

# ПОЗИЦИЈАТА НА СТРАНСКИТЕ ЈАЗИЦИ ВО РАНГ-ЛИСТАТА НА ДРУГИТЕ ОБЛАСТИ ЗНАЧАЈНИ ЗА РАЗВОЈОТ НА ТУРИЗМОТ

## FOREIGN LANGUAGES RANK WITHIN THE LIST OF AREAS IMPORTANT FOR TOURISM DEVELOPMENT

**Elena Cickovska, MSc**

*Faculty of Tourism and Hospitality, Ohrid  
elenacickovska@uklo.edu.mk*

### *Abstract*

The purpose of this paper is to show that learning, knowing and using of foreign languages is one of the most important criteria for the progress of tourism industry.

We will show results from some of the research made in Europe and countries that have been looking into the qualifications needed for tourism industry. From the results one can see the position that foreign languages take in the rank of importance for tourism and the professional tourism education.

*Key words: tourism, progress, foreign languages, rank of importance, professional education*

### ВОВЕД

Развојот на стратегија за развој на туризмот подразбира испитување и понатамошно развивање на постоечките обиди како и поддршка на нови проекти во нови и различни полиња во економијата, т.е. туристичката индустрија и во стручното образование во туризмот како нејзина основа.

Развојот и надградбата не може да се замисли без соодветна квалификација на луѓето вклучени во одржувањето и развојот на туристичката индустрија. Во многу случаи потребно е интензивирање на соработката меѓу економијата и образованието што подразбира и соработка меѓу економијата и науката.

Еден од основните фактори кој што треба да се земе предвид во развојот на стратегијата и кој што влијае врз развојот на туризмот е образованието. Ако се гради стратегија т.е. долгорочен план за развој се разбира дека треба да се земе предвид дали субјектите се подготвени за остварувањето на плановите т.е. дали ги поседуваат соодветните квалификации т.е. способности, познавања и знаења.

Постојат испитувања во туристичката индустрија со кои се утврдуваат потребите и недостатоците во однос на квалификацијата на сегашните и идните вработени носители на развојот на истата.

Преку овие испитувања од една страна се утврдува кои области и содржини т.е. квалификации и се потребни на туристичката индустрија и преку тоа кои содржини треба да се имплементираат во стручното образование и понатамошната обука во туризмот и истите се рангираат по важност и степен на потреба.

Овие испитувања многу јасно ја покажуваат важноста на познавањето странски јазици и потребата од нивното изучување во стручното образование, како и местото на странските јазици во рангот на области кои се потребни за развој на туризмот.

#### ИСТРАЖУВАЊЕ – ТРЕНДОВИ НА ОБРАЗОВАНИЕТО ВО ЕВРОПСКИОТ ТУРИЗАМ

Истражувањето е извршено земајќи го предвид развојот на диверзификација во европскиот туризам кој бара од сите претпријатија и вработените во туристичката индустрија постојано прилагодување на променливите услови на пазарот како на пример на индивидуализацијата на потребите на муштериите, појавувањето на нови целни групи или законските иновации. Овој притисок на прилагодување е поголем поради моменталната економска стагнација на ЕС и експандацијата на конкуренцијата на секторот на патувања. Покрај овие промени во конјуктурата и настаните во светската политика според исказите на експертите во склоп на студијата во многу земји на Европа туристичкиот сектор сеуште има шанси за развој.

Во истражувањето се испитани стручњаци од праксата од областа на туризмот од седум земји: Германија, Франција, Италија, Грција, Литваниа, Австрија и Унгарија во склоп на пилот проект: EU-EQT европска дополнителна квалификација во туристичкиот менаџмент. Концепција за интеграција на европските дополнителни квалификации во националните системи на стручно образование,<sup>1</sup> со цел да се утврдат потребните содржини за иднината на образованието во туристичкиот сектор.

Испитаниците сметаат дека на моменталното образование не само што му недостасува усогласување или многу тешко и бавно се усогласува со брзите промени во туризмот туку и дека делумно има недоволен и целосен недостаток на пракса и соодветна врска со неа.

Потребите за учење и надградба ги делат на две области основни квалификации и специјални квалификации. Темите од маркетинг, комуникација и **јазик**, менаџмент и специјални форми на туризмот се првенствени.

Во европски основни квалификации влегуваат:

- Клучни квалификации како менаџмент на знаење, способност за учење и социјална компетенција
- Маркетинг во туризмот
- Менаџмент на персонал (човечки ресурси)
- Интеркултурен менаџмент
- Интеркултурна комуникација и **странски јазици**
- Информатика
- Екологија и околина

Специјалните квалификации се однесуваат на одредени туристички форми на понуда и содржат стручни познавања ориентиерани кон одредени целни групи:

- Здравствен туризам
- Еколошки туризам
- Бизнис туризам

---

<sup>1</sup> [www.europjecting.de/global/pdf/DAA\\_JLU\\_Studie\\_Trends\\_Ausbildung\\_Tourismus.pdf](http://www.europjecting.de/global/pdf/DAA_JLU_Studie_Trends_Ausbildung_Tourismus.pdf)

- Спортски туризам
- Културен туризам
- Манифестационен туризам

Сите експерти се согласуваат дека доживотно постојано учење е од голема важност за вработените во туризмот поради брзите и постојани промени во секторот. Стратегиите за учење треба да бидат дел во пренесувањето на сите содржини во склоп на образованието.

Врз основа на резултатите од истражувањето е изработена листа на основни европски квалификации потребни т.е. важни за туризмот. Испитано е кои од предходно наведените теми и понатака во иднина ќе бидат важни за стручното образование и обуките во туризмот. Темите се вреднуваат според важност.

Вреднување на темите по категориите - важно и многу важно:

97%	<b>Странски јазици</b>
94%	Продажен тренинг
92%	Ориентација кон муштеријата (Customer care)
89%	Нови медиуми/Интернет/е-мејл/е-бизнис
89%	Социјална и персонална компетенција
83%	Персонален менаџмент
81%	Нови форми на пазар (на пр. No Frills и др.)
73%	Пазар на ЕУ
58%	Економско право на ЕУ
48%	Институции на ЕУ

Вреднување на темите само по категоријата – многу важно

67%	Ориентација кон муштеријата (Customer care)
67%	<b>Странски јазици</b>
59%	Нови медиуми/Интернет/е-мејл/е-бизнис
48%	Социјална и персонална компетенција
42%	Нови форми на пазар (на пр. No Frills и др.)
40%	Персонален менаџмент
39%	Интеркултурна комуникација и менаџмент
25%	ЕУ пазар
20%	ЕУ економско право
15%	Институции на ЕУ

На овој начин уште повеќе се гледа тенденцијата на отскокнување на потребата од изучување и познавање странски јазици во однос на други теми.

За да се добијат уште подетални информации во истражувањето на експертите им се поставуваа и отворено прашање со кое им се дава можност независно од претходно наведените теми да дадат предлози за понатамошни теми и содржини кои што неопходно треба да се интегрираат во образованието и обуките од областа на туризмот. И тука странските јазици се наоѓаат на висока четврта позиција:

- Менаџмент на квалитет
- Менаџмент на поплаки

- Паркови на теми
- **Обука на странски јазици**
- Директ-мејлинг менаџмент
- Пракса во странство/проекти ориентирани кон пракса
- Локални/регионални особености
- Е-Бизнис
- Ориентација кон целни групи
- Испитување на пазарот

#### ИСТРАЖУВАЊЕ - ПОТРЕБИТЕ НА ТУРИСТИЧКАТА ИНДУСТРИЈА ВО ФИНСКА

Во 2003 година извршено е емпириско истражување во Финска во склоп на проект „Основи на стручна квалификација во туристичката индустрија”<sup>2</sup>. Резултатите од ова истражување укажуваат дека во туристичката индустрија се потребни стручни познавања и клучни квалификации кои треба се пренесуваат во систематски изградено образование и обука со висок дел на пракса.

Тука ќе ги прикажам резултатите сведени на најважните и основни потребни содржини од сите области на туристичката индустрија:

- Менаџмент и *betriebswirtschaftliche* компетенции
- Маркетинг
- Комуникација и советување
- **Компетенција во странски јазици**
- Стручни познавања од туризмот
- нови информативни и комуникативни техники

#### СТРАТЕГИЈА НА РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ ВО ЕГИПЕД И УЛОГАТА НА СТРАНСКАТЕ ЈАЗИЦИ

По трагичните напади на туристи во Луксор 1997 година туризмот во Египед беше во голема криза. Египед развива стратегија и за две години египетската туристичка индустрија ги зголемува добивките за 40% повеќе во споредба со добивките пред нападите.

Нивната стратегија на успехот ја објаснува на кратко египедскиот министер за туризам Mamdouti El Baltagi 2000 година:<sup>3</sup>

„Постојат три основни правила на кои што се придржувавме. Број еден е потполната доверливост и *транспарентност на информациите*. Клучот за изградба на доверливост е да се биде искрен и транспарентен во однос на ситуацијата и решенијата кои што се извршиле.

Број два е градбата на *доверба*; ако ја изгубиш довербата на партнерите си изгубил се.<sup>4</sup>

Број три е изградбата на *комуникација* на три нивоа. Ние *комунициравме* на официјално ниво со министерите за надворешни работи, *комунициравме*

<sup>2</sup> Müller 2003:237-305

<sup>3</sup> Со италики се обележани квалификациите за чие остварување се потребни познавања на странски јазици

<sup>4</sup> Од психолошка гледна точка врз развојот на доверба влијае јазикот. Менталниот систем е така изграден што побрзо и поедноставно може да се изгради доверба во вербални искази ако се делува и зборува на јазикот на кој што зборува субјектот т.е. на неговиот мајчин јазик.

директно со туроператори и со широката интернационална јавност преку медиумите. Нашата цел беше на овие важни партнери да им дадеме точни информации што се случува во нашата земја и како се решија проблемите. Ова звучи многу поедноставно отколку што е, но тоа е патот.”<sup>5</sup>

Врз примерот на Египед повторно се гледа на кое место стои познавањето странски јазици и колку е важно за развојот на туризмот воопшто. Предуслов за добра комуникација која е во основата на развојот на египетскиот туризам е познавањето странски јазици.

#### ЗАКЛУЧОК

Поради тоа што во Македонија сеуште нема доволно исцрпни емпириски испитувања во однос на потребите на туристичката индустрија и нивна имплементација во образованието за развој на туризмот треба да се земат предвид резултати од испитувања во други земји и да се проверат и прилагодат.

Реформите на образованието особено на факултетот за туризам и угостителство во Охрид се во голем подем земајќи ги предвид европските образовни трендови. Изучувањето странски јазици за жал сеуште не го завзема она место кое што е неопходно.

И на вработените во туристичката индустрија особено на менаџерите и водечките сили треба да им се посочи дека мораат да преземат итни мерки за поттикнување и развој на познавањата на странски јазици на вработените. Сеуште многу од нив не се свесни дека недоволните познавања на странски јазици имаат негативно влијание.

Познавањето на странски јазици е важен критериум за подем и успех на туристичката индустрија.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Baumann, Kalus-Dieter / Kalverkämer, Hartwig / Steinberg-Rahal, Kerstin (Hrsg): Sprachen im Beruf. Stand – Probleme – Perspektiven. Tübingen: Narr, 2000.
2. Bericht der Bundesregierung. Konzeption fuer den Bereich “Umweltschutz und Tourismus”. Berlin 24.04.2002.
3. Freyer, Walter: Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. München: Oldenburg, 2001.
4. Homann, Rolf: Die Zukunft des Tourismus. Frankfurt:2001
5. Kramer, Wolfgang: „Interkulturelle Kompetenz: Zum neuen Anforderungsprofil an international tätige Mitarbeiter“. In: Kramer, Wolfgang / Weiß, Reinhold (Hrsg.): Fremdsprachen in der Wirtschaft: ein Beitrag zu interkultureller Kompetenz. Köln: div, 2005 S.9-47.
6. Müller, Bernd-Dietrich (Hrsg.): Interkulturelle Wirtschaftskommunikation. München: Iudicium, 2003.
7. Цицковска, Елена: „Потребата од познавање странски јазици на туристичкиот пазар“ – VII. Меѓународна конференција „Туризмот во услови на глобализација / Осигурувањето во услови на глобализација“ 29.-30.05.2003, Охрид, Р. Македонија.
8. Цицковска, Елена: „Развој на познавањето странски јазици. Ние и нашиот став – придонес или пречка.“ VIII Меѓународна конференција „Современи трендови во туризмот“ 26.-27.05.2005, Охрид, Р. Македонија.

---

<sup>5</sup> Wto news 2<sup>nd</sup> quarter 2000, Issue 2, S.9