

Primljen 23. 5. 2002.
Prihvaćen 10. 6. 2002.



Nevenka Blažević:
**DEUTSCHE GESCHÄFTSKORRESPONDENZ
IN HOTELLERIE UND TOURISMUS**

**NJEMAČKO POSLOVNO DOPISIVANJE
U HOTELIJERSTVU I TURIZMU**

HoReBa d.o.o., Pula, 2000.

*Duška Pavlinić**

Hotelijsko-turistička škola, Opatija

Priručnik *Deutsche Geschäftskorrespondenz in Hotellerie und Tourismus*, autorice Nevenke Blažević, nastao je kao rezultat potrebe za takvim priručnikom, kojeg do sada na hrvatskom tržištu, nažalost, nije bilo. Budući da je turizam u našoj zemlji pretežito usmjeren stranom tržištu, nameće se potreba za komunikacijom na stranom jeziku. Komunikacija s gostima i poslovnim partnerima u hotelijerstvu i turizmu, bilo pismena putem poslovnog dopisivanja ili usmena preko telefona ili izravnim kontaktom, jedna je od najvažnijih komponenti kvalitetne usluge. Osposobljavanje za usmenu komunikaciju jednostavnije je i kraće nego osposobljavanje za pismenu komunikaciju, za koju je potrebno usvojiti jezične vještine nužne za pisanje pravopisno, gramatički i stilski korektnih iskaza. U hotelijersko-turističkoj struci poslovna komunikacija dio je područja rada te struke. Kako bi pismeni ili usmeni iskazi bili što korektniji, nužno je ovladati jezikom struke.

Za razvijanje poslovnog komuniciranja, u samostalnom radu ili u nastavi uz pomoć i vođenje nastavnika, potreban je odgovarajući priručnik. Ova knjiga je namijenjena individualnim korisnicima, ali također i polaznicima srednjih, viših i visokih hotelijersko-turističkih škola. Izdavanjem ove knjige upotpunjena je praznina na

našem tržištu udžbenika i priručnika iz područja poslovnog komuniciranja, što je i jedan od bitnih elemenata u cjelokupnom osposobljavanju budućih hotelijersko-turističkih djelatnika. Poslovno dopisivanje je također dio programa stranog jezika u školama hotelijersko-turističkog usmjerenja.

Knjiga *Deutsche Geschäftskorrespondenz in Hotellerie und Tourismus* sastoji se od deset tematskih cjelina (1. Forma i dijelovi poslovnog pisma, 2. Okružnica, 3. Upit, 4. Ponuda, 5. Alotman, 6. Rezervacija, 7. Obračun, 8. Reklamacija, 9. Poslovna pisma osobne naravi, 10. Formulari i informacijski materijali u hotelu i u turističkoj agenciji). Prvoj cjelini prethodi *Objašnjenje simbola i kratica korištenih u knjizi*, a nakon desete cjeline nalaze se *Rješenja vježbi i Rječnik stručne terminologije, te Bibliografija*. Tematske cjeline slijede sve faze poslovnog dopisivanja u hotelijerstvu i turizmu.

U prvoj cjelini obrađuju se oblici i dijelovi poslovnog pisma uz mnoge primjere klasičnog poslovnog pisma, faksa i e-maila. Pojam **poslovno pismo** koristi se ovdje za sve oblike pismene komunikacije (klasično poslovno pismo, faks i e-mail). U cjelinama od dva do devet obrađuju se pojedine vrste poslovnih pisama. Nakon definicije određene vrste poslovnog pi-

* Duška Pavlinić, Hotelijsko-turistička škola Opatija, Drage Gervaisa 2, 51410 Opatija; e-mail: duškap@yahoo.com ili robert.pavlinic@ri.tel.hr



sma slijede različiti autentični primjeri, a zatim velik broj raznih tipova vježbi za usvajanje stručne terminologije i gramatičkih struktura, koje se najčešće pojavljuju u poslovnom dopisivanju. Tu su i vježbe za razvijanje vještine pisanja poslovnog pisma.

Prednost ove knjige jest ponuđen popis komunikacijskih namjera u određenom tipu poslovnog pisma i mogućnosti njihova jezičnog izražavanja. Taj se popis nalazi na kraju svakog poglavlja. Posebno treba istaknuti i njihov prijevod, koji se nalazi nakon rješenja vježbi svake cjeline. Rječnik stručne terminologije upotpunjava prednosti ove knjige, a svojim opsegom zadovoljava potrebe korisnika ovog priručnika.

Deveto poglavlje *Poslovna pisma osobne naravi* daje veliki izbor drugih žanrova s područja poslovnog komuniciranja, kao što su molbe za radno mjesto, životopisi, razne čestitke, pozivnice i slično. Deseto poglavlje sadrži veliki broj tiskanica, koje se koriste u hotelima

i turističkim agencijama. One mogu poslužiti u izradi sličnih prema određenim potrebama.

Poslovna pisma su u današnje vrijeme prilagođena novim komunikacijskim medijima, što se ne odražava samo u obliku nego također i u sadržaju. Ove promjene su potkrijepljene mnogim primjerima koje nalazimo u knjizi. Razlike između govornog i pisanog komuniciranja postaju manje, što se uočava posebno kod e-maila, ali su još prisutne i ne smijemo ih zanemariti. Poslovno pismo mora biti gramatički i pravopisno korektno sastavljeno, a njegov stil treba prilagoditi primatelju, što je također jako važno. Ono mora biti jasno, pregledno i ljubazno.

Knjiga *Deutsche Geschäftskorrespondenz in Hotellerie und Tourismus* moderan je priručnik poslovnog dopisivanja u hotelijerstvu i turizmu, koji će pomoći svima koji se tijekom školovanja ili samostalno žele osposobiti za ovu vrstu komunikacije.