

КУРСЕВИТЕ ЗА СТРАНСКИ ЈАЗИЦИ КАКО ФАКТОР ЗА ПРОДОЛЖУВАЊЕ НА ТУРИСТИЧКАТА СЕЗОНА

д-р ДЕЈАН МЕТОДИЈЕСКИ*
КОСТАДИН ГОЛАКОВ*

Апстракт:

Многу земји во светот се соочуваат со сезонското работење во туризмот и преку своите туристички политики креираат најразлични практики за да ја продолжат сезоната. Предмет на овој труд е сезонското работење во туризмот и организирањето на курсеви за странски јазици како еден од главните фактори за продолжување на сезоната. Во текстот е посочен примерот на Малта, која успешно развива ваков вид на едукативен туризам. Во оваа земја постојат над 40 училишта за изучување на англиски јазик кои се здружени во Федерација и предлагаат најразлични видови на курсеви. Во заклучниот дел од трудот, направени се препораки како би можеле вакви курсеви за изучување на странски јазици да бидат организирани и понудени на странските туристи во посета на Република Македонија.

Клучни зборови: *туризам, сезонско работење, курсеви, странски јазици, Малта*

FOREIGN LANGUAGE COURSES AS A FACTOR FOR PROLONGATION OF THE TOURIST SEASON

DEJAN METODIJESKI, Ph.D.*
KOSTADIN GOLAKOV *

Abstract:

Many countries throughout the world are faced with seasonal work in tourism, so, by creating their own touristic policies, they accommodate different practices in order to continue tourist season. Subject of this paper is the seasonal work in tourism and organization of foreign language courses as one of the main factors in continuing tourist season. This paper provides an example of Malta, a country where such type of educational tourism has been successfully developed. There are more than 40 schools specialized in teaching English language in this country. All the schools, joined into a

* Факултет за туризам и бизнис логистика, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип.
Faculty of Tourism and business logistics, Goce Delcev University, Stip.

* Филолошки факултет, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип.
Faculty of Philology, Goce Delcev University, Stip.

Federation, offer various English language courses. The conclusion intends to give recommendations aiming at possible provision of foreign language courses for tourists visiting the Republic of Macedonia.

Key words: *tourism, seasonal work, courses, foreign languages, Malta.*

Вовед

Иако туризмот е релативно нов поим, неговите корени се многу подлабоки. Туризмот е во нераскинлива врска со патувањето, кое за луѓето претставува основа на нивното постоење. Совладувањето на просторот е старо колку и човековата историјата, бидејќи исконска и фундаментална потреба на луѓето е да го прошируваат просторот во кој живеат (Мариноски, 2005). Патувањата биле најпрво од егзистенционална природа, а потоа поради други причини, како на пример: воени походи, трговија, спортски настани - Олимпијадите, забавни приредби – амфитеатрите, здравствени – користење на бањите од страна на Римјаните, религиозни цели, научни откритија, едукативни и културни – Гранд Тур (Townner, 1985) и др., па сè до првото организирано туристичко патување од страна на Томас Кук во 1841 година (Rae, 1891).

Туризмот е наука за луѓето кои патуваат надвор од своето постојано место на живеење, индустријата која ги задоволува нивните потреби и влијанието кое луѓето и индустријата го имаат врз социо-културната, економската и физичката околина на домаќинот (Theobalt, 2013).

Современиот туризам е глобален феномен кој на многу начини влијае врз развитокот на човечкото општество. Сè поголем е бројот на државите во светот кои ги препознаваат позитивните ефекти кои туризмот ги има во националните економии, создавањето на работни места, отварањето на нови бизниси, придонесот во даноците и др. Денес, туризмот претставува показател за нивото на развој на нашата цивилизација и една од извонредните приказни за успех на денешното време. Во 2012 година, доаѓањата на туристите на меѓународно ниво ја надминале бројката од една милијарда (www.2.unwto.org, 10.09.2013).

Развојот на туристичките движења во изминатите години доведоа до појава на така наречен „нов турист“. Новиот турист се разликува од „стариот“ во следното: тој е многу поподвижен; растојанијата не го плашат (склон е да пропатува големи растојанија со различни видови на транспорт во рамките на едно туристичко патување); подобро е информиран (користи многу и различни извори на информација вклучувајќи го интернетот); поседува големо туристичко

искуство; поставува повисоки барања кон услужувањето (патувал многу и има можност да направи споредба); во потрага е по нешто различно; покажува многу поголема љубезност кон локалниот начин на живот, историја, традиции и обичаи; склон е да се измеша и да контактира со локалното население; не се затвора во групата со која патува; отворен е кон новите понудени услуги; има авантуристички дух; извршува многу повеќе и многу поразлични туристички дејности за време на патувањето; високо ја цени и се стреми кон еколошки чиста средина; има желба да го подигне културното ниво и да се едуцира. Сите овие промени се одразуваат во промените на туристичкиот развој (Воденска, 2005).

1. Сезонско работење во туризмот

Во туризмот постои појавата на сезонско работење што се манифестира преку зголемувањето на побарувачката во определени делови од годината најчесто за време на зимата или летото. Сезоналноста е карактеристична за објектите и туристичките дестинации кои се наоѓаат на приморјето, покрај езерата, во зимско-рекреативните центри и во други места (Ацковски и Ацковска, 2003).

Основните карактеристики на сезонското работење во туризмот е тоа што објектите кои се цел на посета од страна на туристите работат во релативно кус временски период во текот на годината во зависност од времетраењето на туристичката сезона која најчесто се дели на летна или зимска. Активностите кои ги практикуваат туристите во летната сезона се сончање, капење, прошетка, разглед, водни спортови и др. Во зимската сезона се практикуваат зимско-спортски активности и други активности поврзани со снег. Поголемиот дел од овие туристички објекти работат за време на летната сезона (во приморските и езерските туристички места), а помал дел од нив работат за време на зимската сезона (во планинските, пред се, зимско-рекреативните центри).

Објектите за сместување и исхрана кои работат во некоја од сезоните, обично функционираат активно 4-5 месеци во текот на годината и своите капацитети ги користат 130-140 дена, односно околу 35-40%. Се разбира дека ова повеќе се однесува на приморските места, додека за езерските и планинските зимско-рекреативни места степенот на искористувањето е далеку помал, односно тие објекти се користат помалку денови во годината (околу 40-60 дена, т.е. 10-15%). Објектите со сезонски карактер на работење, по правило, располагаат со поголемиот дел од леглата во сместувачките капацитети (околу 70%) и со значителен дел од седиштата во објектите за исхрана и забава (околу 25%), а остваруваат релативно помал дел од вкупниот промет (под 20%).

Имајќи ги предвид горе наведените неповолности со кои се сретнуваат туристичките објекти во сезонско работење, поразвиените туристички земји преку туристичка политика што ја креираат и преку разни мерки и активности, настојуваат да им помогнат на овие претпријатија преку наоѓање начин да се зголеми сезоната, односно нејзино продолжување. За зголемување и продолжување на сезоната најчесто се користат активности како: организирање на обуки и курсеви, конференции и состаноци, културни и други видови манифестации и др.

2. Курсевите за англиски јазик и продолжувањето на туристичката сезона во Малта

Малта е островска земја која се наоѓа во јужниот дел на Европскиот континент во Средоземното море, 80 км јужно од Сицилија, 284 км источно од Тунис и 333 км северно од Либија. Во нејзиниот состав влегуваат три поголеми острови Малта, Гозо и Комино и неколку помали со вкупна површина од 316 квадратни километри на кои се населени 410.567 жители. Главен град на земјата е Валета. Официјални јазици во Малта се малтешкиот и англискиот.

Стратешката локација на оваа земја придонела низ историјата на овој простор да биде создадена голема база на културно и историско наследство, кое во комбинација со повољните временски услови и развиената туристичка инфраструктура (објекти за сместување, исхрана, забава, транспорт, туристички агенции и др.) во летната сезона делуваат како магнет во привлекувањето на туристи од целиот свет. Во земјата постојат три објекти кои се наоѓаат во списокот на УНЕСКО за заштита на културното наследство.

Малта развива повеќе видови на туризам, како летни годишни одмори, бизнис туризам, спортски туризам, туризам поврзан со нуркање, крстарења, конференции, туризам поврзан со културното наследство, туризам поврзан со изучување на англискиот јазик и др. Од вкупно 1 332.086 туристи кои ја посетиле земјата во 2010 година, 72.695 биле туристи на кои основниот мотив за посета им бил изучувањето на англискиот јазик преку организирани курсеви (Tourism policy for the Maltese Islands, 2012-2016). Туристичката политика на оваа земја, за развој на туризмот поврзан со изучување на англискиот јазик се насочува кон привлекување на голем број на бизнис туристи од земји како Русија, Кина и Бразил.

Малта добро го препознава овој сегмент на туристичкиот пазар, а тоа го докажува и преку официјалната веб-страница за промоција на земјата каде ги промовира училиштата за изучување на англиски јазик и различните видови на курсеви кои ги нудат тие (www.visitmalta.com).

10.09.2013). Во земјата постојат повеќе од 40 училишта за изучување на англиски јазик, секое со свои специфични организирани курсеви и со високо обучени учители, кои можат да работат со луѓе со различни можности и од различни возрасти. Овие училишта се здружени во Федерација на организации кои практикуваат изучување на англиски јазик (Federation of English Language Teaching Organisations in Malta). Курсевите кои ги предлагаат овие училишта се наменети за неколку категории туристи: курсеви поврзани со одморот, курсеви за возрасни, бизнис курсеви и курсеви за специјални интереси. Во зависност од побарувачката, курсевите се организираат во групи или индивидуално се изучува англискиот јазик според специјално подготвена програма. Училиштата се толку флексибилни, што имаат понуда на изучување на англискиот јазик и во објектите за сместување каде се отседнати туристите. Тие, исто така, за заинтересираните можат да обезбедат и сместување по желба на туристите учесници во курсот, од сместување во малтешки семејства, апартмани до хотели со пет ѕвезди.

3. Заклучок

Патувањата поради изучување на странски јазик не се нешто ново за човештвото и започнале со појавата и потребата од изучување на различните јазици. Изучувањето на странските јазици еволуирало низ историјата, а модерните училишта за јазици имаат богата палета на понуди како заинтересираните клиенти на најбрз и најдобар начин да го постигнат тоа. Патувањата и престојот на луѓето надвор од своето постојано место на живеење поради образовние или едукација (помалку од една година), можеме да го окарактеризираме како образовен или едукативен туризам. Ваков вид на туризам повеќе децении се развива во Велика Британија, Германија, Франција и САД, преку организирање на курсеви за изучување на странски јазик.

Од примерот на Малта, можеме да извлечеме заклучок дека организираните курсеви за изучување на англиски јазик е еден од основните фактори за продолжување на сезонското работење кое во туризмот трае релативно кратко.

Во нашата земја постојат 219 училишта за странски јазици, а некои од нив предлагаат и организирани курсеви за престој во странство (www.zk.com.mk, 10.09.2013). Оваа бројка ни укажува на потенцијалот со кој располага Република Македонија и можноста да биде организирани курсеви за странски јазици наменети за туристите. Организацијата на вакви курсеви би можела да биде во Охрид или во Скопје, како градови со богата историја и културен живот, висока концентрација на странски туристи и објекти наменети за задоволување на нивните потреби. Курсевите би можеле да се организираат како во

текот на сезоната, така и вон сезона, а понудата би содржела комплетни пакет аранжмани во кои би биле вклучени: престојот, дополнителните активности и курсевите за изучување на странски јазик. Овие аранжмани, кога би се реализирале вон сезона би имале пониски цени. Со цел да се направи ваква понуда, потребно е ангажирање и здружување на повеќе заинтересирани страни кои учествуваат во туризмот, како: туристичките агенции, објектите за сместување, исхрана и дополнителни услуги, училиштата за странски јазици, националната Агенција за поддршка и промоција на туризмот, Секторот за туризам и угостителство при Министерството за економија, Стопанските комори за туризам, високообразовните институции од областа на туризмот и др. Како промотивна акција, при закупувањето на овие пакет аранжмани туристите би можеле да добиваат одредени попусти за влез во музеи, транспорт, спортски и рекреативни објекти и слично, како би го исполниле со активности времето на престој во кое нема да ги посетуваат курсевите.

Библиографија

1. Ацковски, Никола, Ацковска, Марија (2003). Економика и организација на угостителството. Охрид: Факултет за туризам и угостителство.
2. Воденска, Мария (2005). Основи на туризмот. Софија: Матком.
3. Мариноски, Науме (2005). Туристички агенции. Охрид: Факултет за туризам и угостителство.
4. Ministry for Tourism, Culture and the Environment (2012). *Tourism policy for the Maltese Islands, 2012-2016*. Malta
5. Theobalt, William (ed.) (2013). *Global tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
6. Towner, John (1985). "The grand tour a key phase in the history of tourism". *Annals of tourism research*, 12:297-333.
7. Rae, William (1891). *The business of travel: A fifty years record of progress*. London: Thomas Cook and Son.

Користени Интернет ресурси

www.zk.com.mk

www.2.unwto.org

www.visitmalta.com