

Олександр ПОЗДНЯКОВ,

orcid.org/0000-0001-7525-7108

кандидат філологічних наук, доцент,

доцент кафедри іноземних мов і країнознавства

Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

(Івано-Франківськ, Україна) *dietrich_910@ukr.net*

ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ ГАЛУЗІ ЗНАНЬ «СФЕРА ОБСЛУГОВУВАННЯ»: ЛІНГВОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТ

У статті досліджено специфіку процесу формування іншомовної комунікативної компетентності здобувачів освіти галузі знань «Сфера обслуговування» з врахуванням сучасних вимог і викликів професійної діяльності в індустрії гостинності. Здійснено аналіз дефініцій поняття «(іншомовна) комунікативна компетентність», а також досліджено релевантне застосування різних стилів спілкування. Обґрунтовано доцільність вивчення та використання субстандартних мовних засобів для підвищення ефективності при досягненні комунікативних цілей. Якісна комунікація в індустрії гостинності необхідна для ефективно професійної діяльності. Вона сприяє досягненню конкретних і стратегічних цілей, підвищенню рівня співпраці, зменшує непорозуміння. Прямий і непрямий стилі спілкування як форми комунікативної поведінки людини застосовуються при взаємодії з клієнтами та діловими партнерами для реалізації відповідних прагматичних завдань. Знання їх культурно детермінованих відмінностей допомагає правильному тлумаченню повідомлення. Професійна діяльність в індустрії гостинності передбачає часте «перемикання» прямого та непрямого стилів спілкування у процесі пошуку оптимальної комбінації вербальних і невербальних засобів. Важливою частиною іншомовної підготовки фахівців з туризму та готельно-ресторанної справи є набуття компетентностей знання та релевантного застосування субстандартних мовних засобів. Останні відзначаються комунікативною цінністю з точки зору дієвого впливу на комунікативного партнера чи цільову групу завдяки емоційно забарвленим компонентам своєї семантики. У цьому випадку процес передачі інформації супроводжується висловленням суб'єктивного ставлення, що робить повідомлення більш особистим. Це детермінує доцільність використання субстандартних мовних засобів з професійно детермінованих міркувань. У процесі вивчення іноземної мови студентами галузі знань «Сфера обслуговування» рекомендовано комплекс вправ для підвищення рівня міжкультурної комунікативної компетентності поряд із збагаченням словникового запасу та опанування граматичних компетентностей, необхідних для виконання вимог відповідної освітньої програми. Автентичність підібраних завдань створює передумови для подальшого використання здобутих компетентностей у професійній діяльності.

Ключові слова: *індустрія гостинності, міжкультурна комунікативна компетентність, комунікативне середовище, стилі спілкування, субстандартні мовні засоби, емоційне забарвлення, професійна діяльність.*

Oleksandr POZDNIAKOV,

orcid.org/0000-0001-7525-7108

Candidate of Philological Sciences,

Associate Professor at the Department of Foreign Languages and Country Studies

Vasyl Stefanyk Precarpathian National University

(Ivano-Frankivsk, Ukraine) *dietrich_910@ukr.net*

DEVELOPING FOREIGN LANGUAGE COMPETENCE OF STUDENTS OF THE FIELD OF STUDY «SERVICES»: LINGUO-CULTURAL ASPECT

The article deals with the peculiarities of the process of developing foreign language communicative competence of students of the field of study «Services». Modern requirements and challenges of professional activity in hospitality industry have been taken into consideration. The definitions of the concept «(foreign language) communicative competence» have been analyzed, as well as the relevant application of different communication styles has been studied. Learning and using substandard verbal means to increase efficiency in achieving communicative goals has been justified. High-level communication in hospitality industry is essential for effective professional activity. It contributes to the achievement of specific and strategic goals, increases the level of cooperation, and reduces misunderstandings. Direct and indirect communication styles as forms of human communicative behavior are used when interacting with clients and business partners to fulfill relevant pragmatic tasks. Awareness of their culturally determined differences helps to interpret the message correctly. Professional activity in hospitality industry involves frequent «switching» of direct and indirect communication styles in the process of finding an appropriate combination of verbal and non-verbal means. The

acquisition of competences of knowledge and relevant use of substandard verbal means is a significant part of foreign language training of specialists in Tourism and Hotel and Restaurant Business. Substandard vocabulary is featured by its communicative value in terms of efficient influence on a communicative partner or a target group due to the emotionally colored components of the semantics. In this case, the process of sharing information is accompanied by the expression of subjective attitude, which makes the message more personal. This determines the expediency of using substandard verbal means for professionally determined purposes. In the process of learning a foreign language by students of the field of study «Services», a complex of exercises is recommended to increase the level of intercultural communicative competence along with enriching vocabulary and mastering grammatical competences, which are needed to fulfill requirements of a relevant educational program. The authenticity of the selected tasks creates prerequisites for further use of acquired competences in professional activity.

Keywords: *hospitality industry, intercultural communicative competence, communicative environment, communication styles, substandard verbal means, emotional connotation, professional activity.*

Постановка проблеми. Інтенсифікація євроінтеграції України, становлення нашої держави як повноправного учасника важливих міжнародних економічних, суспільних, культурних, освітніх процесів детермінують необхідність поглибленого вивчення іноземних мов (зокрема, при підготовці фахівців-випускників закладів вищої освіти), генерують нові перспективи та виклики в царині міжнародної співпраці у найрізноманітніших галузях.

Високий рівень володіння іноземною мовою є суттєвою конкурентною перевагою на сучасному ринку праці, розширюючи можливості щодо реалізації здобутих у період навчання загальних і фахових компетентностей, академічної мобільності, участі у закордонних стажуваннях, здійснення наукових досліджень в рамках грантових проектів тощо. Іноземна мова у цьому випадку постає ефективним, невід'ємним засобом, що сприяє особистісному розвитку (інтелектуальному, професійному, культурному, моральному, ціннісному), з одного боку, та підвищенню міжнародного іміджу України через участь наших випускників у різних видах міжнародної діяльності, – з іншого.

Протягом останніх десятиліть спостерігається суттєве підвищення статусу іноземних мов загалом завдяки змінам суспільно-політичної орієнтації нашої держави, результатом чого стали нові підходи та форми міжнародного співробітництва. Це проголошено в ряді офіційних документів, проектів і постанов, як от «Загальноєвропейських рекомендаціях з мовної освіти: вивчення, викладання, оцінювання». Згідно з Рекомендаціями, краще оволодіння європейськими мовами сприяє спілкуванню та взаємодії між європейськими країнами, які мають різні рідні мови, для забезпечення європейської мобільності, взаєморозуміння, співпраці, а також подолання упереджень і дискримінації (Ружин, Каніболоцька, 2014: 312).

Аналіз наукових публікацій свідчить про високий рівень зацікавленості обраним напрямом дослідження, а отже, його актуальність.

Нами виявлено чимало праць, присвячених формуванню іншомовної комунікативної компетентності студентів різних спеціальностей у закладах вищої освіти (Петрик (2021), Лозинська, Курах, Депчинська (2022), Пантелеєва, Малєєва (2019), Кецик-Зінченко (2019), Гавриленко, Головка (2021) та ін.). Так, У. Кецик-Зінченко наголошує на фаховій спрямованості вивчення іноземних мов у немовних закладах вищої освіти, де метою викладання цих освітніх компонентів є формування вміння застосовувати здобуті знання у своїй професійній діяльності, як от для отримання потрібної інформації, а також спілкування із іноземними колегами з робочих питань (Кецик-Зінченко, 2019: 200). На думку О.М. Гавриленко та І.О. Головка, зміст іншомовної комунікативної компетентності студентів немовних закладів вищої освіти формується з урахуванням специфіки та змісту провідних фахових дисциплін кожної спеціальності (Гавриленко, Головка, 2021: 86). Водночас, О.О. Пантелеєва та Т.Є. Малєєва зазначають, що високий рівень іншомовної компетентності майбутніх фахівців немовних професій не завжди забезпечує ефективність мовленнєвої взаємодії учасників комунікації, а є лише передумовою для розвитку мовної здатності пізнавати фонетико-інтонаційну і лексико-граматичну можливість оформлення мови відповідно до літературних норм (Пантелеєва, Малєєва, 2019: 136).

Метою статті є з'ясування впливу культурної гетерогенності (як національно, так і соціально детермінованої) професійного комунікативного середовища на організацію процесу формування іншомовної комунікативної компетентності здобувачів освіти галузі знань «Сфера обслуговування». Завданнями статті є: встановлення ролі вербальної міжкультурної взаємодії з точки зору тенденцій розвитку сучасної індустрії гостинності; аналіз підходів до визначення поняття «(іншомовна) комунікативна компетентність»; дослідження релевантного застосування різних стилів спілкування з урахуванням специфіки галузі; обґрунтування доцільності вивчення та

використання субстандартних мовних засобів для підвищення ефективності при досягненні комунікативних цілей.

Наукова новизна пропонованого дослідження полягає у визначенні специфіки іншомовної підготовки фахівців туристичного та готельно-ресторанного бізнесу з урахуванням сучасних викликів професійної діяльності в галузі.

Виклад основного матеріалу. Індустрія гостинності охоплює широкий спектр різноманітних видів економічної діяльності, які безпосередньо чи опосередковано пов'язані з подорожами, туризмом, рекреацією, розміщенням, харчуванням, організацією дозвілля клієнтів. Ця галузь включає, зокрема: готелі та курорти, ресторани та кейтеринг, нічні клуби та бари, подорожі та транспорт, туризм, спа і оздоровлення, круїзні лайнери та автобусні тури, культуру і спорт, бізнес-адміністрування (EHL Hospitality Business School, 2024). Виходячи з наведеного вище визначення, вибір відповідних засобів комунікації створює сприятливі передумови для успішної комерційної діяльності. Дана галузь відноситься до ключових секторів інфраструктури туризму, формується на основі високих технологій та задоволення потреб різних категорій споживачів (Бакеренко, 2013: 169), відзначається активністю підприємств на глобальному ринку (Індустрія гостинності в Україні, 2017: 146). Динамічний розвиток індустрії гостинності зумовлює потребу в удосконаленні якості підготовки кадрів у відповідності до світових стандартів (Віндюк, 2013: 19). Однією з основних вимог конкурентоспроможності у цьому сегменті ринку праці поряд із високим рівнем знань дисциплін циклу професійної підготовки стало володіння іноземними мовами.

Здатність вільно спілкуватись іноземною мовою та вміння застосовувати здобуті іншомовні компетентності для вирішення професійних завдань відносяться до програмних результатів навчання за освітніми програмами підготовки фахівців галузі знань «Сфера обслуговування». Вміння будувати прагматично ефективну комунікацію, спрямовану на досягнення як конкретних, так і стратегічних цілей, є важливою конкурентною перевагою випускників закладів вищої освіти за спеціальностями «Туризм і рекреація» та «Готельно-ресторанна справа» на сучасному ринку праці індустрії гостинності.

Згідно з визначенням, поданим у праці І. Когут, «іншомовна компетентність – частина професійної компетентності фахівця, що полягає у володінні іноземною мовою на функціональному рівні, що дозволить розширювати ділові контакти з інозем-

ними партнерами, постійно самовдосконалюватись за допомогою професійного спілкування із закордонними колегами» (Когут, 2022: 107). Англomовне визначення комунікативної компетентності, подане в «Collins Online Dictionary», визначає її як «набуті мовцем знання як граматичних правил мови, так і правил доречного використання в суспільних контекстах» (Collins Online Dictionary, 2024). Нескладно помітити, що наголос робиться на практичному застосуванні опанованих під час навчання вербальних одиниць та структур.

О.М. Гавриленко та І.О. Головка, поділяючи думку І.В. Ставицької (Ставицька, 2013), вважають, що «... іншомовна компетентність передбачає як володіння мовними, мовленнєвими навичками та знаннями з іноземної мови, так і вміннями спілкування іноземною мовою, пізнавати культурні традиції народу чия мова вивчається, тобто оволодівати лінгвокультурною освітою. При цьому забезпечується здатність до функціонування у полікультурному та інформаційному суспільстві, контактів із носіями різних мов і культур» (Гавриленко, Головка, 2021: 83). На думку Л.Ф. Лозинської, Н.П. Курах та І.А. Депчинської, іншомовна комунікативна компетентність майбутніх фахівців є багатоаспектним феноменом, що, з-поміж іншого, включає сукупність соціокультурних, лінгвістичних знань, умінь та навичок з використанням засобів іноземної мови в залежності від соціально-рольових ситуацій професійної діяльності (Лозинська, Курах, Депчинська, 2022: 248).

Комунікація в індустрії гостинності необхідна для ефективної професійної діяльності, сприяючи зростанню рівня співпраці та зменшуючи непорозуміння. Часто фахівець досліджуваної галузі стикається із ситуаціями, коли клієнти та колеги використовують різні стилі спілкування. Знання та сприйняття цих стилів допомагають інтерпретувати повідомлення, а також самостійно генерувати ефективні й чіткі висловлювання (Indeed Editorial Team, 2023). Для іншомовної підготовки здобувачів освіти галузі знань «Сфера обслуговування» особливе значення має високий рівень компетентності застосування різних видів комунікації. Водночас, зміна стилів спілкування сприяє досягненню професійних цілей. Врахування даного аспекту відносимо до числа пріоритетних аспектів опанування відповідних освітніх компонентів, позаяк для міжкультурно компетентної особистості притаманний певний рівень лінгвістичних, соціолінгвістичних, соціокультурних та міжкультурних знань і навичок для забезпечення ефективного спілкування у фахово-орієнтованій сфері (Rudenko, 2022: 302).

У нашому дослідженні ми користуємось визначенням комунікативного стилю як «... індивідуальної чи колективної стабільної форми комунікативної поведінки людини (лінгвокультурної спільноти), яка виявляється у процесі спілкування; визначається використанням характерних вербальних і невербальних засобів залежно від прагматичних настанов мовців та національної специфіки комунікативного дискурсу» (Манакін, 2012: 240). Вибір відповідного стилю детермінований зміною комунікативного середовища. Це часто трапляється в індустрії гостинності, що відзначається активною взаємодією представників різних суспільних груп та носіїв різних культурних цінностей.

Важливими комунікативними стилями, які слід брати до уваги при роботі в індустрії гостинності, є прямий і непрямий. Знання відмінностей між прямим і непрямим спілкуванням може допомогти зрозуміти, як інтерпретувати повідомлення. Правильно визначивши стиль спілкування комунікативного партнера, можна збільшити ймовірність уникнення непорозумінь і потенційних конфліктів. Працюючи в індустрії гостинності, часто доводиться «перемикати» вказані вище комунікативні стилі у процесі пошуку релевантної комбінації вербальних і невербальних засобів.

Пряме спілкування є способом передачі чітких повідомлень або вказівок, передбачаючи вираження почуттів і думок у спосіб, що виключає неоднозначність їх трактування реципієнтом. У професійній діяльності пряме спілкування допомагає з'ясувати, хто має повноваження давати вказівки та їх чіткий зміст. До ситуацій, які потребують застосування прямого стилю спілкування, належать ті, які не допускають компромісу або вимагають швидкого вирішення проблеми (конфлікту) (Indeed Editorial Team, 2023). Комуніканти, які надають перевагу прямому стилю, схильні до використання коротких повідомлень, які складаються із невеликої кількості слів. Вони пріоритетно зосереджуються на ясності свого повідомлення, а не на його потенційній інтерпретації. Наприклад, просто відповісти «ні» у ситуації, де отримана пропозиція є небажаною чи спричиняє дискомфорт. У свою чергу, непрямий стиль спілкування передбачає вибір на користь «пом'якшених» мовних засобів для демонстрації ввічливості та уникнення ймовірності образи співрозмовника. Для комунікантів такого типу бути ввічливим часто важливіше, ніж лаконічність (Indeed Editorial Team, 2023).

За В.М. Манакіним, «... використання прямого стилю комунікації передбачає максимально

повне формулювання думок і намірів безпосередньо за допомогою мови» (Манакін, 2012: 241). Такі комуніканти схильні використовувати мовні засоби, що підкреслюють впевненість і недвозначність. Для порівняння, для української культури спілкування використання зазначених вербальних засобів також не є винятковим, з іншого боку, не настільки яскраво вираженим (Манакін, 2012: 241). Характерними ознаками непрямого комунікативного стилю є використання натяків, невербальних засобів спілкування, що має своїм результатом опосередкованість вираження думки. На відміну від прямого комунікативного стилю, слово «ні» для відмови тут майже не використовується (Манакін, 2012: 242).

Таким чином, пряму комунікацію легко інтерпретувати, позаяк мовець чітко формулює свою думку кількома простими словами. Значення такого повідомлення є чітким, тому не виникає великого ризику хибного тлумачення. Непряме спілкування часто вимагає від реципієнта інтерпретації повідомлення за допомогою невербальних сигналів, інтонації, контексту тощо. У такому випадку часто постає необхідність звернення за додатковою інформацією до інших джерел для релевантної інтерпретації комунікативних намірів мовця. Співрозмовнику, схильному до прямого стилю спілкування, може бути складно зрозуміти значення непрямих висловлювань (Indeed Editorial Team, 2023).

Для оптимізації процесу іншомовної підготовки здобувачів освіти галузі знань «Сфера обслуговування» важливо послуговуватись твердженням, що представники культур, де частіше використовують більш пряме спілкування, зазвичай цінують відвертість у діловому спілкуванні, натомість у культурах, де переважає непряме спілкування, формулювання однозначно негативних висловлювань часто вважається неввічливим чи навіть недоречним (Indeed Editorial Team, 2023).

Водночас слід брати до уваги потенційні контакти з представниками різних соціально та регіонально детермінованих культурних середовищ. Таким чином, виникають передумови для застосування компетентностей міжкультурної комунікації, що визначається як «... спілкування представників різних культур, особистостей різних національно-лінгвокультурних спільнот, індивідумів різних ментально-лінгвальних комплексів» (Загнітко, 2012: 75).

Одним з вирішальних чинників застосування в індустрії гостинності субстандартних мовних засобів є їх емоційне забарвлення. Останнє сприяє посиленню прагматичного впливу на цільову

групу чи конкретного комунікативного партнера. Тому наступним етапом нашого дослідження є встановлення ролі та функцій конотації й емотивності у формуванні міжкультурної комунікативної компетентності. З урахуванням специфіки аналізованої галузі, ми використовуємо визначення конотації як національно та культурно маркованого додаткового значення лексеми, фразеологізму, словосполучення, висловлювання, тексту (дискурсу), що надає їм особливого, неповторного забарвлення у спілкуванні, співвідносного з комунікативними завданнями (Загнітко, 2012: 84).

Професійна діяльність в індустрії гостинності передбачає участь у комунікативних ситуаціях, де емоційний компонент має вплив на кінцеві комунікативні результати (наприклад, ведення переговорів, продаж товарів, переконання клієнтів або ділових партнерів тощо). Типове комунікативне середовище фахівців гостинності тісно пов'язане із використанням мови як засобу обміну інформацією, з одного боку, та джерела для створення особистих, емоційно насичених повідомлень, – з іншого. Провідну роль відіграє емоційне забарвлення та власне емотивність, яка є «... підкатегорією інформативності, що виявляється в емоційному навантаженні модулів дискурсу й компонентів тексту» (Загнітко, 2012: 261).

Набуваючи міжкультурної комунікативної компетентності, здобувачі освіти галузі знань «Сфера обслуговування» часто стикаються з проблемами вивчення субстандартної лексики, оскільки вона має складнішу семантичну структуру. З іншого боку, саме цим мовним одиницям надають перевагу для привернення уваги потенційних клієнтів чи ділових партнерів. Отже, слід брати до уваги кореляцію культурного походження всередині цільових груп і поза ними. При цьому демонстрація суб'єктивного ставлення відбувається на тлі стилістично нейтральних лексем. Це робить зміст повідомлення зрозумілим для реципієнта. Емоційно забарвлені мовні одиниці виокремлюються своєю прагматичною дієвістю через експлікацію оцінних компонентів своєї семантики (Сукаленко, 1985: 29). Тому процес передачі інформації супроводжується демонстрацією особистого ставлення комуніканта, визначенням доцільності використання субстандартних мовних засобів з професійно детермінованих міркувань (наприклад, при розробці брошур, флаєрів, листівок та інших видів рекламної продукції).

Як свідчать результати аналізу наукових джерел, у будь-якій мові є емоційні інновації, що виникають у тих комунікативних ситуаціях, де існує потреба за допомогою засобів вираження

створити щось нове чи незвичне (Сукаленко, 1985: 30). Сфера обслуговування є плідним середовищем для мовних інновацій, насамперед, через прагматичну цінність останніх. Важливими екстралінгвальними чинниками є ринкова економіка та конкурентне професійне середовище. Прийнято вважати, що основним стимулом експресивної номінації є прагнення вербальної самоідентифікації. Отже, формування емоційно маркованого дискурсу визначається не лише комунікативними потребами, а й емоційним станом мовців, їхніми комунікативними намірами. У вузькому сенсі це визначається культурним і (або) професійним середовищем, на тлі якого відбувається певний комунікативний акт, у широкому – розподілом комунікативних ролей.

У процесі вивчення майбутніми фахівцями індустрії гостинності іноземної мови за професійним спрямуванням рекомендовано комплекс вправ для підвищення рівня міжкультурної комунікативної компетентності поряд із збагаченням словникового запасу та опанування граматичних компетентностей, необхідних для виконання вимог відповідної освітньої програми. Перш за все, ці вправи повинні бути спрямовані на розвиток компетентностей усного мовлення. Парні та групові види роботи, обмін думками при обговоренні заданої теми, аудіювання, підготовка доповіді є ефективними засобами для досягнення позитивних результатів у формуванні вмінь моделювання комунікативної поведінки в полікультурному середовищі.

Також вважаємо, що одним із найбільш доцільних видів практики для розвитку міжкультурної мовної компетентності є робота з текстами, яка може включати читання та переклад, відповіді на запитання, висловлювання на тему, складання розгорнутого плану, переказ прочитаного. Ефективними джерелами навчального матеріалу можуть слугувати веб-ресурси, інтерв'ю з носіями мови, фахівцями-практиками тощо. Автентичність підібраних завдань створює передумови для подальшого використання теоретичних знань у професійній діяльності.

Висновки. Працюючи з клієнтами та колегами в полілінгвальному (а отже, полікультурному) середовищі, фахівці індустрії гостинності повинні приділяти особливу увагу доцільності використання елементів як прямого, так і непрямого типу спілкування, беручи до уваги культурну (у тому числі релігійну), етнічну та соціальну приналежність комунікативних партнерів. Аналіз наукових джерел дозволяє зробити висновок про комунікативне значення емоційної семантики, частотності

вживання емоційно маркованих мовних одиниць у процесі прагматичного впливу на реципієнта, а також емоційної самоідентифікації. З огляду на прагматичну цінність експресивного забарвлення субстандартного вокабуляру, слід враховувати вплив конотації на вивчення та застосування цих лексичних і фразеологічних одиниць у професійних цілях. Отже, для розвитку відповідного рівня

міжкультурної комунікативної компетентності здобувачів освіти галузі знань «Сфера обслуговування» необхідно адаптувати навчальний процес для симулювання релевантного комунікативного середовища, застосовуючи комплекс вправ. Це створює передумови для підвищення ефективності застосування здобутих компетентностей в роботі за обраним фахом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бакеренко Н.П. Особливості діяльності підприємств готельної індустрії. Науковий вісник НЛТУ України. 2013. Вип. 23.15. С. 168–176.
2. Віндюк А.В. Професійна підготовка майбутніх фахівців з гостинності на сучасному етапі. Вісник Луганського національного університету ім. Тараса Шевченка. Педагогічні науки. Ч. III. 2013. № 18(277). С. 19–25.
3. Гавриленко О.М., Головка І.О. Зміст іншомовної комунікативної компетентності студентів немовних ЗВО. *Наукові записки. Серія: Педагогічні науки*. 2021. № 198. С. 82–87.
4. Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни. Донецьк: ДонНУ, 2012. Т. 1. 420 с.
5. Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни. Донецьк: ДонНУ, 2012. Т. 2. 350 с.
6. Індустрія гостинності в Україні: стан і тенденції розвитку: монографія / колектив авторів; за заг. ред. проф. В.М. Зайцевої; Запорізький національний технічний університет. Запоріжжя: Просвіта, 2017. 240 с.
7. Кецик-Зінченко У. Вплив англomовних фахових текстів на вивчення термінологічної лексики студентами немовних факультетів. *Освітній простір України*. 2019. Вип. 16. С. 198–205.
8. Когут І. Формування іншомовної компетентності у студентів в процесі навчання: теоретичні засади. *Молодий вчений*. 2022. 10 (110). С. 106–110.
9. Лозинська Л.Ф., Курах Н.П., Депчинська І.А. Формування іншомовної комунікативної компетентності студентів у процесі вивчення іноземної мови. *Академічні студії. Серія «Гуманітарні науки»*. 2022. Вип. 1. С. 245–252.
10. Манакін В.М. Мова і міжкультурна комунікація. Київ: Академія, Серія «Альма-матер», 2012. 285 с.
11. Пантелєєва О.О., Малєєва Т.С. Формування іншомовної комунікативної компетенції студентів немовних спеціальностей. *Духовність особистості: методологія, теорія і практика*. 2019. Вип. 1. С. 132–142.
12. Петрик К.Ю. Іншомовна комунікативна компетентність як один із пріоритетних напрямків змісту професійної підготовки здобувачів вищої освіти. *Іноземні мови у вищій освіті: лінгвістичні, психолого-педагогічні та методичні перспективи : матеріали V Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (25 лютого 2021 р.)*. 2021. С. 98–103.
13. Ружин К.М., Каниболоцька О.А. Специфіка вивчення другої іноземної мови у вищій школі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: «Філологічна»*. 2014. Вип. 48. С. 312–314.
14. Ставицька І.В. Іншомовна компетентність: місце дефініції у термінологічному полі сучасних наукових суджень. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2013. № 4(30). С. 280–286.
15. Сукаленко Н.І. Про конотаційний аспект мовної діяльності людини. *Мовознавство*. 1985. № 2. С. 29–33.
16. Communicative competence. *Collins Online Dictionary*. URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/communicative-competence>. (дата звернення: 28.03.2024 р.).
17. Indeed Editorial Team. Direct vs. Indirect Communication: Definition and Differences. URL: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/direct-communication> (дата звернення: 08.05.2024 р.).
18. Rudenko N. Peculiarities of Formation of Intercultural Competence by Means of Foreign Languages. *The III International Scientific and Practical Conference «Society and science. Problems and prospects», January 25–28, 2022, London, England*. pp. 301–306.
19. What is hospitality? *EHL Hospitality Business School*. URL: <https://www.ehl.edu/en/what-is-hospitality> (дата звернення: 06.05.2024 р.).

REFERENCES

1. Bakerenko N.P. (2013) Osoblyvosti diialnosti pidpriemstv hotelnoi indistrii [Features of activity of enterprises of hotel industry]. *Scientific Bulletin of UNFU*, 23.15. 168–176. [in Ukrainian]
2. Vindiuk A.V. (2013) Profesiina pidhotovka maibutnikh fakhivtsiv z hostynnosti na suchasnomu etapi [Professional training of future specialists in the hospitality at the present stage]. *Bulletin of the Taras Shevchenko Luhansk National University. Pedagogical Sciences, Part III*, 18(277). 19–25. [in Ukrainian]
3. Havrylenko O.M., Holovko I.O. (2021) Zmist inshomovnoi komunikatyvnoi kompetentnosti studentiv nemovnykh ZVO [The essence of foreign language communicative competence of students of non-linguistic institutions of higher education]. *Academic Notes. Series: Pedagogical Sciences*, 198. 82–87. [in Ukrainian]
4. Zahnitko A. (2012) Slovnyk suchasnoi lnhvistyky: poniattia i terminy [Dictionary of contemporary linguistics: concepts and terms]. Donetsk: Donetsk National University, Vol. 1. [in Ukrainian]
5. Zahnitko A. (2012) Slovnyk suchasnoi lnhvistyky: poniattia i terminy [Dictionary of contemporary linguistics: concepts and terms]. Donetsk: Donetsk National University, Vol. 2. [in Ukrainian]

6. *Industria i hostynnosti v Ukraini: stan i tendentsii rozvytku: monohrafiia* (2017) [Hospitality industry in Ukraine: current state and trends of development: monograph] / team of authors, ed. by prof. V.M. Zaitseva; National University «Zaporizhzhia Polytechnic». Zaporizhzhia: Prosvita. [in Ukrainian]
7. Ketsyk-Zinchenko U. (2019) Vplyv anhlomovnykh fakhovykh tekstiv na vyvchennia terminolohichnoi leksyky studentamy nemovnykh fakultetiv [The influence of professional texts in English on studying terminological vocabulary by students of non-linguistic faculties]. *Educational Space of Ukraine*, 16. 198–205. [in Ukrainian]
8. Kohut I. (2022) Formuvannia inshomovnoi kompetentnosti u studentiv v protsesi navchannia: teoretychni zasady [Students' foreign language competence formation in the education process: theoretical basis]. *Young Scientist*, 10(110). 106–110. [in Ukrainian]
9. Lozynska L.F., Kurakh N.P., Depchynska I.A. (2022) Formuvannia inshomovnoi komunikatyvnoi kompetentnosti studentiv u protsesi vyvchennia inozemnoi movy [Formation of foreign language communicative competence of students in the process of foreign language learning]. *Academic Studies. Series «Humanities»*, 1. 245–252. [in Ukrainian]
10. Manakin V.M. (2012) *Mova i mizhkulturna komunikatsiia*. [Language and cross-cultural communication]. Kyiv: Academy Press, «Alma-Mater». [in Ukrainian]
11. Pantelieieva O.O., Malieieva T.Ie. (2019) Formuvannia inshomovnoi komunikatyvnoi kompetentsii studentiv nemovnykh spetsialnostei [Formation of foreign language communicative competence of students of non-language specialties]. *Spirituality of a Personality: Methodology, Theory and Practice*, 1. 132–142. [in Ukrainian]
12. Petryk K.Iu. (2021) Inshomovna komunikatyvna kompetentnist yak odyin iz priorityetnykh napriamkiv zmistu profesiinnoi pidhotovky zdobuvachiv vyshchoi osvity [Foreign language communicative competence as one of the priority directions of the content of professional training of higher education applicants]. *Foreign languages in higher education: linguistic, psychological and pedagogical, and methodical perspectives: Proceedings of the V National Scientific and Practical Internet-Conference (February 25, 2021)*. 98–103. [in Ukrainian]
13. Ruzhyn K.M., Kanibolotska O.A. (2014) Spetsyfika vyvchennia druhoi inozemnoi movy u vyshchii shkoli [Specifics of learning a second foreign language at higher school]. *Scientific Proceedings of Ostroh Academy National University: Philology Series*, 48. 312–314. [in Ukrainian]
14. Stavyt'ska I.V. (2013) Inshomovna kompetentnist: mistse definitsii u terminolohichnomu poli suchasnykh naukovykh sudzhen [Foreign language competence: the place of definition in terminology field of modern scientific statements]. *Pedagogical Sciences: Theory, History, Innovative Technologies*, 4(30). 280–286. [in Ukrainian]
15. Sukalenko N.I. (1985) Pro konotatsiinyi aspekt movnoi diialnosti liudyny [On connotation aspect of human's language activity]. *Movoznavstvo*, 2. 29–33. [in Ukrainian]
16. Communicative competence (2024) *Collins Online Dictionary*. URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/communicative-competence>. (last accessed: 28.03.2024 p.).
17. Indeed Editorial Team (2023) Direct vs. Indirect Communication: Definition and Differences. URL: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/direct-communication> (last accessed: 08.05.2024 p.).
18. Rudenko N. (2022) Peculiarities of Formation of Intercultural Competence by Means of Foreign Languages. *The III International Scientific and Practical Conference «Society and science. Problems and prospects», January 25–28, 2022, London, England*. 301–306.
19. What is hospitality? (2024) *EHL Hospitality Business School*. URL: <https://www.ehl.edu/en/what-is-hospitality> (last accessed: 06.05.2024 p.).