

*Moira Kostić-Bobanović\**

Fakultet ekonomije i turizma "Dr. Mijo Mirković", Pula

## **MOTIVI KOJI SU NAVELI STUDENTE FAKULTETA EKONOMIJE I TURIZMA U PULI DA IZABERU KOLEGIJ ENGLESKOG JEZIKA KAO POSLOVNOG STRANOG JEZIKA**

Svrha ovog istraživanja bila je doznati motive koji su naveli polaznike Fakulteta ekonomije i turizma "Dr. Mijo Mirković" u Puli na odabir kolegija engleskog poslovnog jezika kao nastavnog kolegija na fakultetu. Istraživanjem je obuhvaćeno 166 ispitanika koji uče engleski jezik na fakultetskoj razini. Provedenim anketiranjem nastojali smo prikazati vrednovanje razloga za učenje poslovnog engleskog jezika te uvidjeti postoji li i koliko je odstupanje u stavovima i vrsti motivacije polaznika određenog studijskog smjera. Usporedili smo stavove različitih studijskih grupa – turizam, marketing i financije.

*Ključne riječi: motivi, studenti ekonomije i turizma, poslovni engleski*

### **UVOD**

Prema Mikeu Sykesu (1997) poslovni engleski jezik može se podijeliti na tri kategorije učenja:

1. Vjerojatno najraširenija kategorija jest poučavanje "općeg" engleskog jezika ljudi iz poslovnog svijeta (*business world*). Taj način poučavanja engleskog jezika ne razlikuje se od poučavanja učenika drugih usmjerenja, što ne vrijedi za učenike koji su zapravo poslovni ljudi te rade u tvrtkama. Ono se može temeljiti na pravilima same tvrtke, a glavni je cilj poučavanja upoznavanje s općim engleskim jezikom.
2. Druga je kategorija "leksički" pristup, koji ima više oblika, i poučavanje se nastoji usmjeriti na korištenje vokabulara koji je karakterističan za samo poslovanje.
3. Treća je kategorija "kontekstualni" pristup kojim se nastoji potaknuti učenika da se koristi poslovnim engleskim jezikom u konkretnim poslovnim situacijama:
  - Unutar ove kategorije postoji jedan prilično općenitiji pristup, kao što je učenje poslovnog engleskog jezika u pregovorima ili prezentacijama.
  - Postoji i posebni pristup, temeljen na području poslovanja, poput učenja poslovnog engleskog jezika u turizmu, marketingu i financijama.

Ovim smo radom željeli istražiti kako studenti procjenjuju pojedine razloge za učenje poslovnog engleskog jezika. Nastava poslovnog jezika općenito se smatra posebnim područjem u metodici nastave engleskog jezika. Vjeruje se da je za svoju nastavu Business English razvio svoju metodiku, a njegovo istraživanje vidljivo privlači istraživanja različitih disciplina kao dodatak primijenjenoj lingvistici (Dudley-Evans i St. John, 1998).

Iako se poučavanje poslovnog engleskog jezika katkad udaljilo od trendova uobičajenih u metodici nastave engleskog jezika (Robinson, 1991), ipak je uvijek zadržan naglasak na praktičnom ishodu.

\* Moira Kostić-Bobanović, Fakultet ekonomije i turizma "Dr. Mijo Mirković", Preradovićeva 1/1, 52100 Pula; e-mail: [Moira.Bobanovic@efpu.hr](mailto:Moira.Bobanovic@efpu.hr)

## UZORAK

Svi redovni studenti koji su na dan anketiranja bili prisutni na predavanjima.

Ispitivanjem su obuhvaćeni redovni studenti s kolegija Engleski jezik na Fakultetu ekonomije i turizma "Dr. Mijo Mirković", Pula, Sveučilišta u Rijeci. Ispitanici, njih 166, podijeljeni su prema smjerovima.

Tablica 1 detaljnije prikazuje sastav uzorka.

Tablica 1. Uzorak

SMJEROVI	TURIZAM	MARKETING	FINANCIJE
STUDENTI	67	30	69

## POSTUPAK

Konstruiran je upitnik s relevantnim podacima o ispitanicima i 13 tvrdnji, koje smo izmislili, a koje su ispitanici procjenjivali na skali Likertova tipa u odnosu prema učenju poslovnog engleskog jezika.

Ispitanici su uza svaku tvrdnju zaokružili odgovarajuću brojku, čime su označili stupanj slaganja s tvrdnjom.

SKALA PROCJENE: 5 – u potpunosti se slažem,  
4 – slažem se,  
3 – neodlučan (-na) sam,  
2 – ne slažem se,  
1 – uopće se ne slažem.

TVRDNJE: Vidjeti tablicu 2.

Studenti su u upitniku naveli svoje ime i prezime, smjer studija, dob, godine učenja engleskog jezika te ocjenu engleskog jezika iz prethodne godine.

## OBRADA REZULTATA

Procjene ispitanika triju fakultetskih smjerova obrađene su najprije zasebno, a zatim smo izračunali aritmetičke sredine procjena pojedinih tvrdnji za cijeli uzorak.

Tablica 2. Razlozi za učenje engleskog jezika kao stranog poslovnog jezika i pripadajuće aritmetičke sredine

Tvrdnje	Odgovori		
	Aritmetička sredina		
	T	M	F
1. većina informacija iz poslovnog svijeta dana je na engleskom jeziku	4,38	4,5	4,51
2. mogućnost rada na računalu i komuniciranja INTERNET-om	4,51	4,27	4,46
3. većina poslovne literature napisana je na engleskom jeziku	3,69	3,77	3,55

4. radi pisanja stručnih članaka i sažetaka na engleskom jeziku	3,36	3,5	3,46
5. mogućnost praćenja predavanja stranih predavača	3,99	4,1	4,03
6. mogućnost školovanja na sveučilištima u inozemstvu	3,87	3,73	3,8
7. mogućnost zaposlenja u stranim tvrtkama	4,18	4,23	4,09
8. mogućnost sudjelovanja na tržištu kapitala	3,63	3,6	3,84
9. poslovno je dopisivanje najučestalije na engleskom jeziku	3,79	4,07	4,01
10. mogućnost predstavljanja naše zemlje na turističkim sajmovima	4,12	3,8	3,74
11. mogućnost komunikacije s inozemnim gostima koji posjećuju našu zemlju	4,39	4,5	4,12
12. mogućnost rada preko studentskog servisa kao turistički vodič, kustos u muzeju i sl.	3,96	3,67	3,36
13. mogućnost korištenja engleskog jezika na putovanjima u inozemstvo	4,55	4,53	4,54

Prikazane su i frekvencije procjena i pripadajući postoci u odnosu prema pojedinim tvrdnjama za svaki smjer posebno (smjer turizam tablica 3, smjer marketing tablica 4, smjer financije tablica 5).

Tablica 3. Frekvencije procjena i pripadajući postoci u odnosu prema pojedinim tvrdnjama za smjer TURIZAM (67 studenata)

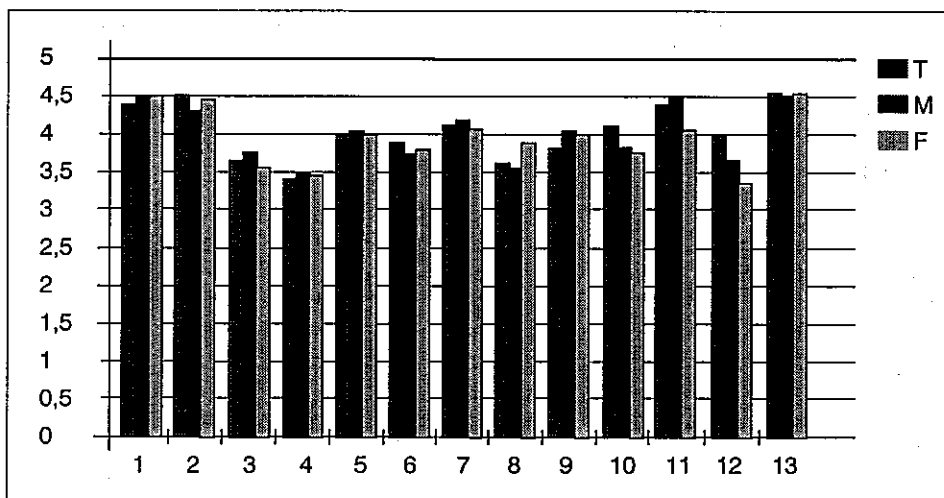
Procjene Tvrđnje	5		4		3		2		1	
	Br.	%	Br.	%	Br.	%	Br.	%	Br.	%
1	32	47,76	31	46,27	2	2,99	2	2,99	0	0,00
2	41	61,19	22	32,84	1	1,49	3	4,48	0	0,00
3	7	10,45	38	56,72	16	23,88	6	8,96	0	0,00
4	9	13,43	24	35,82	17	25,37	16	23,88	1	1,49
5	23	34,33	28	41,79	9	13,43	6	8,96	1	1,49
6	23	34,33	21	31,34	16	23,88	5	7,46	2	2,99
7	27	40,30	29	43,28	8	11,94	2	2,99	1	1,49
8	17	25,37	19	28,36	24	35,82	3	4,48	4	5,97
9	17	25,37	30	44,78	10	14,93	9	13,43	1	1,49
10	30	44,78	22	32,84	10	14,93	3	4,48	2	2,99
11	38	56,72	22	32,84	3	4,48	3	4,48	1	1,49
12	23	34,33	28	41,79	9	13,43	4	5,97	3	4,48
13	42	62,69	23	34,33	0	0,00	1	1,49	1	1,49

Tablica 4. Frekvencije procjena i pripadajući postoci u odnosu prema pojedinim tvrdnjama za smjer **MARKETING** (30 studenata)

Procjene Tvrđnje	5		4		3		2		1	
	Br.	%	Br.	%	Br.	%	Br.	%	Br.	%
1	19	63,33	9	30,00	1	3,33	0	0,00	1	3,33
2	15	50,00	11	36,67	2	6,67	1	3,33	1	3,33
3	8	26,67	11	36,67	8	26,67	2	6,67	1	3,33
4	7	23,33	7	23,33	11	36,67	4	13,33	1	3,33
5	14	46,67	11	36,67	1	3,33	2	6,67	2	6,67
6	11	36,67	6	20,00	8	26,67	4	13,33	1	3,33
7	13	43,33	14	46,67	0	0,00	3	10,00	0	0,00
8	7	23,33	7	23,33	13	43,33	3	10,00	0	0,00
9	11	36,67	12	40,00	5	16,67	2	6,67	0	0,00
10	13	43,33	6	20,00	6	20,00	2	6,67	3	10,00
11	20	66,67	8	26,67	0	0,00	1	3,33	1	3,33
12	5	16,67	14	46,67	7	23,33	4	13,33	0	0,00
13	20	66,67	8	26,67	1	3,33	0	0,00	1	3,33

Tablica 5. Frekvencije procjena i pripadajući postoci u odnosu prema pojedinim tvrdnjama za smjer **FINANCIJE** (69 studenata)

Procjene Tvrđnje	5		4		3		2		1	
	Br.	%	Br.	%	Br.	%	Br.	%	Br.	%
1	39	56,52	27	39,13	2	2,90	1	1,45	0	0,00
2	36	52,17	30	43,48	2	2,90	1	1,45	0	0,00
3	9	13,04	31	44,93	20	28,99	7	10,14	2	2,90
4	8	11,59	27	39,13	25	36,23	7	10,14	2	2,90
5	19	27,54	37	53,62	9	13,04	4	5,80	0	0,00
6	23	33,33	20	28,99	17	24,64	7	10,14	2	2,90
7	28	40,58	26	37,68	9	13,04	5	7,25	1	1,45
8	17	24,64	34	49,28	10	14,49	6	8,70	2	2,90
9	18	26,09	39	56,52	7	10,14	5	7,25	0	0,00
10	13	18,84	34	49,28	15	21,74	5	7,25	2	2,90
11	26	37,68	31	44,93	7	10,14	4	5,80	1	1,45
12	12	17,39	26	37,68	12	17,39	13	18,84	6	8,70
13	39	56,52	29	42,03	0	0,00	1	1,45	0	0,00



Slika 1. Aritmetičke sredine procjena motiva za učenje engleskog jezika kao stranog poslovnog jezika

### ANALIZA REZULTATA PREMA SMJEROVIMA

#### Turizam

Iz dobivenih je rezultata vidljivo da je najvažniji razlog učenja engleskog poslovnog jezika mogućnost korištenja engleskog jezika na putovanjima u inozemstvo. Aritmetička sredina tog razloga iznosi 4,55. Najvišu procjenu ovom razlogu dalo je 62,7 % ispitanika, dok je 34,3 % ispitanika dalo jednu procjenu manje. Tom je razlogu 1,5 % ispitanika dalo procjenu 2, a najnižu procjenu dao je jedan ispitanik.

Ispitanici su kao sljedeći razlog naveli mogućnost rada na računalu i komuniciranja preko INTERNET-a (aritmetička sredina : 4,51).

Treći razlog po važnosti učenja engleskog poslovnog jezika za koji su se odlučili studenti jest mogućnost komunikacije s inozemnim gostima (aritmetička sredina : 4,39).

Najmanje važni razlozi koje su ispitanici naveli jesu: činjenica da je većina poslovne literature napisana na engleskom jeziku, mogućnosti sudjelovanja na tržištu kapitala te sposobnost pisanja stručnih članaka i sažetaka na engleskom jeziku, kojima su pripadajuće aritmetičke sredine 3,69; 3,63 i 3,36.

#### Marketing

Ispitanici ovog smjera kao najvažniji razlog učenja engleskog poslovnog jezika odabrali su mogućnost korištenja engleskog jezika na putovanjima u inozemstvo (aritmetička sredina iznosi 4,53). 66,67 % ispitanika u potpunosti se slaže s tim razlogom, a 26,67 % ispitanika izjavilo je da se samo slaže. Glede te tvrdnje 3,3 % ispitanika je neodlučno i ne slaže se s njom, a samo je jedan ispitanik izjavio da se uopće ne slaže s navedenom tvrdnjom.

Kao sljedeće razloge učenja engleskog poslovnog jezika ispitanici su naveli mogućnost komunikacije s inozemnim gostima koji posjećuju našu zemlju i činjenicu da je većina informacija iz poslovnog svijeta na engleskom jeziku; aritmetičke sredine tih razloga jednake su i iznose 4,5.

Mogućnost rada na računalu i komuniciranja preko INTERNET-a navedeni su kao treći razlog, s aritmetičkom sredinom 4,27.

Prema pripadajućim aritmetičkim sredinama, može se zaključiti da su mogućnost rada preko studentskog servisa kao turistički vodiči, kustosi u muzeju i sl. (3,67), mogućnost sudjelovanja na tržištu kapitala (3,6) te sposobnost pisanja stručnih članaka i sažetaka na engleskom jeziku (3,5) najmanje važni razlozi koje su ispitanici naveli.

### Financije

Kao ispitanici smjera turizam i marketing, ispitanici smjera financije mogućnost korištenja engleskog jezika na putovanjima u inozemstvo procijenili su najvažnijim razlogom. Podlogu za tu tvrdnju tumačimo aritmetičkim sredinama koje su gotovo jednake (turizam: 4,55; marketing: 4,53; financije: 4,54). Više od polovice ispitanika (56,52 %) dalo je navedenom razlogu najvišu procjenu, a 42 % ispitanika procjenu manje. Samo je jedan ispitanik taj razlog vrednovao procjenom 2, a najnižu procjenu nije dao nijedan ispitanik.

Prema skali procjene najvažniji sljedeći razlog ispitanicima jest činjenica da je većina informacija iz poslovnog svijeta dana na engleskom jeziku (aritmetička sredina: 4,51).

Ispitanicima smjera financije treći po važnosti razlog jest mogućnost rada na računalu i komuniciranja pomoću INTERNET-a (aritmetička sredina: 4,46).

Činjenicu da je većina poslovne literature napisana na engleskom jeziku (aritmetička sredina: 3,55), sposobnost pisanja stručnih članaka i sažetaka na engleskom jeziku (3,46) te mogućnost rada preko studentskog servisa kao turistički vodič, kustos u muzeju i sl. (3,36), ispitanici su procijenili kao najmanje važne razloge.

Analizirajući dobivene rezultate našeg istraživanja na razini sva tri smjera, mogu se utvrditi stanovite sličnosti, ali i razlike. U vezi s tim zamijećene razlike ne predstavljaju negativnu komponentu, već nam služe kako bismo i na ovom praktičnom primjeru zamijetili specifičnost smjerova i uvjerali se u potrebu da, kao do sada, djeluju odvojeno.

Zajednička stavka vidi se najviše u tri tvrdnje. Naime, tvrdnja mogućnost korištenja engleskog jezika na putovanjima u inozemstvu javlja se u sva tri smjera kao najvažniji razlog učenja engleskog jezika s vrlo visokim, gotovo istovjetnim procjenama; turizam (4,55), marketing (4,53), financije (4,54).

Tvrdnja mogućnost komunikacije s inozemnim gostima koji posjećuju našu zemlju kod turizma je procijenjena na trećem mjestu, dok kod marketinga dijeli drugo mjesto s tvrdnjom broj jedan – većina informacija iz poslovnog svijeta dana je na engleskom jeziku. Ta ista tvrdnja kod smjera financija zauzima visoko drugo mjesto, a kod smjera turizam treće.

Razlika po smjerovima najuočljivija je na tvrdnji mogućnost sudjelovanja na tržištu kapitala koju je smjer financije procijenio s ocjenom 3,84, dok studenti smjera turizam i marketing procjenjuju tu tvrdnju s gotovo istovjetnom procjenom (3,6). Uočljiva je razlika i na procjeni tvrdnje mogućnost predstavljanja naše zemlje na turističkim sajmovima koju su studenti smjera turizam procijenili sa visokih 4,12, dok su je studenti smjera marketing i financije procijenili s procjenom – marketing 3,8, a financije 3,74.

Iz gore navedenog vidljivo je da su motivi za učenje engleskog poslovnog jezika povezani s vrstama struke.

Radi dobivanja potpune spoznaje o studentskom vrednovanju pojedinih razloga za učenje engleskog poslovnog jezika, te utvrđivanja mogućih razlika u njihovim stavovima, bilo je zanimljivo usporediti podatke dobivene u radu sa studentima Ekonomskog fakulteta u Zagrebu (Vilke-Pinter, 1996) s podacima dobivenim na našem fakultetu.

Naši studenti, kao i studenti Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, pokazuju veliko zanimanje za praćenje informacija iz poslovnog svijeta. Budući da se naš fakultet nalazi u turističkoj zoni Hrvatske, logično je da su naši studenti izrazito zainteresirani za engleski jezik kao jezik komunikacije s inozemnim gostima. Stoga smo uvidjeli neznatno povećane aritmetičke sredine gore navedene tvrdnje kod studenata našeg fakulteta. Također je kod studenata obaju fakulteta

vidljivo manje zanimanje za praćenje literature na engleskom jeziku.

Na temelju uspoređenih podataka istraživanja ne mogu se uočiti veće kontradikcije između motiva i stavova studenata navedenih fakulteta.

Iz prethodne rasprave nameće se zaključak da studenti Ekonomskog fakulteta u Zagrebu i Puli imaju slična motrišta glede motiva učenja engleskog jezika kao poslovnog stranog jezika.

### ZAKLJUČAK

Poslovni engleski jezik godinama se poučava na Fakultetu ekonomije i turizma "Dr. Mijo Mirković", u Puli, u sklopu zadanog studijskog programa.

Rezultati ispitivanja usmjereni su na dva područja: komunikacije i informacije. Kao najvažniji razlozi za učenje engleskog jezika navode se mogućnost korištenja engleskog jezika na putovanjima u inozemstvo, mogućnost rada na računalu i komuniciranja putem INTERNET-a, iz čega se vidi komunikativna usmjerenost, te činjenica da je većina informacija iz poslovnog svijeta dana na engleskom jeziku (informacijska komponenta).

Na temelju provedenog ispitivanja utvrdili smo da su svi ispitanici u prosjeku imali iznadprosječan stav (bitno iznad 3) prema učenju engleskog poslovnog jezika.

Anketirajući ispitanike uvidjeli smo koji su razlozi za učenje engleskog poslovnog jezika najvažniji i za koje nije pokazano veliko zanimanje. Važnost pojedinih razloga obradili smo po smjerovima, te smo na osnovi toga došli do određenih zaključaka. Iz analiziranih rezultata vidljivo je da pojedini smjerovi imaju afinitete prema određenim razlozima, što smo i očekivali.

Zaključili smo, na temelju provedenog ispitivanja, da su motivi za učenje engleskog poslovnog jezika povezani s vrstama struke, te da ispitani studenti gledaju na poslovni engleski kao na jezik u funkciji struke.

### REFERENCIJE

- Dudley-Evans, A. and St John, M. J. (1997). *Developments in ESP – A multi-disciplinary approach*. Cambridge: Cambridge University Press
- Robinson, P. C. (1991). *ESP Today: A Practitioner's Guide*. Hemel Hempstead: Prentice Hall International.
- Sykes, M. (1997). *Teaching Business English: New Challenges in teaching ESP in Slovenia*. IATEFL Slovenia, The British Council.
- Vilke-Pinter, D. (1996). Usporedba stavova studenata nekoliko studentskih grupa Zagrebačkog sveučilišta u vezi s učenjem engleskog kao stranog jezika. *Strani jezici XXV*, br. 1 – 2, 57 – 64.

ATTITUDES OF STUDENTS OF THE *MIJO MIRKOVIĆ* FACULTY OF ECONOMICS  
AND TOURISM IN PULA TOWARDS BUSINESS ENGLISH LEARNING

**Summary**

This article deals with attitudes and motives for choosing Business English as an optional course at the university level. The study was carried out with 166 ungraduate students who were learning Business English at the college level. The paper examines and compares the attitudes towards Business English learning among students in three courses of study – tourism, marketing, and finance. The aim of the study was to evaluate and analyse the students' motives for learning Business English and to find out if there are many differences in attitude and motivation among the three courses of study mentioned above.

*Key words: Business English learning, attitudes*