANGIELSKIEGO
29	NASZE ROZWIĄZANIE: TEST APTIS

W SKRÓCIE





Wstęp

Promowanie wysokich standardów języka angielskiego w instytucjach biznesowych, rządowych i edukacyjnych jest jednym z kluczowych elementów misji British Council w zakresie współpracy kulturalnej i edukacyjnej. Mając **80-letnie doświadczenie** w nauczaniu i ocenianiu poziomu znajomości angielskiego, każdego roku przeprowadzamy **trzy miliony egzaminów** oraz szkolimy **ponad 300 000 osób w ponad 100 krajach** na całym świecie.

W Polsce jesteśmy liderem w nauczaniu języka angielskiego w naszych renomowanych **centrach językowych** i szkołach partnerskich w Warszawie, Krakowie i Wrocławiu. Współpracujemy z krajową siecią bibliotek partnerskich i **centrami egzaminacyjnymi**, które dostarczają profesjonalnie przeprowadzane egzaminy na terenie całego kraju. Nasze kulturowe, edukacyjne i społeczne projekty mają na celu szerzenie osiągnięć Zjednoczonego Królestwa, a efektywne działania na rzecz różnorodności i promowanie równych szans to istotna część naszej działalności.

W trakcie naszych licznych rozmów z partnerami i klientami, dostrzegliśmy rozbieżność pomiędzy **rosnącym znaczeniem języka angielskiego na rynku** a dostępnymi narzędziami i strategiami potrzebnymi do sprostania temu wyzwaniu. Często przedsiębiorstwa nie posiadają wystarczającej wiedzy na temat poziomu kompetencji językowych swoich pracowników lub kandydatów do pracy. Postanowiliśmy zbadać to zagadnienie i wykorzystać naszą wiedzę, doświadczenie i kompetencje, aby pomóc firmom **zamienić umiejętności językowe pracowników w jeden z atutów biznesowych**.

BADANIA

Aby lepiej zrozumieć zagadnienie, zlecieliśmy przeprowadzenie dwóch badań: Euromonitor International i English Impact, skupiających się na dwóch głównych wątkach:

- analizie kluczowych obszarów działalności biznesowej, w których znajomość języka angielskiego jest niezbędna dla osiągnięcia sukcesu, oraz sprawdzeniu, jaki wpływ na osiągnięte zyski ma niedostateczna znajomość języka angielskiego
- zbadaniu rzeczywistej znajomości języka angielskiego wśród studentów i młodych profesjonalistów wchodzących na rynek pracy w Polsce.

Respondentami badania **Euromonitor International** byli menedżerowie działów kadr i liderzy dużych międzynarodowych firm z różnych gałęzi przemysłu – od budownictwa i motoryzacji, przez branżę turystyczną, po bankowość. Zostali poproszeni o zidentyfikowanie korzyści, jakie daje posiadanie pracowników porozumiewających się w języku angielskim na wysokim poziomie i oszacowanie wpływu dobrej znajomości języka angielskiego na ich wyniki biznesowe.

Drugie badanie, nazwane **English Impact**, miało na celu określenie biegłości językowej i zrozumienie motywacji do nauki języka angielskiego osób studiujących bądź wkraczających na rynek pracy w Polsce. Użyta metodologia obejmowała zebranie podstawowych danych z dwóch typów źródeł: testu z angielskiego sprawdzającego cztery obszary kompetencji językowych oraz załączonej do testów ankiety. W badaniu tym wzięło udział 243 polskich studentów i 228 profesjonalistów.





Rezultaty badań umocniły nas w przekonaniu, że język angielski jest nie tylko podstawowym kryterium wymaganym do uzyskania pracy, lecz również istotnym narzędziem, które może mieć znaczący wpływ na działalność i wyniki firmy. Pomimo tego, przed badaniem, wiele przedsiębiorstw nie zdawało sobie sprawy, jak wiele ukrytych kosztów niesie za sobą słaba znajomość języka angielskiego wśród pracowników.

Poniższe sześć obszarów biznesu wykazuje najsilniejszy związek między potencjalnym sukcesem do osiągnięcia przez firmę a poziomem znajomości języka angielskiego wśród jej pracowników:

- Analiza biznesowa
- Koszty dostaw
- Międzynarodowe projekty i przetargi
- Inwestycje i handel międzynarodowy
- Wartość marki i satysfakcja klienta
- Komunikacja wewnętrzna i praca zespołowa

Poniższe sprawozdanie zawiera podsumowanie wyników naszych badań oraz wskazuje, jak upewnić się, czy pracownicy znają język angielski na odpowiednim poziomie, niezbędnym do wykonywania ich obowiązków.

Czytaj dalej aby:

- lepiej zrozumieć wpływ kompetencji językowych na kluczowe obszary biznesu i sukces finansowy przedsiębiorstwa
- poznać proste i praktyczne wskazówki naszych ekspertów, pomagające poprawić strategię językową w Twojej firmie.



SZEŚĆ OBSZARÓW WPŁYWU ZNAJOMOŚCI JĘZYKA ANGIELSKIEGO NA BIZNES

ANALIZA BIZNESOWA

Jak język angielski wpływa na ten obszar?

Słaba znajomość języka angielskiego może utrudniać osobom na stanowiskach menedżerskich nadążanie za trendami w branży i stawiać pod znakiem zapytania ich udział w międzynarodowych seminariach, konwentach handlowych i innych wydarzeniach biznesowych. Dla firmy może to oznaczać ograniczony dostęp do nowych możliwości, ryzyko utraty reputacji lub nieumiejętność podążania za zmieniającymi się trendami rynkowymi.

Rosnące możliwości dla profesjonalistów oraz pracowników sektorów usług i sprzedaży widać zwłaszcza w tych branżach, które charakteryzują się zapotrzebowaniem na pracowników wielojęzycznych. Według Komisji Europejskiej, inną z dziedzin wymagającą wysokiej biegłości w posługiwaniu się językiem angielskim jest sektor badań i rozwoju, na przykład ze względu na konieczność tworzenia i wykorzystywania w pracy obszernej dokumentacji.

Angielski jest językiem konferencyjnym, niezbędnym dla każdego pracownika w sektorze nauki. Wysoką potrzebę znajomości języków obcych, zarówno wśród pracowników jak i pracodawców, odnotowano w sektorze sprzedażowo-usługowym, przy czym to właśnie język angielski okazał się najbardziej użytecznym w każdej dziedzinie.

Przykłady:

- W Polsce 72 procent osób biorących udział w badaniu English Impact zdecydowanie zgodziło się z tym, że nauka języka angielskiego poszerzyła ich perspektywy na międzynarodowym rynku pracy.
- Gdyby handlowcy nie byli zaznajomieni z bieżącymi informacjami na temat rynku międzynarodowego, mogliby ponieść straty nie pozwalające na uzyskanie obecnej skali 75 procent całkowitego przychodu wypracowanego przez największe niemieckie banki.
- W niemieckiej branży motoryzacyjnej proces rozwoju produktu jest wysoko zależny od umiejętności komunikowania się w jednym języku przez pracowników na całym świecie. Jedna z firm w trakcie naszego badania powiedziała: „Nie moglibyśmy rozwijać nowych technologii odpowiednich dla każdego rynku, gdybyśmy nie komunikowali się w jednym języku”.

KOSZTY DOSTAW

2

Jak język angielski wpływa na ten obszar?

Źródła dostaw wpływają bezpośrednio na zyski firmy, tak samo jak umiejętność ustalania konkurencyjnych cen. Ograniczenie dostaw tylko do dostawców krajowych może prowadzić do wyższych kosztów dostawy. Większość firm szuka dostawców w krajach o niskich kosztach produkcji, a surowców u najatrakcyjniejszych cenowo sprzedawców. Waga znajomości języka angielskiego w tych przypadkach jest powiązana zatem nie tylko ze sprzedażą, ale także z wielkością ponoszonych kosztów.

Badania zlecone przez Komisję Europejską pokazały, że umiejętność posługiwania się językiem angielskim jest pożądana przez pracodawców w Unii Europejskiej, gdzie od potencjalnych pracowników bardzo często wymaga się posiadania wysokiej lub co najmniej średniej biegłości w języku obcym, zwłaszcza angielskim, w tym głównie w zakresie umiejętności produktywnych (mówienia i pisanie).

W przyszłości wymagania co do znajomości angielskiego będą nadal rosły, gdyż coraz częściej pojawiać się będą oferty pracy dla specjalistów o wyższych kwalifikacjach zawodowych w takich dziedzinach jak: nauka, inżynieria, opieka zdrowotna, biznes i nauczanie. Odnosi się to zarówno do rynku polskiego jak i unijnego.

Przykłady:

- **W Polsce** jedną z dziedzin o najwyższym stopniu wymagań co do poziomu znajomości języka angielskiego jest branża IT. Około 70 procent ofert pracy dla specjalistów w sektorze rozwoju oprogramowań i administracji systemowej w swoich wymaganiach zawiera znajomość języka angielskiego. Sytuacja jest podobna w dziedzinach technologii, inżynierii, administracji biurowej i finansów. Kandydaci często znajdują zatrudnienie w centrach outsourcingu i centrach usług wspólnych, które wymagają stałego kontaktu z zagranicznymi partnerami, klientami i interesariuszami.
- **Niemieckie firmy zajmujące się produktami szybkorotującymi (FMCG)** wskazują na fakt, że język angielski pozwala kupującym negocjować więcej i dużo bardziej efektywnie. Na podstawie naszych badań oszacowaliśmy, że sieci krajowe mające do czynienia z międzynarodowymi dostawcami mogłyby tracić nawet 20-30 procent zysku przez nieumiejętne komunikowanie się, niepozwalające negocjować lepszych ofert cenowych.
- Zostało oszacowane, że **w przemyśle wytwórczym we Włoszech** biegłość w języku angielskim pozwala zredukować koszty o 50 procent, gdyż umożliwia firmom wybranie najtańszych dostawców i kupowanie bezpośrednio od nich.

NASZA RADA

Nie daj się oszukać fałszywą oszczędnością. Korzystaj z wiarygodnych testów językowych, dających konkretne punkty odniesienia, popartych badaniami naukowymi oraz licznymi pilotażami na zamkniętych, zdefiniowanych grupach kandydatów.

Niezależnie od wielkości Twojej firmy czy oceny jej potrzeb, ważne jest, aby korzystać z testów opartych na wiarygodnych badaniach. Korzystanie z niezetelnych testów, dających niedokładny i wprowadzający w błąd wrywkowy obraz kompetencji językowych Twoich pracowników, może prowadzić do nieefektywności i znaczących strat. Choć ceny detaliczne tych testów są często niższe niż bardziej zaawansowanych usług, koszty rzeczywiste, długookresowe, mogą być znacznie wyższe.

Czy Twoi pracownicy
znają angielski na tyle,
aby firma mogła z
sukcesem konkurować
na rynku z innymi?

**Dowiedz się, co daje
test Aptis.**



MIĘDZYNARODOWE PROJEKTY I OFERTY PRZETARGOWE

3

Jak język angielski wpływa na ten obszar?

Międzynarodowe projekty i przetargi oferują znaczące możliwości rozwoju przedsiębiorstw w wielu branżach, jednakże ustalanie konkurencyjnych cen często opiera się na komunikacji w języku angielskim.

Osoby umiejące dobrze posługiwać się językiem angielskim są kluczowe podczas przetargów, negocjacji i zarządzania dużymi projektami międzynarodowymi.

Jeżeli firma nie potrafi wyrazić swojej oferty w odpowiedni sposób na piśmie, w dużym stopniu może wpłynąć to na jej odrzucenie już na pierwszym etapie kwalifikacji. Przedstawienie jasnej i zwięzłej prezentacji w języku angielskim – takiej, która efektywnie uwydatnia swoje zalety – jest bardzo istotne. Oferty bardzo często wiążą się ze spotkaniami „twarzą w twarz” i nawiązywaniem bezpośrednich relacji biznesowych, które wymagają mocnych kompetencji w mówieniu i słuchaniu.

W rezultacie dobra znajomość angielskiego może być przełomowym czynnikiem w międzynarodowych przetargach. Może zmaksymalizować szanse firmy na wygranie korzystnego kontraktu, podnieść jej pozycję negocjacyjną oraz zredukować koszty składania ofert przetargowych.

Przykłady:

- Według Głównego Urzędu Statystycznego (GUS) w Polsce, najnowsze wskaźniki polskiego eksportu są imponujące, a firmy krajowe zarabiają coraz więcej na handlu zagranicznym. Dane GUS-u wskazują, że przedsiębiorcy zdołali nawiązać szerszą współpracę z krajami zachodnioeuropejskimi, znajdując tam klientów na coraz to większej ilości rynków. W rezultacie, w 2015 r. Polska zanotowała dodanie saldo w handlu zagranicznym w wysokości prawie 9 milionów złotych. **Mamy już ponad 60 firm działających na całym świecie**, odnoszących duże sukcesy. Są to nie tylko giganty takie jak KGHM i PKN Orlen, lecz także mniejsze przedsiębiorstwa, przykładowo LPP, Ingłot, Solaris, czy Pesa. Międzynarodowa ekspansja polskich firm jest jednym z bodźców zachęcających firmy **do inwestowania w znajomość języka angielskiego swoich pracowników**.
- Nasze badania jasno pokazują wpływ kompetencji językowych na **branżę budowlaną we Włoszech**. Około 80 procent projektów przynoszących zyski w tym segmencie opiera się na kontraktach zawieranych w języku angielskim, jest to bowiem język roboczy rynków, z którymi firmy współpracują – zaledwie 20 procent umów zamyka się w granicach samych Włoch. Zdolność do utrzymania tych ogromnych źródeł dochodu byłaby zagrożona, gdyby firma nie potrafiła porozumieć się dobrze w języku angielskim.

NASZA RADA

W trakcie rekrutacji, wybieraj takie testy języka angielskiego, które będą w stanie dać ci pełen obraz kompetencji językowych kandydata – ważne jest zarówno mówienie, pisanie, czytanie jak i rozumienie ze słuchu.

Różne stanowiska mogą wymagać odmiennych poziomów poszczególnych umiejętności. U księgowego lub asystenta IT, który nie wchodzi w interakcje z klientami, ważniejsze mogą być umiejętności pisania i słuchania bardziej niż umiejętność mówienia. Diametralnie odmiennych umiejętności wymagać będziemy od pracowników działu obsługi klienta. Stosowanie testu, który pokazuje kompetencje w każdej z tych umiejętności, a nie tylko ogólny poziom, daje dokładne informacje potrzebne do świadomego podejmowania decyzji kadrowych.

INWESTYCJE I HANDEL ZAGRANICZNY

Jak język angielski wpływa na ten obszar?

Wychodzenie poza rynki lokalne wymaga takiego poziomu funkcjonowania działów marketingu i sprzedaży, który umożliwia skuteczne komunikowanie się z klientem międzynarodowym – i tu niezbędny jest wysoki poziom języka angielskiego.

Według wielu firm biorących udział w naszym badaniu, dywersyfikacja ich rynków zbytu była najlepszym sposobem na utrzymanie stabilnej pozycji w trakcie kryzysu na rynku krajowym. Podkreślali międzynarodową ekspansję jako kluczowy element, ponieważ umożliwiła ich przedsiębiorstwu prawidłowe funkcjonowanie pomimo strat poniesionych przez inne podmioty na rynku lokalnym. Znajomość języka angielskiego jest kluczowym elementem w tym procesie.

Polska jest obecnie szóstym co do zaludnienia państwem Unii Europejskiej, charakteryzującym się wysokim odsetkiem ludzi młodych i silnym wzrostem ekonomicznym w ostatnich dekadach. Komentatorzy sugerują, że Polska jest jedynym krajem UE, któremu udało się uniknąć recesji, obecnej w wielu innych krajach Unii jako rezultat światowego kryzysu ekonomicznego. Prognozy polskiego realnego wzrostu gospodarczego PKB sugerują, że pozostanie on na poziomie 3,5 procent do 2018 roku, a następnie zacznie zwalniać do około 3 procent w 2018 roku i 2,7 procent w 2020 roku. Te prognozy pozostają powyżej średniej UE w 2014 r., oszacowanej przez Bank Światowy na około 1,4 procenta.

Przykłady:

- W Polsce prawie 40 procent firm, które zdecydowały się na ekspansję zagraniczną, deklaruje, że ich zyski z operacji zagranicznych znacznie wzrosły w ciągu ostatniego roku.
- Biura podróży w Rosji przyznają, że bez znajomości języka angielskiego nie mogłyby skutecznie negocjować z zagranicznymi partnerami i groziłaby im utrata pozycji na rynku, ze stratą w zyskach dochodzącą nawet do 90 procent.
- We włoskim przemyśle turystycznym język angielski jest niezbędny, aby firma mogła poszerzać swoją działalność o nowe rynki. Dotyczy to w szczególności firm wycieczkowych, a zwłaszcza tych koncentrujących się na Chinach i innych częściach Azji. Przewiduje się, że w okresie najbliższych 10 lat, nastąpi dwucyfrowy wzrost zainteresowania azjatyckim rynkiem turystycznym. Jedna z firm, która weszła w zakres naszego badania, zajmująca się świadczeniem usług turystycznych w Azji i Australii, w samym tylko 2013 roku zwiększyła swój dochód o 18 procent.
- Dla włoskich banków prowadzenie transakcji na rynkach międzynarodowych jest ważnym czynnikiem stymulującym ich wzrost i dywersyfikującym ryzyko. Przedsiębiorstwa kupują i sprzedają zagraniczne fundusze zarówno krajowym jak i międzynarodowym klientom. W sumie około 30-40 procent zarządzanych funduszy obraca się na rynkach międzynarodowych, co może oznaczać, że operowanie językiem angielskim jest kluczowe przy generowaniu 30-40 procent zysków w tym sektorze.

NASZA RADA

Porównuj umiejętności językowe swoich pracowników z międzynarodowymi standardami.

Jeśli pracownicy mają do czynienia z międzynarodowym klientem, konieczne jest, aby ich angielski nie był po prostu „dobry”, ale muszą wykazać, że spełniają międzynarodowe standardy. Wybierz test, który daje precyzyjne i dokładne informacje na temat każdej z kompetencji językowych (mówienie, pisanie, czytanie i słuchanie) wskazanych przez Radę Europy (Common European Framework of Reference), czyli zgodne z międzynarodowym standardem opisującym umiejętności językowe.

Angielski jest nieodzowny
w środowisku
międzynarodowym.

**Test Aptis pozwoli Ci
sprawdzić poziom językowy
Twoich pracowników.**



WARTOŚĆ MARKI I SATYSFAKCJA KLIENTA

Jak język angielski wpływa na ten obszar?

Nasze badania wykazały, że niedostateczna znajomość języka angielskiego może znacząco wpłynąć na to, w jaki sposób międzynarodowi klienci postrzegają markę firmy. Dobry międzynarodowy wizerunek marki wpływa na pozycję firmy na rynku i daje dostęp do międzynarodowych kontaktów. Jest to kwestia kluczowa dla pozycji firmy jako lidera w branży, mająca ogromne znaczenie przy zdobywaniu klientów. By ich następnie utrzymać niezbędne jest, by mieć zespół obsługi klienta potrafiący kompetentnie świadczyć usługi w języku angielskim.

Dla pracowników ciągłe poszerzanie swojej znajomości języka angielskiego jest procesem, którego nie wolno zlekceważyć. Z punktu widzenia inwestycji w rozwój zawodowy, pracownicy uczą się w jaki sposób obsługiwać i zarządzać relacjami z klientem międzynarodowym, jak komunikować się w sposób skuteczny i dyplomatyczny oraz jak budować pozytywne doświadczenie i zadowolenie klienta, w krótkim czasie zwracają firmie włożone w ich szkolenie środki w postaci zwiększonych dochodów firmy.

Przykłady:

- W Polsce kelner lub kelnerka, którzy dobrze umieją komunikować się w języku angielskim z gośćmi, zarabiają **cztery razy więcej** niż inne osoby z zespołu, nie mówiące po angielsku. Pracodawcy są doskonale świadomi tego, że umiejętność komunikowania się w języku angielskim jest kluczowa dla satysfakcji klienta zagranicznego i 66 procent z nich wymaga od kandydatów do pracy znajomości angielskiego jako jednego z podstawowych kryteriów.
- Jako przykład tego, w jaki sposób jakość obsługi może wpłynąć na wyższą cenę produktu, pewien uczestnik badania – **rosyjski konsultant branży IT** – stwierdził, że ceny w jego firmie byłyby pięciokrotnie niższe, jeżeli pracownicy nie porozumiewaliby się w języku angielskim na właściwym poziomie, albowiem tak duże straty wizerunkowe poniosłaby firma na zagranicznych rynkach.
- Znajomość angielskiego ma również wpływ na wizerunek marki w przypadku dużych sieci hoteli, będących w nieustannej rywalizacji z konkurencją i muszących utrzymywać najwyższy poziom świadczonych usług, aby nie stracić swojego klienta. W **niemieckim sektorze hotelarskim** szacuje się, że około **60 procent gości nie powróciłoby tam ponownie**, gdyby obsługa nie potrafiła porozumiewać się po angielsku. W centrach miast lub w okolicach atrakcyjnych turystycznie wysokość przychodu jest w 70 procentach uzależniona od umiejętności posługiwania się przez pracowników językiem angielskim na wysokim poziomie.

NASZA RADA

Wybieraj testy, które precyzyjnie pokazują braki w znajomości języka, by jak najlepiej zaprojektować i ocenić programy szkoleniowe.

Przetestowanie pracowników przed rozpoczęciem szkolenia pomoże zidentyfikować, którzy z nich mają braki i w ramach jakich dokładnie kompetencji językowych (mówienie, pisanie, czytanie, rozumienie ze słuchu). Pozwoli to podzielić ich na grupy szkoleniowe, umożliwiając skoncentrowanie się w szczególności na wykazanych w teście brakach. Tym sposobem optymalizujesz czas i środki poświęcone na szkolenie, kierując je na te kompetencje, których podniesienie jest najbardziej przydatne w pracy. Testowanie na zakończenie cyklu zajęć pozwala określić postęp i wskazać obszar, w którym szkolenie przyniosło najlepsze efekty. Dodatkowo test wykaże, czy szkolenie przyniosło już zamierzony rezultat, czy też konieczna będzie dalsza praca w tym obszarze.

KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA I PRACA ZESPOŁOWA

Jak język angielski wpływa na ten obszar?

Ze względu na międzynarodową naturę wielu projektów realizowanych przez zespoły pochodzące z różnych krajów, znajomość języka angielskiego wśród wszystkich uczestników projektu jest kluczowa dla współpracy. Konsekwencje prostych nieporozumień mogą być kosztowne. Mogą prowadzić do nieefektywności, wyższych kosztów bezpośrednich, a nawet niebezpiecznych wypadków.

Według agencji pracy HAYS idealny kandydat w międzynarodowym środowisku musi być aktywny, otwarty, potrafiący się dostosować oraz gotowy stawić czoła różnym zmianom w trakcie pracy. Znajomość angielskiego, będącego „współczesną łaciną” jest niezbędna, głównie dlatego, że jest to język łączący ludzi z tej samej organizacji, rozproszonych po całym świecie, a pracujących w jednym zespole.

Przykłady:

- W **rosyjskiej branży konsultingu i IT** nad projektami pracują wspólnie deweloperzy z wielu krajów. Dla międzynarodowych firm pracujących w tym sektorze **65 procent wewnętrznej komunikacji odbywa się w języku angielskim**. Jedna z firm zajmujących się technologią informacyjną powiedziała: „**Chociaż programiści mogą pracować bez znajomości angielskiego, ważne jest, aby znali język, by zrozumieć wymagania klienta i móc współpracować z kolegami z innych biur pracujących nad tym samym projektem**”.
- W **dużych włoskich firmach wytwórczych** język angielski jest nie tylko ważnym elementem komunikacji zewnętrznej (80 procent), lecz również istotną częścią komunikacji wewnątrz organizacji – **40 procent** przepływu informacji odbywa się po angielsku.
- W **niemieckim przemyśle samochodowym** ponad **50 procent** wewnętrznej komunikacji odbywa się po angielsku. Jest to szczególnie istotne na poziomie zarządzania w celu ułatwienia komunikacji między głównymi siedzibami a jednostkami zależnymi.

NASZA RADA

Najlepszy czas na przetestowanie potencjalnego pracownika to moment fazy rekrutacyjnej.

Obok umiejętności technicznych i biznesowych, w czasie rekrutacji należy sprawdzać również kompetencje językowe kandydatów. Jest sprawą fundamentalną, aby na stanowisko z wymaganym angielskim zatrudnić osobę, której umiejętności językowe pozwolą na efektywne wykonywanie powierzonych zadań. Zaniedbanie tego aspektu na tym etapie może mieć negatywne skutki w przyszłości. Może to nie tylko doprowadzić do zaprzepaszczenia szans i możliwości biznesowych przez tego pracownika, lecz również spowodować wysokie koszty w przyszłości, gdy będziemy chcieli wyrównać jego kompetencje językowe z resztą zespołu.

Czy Twoi pracownicy
dobrze komunikują się po
angielsku z zagranicznymi
partnerami?

**Dowiedz się tego dzięki
testowi Aptis.**





POWSZECHNE PRAKTYKI OCENY STOSOWANE W BIZNESIE I ZWIĄZANE Z NIMI RYZYKO

W efekcie naszego prawie 80-letniego doświadczenia w nauczaniu i ocenianiu oraz na podstawie naszej pracy z partnerami, zaobserwowaliśmy trzy główne sposoby, w jakie firmy testują swoich pracowników w zakresie znajomości języka angielskiego. Wszystkie one dają pewną miarę poziomu znajomości angielskiego, jednak niosą za sobą pewne zagrożenia, opisane poniżej.



POLEGANIE NA ROZMOWIE PRZY OCENIE KANDYDATÓW

Największym zagrożeniem związanym z tą metodą jest fakt, że sprawdza ona tylko umiejętności mówienia kandydata, pozostawiając jego umiejętności pisania i czytania niesprawdzone – w dodatku sprawdza to w sposób zbyt prosty i mało wiarygodny.

Może to doprowadzić do sytuacji, w której zatrudniona osoba, chociaż potrafi porozumiewać się po angielsku, okazuje się mieć bardzo słabe umiejętności pisania w tym języku. Konsekwencją jest negatywny wpływ na firmę objawiający się na wiele sposobów – od nieporozumień z klientami do kosztownych błędów lub wypadków produkcyjnych.

SPRAWDZANIE POZIOMU PRACOWNIKÓW ZA POMOCĄ TESTÓW NIE OPRACOWANYCH PRZEZ EKSPERTÓW

Wiele przedsiębiorstw korzysta z testów języka angielskiego zaprojektowanych lokalnie lub wewnętrznie. Testy te zazwyczaj nie są oparte na żadnych badaniach, co oznacza, że nie były projektowane z należytą starannością, w związku z czym istnieje ryzyko otrzymania stroniczych, niepełnych lub mało wiarygodnych wyników. Bardzo ważne jest sprawdzenie testów językowych na specjalnej grupie badawczej, po to, by upewnić się, że pytania są na odpowiednim poziomie trudności i pozwolą otrzymać wiarygodne wyniki.

Testowanie próbne może trwać kilka miesięcy i rzadko bywa częścią procesu przygotowywania testów przez wewnętrznych specjalistów w firmie.

Dodatkowo, takie testy nie dają pełnego obrazu, ponieważ często nie sprawdzają wszystkich czterech umiejętności językowych – mówienia, pisania, czytania i słuchania.





WYKORZYSTYWANIE PROSTYCH TESTÓW DOSTĘPNYCH W INTERNECIE

Używanie prostych testów internetowych może wykreować nadmiernie pozytywny obraz umiejętności kandydata. Testy szybkiej oceny zazwyczaj nie zawierają elementów sprawdzających umiejętności mówienia czy pisania. W rezultacie nie dają precyzyjnego i wszechstronnego wizerunku zdolności osoby rozwiązującej taki test.

Opieranie się na takich testach może spowodować trudności w rozpoznaniu, czy kandydat posiada odpowiedni poziom języka (np. czy posiada umiejętność pisania na poziomie B1, mówienia na poziomie B2 itp.), co w konsekwencji może prowadzić do wielu niekorzystnych sytuacji w firmie.

PRAKTYCZNE WSKAZÓWKI, POZWALAJĄCE UPEWNIĆ SIĘ, CZY PRACOWNICY POSIADAJĄ ODPOWIEDNI POZIOM JĘZYKA ANGIELSKIEGO

- **Upewnij się, że Twoi pracownicy mają odpowiedni poziom języka angielskiego.**
- **Nie daj się oszukać fałszywą oszczędnością. Korzystaj z wiarygodnych testów dających konkretne punkty odniesienia, popartych licznymi próbami na zdefiniowanych grupach i badaniami naukowymi.**
- **W trakcie rekrutacji wybieraj takie testy języka angielskiego, które będą w stanie dać Ci pełen obraz kompetencji językowych kandydata – ważne jest zarówno mówienie, pisanie, czytanie, jak i rozumienie ze słuchu.**
- **Porównuj umiejętności językowe swoich pracowników zgodnie z międzynarodowymi standardami.**
- **Wybieraj testy, które pokazują precyzyjnie słabsze strony u kandydatów, by jak najlepiej zaprojektować programy szkoleniowe.**
- **Najlepszy czas na przetestowanie potencjalnego pracownika to moment fazy rekrutacyjnej.**

Powyższe wskazówki nie są specyficzne dla konkretnej branży, lecz mają za zadanie ułatwić określenie punktu wyjścia do ustalenia strategii językowej Waszej firmy. Chętnie rozmawiamy o konkretnych rozwiązaniach i dopasowujemy je do potrzeb danej firmy, pomagamy analizować potrzeby językowe i doradzamy wybór najlepszego podejścia. Skontaktuj się z nami, aby poprosić o bezpłatną konsultację.



NASZE ROZWIĄZANIE:
TEST APTIS

Aptis

Forward thinking
English testing

Aby wyjść naprzeciw możliwościom i wyzwaniom związanym ze znajomością języka angielskiego wśród pracowników, stworzyliśmy test językowy Aptis. Jest to nowoczesny, praktyczny test, pozwalający szybko ocenić zdolności językowe w sposób wiarygodny i elastyczny.

Test Aptis został zaprojektowany tak, aby mógł dopasowywać się do konkretnych potrzeb i budżetu – Aptis pozwala całkowicie kontrolować czas, miejsce i umiejętności językowe, które są testowane. Jako narzędzie oceny pozwala na dokonywanie bardziej świadomych decyzji dotyczących rekrutacji, rozwoju pracowników i budowania strategii języka angielskiego w Twojej firmie.

- Dostarcza **wiarygodnych, dokładnych wyników** znajomości języka angielskiego w organizacji.
- Jest elastyczny i łatwo dostępny, pozwalając ocenić umiejętności pracowników i kandydatów w **szybki i niedrogi sposób**.
- Pozwala na sprawdzenie najważniejszych umiejętności, niezbędnych do tego, by firma **szybko osiągnęła spodziewane rezultaty**.

Jeżeli chcesz dowiedzieć się więcej o teście Aptis i jak może on pomóc Twojej firmie, napisz do nas.

Źródła:

Euromonitor International
English Impact report

www.hays.pl

www.gazetapraca.pl

www.bankier.pl

www.wynagrodzenia.pl

www.eurostudent.pl

www.stat.gov.pl

www.polskatimes.pl

Strony 4, 12, 17, 22, 23, 26, 29, 30 © iStockPhoto

Strony 1, 3, 5, 6, 7, 24, 25 © Mat Wright

www.britishcouncil.pl/egzaminy/aptis