

УДК 81'243:330(100)

JEL A12, F20

DOI: <https://doi.org/10.53920/ES-2024-1-5>

Марина Володимирівна КОВБАТЮК,

кандидат економічних наук, професор,
професор кафедри теоретичної та прикладної економіки,
Державний університет інфраструктури та технологій

ORCID ID: [0000-0002-1149-6537](https://orcid.org/0000-0002-1149-6537)

Владислава Олегівна ШЕВЧУК,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки,
Державний університет інфраструктури та технологій

ORCID ID: [0000-0001-7121-598X](https://orcid.org/0000-0001-7121-598X)

Дмитро Анатолійович БЕГЕКА,

кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки,
Державний університет інфраструктури та технологій

ORCID ID: [0009-0007-7393-8912](https://orcid.org/0009-0007-7393-8912)

ІНШОМОВНА КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ЯК ЧИННИК АКТИВІЗАЦІЇ ТА РОЗШИРЕННЯ БІЗНЕС-МОЖЛИВОСТЕЙ НА МІЖНАРОДНОМУ РІВНІ

Набуття іншомовної компетентності стає ключовим фактором у міжнародному бізнесі через зростаючу глобалізацію та пов'язані з нею потреби в міжнародній комунікації. Програми вивчення мов для бізнесу стають все більш популярними, сприяючи залученню фахівців, які можуть ефективно спілкуватися з партнерами з різних країн, адже успішна взаємодія з партнерами з різних культур вимагає розуміння особливостей їхніх цінностей, норм та традицій. Знання різних мов та іншомовна комунікативна компетентність стають необхідними навичками для ефективного спілкування в умовах глобалізації, сприяючи розширенню можливостей та партнерств у міжнародному бізнес-середовищі.

Метою статті є комплексне дослідження іншомовної комунікативної компетентності як чинника активізації та розширення бізнес-можливостей компаній на міжнародному рівні.

Для досягнення поставленої мети у статті використано низку таких загальнонаукових й спеціальних методів дослідження, як наукова абстракція та теоретичне узагальнення, аналіз і синтез, індукція та дедукція, системний аналіз.

У статті розкрито сутність системної категорії «іншомовна комунікативна компетентність», розглянуто різні аспекти цього поняття, а саме: лінгвістичне володіння мовою, культурна чутливість та обізнаність, міжособистісні навички, стратегічна комунікація, адаптивність і гнучкість, безперервне навчання та розвиток. Визначено мовні тренди в сучасному світі та в сфері ведення міжнародного бізнесу, зокрема наведено ТОП-10 найпоширеніших мов світу та ТОП-10 мов з точки зору перспектив для бізнесу, розглянуто значення різних мов у забезпеченні ефективної комунікації між компаніями з різних країн. Авторами обґрунтовано важливу роль, яку відіграє іншомовна комунікативна компетентність на міжнародному рівні через розгляд бізнес-можливостей, які вона надає компаніям у сфері міжнародного співробітництва, а саме: розширення охоплення ринку, посилення взаємодії з клієнтами, конкурентна перевага, фасилітація переговорів та укладання угод, покращений доступ до світового досвіду.

Ключові слова: *іншомовна комунікативна компетентність, бізнес-можливості, глобальне бізнес-середовище, міжнародний рівень, міжнародний бізнес.*

Maryna KOVBATIUK,

Candidate of Economic Sciences, Professor,
Professor of Department of Theoretical and Applied Economics,
State University of Infrastructure and Technologies

Vladyslava SHEVCHUK,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of Department of Theoretical and Applied
Economics, State University of Infrastructure and Technologies

Dmytro BEGEKA,

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of Department of Theoretical and Applied
Economics, State University of Infrastructure and Technologies

FOREIGN LANGUAGE COMMUNICATION COMPETENCE AS A FACTOR OF ACTIVATION AND EXPANSION OF BUSINESS OPPORTUNITIES AT THE INTERNATIONAL LEVEL

Acquiring foreign language competence is becoming a key factor in international business due to growing globalization and the associated need for international communication. Language learning programs for business are becoming increasingly popular, helping to attract professionals who can effectively communicate with partners

from different countries, as successful interaction with partners from different cultures requires an understanding of their specific values, norms and traditions. Multilingualism and intercultural communication competence are becoming essential skills for effective communication in the globalized world, helping to expand opportunities and partnerships in the international business environment.

The purpose of the article is a comprehensive study of foreign language communicative competence as a factor in enhancing and expanding business opportunities for companies at the international level. To achieve this goal, the article uses a number of general scientific and special research methods, such as scientific abstraction and theoretical generalization, analysis and synthesis, induction and deduction, and system analysis.

The article reveals the essence of the systemic category of «foreign language communicative competence», considers various aspects of this concept, namely linguistic proficiency, cultural sensitivity and awareness, interpersonal skills, strategic communication, adaptability and flexibility, continuous learning and development. The authors identify language trends in the modern world and in the field of international business, including the top 10 most common languages in the world and the top 10 languages in terms of business prospects, and consider the importance of different languages in ensuring effective communication between companies from different countries. The authors substantiate the important role played by foreign language communication competence at the international level by considering the business opportunities it provides to companies in the field of international cooperation, namely, expanding market coverage, strengthening customer interaction, competitive advantage, facilitating negotiations and concluding agreements, and improved access to global experience.

Keywords: foreign language communicative competence, business opportunities, global business environment, international level, international business.

Постановка проблеми. Ключовим фактором успіху бізнесу, що працює в глобалізованому середовищі, є його здатність ефективно комунікувати та взаємодіяти із зацікавленими сторонами в різних культурних, мовних та географічних контекстах. У сучасному світі ефективна комунікація виходить за рамки простого воло-

діння мовою; вона охоплює культурну чутливість, адаптивність і здатність орієнтуватися в нюансах міжкультурної взаємодії.

У цьому контексті іншомовна комунікативна компетентність стає важливою детермінантою, що відкриває нові можливості для бізнесу, та сприяє налагодженню значущих зв'язків з клієнтами, партнерами, постачальниками та співробітниками по всьому світу. Здатність вільно і впевнено спілкуватися різними мовами може бути визначальним фактором успіху або невдачі на глобальному ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Суть поняття іншомовної комунікативної компетентності, її структура та особливості формування досліджені в працях таких українських науковців як Ю. Задунайська [1], О. С. Іовенко, І. Р. Ничка [2; 3], К. Павелків [4], М. В. Подоляк [5], В. Г. Чорнобай [6], Н. В. Юхно [7] та ін. Але ці вчені розглядають і аналізують іншомовну комунікативну компетентність лише з боку педагогіки через викладання іноземної мови студентам різних спеціальностей.

Зважаючи на це, вимагають детального дослідження низка аспектів іншомовної компетентності з точки зору міжнародних економічних відносин, зокрема з'ясування її місця, ролі і значення в розвитку міжнародного бізнесу.

Мета статті – комплексне дослідження іншомовної комунікативної компетентності як чинника активізації та розширення бізнес-можливостей компаній на міжнародному рівні.

Виклад основного матеріалу дослідження. У глобальному бізнес-середовищі іншомовна комунікативна компетентність охоплює спектр навичок, знань і вмінь, які дають можливість окремим особам та організаціям ефективно спілкуватися та взаємодіяти із зацікавленими сторонами з різних мовних і культурних середовищ. За своєю суттю іншомовна комунікативна компетентність виходить за рамки простого володіння мовою; вона охоплює глибше розуміння культурних норм, соціальних умовностей і стилів спілкування, що переважають у різних частинах світу. Основними елементами іншомовної компетентності можна визначити: знання мови, міжкультурну компетентність, комунікативні навички, гнучкість та адаптацію, соціокультурну чутливість [8]. Головні аспекти іншомовної комунікативної компетентності наведені в таблиці 1.

Таблиця 1. Аспекти іншомовної комунікативної компетентності

Аспект	Сутність
Лінгвістичне володіння мовою	Компетентність у спілкуванні іноземною мовою починається з міцного фундаменту мовних навичок. Це – володіння лексикою, граматикою, синтаксисом і вимовою цільової мови (мов). Вправний комунікатор має здатність формулювати ідеї, висловлювати думки та передавати повідомлення чітко і вільно як у письмовій, так і в усній формі. Крім того, вони здатні розуміти та інтерпретувати комунікацію інших людей з точністю та розумінням.
Культурна чутливість та обізнаність	Культурна чутливість та обізнаність є невід’ємними складовими іншомовної комунікативної компетентності. Розуміння культурних норм, цінностей, звичаїв та етикету цільової аудиторії є важливим для ефективної міжкультурної комунікації. Культурно чутливий комунікатор демонструє повагу до культурних відмінностей, адаптує свій стиль спілкування відповідно до них та уникає поведінки чи мови, які можуть бути сприйняті як неповажні чи образливі в певному культурному контексті.
Міжособистісні навички	Ефективне спілкування іноземною мовою також залежить від сильних міжособистісних навичок. Це, зокрема, вміння будувати взаєморозуміння, встановлювати довіру та налагоджувати значущі зв’язки з людьми з різним культурним досвідом. Активне слухання, емпатія та відкритість є важливими якостями, які сприяють конструктивному діалогу та взаєморозумінню у міжкультурній взаємодії. Крім того, володіння невербальними комунікативними сигналами, такими як мова тіла, жести та міміка, може підвищити ефективність спілкування в мультикультурному середовищі.
Стратегічна комунікація	Іншомовна комунікативна компетентність включає в себе навички стратегічної комунікації, які дозволяють людям досягати конкретних цілей у крос-культурному контексті. Це, зокрема, вміння вести переговори, переконувати, впливати та ефективно вирішувати конфлікти, незважаючи на мовні та культурні бар’єри. Стратегічні комунікатори адаптують свої повідомлення до потреб, уподобань та очікувань своєї аудиторії, використовуючи мовні та комунікаційні стратегії, які резонують з її культурними особливостями та стилями спілкування.

Закінчення таблиці 1

Аспект	Сутність
Адаптивність і гнучкість	У глобальному бізнес-середовищі, що постійно розвивається, адаптивність і гнучкість є важливими атрибутами іншомовної комунікативної компетентності. Комунікатори повинні вміти коригувати свій підхід до спілкування залежно від культурної динаміки, ситуативного контексту та каналу комунікації. Це може містити перемикання між мовами, зміну стилів спілкування або вирішення несподіваних проблем, що виникають під час крос-культурної взаємодії.
Безперервне навчання та розвиток	Іншомовна комунікативна компетентність не є статичною: вона вимагає постійного навчання та розвитку, щоб іти в ногу зі змінами у мовних та культурних середовищах. Люди, які навчаються впродовж життя, активно шукають можливості поліпшити свої мовні навички, розширити культурні знання та вдосконалити свої комунікативні стратегії за допомогою формальної освіти, досвіду занурення, культурних обмінів та постійних ініціатив з професійного розвитку.

Джерело: складено авторами

Таким чином, іншомовна комунікативна компетентність – це багатогранний набір навичок, що охоплює знання мови, культурну чутливість, міжособистісні навички, стратегічну комунікацію, адаптивність і здатність до безперервного навчання. Розвиваючи ці компетентності, майбутні фахівці зможуть впевнено орієнтуватися в складнощах міжнародного бізнесу, будувати конструктивні відносини із зацікавленими сторонами у всьому світі та відкривати нові можливості для зростання й успіху на глобальному ринку.

У сучасному глобалізованому світі, де обмін інформацією та комунікація перетинають кордони, важливість володіння мовами в міжнародному бізнесі надзвичайно висока.

Щодо рейтингів найпоширеніших мов світу, то вони завжди складаються на основі чисельності носіїв, що мешкають на планеті. Так, за даними Sky Lingua, до рейтингу ТОП-10 найпоширеніших мов світу входять: англійська (нею розмовляють 1,132 млрд людей), мандаринська китайська (1,117 млрд людей), гінді (615 млн

людей), іспанська (534 млн людей), французька (279 млн людей), арабська (295 млн людей), бенгалі (265 млн людей), португальська (234 млн людей), індонезійська (199 млн людей), урду (170 млн людей). 11 місце належить німецькій мові (132 млн осіб) [9].

Варто зазначити, що хоча англійська мова має найбільшу загальну кількість носіїв, бо більшість з них знають англійську як другу мову, китайська мова має найбільшу кількість носіїв саме рідної мови. Приблизно 918 млн людей розмовляють мандаринською як рідною мовою, із загалом понад 1,11 млрд її носіїв у всьому світі. Мандаринська мова включає в себе безліч діалектів, наприклад, стандартну китайську, яка є офіційною державною мовою китайського уряду, і пекінський діалект [10].

Якщо ж оцінювати значення тієї чи іншої мови з точки зору перспектив для бізнесу, то останніми роками спостерігаємо такі мовні тренди, наведені на рис. 1.



Рис. 1. ТОП-10 найпоширеніших мов світу та ТОП-10 перспективних мов з точки зору ведення міжнародного бізнесу

Джерело: складено авторами на основі [9 – 12]

Багато десятиліть першість залишається за англійською мовою. Вона є офіційною мовою у 75 країнах світу, нею розмовляють понад 1,13 мільярда людей у всьому світі – це кожен четвертий. Близько 385 млн носіїв мови мешкають в США та Австралії, близько 1 мільярда вільно розмовляють у колишніх колонізованих країнах, таких як Індія та Нігерія, і мільйони людей у всьому світі, які вивчають її як другу мову. Приблизно 565 млн людей використовують її для комунікації в Інтернеті [11].

Згідно з дослідженням «Harvard Business Review» на тему «Global Business Speaks English» понад 70% великих компаній вважають, що володіння англійською мовою є важливим фактором для їхнього росту та розширення на глобальному рівні. У 2012 році було визнано англійську мову глобальною мовою бізнесу. Багатонаціональні компанії, такі як Airbus, Daimler-Chrysler, Nestlé, Nokia, Renault, Samsung, SAP, Technicolor і Microsoft у Пекіні, визнали англійську мову корпоративною. Як стверджує професор Гарвардської школи бізнесу Цедал Нілі, будь-якій компанії з глобальною присутністю або глобальними прагненнями було б доцільно зробити те саме, щоб забезпечити ефективну комунікацію та співпрацю з клієнтами, постачальниками, діловими партнерами та іншими зацікавленими сторонами. Але, хоча перехід до єдиної мови в бізнесі необхідний і неминучий, дослідження Нілі показують, що впровадження такої політики має певні проблеми. Політика лише англійської мови може створити незахищеність роботи та незадоволеність, а також спричинити суперечки в міжнародних командах між носіями англійської мови та особами, для яких англійська не рідна мова.

Основними причинами, що спонукають перехід до англійської мови як корпоративного стандарту, є:

- *Конкурентний тиск.* Якщо компанія хоче вийти за межі внутрішнього ринку, вона повинна мати можливість спілкуватися з різноманітним колом клієнтів, постачальників та інших ділових партнерів. Компанії, яким не вдається розробити мовну стратегію, по суті, обмежують свої можливості зростання тими ринками, де розмовляють їхньою мовою, і, таким чином, явно ставлять себе в не вигідне становище перед конкурентами, які прийняли політику вивчення і застосування англійської мови.

- *Глобалізація завдань і ресурсів.* Мовні відмінності можуть створити «вузькі місця», коли географічно розкидані співробітники мають працювати разом, щоб досягти корпоративних цілей. Краще розуміння мови дає співробітникам більше інформації з першоджерел, що є надважливим для прийняття правильних рішень.
- *Інтеграція M&A поза національними кордонами.* Переговори щодо злиття чи поглинання досить складні, коли не всі розмовляють однією мовою. Крім того, міжкультурна інтеграція, як відомо, складна; ось чому, коли німецька Hoescht і французька Rhône-Poulenc об'єдналися в 1998 році, щоб створити Aventis, п'яту за величиною фармацевтичну компанію в світі, нова фірма вибрала англійську як свою робочу мову замість французької чи німецької, щоб уникнути гри у фаворитів. Елемент брендування також може вступити в гру. У 1990-х відносно невідомий італійський виробник побутової техніки середнього розміру Merloni перейняв англійську мову, щоб підвищити свій міжнародний імідж, що дало йому перевагу при придбанні російських і британських компаній [11].

За прогнозами вчених, до 2050 року чисельність носіїв англійської мови зросте до 2 млрд осіб. Тому знання англійської мови має важливе значення для власників бізнесу, що прагнуть розширити діяльність на міжнародному ринку [12].

Друге місце займає так звана мова «мандарин», або офіційна китайська (путунхуа). Цією мовою ведеться офіційна документація, листування та навчання в материковій частині Китаю. Також мандаринський діалект використовують у спілкуванні та вирішенні ділових питань в Сінгапурі та на Тайвані. У Малайзії вона хоч і не є офіційною мовою, але використовується через велику кількість мігрантів. За прогнозами експертів, до 2050 року китайська економіка, завдяки міжнародним торговельним зв'язкам, транскордонним угодам і науковим досягненням, може стати найбільшою у світі з обсягом ВВП у розмірі 20% від світового [12].

Третє місце за французькою мовою, адже це офіційна мова 32 держав, якою володіє нині 321 млн осіб. Відомо, що близько 132 млн осіб вивчають французьку мову або навчаються нею.

Далі іде іспанська мова. Найбільшою за населенням іспаномовною країною світу є Мексика (понад 120 млн жителів), а за

територією – Аргентина. Іспанська є офіційною мовою в понад 20 країнах світу. Фактично в США носіїв іспанської мови мешкає більше, ніж в Іспанії, а в американських навчальних закладах іспанська мова є другою за популярністю серед мов після англійської (її обирають як другу для вивчення близько 60% студентів). Індекс людського розвитку оцінює іспанську мову як другу за важливістю після англійської. До того ж, більшість користувачів використовує її на веб-сайтах, тому за поширеністю в Інтернеті це третя мова комунікації [12].

Наступною за пріоритетністю для ведення бізнесу є португальська мова. Понад 80% носіїв мешкають в Бразилії, яка раніше була колонією Португалії. Завдяки швидкому зростанню економіки, Бразилія є важливим бізнес-центром в Латинській Америці.

Японська мова не представлена в рейтингах найпоширеніших мов світу за чисельністю носіїв, бо нею розмовляють близько 128 млн людей, переважно мешканці Японії. Але вона посідає вагомe місце в рейтингу мов для ведення міжнародного бізнесу, адже економіка Японії вважається однією з найстабільніших у світі та має значний вплив на міжнародну торгівлю, маючи провідних гравців у багатьох секторах – фінансовому, високотехнологічному, автомобільному та фармацевтичному [12].

Німецька мова, яка є державною в Німеччині, Бельгії, Австрії, Ліхтенштейні, Швейцарії, Люксембурзі, теж визнана пріоритетною мовою для вивчення і подальшого використання в бізнесі, адже Німеччина має одну з найбільших економік у світі та визнана найкращою країною для ведення бізнесу.

Щодо гінді, нині ця мова входить у п'ятірку найпоширеніших мов світу. Це одна з двох державних мов Індії (разом з англійською). На гінді також розмовляють мільйони мешканців Пакистану та мігранти з Індії, що проживають в Африці, на Карибах, Фіджі, Маврикії, в Малайзії та Індонезії.

У переліку перспективних мов для ведення бізнесу наступною є італійська, якою розмовляють понад 70 млн осіб в Італії, Ватикані, Сан-Марино, Швейцарії. До того ж вона є другою офіційною мовою в деяких регіонах Хорватії та Словенії. Італія, як відомо, має другу економіку в Європі за величиною виробництва та третю – в Єврозоні. Завдяки сильним латинським корінням вона пов'язана з такими іншими важливими бізнес-мовами, як іспанська, португальська та французька.

Останньою мовою, яка має велике значення для розвитку міжнародного ринку, є арабська, яка налічує понад 300 млн носіїв і займає шосте місце серед найпоширеніших мов світу. Це робить її перспективним інструментом для покращення та розвитку міжнародних ділових відносин. Британська Рада оцінює арабську як четверту за важливістю «мову майбутнього» [12].

Варто зауважити, що прийняти глобальну мовну політику не легко, і у компанії незмінно виникають проблеми на цьому шляху. Ці радикальні зміни, майже напевно, зустрічають опір співробітників. Багато з них можуть відчувати себе в невідповідному становищі, якщо їхній рівень англійської чи іншої іноземної мови недостатній, порівняно з іншими колегами, може постраждати продуктивність, а також стати на заваді національна гордість. Але, щоб вижити й процвітати в глобальній економіці, компанії повинні подолати мовні бар'єри.

Отже, володіння різними мовами стає ключовим фактором міжнародного бізнесу через зростаючу глобалізацію та пов'язані з нею потреби в міжнародній комунікації.

Взаємозв'язок іншомовної компетентності та міжнародного співробітництва наведено на рис. 2.

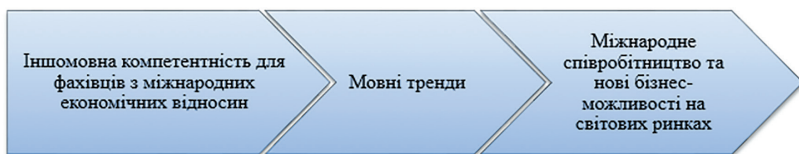


Рис. 2. Взаємозв'язок іншомовної компетентності та міжнародного співробітництва

Джерело: складено авторами

Володіння іноземними мовами дає численні переваги компаніям, що працюють на глобальному ринку, дозволяючи їм скористатися новими можливостями, налагодити глибші стосунки та отримати конкурентну перевагу. В таблиці 2 наведено ключові переваги та можливості, що пов'язані з ефективним спілкуванням іноземними мовами.

Таким чином, комунікативна компетентність іноземними мовами пропонує безліч переваг для бізнесу, який прагне про-

цвітати на глобальному ринку. Від розширення охоплення ринку та підвищення рівня залучення клієнтів до побудови міцних відносин і отримання конкурентних переваг – ефективна комунікація декількома мовами має важливе значення для відкриття нових можливостей і досягнення успіху на міжнародній арені. Інвестуючи в мовну підготовку та розвиток міжкультурної компетенції, компанії можуть позиціонувати себе для зростання, інновацій та сталого розвитку у все більш взаємопов'язаному світі.

Таблиця 2. Бізнес-можливості, що надає іншомовна комунікативна компетентність у сфері міжнародного співробітництва

Перевага	Характеристика
Розширення охоплення ринку	Спілкуючись мовою своєї цільової аудиторії, бізнес може ефективно взаємодіяти з клієнтами на нових ринках, підвищити впізнаваність бренду та вийти на раніше невикористані сегменти споживачів. Це дозволяє компаніям відкривати нові потоки доходів і стимулювати зростання бізнесу на міжнародних ринках.
Посилення взаємодії з клієнтами	Володіння іноземними мовами дозволяє компаніям встановлювати стійкі зв'язки з клієнтами, звертаючись безпосередньо до їхніх потреб, вподобань та прагнень їхньою рідною мовою. Це сприяє зміцненню відносин з клієнтами, формуванню довіри та лояльності, а також підвищенню рівня задоволеності та утримання клієнтів. Крім того, ефективна комунікація місцевою мовою дозволяє компаніям надавати персоналізовану підтримку, оперативно реагувати на запити та проблеми, а також забезпечувати клієнтський досвід.
Покращення ділових відносин	У глобальному бізнес-середовищі ефективна комунікація має важливе значення для побудови та підтримки міцних відносин з партнерами, постачальниками, дистриб'юторами та іншими зацікавленими сторонами. Компетентність у спілкуванні іноземними мовами полегшує взаємодію, сприяє взаєморозумінню, зміцнює довіру та співпрацю між діловими партнерами. Демонструючи повагу до мови та культури своїх партнерів, бізнес може розвивати довготривалі та взаємовигідні відносини, які сприяють успіху в бізнесі.

Закінчення таблиці 2

Перевага	Характеристика
Конкурентна перевага	На сьогоднішньому конкурентному ринку іншомовна комунікативна компетентність може слугувати потужним диференціатором для бізнесу, який прагне знайти свою нішу на ринку. Компанії, які інвестують у вивчення іноземних мов, отримують конкурентну перевагу завдяки доступу до нових ринків, ефективнішому реагуванню на потреби клієнтів та використанню можливостей, які їхні одномовні конкуренти можуть прогавити. Крім того, володіння іноземними мовами зміцнює репутацію компанії як глобальної та культурно обізнаної організації, залучаючи найкращі таланти, партнерів та клієнтів.
Фасилітація переговорів та укладання угод	Ефективне спілкування іноземними мовами має важливе значення для успішних переговорів та укладання угод у міжнародному бізнесі. Розмовляючи мовою своїх партнерів, бізнес може налагодити взаєморозуміння, встановити довіру та легше вести складні переговори. Знання мови дозволяє учасникам переговорів розуміти тонкощі, нюанси та культурні особливості, що дає їм змогу досягти взаємовигідних домовленостей та подолати потенційні бар'єри на шляху до співпраці.
Покращений доступ до світового досвіду	Компанії з багатомовними працівниками можуть використовувати їхні мовні навички для отримання доступу до спеціалізованих знань та створення інклюзивнішого та динамічнішого робочого середовища. Крім того, володіння мовами дозволяє компаніям співпрацювати з міжнародними консультантами, радниками та експертами, які можуть надати цінну інформацію та рекомендації щодо глобальних ринків і тенденцій.

Джерело: складено авторами

Висновки та пропозиції. Отже, у сучасному взаємопов'язаному світі іншомовна компетентність відіграє вирішальну роль щодо успіху бізнесу, який працює на глобальному рівні. Оскільки організації орієнтуються в різноманітних мовних і культурних середовищах, здатність ефективно спілкуватися через кордони і культури має першорядне значення. Іншомовна компетентність – це не просто питання володіння мовою, це сприяння культурному розумінню, побудова міцних відносин і відкриття нових можливостей для зростання та інновацій.

Інвестуючи в мовні навчальні програми, ініціативи з міжкультурної комунікації та цифрові комунікаційні інструменти, бізнес може забезпечити своїх співробітників навичками та знаннями, необхідними для процвітання на глобальному ринку. Іншомовна комунікативна компетентність дозволяє організаціям розширювати своє охоплення ринку, взаємодіяти з різними зацікавленими сторонами, а також будувати довіру та авторитет на міжнародних ринках. Крім того, вона сприяє співпраці, інноваціям і творчості, полегшуючи конструктивну взаємодію та обмін ідеями, незважаючи на мовні та культурні кордони.

Оволодіваючи іншомовною компетенцією, компанії можуть використовувати силу різноманітності та інклюзивності для досягнення успіху в бізнесі. Багатомовні та мультикультурні команди привносять унікальні перспективи, ідеї та досвід, що дозволяє організаціям вирішувати складні завдання, адаптуватися до мінливої динаміки ринку та випереджати конкурентів. Крім того, іншомовна компетентність сприяє розвитку культури поваги, емпатії та взаєморозуміння, закладаючи основу для міцних і довготривалих відносин з клієнтами, партнерами та співробітниками по всьому світу.

У майбутньому важливість іншомовної компетенції в глобальному діловому спілкуванні тільки зростатиме. На все більш взаємопов'язаному та конкурентному ринку, організації, які надають пріоритет іншомовній компетентності, матимуть кращі позиції для того, щоб орієнтуватися в мовних та культурних складнощах, використовувати нові можливості та досягати сталого зростання й успіху. Сприймавши іншомовну компетентність як стратегічний імператив, компанії можуть повністю розкрити свій потенціал і процвітати в динамічному та різноманітному світі глобального бізнесу.

© **Шевчук В.О., Ковбачук М.В., Бегака Д.А., 2024**

ЛІТЕРАТУРА

1. Задунайська Ю. Формування іншомовної комунікативної компетентності у вищих навчальних закладах педагогічного профілю. URL: <https://pedagogy.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/10/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%8F-3.pdf> (дата звернення: 22.02.2024).

2. Іовенко О., Ничка І. Іншомовна компетентність студентів факультетів міжнародних відносин: основні складові та їхнє поетапне засвоєння. *Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини»*. 2013. Вип. 32. С. 228 – 233.

3. Іовенко О.С., Ничка І.Р. Специфіка формування іншомовної компетентності у майбутніх фахівців з міжнародних відносин. URL: https://contact.com/2012edu/tom1/29_lovenko.htm (дата звернення: 22.02.2024).

4. Павелків К. Іншомовна комунікативна компетентність майбутніх фахівців соціальної сфери: структура та зміст. *Інноватика у вихованні*. 2019. Вип. 9. DOI: <https://doi.org/10.35619/iiv.v0i9.126>.

5. Подоляк М.В. Аналіз поняття іншомовна професійна комунікативна компетентність у вітчизняному та зарубіжному науковому просторі. *Академічні студії. Серія «Педагогіка»*. 2022. Вип. 4. С. 36 – 44. DOI: <https://doi.org/10.52726/as.pedagogy/2022.4.6>.

6. Чорнобай В.Г. Іншомовна комунікативна компетентність для сучасного майбутнього фахівця. *Сучасні досягнення вітчизняних вчених у галузі педагогічних та психологічних наук: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф.* (Київ. 5 – 6 берез. 2021 р.). Київ: ГО «Київська наук. організації педагогіки та психології». С. 95 – 97. URL: <http://dspace.dsau.dp.ua/jspui/handle/123456789/4984> (дата звернення: 22.02.2024).

7. Юхно Н.В. Суть та структура іншомовної комунікативної компетентності фахівців. *Наукові записки кафедри педагогіки*. 2022. Вип. 51. С. 113 – 119. <https://doi.org/10.26565/2074-8167-2022-51-13>.

8. Шевчук В.О. Роль іншомовної компетентності у міжнародному бізнесі. Нова парадигма економічної освіти у контексті інноваційної моделі розвитку вітчизняної освіти: *Збірник наукових праць V Міжнародної науково-практичної конференції*. 30 листопада 2023 р. Київ: Вид-во УДУ імені Михайла Драгоманова. 2024. С. 64 – 68.

9. 11 найпоширеніших мов у світі. URL: <https://sky-lingua.com/ua/12-naypooshirenishih-mov-u-sviti/> (дата звернення: 25.02.2024).

10. The 100 Most-Spoken Languages in the World. URL: <https://word.tips/100-most-spoken-languages/> (дата звернення: 25.02.2024).

11. Neeley T. Global Business Speaks English. URL: <https://hbr.org/2012/05/global-business-speaks-english> (дата звернення: 25.02.2024).

12. Як іноземні мови допоможуть у розвитку міжнародного бізнесу. Мовні тренди 2022 – 2023. URL: <https://ua-retail.com/2022/11/yak-inozemni-movi-dopomozhut-u-rozvitku-mizhnarodnogo-biznesu-movni-trendi-2022-2023/> (дата звернення: 25.02.2024).

REFERENCES

1. Zadunaiska Yu. Formuvannia inshomovnoi komunikatyvnoi kompetentnosti u vshchtykh navchalnykh zakladakh pedahohichnoho profilii [Formation of foreign language communicative competence in higher educational institutions of the pedagogical profile]. Available at: <https://ped-agogy.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/10/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%8F-3.pdf> (accessed 22.02.2024) (in Ukrainian).
2. Iovenko O., Nychka I. (2013). Inshomovna kompetentnist studentiv fakultetiv mizhnarodnykh vidnosyn: osnovni skladovi ta yikhnie poietapne zasvoiennia [Foreign language competence of students of international relations faculties: main components and their step-by-step acquisition]. *Visnyk Lvivskoho universytetu*. No. 32. Pp. 228 – 233 (in Ukrainian).
3. Iovenko O.S., Nychka I.R. Spetsyfika formuvannia inshomovnoi kompetentnosti u maibutnykh fakhivtsiv z mizhnarodnykh vidnosyn [The specifics of the formation of foreign language competence in future specialists in international relations]. Available at: https://confcontact.com/2012edu/tom1/29_lovenko.htm (accessed 22.02.2024) (in Ukrainian).
4. Pavelkiv K. (2019). Inshomovna komunikatyvna kompetentnist maibutnykh fakhivtsiv sotsialnoi sfery: struktura ta zmist [Interlingual communicative competence of future specialists in the social sphere: structure and content]. *Innovatyka u vykhovanni*. No. 9. DOI: <https://doi.org/10.35619/iuu.v0i9.126> (in Ukrainian)
5. Podoliak M.V. (2022). Analiz poniattia inshomovna profesiina komunikatyvna kompetentnist u vitchyznianomu ta zarubizhnomu naukovomu prostori [Analysis of the concept of foreign language professional communicative competence in the domestic and foreign scientific space]. *Akademichni studii*. No. 4. Pp. 36 – 44. DOI: <https://doi.org/10.52726/as.pedagog/2022.4.6> (in Ukrainian).
6. Chornobai V.H. (2021). Inshomovna komunikatyvna kompetentnist dlia suchasnoho maibutnoho fakhivtsia [Foreign language communicative competence for the modern future specialist]. Proceedings of the *Suchasni dosiahnennia vitchyznianykh vchenykh u haluzi pedahohichnykh ta psykhologichnykh nauk (Kyiv, March 5-6, 2021)*. Kyiv: HO «Kyivska nauk. orhanizatsiia pedahohiky ta psykhologii». Pp. 95 – 97. Available at: <http://dspace.dsau.dp.ua/jspui/handle/123456789/4984> (accessed 22.02.2024). (in Ukrainian).
7. Iukhno N.V. (2022). Sut ta struktura inshomovnoi komunikatyvnoi kompetentnosti fakhivtsiv [The essence and structure of foreign language communicative competence of specialists]. *Naukovi zapysky kafedry*

pedagogiky. No. 51. Pp. 113 – 119. <https://doi.org/10.26565/2074-8167-2022-51-13> (in Ukrainian).

8. Shevchuk V.O. (2023). Rol inshomovnoi kompetentnosti u mizhnarodnomu biznesi [The role of foreign language competence in international business]. Proceedings of the *Nova paradyhma ekonomichnoi osvity u konteksti innovatsiinoi modeli rozvytku vitchyznianoï osvity (Kyiv, November 30, 2023)*. Kyiv: Vyd-vo UDU imeni Mykhaila Drahomanova. Pp. 64 – 68 (in Ukrainian).

9. 11 naiposhyrenishykh mov u sviti [11 most common languages in the world]. Available at: <https://sky-lingua.com/ua/12-nayposhirenished-mov-u-sviti/> (accessed 25.02.2024).

10. The 100 Most-Spoken Languages in the World. Available at: <https://word.tips/100-most-spoken-languages/> (accessed 25.02.2024).

11. Neeley T. Global Business Speaks English. Available at: <https://hbr.org/2012/05/global-business-speaks-english> (accessed 25.02.2024).

12. Iak inozemni movy dopomozhut u rozvytku mizhnarodnoho biznesu. Movni trendy 2022-2023 [How foreign languages will help in the development of international business. Language trends 2022-2023]. Available at: <https://ua-retail.com/2022/11/yak-inozemni-movi-dopomozhut-u-rozvitku-mizhnarodnogo-biznesu-movni-trendi-2022-2023/> (accessed 25.02.2024).

СТАТТЯ НАДІЙШЛА ДО РЕДАКЦІЇ 01.03.2024