

компаніями, такими як Banco Santander, BBVA та Telefónica, які активно інвестують у банківському та телекомунікаційному секторах Латинської Америки. Завдяки культурним та мовним зв'язкам молодь з Латинської Америки часто орієнтується на Іспанію для отримання освіти, участі у програмах обміну та працевлаштування [3, 4].

Китай є унікальним прикладом великої економіки з мільярдним населенням, де основною мовою є китайська. Знання китайської мови, як правило, не забезпечує такої ж конкурентоспроможності, як англійська, з огляду на більш закритий характер китайської економіки та її акцент на дешеву робочу силу. Водночас для компаній, що співпрацюють з китайськими виробниками, знання китайської мови надає значні конкурентні переваги. Наприклад, при замовленні продукції в китайських заводах знання мови та культурних особливостей допомагає правильно зрозуміти та укласти контракти, забезпечуючи виробництво за бажаними стандартами якості та за нижчою ціною. Це створює додаткові переваги для компаній, які можуть виготовляти продукцію за вигідними умовами.

Французи відомі своєю прив'язаністю до рідної мови та культури, і це особливо помітно в їхньому ставленні до англійської мови. Для багатьох французів використання французької мови є ознакою національної гордості. Дослідження підкреслюють, що французи цінують спроби іноземців говорити їхньою мовою, навіть якщо ця мова не є досконалою. Для французів набагато важливіше почути навіть «ламану» французьку, ніж вільну англійську, оскільки це демонструє повагу до їхньої культури. У деяких випадках, англійська мова може стати тригером, оскільки французи часто сприймають її як «навіжений» символ глобалізації, який загрожує унікальності французької культури. [5]

Література

1. Graddol, David. *The Future of English? The British Council*, 2007
2. Мельник Є.Ю. Французька мова та концепція франкофонії у сучасному світі // Сучасні міжнародні відносини: актуальні проблеми теорії і практики: матеріали міжнародної науково-практичної конференції / Факультет міжнародних відносин, Національний авіаційний університет; за загальною редакцією Ю.О. Волошина: тези доп. – Київ: Національний авіаційний університет, 2020. – Том 4. – С. 69-79.
3. BBVA, Telefónica y Banco Santander: mejores empresas por confianza en América Latina. *Estrategias de Inversión*.
4. Banco Santander S.A.: Santander to invest \$6 billion in digital transformation and tech in Latin America. *MarketScreener*.
5. Стародубська, М. Як зрозуміти українців: кроскультурний погляд. Київ: Видавництво Vivat, 2024.

Піскун Катерина Сергіївна

Наукові керівники – ст. викладач Муравйова О.М., ст. викладач Крупей М.І.

Державний біотехнологічний університет

PROFESSIONAL DEVELOPMENT THROUGH THE KNOWLEDGE OF FOREIGN LANGUAGES: NEW CAREER OPPORTUNITIES IN THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

Knowledge of foreign languages is an important factor that contributes to the professional growth of hotel and restaurant professionals and increases the competitiveness of establishments at the international level. In the context of the globalization that affects the tourism industry, the ability to communicate in foreign languages reveals new opportunities for career development and business expansion. Let's take a look at the main benefits of foreign language skills in this area.

Firstly, it is improving the quality of service for international customers: hotels and restaurants often serve foreign guests, and language skills help staff better understand customer needs, respond to their requests, and provide high-quality service. The language competence of the staff can be

transferred into the workplace. It contributes to creating a positive impression on the guests, which increases their loyalty and improves the reputation of the establishment. Speaking the client's language also helps to avoid possible misunderstandings and makes foreign guests feel more comfortable.

Secondly, it's expanding the international customer base: knowledge of foreign languages allows hotels and restaurants to attract more foreign customers. This is important, especially for establishments in tourist regions where the international flow of tourists is the main source of income. The ability to negotiate, advertise services, and interact with customers, handling complaints and apologizes in different languages allows businesses to be more flexible and accessible to a wider audience.

Thirdly, you can deal with employee career development: employees in the hotel and restaurant industry who speak several languages have a better chance of career advancement. International hotel and restaurant chains value such professionals for their ability to serve foreign guests, coordinate with foreign partners, and adapt to working in an international environment. Such employees can be promoted to management positions or work in foreign branches of companies more quickly.

Then comes expanding professional contacts: knowledge of languages allows hospitality professionals to establish contacts with foreign partners, suppliers, and colleagues from other countries. This helps to expand the network of professional connections, share experiences and adopt best practices, which increases the efficiency of the institutions.

Also adaptation to cultural peculiarities should be mentioned here because it plays a vital role: knowledge of foreign languages helps to better understand the cultural characteristics of customers, which is especially important in the hotel and restaurant industry. Different countries have their own traditions, etiquette, and habits, which can vary significantly. Language proficiency allows staff to take these differences into account more effectively and create comfortable conditions for guests from different cultural backgrounds.

International cooperation and franchising: knowledge of foreign languages opens up opportunities for international cooperation, franchising and joint projects with foreign partners. Hotels and restaurants can sign contracts not only with local companies but with foreign brands, open new branches abroad, or operate under well-known global brands, which significantly increases their competitiveness.

Access to the latest trends and technologies: many modern trends in the hotel and restaurant industry originate abroad. Knowledge of foreign languages allows managers and employees to access international sources of information, track innovations and trends in the industry, learn new technologies and successfully implement them in their establishments. This may relate to such aspects as service automation, environmental initiatives, or new approaches to guest service, and, to a certain extent, influence a hospitality brand recognition.

Another key fact to remember is a participation in international conferences and exhibitions. In other words, professionals who speak foreign languages have the opportunity to participate in international conferences, exhibitions, and forums where they can represent their establishments, meet colleagues and partners from around the world, share experiences, and gain new knowledge. Such events open up new prospects for business development and personal professional growth.

Improving the reputation of the establishment: multicultural and linguistic competence of the staff significantly increases the prestige of hotels and restaurants, making them more attractive to international customers. An establishment where employees are fluent in the languages of the guests inspires trust and comfort, which increases its competitiveness in the international market.

In close analysis and appraisal, we can draw attention to another important point – increased competitiveness: in the modern hotel and restaurant business, competition is very high, so knowledge of foreign languages becomes one of the key advantages opening a number of career opportunities. Establishments with language skills can respond faster and more efficiently to international customers, offer better service and better adapt to changes in the global market.

Knowledge of foreign languages is significant in a variety of ways. It is strategically important for the development of both individual professionals and businesses in the hospitality industry. Language competence allows businesses to improve service quality, feel more confident and self-sustainable entering new markets, and develop international cooperation. For employees, language skills are the key to career growth, opening up new opportunities, and increasing their own competitiveness. Successful hotels and restaurants operating internationally understand the importance of language training for their staff, as it allows them not only to attract new customers but also to maintain a high reputation in the market for many years.

Полікарпова Валерія Володимирівна
Науковий керівник – канд. філос. наук, доц. Мазоренко М.О.
Державний біотехнологічний університет

ІНОЗЕМНА МОВА ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В СУЧАСНОМУ СВІТІ

Мова – це основна суть спілкування в світі. Є в світі люди які кажуть що мова – це те, що віділяє нас від тварин. В нашому світі є багато іноземних мов, адже в кожній країні своя національна мова (Китай-китайська, Турція-турецька, Грузія-грузинська...). Однак в нашому світі є одна мова завдяки якій ми можемо спілкуватися з іншими людьми, з різних куточків світу, а саме це англійська мова. Англійська мова – це ключ до успіху та нових можливостей в житті людини.

Англійська мова спочатку була мовою Англії, але завдяки історичним зусиллям Британської імперії вона стала основною або другорядною мовою багатьох колишніх британських колоній, таких як США, Канада, Австралія та Індія. В даний час англійська мова є основною мовою не лише країн, яких активно торкався британський імперіалізм, але й багатьох ділових та культурних сфер, де панують ці країни. Це мова Голлівуду та мова міжнародного бізнесу. Таким чином, це корисна і навіть необхідна мова, яку потрібно знати. І

Знання іноземної мови має величезне значення у сучасному світі. Воно не тільки розширює можливості для спілкування, але й робить людину більш конкурентоспроможною на ринку праці. Є люди які кажуть, що вивчення англійської мови це дуже складно, але насправді це лише відмовки, так деяким треба 3,4,5 років на вивчення мови, а деяким 3,4,5 місяців і все, але те що це складно це відмовка, аби її не вчити, бо якщо у людини є хист та мрія, то в неї все вийде вона буде вчити, і все буде і не важливо скільки часу на це піде. Тому я вважаю, що вивчення англійської мови є найголовнішим в житті людини.

Ось декілька причин для того щоб вивчати англійську мову:

Професійний розвиток: Знання іноземної мови відкриває нові можливості для кар'єрного зростання, дозволяючи працювати в міжнародних компаніях та брати участь у глобальних проектах.

Освіта: Володіння іноземною мовою дає доступ до більш широкого спектру навчальних ресурсів, літератури та наукових статей, що сприяє глибшому розумінню предмету.

Комунікації: Вміння спілкуватися з іноземними колегами, партнерами та клієнтами значно підвищує ефективність бізнес-процесів та сприяє налагодженню міцних професійних зв'язків.

Культурний обмін: Знання мови відкриває двері до розуміння іншої культури, що сприяє розвитку толерантності та взаєморозуміння між народами.

Інновації та технології: В сучасному світі багато інноваційних ідей та технологій розробляються за кордоном. Знання іноземної мови дозволяє бути в курсі новітніх тенденцій та застосовувати їх у своїй роботі.

Подорожі: Навички володіння іноземною мовою роблять подорожі комфортнішими та безпечнішими, дозволяють глибше зануритися в культуру країни та краще розуміти місцевих жителів.