

Олександр РОМАНУХА,
orcid.org/0000-0003-4695-3985
кандидат історичних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та бізнесу
Донецького національного університету економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського
(Кривий Ріг, Дніпропетровська область, Україна) Romanukha@donnuet.edu.ua

Вікторія ЗІНЧЕНКО,
orcid.org/0000-0003-3080-4272
кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри іноземної філології, українознавства та соціально-правових дисциплін
Донецького національного університету економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського
(Кривий Ріг, Дніпропетровська область, Україна) zinchenko@donnuet.edu.ua

ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНО-КОМУНІКАТИВНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ПРАЦІВНИКІВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ

У статті розглянуто питання щодо особливостей формування професійно-комунікативних компетентностей працівників індустрії гостинності та прикладі готельно-ресторанної сфери. Наголошено на важливості комунікативних компетентностей працівників у розвитку галузі як основи взаємодії з клієнтом і запоруки розвитку бізнесу, іміджу підприємства та його конкурентності на ринку. Проведено аналіз термінологічної бази дослідження. Звернено увагу на різницю підходів до розуміння термінів «компетентність» і «компетенція». Виокремлено основні складники компетентності: знання, методи їх отримання та сприйняття власних можливостей. Проведено детальний аналіз елементів її структури. У роботі зазначено, що процес формування професійно-комунікативних компетентностей не обмежується навчанням у закладі вищої освіти, а продовжується під час роботи. Сучасна динаміка розвитку зумовлює процес навчання протягом усього життя як запоруку успішної конкуренції на ринку праці. Визначено рівні комунікації на підприємстві готельно-ресторанної сфери: працівник – клієнт; працівник – працівник; працівник – керівник. Наголошено на важливості формування високого рівня комунікацій як основи гостинності, так і методу уникнення конфліктів у колективі, формування корпоративної культури, ефективності комунікацій між службами та підрозділами закладів. Наведено приклади мотивації підприємствами своїх працівників до підвищення рівня комунікативних компетентностей. Доведено, що ефективність професійно-комунікативних компетентностей залежна від досвіду спілкування, який формується поза стінами закладу вищої освіти та пов'язується з громадською активністю, участю в різноманітних заходах. Звернено увагу на щораз більшу роль інформаційних технологій у роботі закладів гостинності та підлаштування комунікаційних компетентностей працівників готелів і ресторанів до вимог, законів і правил спілкування в інформаційному середовищі.

Ключові слова: комунікація, компетентність, індустрія гостинності, готель, ресторан.

Oleksandr ROMANUKHA,
orcid.org/0000-0003-4695-3985
Candidate of Historical Sciences, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Economics and Business
Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhailo Tugan-Baranovsky
(Kryvyi Rih, Dnipropetrovsk region, Ukraine) Romanukha@donnuet.edu.ua

Viktoriia ZINCHENKO,
orcid.org/0000-0003-3080-4272
Candidate of Pedagogical Sciences,
Associate Professor at the Department of Foreign Philology,
Ukrainian Studies and Social and Law Disciplines
Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhailo Tugan-Baranovsky
(Kryvyi Rih, Dnipropetrovsk region, Ukraine) zinchenko@donnuet.edu.ua

FORMATION OF PROFESSIONAL AND COMMUNICATIVE COMPETENCES OF HOSPITALITY INDUSTRY EMPLOYEES ON THE EXAMPLE OF HOTEL AND RESTAURANT SPHERE

The article considers the question of the peculiarities of the formation of professional and communicative competencies of employees of the hospitality industry and the example of the hotel and restaurant industry. The importance of communicative competencies of employees in the development of the industry is emphasized, as the basis of interaction with the client and the key to business development, the image of the enterprise and its competitiveness in the market. The analysis of the terminological base of the research is carried out. Attention is drawn to the difference in approaches to understanding the terms "competence" and "competence". The main components of competence are identified: knowledge, methods of obtaining them and perception of their own capabilities. A detailed analysis of the elements of its structure is carried out. The paper notes that the process of formation of professional and communicative competencies is not limited to education in higher education, but continues during the work. Modern dynamics of development determines the process of lifelong learning as a guarantee of successful competition in the labor market. Levels of communication at the enterprise of hotel and restaurant sphere are defined: the worker-client; employee-employee; employee manager. The importance of forming a high level of communication, both the basis of hospitality and the method of avoiding conflicts in the team, the formation of corporate culture, the effectiveness of communication between services and departments of institutions. Examples of enterprise motivation of employees to increase the level of communicative competencies are given. It is proved that the effectiveness of professional and communicative competencies depends on the experience of communication, which is formed outside the walls of higher education and is associated with civic activity, participation in various activities. Attention is paid to the growing role of information technology in the work of hospitality institutions and the adjustment of communication competencies of hotel and restaurant employees to the requirements, laws and rules of communication in the information environment.

Key words: communication, competence, hospitality industry, hotel, restaurant.

Постановка проблеми. Комунікація відіграє важливу роль у роботі працівника індустрії гостинності. Вміння етично та змістовно висловити думку, подати інформацію клієнту – важливий складник комунікативної компетентності працівника готельної та ресторанної сфер. Будучи спрямованим на просування й реалізацію туристського продукту, готельно-ресторанних послуг, екскурсійного, санаторно-курортного й спеціалізованого обслуговування, він виступає основою бізнес-процесів у галузі. Зважаючи на це, вміння та навички комунікативної грамотності, культури мовлення працівників індустрії гостинності мають велике значення як у межах міжнаціонального, так і міжнародного діалогу. Рівень професійної підготовки працівників у цьому випадку прямо пропорційний ефективності роботи готелів чи ресторанів, оскільки перелік послуг у більшості закладів однаковий, а сервіс обслуговування та ставлення до клієнтів різне. Саме цей фактор є основою успішності ведення бізнесу, центральне місце в якому належить комунікаціям.

Мета статті полягає у визначенні ролі професійно-комунікативних компетентностей працівників індустрії гостинності в роботі готелів і ресторанів та механізмів їх формування.

Аналіз досліджень. Вивченню питання, розглянутого в статті, приділяється значна увага. Серед фундаментальних робіт, що зачіпали питання формування комунікативних компетентностей, варто звернути увагу на дисертацію Н. Д. Скибун (Скибун, 2016). Науковець звертає

увагу не тільки на механізми формування мовних компетентностей, але й на психологічні чинники та лінгводидактичні засади цих процесів. Питання суті професійної компетентності або комунікативної компетентності порушував С. Максименко (Максименко, 2005). Елементи структури комунікативної компетентності вивчали Б. Шпітсберг, В. Купах, Т. Симоненко та П. Черевко (Spitzberg, Kupach, 2001; Симоненко, 2006). Значення соціальних ролей у процесі набуття комунікативних компетентностей досліджував Ю. Ємельянов (Ємельянов, 1991). Однак згадані роботи звертали увагу на особливості формування комунікативних компетентностей здебільшого під час навчання в закладі вищої освіти, не приділяючи уваги їх подальшому розвитку під час трудової діяльності.

Виклад основного матеріалу. Рівень сформованості професійно-комунікативних компетентностей працівників індустрії гостинності активно впливає на ступінь задоволеності клієнтів. Ці процеси мають першочергове значення, оскільки формують імідж підприємства, його авторитет у галузі та конкурентоздатність. Одночасно з цим професійне спілкування позитивно позначається на внутрішній дисципліні, морально-психологічному кліматі в колективі та взаєминах із діловими партнерами. Ввічливе та професійне спілкування є проявом поваги та доброзичливості, сприяє зниженню рівня конфліктних ситуацій.

Розуміння сутності професійно-комунікативних компетентностей у сучасній науці двояке. Частина дослідників (Л. Петровська, О. Кузьменко

та інші) розглядають поняття «компетентність» і «компетенція» як синоніми. Інша (І. Родигіна, Т. Денищин тощо) – розмежовують їх, розуміючи «компетенцію» як сукупність взаємопов'язаних якостей особистості, що необхідні для якісної продуктивної дії, а «компетентність» – як соціальну зрілість і психологічну готовність до певного виду роботи (Родигіна, 2005).

Зважаючи на дискусії, будемо спиратися на визначення «компетентність», надане Міжнародним департаментом стандартів для навчання та освіти (International Board of Standards for Training, Performance and Instruction (IBSTPI), – це спроможність особистості кваліфіковано проводити діяльність, виконувати завдання або роботу. Водночас поняття компетентності охоплює набір знань, навичок і стосунків, що дають змогу особистості ефективно діяти або виконувати певні функції, спрямовані на досягнення стандартів у професійній галузі або сфері діяльності (International Board, 2021).

Тобто складниками компетентності виступають знання, методи їх отримання та сприйняття власних можливостей. Ці принципи покладено в основу й розуміння суті професійної компетентності або комунікативної компетенції. Вони є невіддільними складниками культури фахівця, що визначають якість особистості та її здатність і готовність здійснювати професійну діяльність (Максименко, 2005). Говорячи про комунікативну компетентність, варто згадати й елементи її структури. Вважаємо за доцільне спиратися на трикомпонентну структуру Б. Шпітсберга та В. Купаха (Spitzberg, Cupach, 2001). Дослідники роблять акцент на: знаннях (вибір ефективної комунікативної поведінки), уміннях (здатність її застосування) та мотиваціях (прагнення до комунікації). Водночас варто додати когнітивний (знання мов; теорії та психології спілкування; правил ділового етикету; професійно-орієнтованої комунікативної культури), емоційно-оцінний (мотиви вибору професії, інтерес до неї) і поведінковий компоненти (уміння кодувати й декодувати інформацію; володіння технікою спілкування; ситуативна адаптивність та інші). Перелічені елементи було поєднано в розробленні моделі Т. Симоненко та П. Черевко: лінгвістичний; когнітивний; предметний; прагматичний; технічний, або поведінковий; емоційно-оцінний (Симоненко, 2006).

Упровадження згаданих елементів у професійну діяльність фахівців відбувається під час навчання в закладах вищої освіти трьома етапами. Під час першого етапу акцент робиться на пробудженні інтересу до діяльності з використанням бесід, дис-

кусій, рольових ігор, аналізу конкретних ситуацій. На другому етапі відбувається формування професійно-ціннісних орієнтацій, головне завдання якого полягає у формуванні образу ідеального фахівця як мети навчання студента. Третій етап спрямований на формування професійних умінь. Сприяють цьому не тільки розв'язання ситуаційних завдань, кейсів, але й проходження виробничої практики, практична діяльність за напрямом.

Формуванню професійно-комунікативних компетентностей сприяє вивчення низки дисциплін – як загальнонаукових (історія, філософія, право, культурологія та інші), так і дисциплін професійного циклу (технології ділових комунікацій, основи готельно-ресторанної справи, організація готельного господарства та інші). Особливе місце в переліку посідають мовні дисципліни: академічне письмо, ділова українська мова, іноземна мова. Кожна з дисциплін прищеплює певну компетентність, що в сукупності й формує комунікативну компетентність студента.

Проте дуже важливо враховувати індивідуально-особистісні якості здобувачів освіти. Це є можливим завдяки поєднанню в навчальному процесі компетентнісного підходу з особистісно-діяльнісним. Врахування особистісного компонента дає можливість концентрувати увагу не тільки на необхідному для засвоєння матеріалу, але й на мотивах, цілях, індивідуально-психологічних особливостях здобувача. Завдання викладача полягає у врахуванні здібностей студента під час вибору форм і методів проведення заняття. Це не тільки сприяє більш ефективному засвоєнню матеріалу та формуванню комунікативних компетентностей, але й дає можливість долучити до цього процесу механізми соціальної детермінації. Розуміння впливу соціальних ролей під час професійного зростання є дуже важливим, оскільки надає можливість зосереджувати увагу не на всій сукупній інформації, а тільки на корисній у професійній практиці (Ємельянов, 1991). Розуміння соціальної ролі на певному етапі життя сприяє кращому розумінню іншої людини, усвідомленню власних дій під час діалогу, формуванню професійно-комунікативної компетентності фахівця.

Зростання професійно-комунікативних компетентностей залежить і від досвіду спілкування, що формується поза стінами закладу вищої освіти та пов'язується з громадською активністю, участю в різноманітних заходах. Основне середовище його формування – повсякденне життя, сповнене безпосередньої людської взаємодії. Життєвий досвід людини, ерудиція, знання в сукупності формують механізм ефективної професійної комунікації.

Продовжуючи думку Л. Петровської щодо корекції та притаманної зміни форм спілкування, які склалися в людини, можемо говорити про третій рівень формування професійно-комунікативних компетентностей – навчання протягом життя та постійне професійне вдосконалення. Якщо навчання в закладі вищої освіти сприяє формуванню основної комунікативної бази, повсякденне життя – відпрацюванню набутих навичок на практиці, то професійна діяльність формує сталого спеціаліста, професіонала справи (Савенкова, 2005).

Основу професійно-практичної діяльності фахівців підприємств готельно-ресторанного бізнесу становлять відносини системи «людина – людина». Вони висувають до працівників певні комунікативні вимоги: прагнення до спілкування, вміння легко вступати в контакт із незнайомими, стійке гарне самопочуття під час роботи з людьми, доброзичливість, чуйність, витримку, вміння стримувати емоції, здатність аналізувати поведінку людей навколо та свою власну, розуміти їхні наміри та настрої, вміння влагоджувати розбіжності між ними й організовувати взаємодію, здатність ставити себе на місце іншої людини, знаходити спільну мову з іншими, володіння мовленням, мімікою, жестами, вміння переконувати людей, акуратність, пунктуальність, зібраність, знання психології людей. Від цього безпосередньо залежить конкурентоздатність підприємства. Згідно з маркетинговими дослідженнями, рівень задоволеності клієнта залежить від поведінки співробітників. У середньому тільки 9 % клієнтів не задовольняють ціни, 14 % – якість надаваних послуг і 67 % клієнтів причиною поганого враження називають здатність до комунікації співробітників (Писаревський, 2017). Специфіка сфери зумовлює потребу не тільки вміти вести діалог, переконувати клієнта, але й одночасно знати спектр послуг, володіти технікою виявлення потреб клієнта, вміти продемонструвати поведінкою персональний інтерес до клієнта й викликати зацікавленість у нього (Вербальні основи, 2018). Основними вимогами до професійно-комунікативних компетентностей працівників готельно-ресторанної сфери є такі: бездоганна поведінка (ввічливість, тактовність, уважність, люб'язність щодо відвідувачів у межах своїх посадових обов'язків); знання етики й психології спілкування; комунікабельність (здатність персоналу створювати атмосферу гостинності, уникати конфліктних ситуацій); знання іноземних мов; охайний і привабливий зовнішній вигляд (відповідні зачіска, одяг, манікюр, макіяж, прикраси). Зовнішній вигляд відіграє важливу роль у комуні-

каційних процесах, як спосіб невербальної комунікації. Тільки комплексне поєднання вербальних і невербальних засобів комунікації дає повний ефект контакту. Знайомлячи клієнта з переліком послуг, варто акцентувати увагу на їхніх перевагах. Важливо не нав'язувати своєї оцінки й одночасно не відмовлятися від надання роз'яснень, коли їх очікує клієнт. Доброзичливість і стриманість – якості, що мають бути притаманні працівнику впродовж усього діалогу з клієнтом.

Для повноцінного спілкування працівник повинен уміти швидко й правильно орієнтуватися в умовах спілкування. Планування мови, змісту акту спілкування, пошук адекватних засобів передачі цього змісту, забезпечення зворотного зв'язку, керування ситуацією, формування позитивних вражень від готелю чи ресторану загалом – основні завдання працівника індустрії гостинності.

Окрім аспекту професійної діяльності, пов'язаного з міжособистісним контактом «працівник – клієнт», варто звернути увагу й на формат взаємодії «працівник – працівник» і «підлеглий – керівник». Складна структура підприємств готельного та ресторанного комплексів зумовлює наявність численних підрозділів, служб і сервісів, що мають ефективно взаємодіяти між собою. Саме результат цієї взаємодії і являє собою кінцевий продукт готельно-ресторанного підприємства. Зважаючи на це, завданням менеджменту підприємств індустрії гостинності є формування ефективної комунікації не тільки з клієнтами, а й із персоналом закладу. Це сприяє ефективній координації персоналу, його мотивації та раціональному використанню людських ресурсів.

Основними вимогами до комунікації менеджменту є такі: похвала працівника, заохочення до підвищення власної продуктивності шляхом наведення за приклад; максимальний відхід від критики через її деструктивність; спілкування на рівних, ставлення до підлеглого як колеги; збереження субординації під час діалогу; уникання переходу в спілкуванні на особистості; обговорення винятково робочих питань; формування ефективних каналів комунікації не тільки згори вниз, але й знизу нагору для оперативної передачі інформації щодо розв'язання робочих питань.

Ефективно управляти персоналом неможливо без системи мотивації, яка визначає взаємини співробітників і кампанії. Керівники часто вважають єдиним стимулом для продуктивної роботи гідну оплату праці, основу на фіксованих тарифних ставках і окладах. Однак зарубіжний досвід мотивації персоналу спростовує такий однобічний, спрощений підхід. Багато кампаній

часто стимулюють підвищення професійно-комунікативних компетентностей персоналу шляхом організації курсів підвищення кваліфікації, кар'єрного зростання за умови отримання вищої освіти, отримання престижного робочого місця або підвищення під час вивчення іноземних мов. З цією метою створюються системи мотивації, які заохочують професійне зростання працівника та мають національні особливості. Французька модель мотивації персоналу базується на стратегічному плануванні, вільній конкуренції та лояльному оподаткуванню. Поряд із бонусами у вигляді корпоративного медичного страхування, допомоги в погашенні іпотеки, обіду коштом компанії чинне місце посідають і курси з підвищення кваліфікації. Відмінністю американської моделі є всіляке заохочення активності персоналу. Особистісне зростання – основа кар'єрного розвитку працівника, що має сам піклуватися про рівень своєї кваліфікації як основи його матеріального добробуту. Працівникам, що активно вчаться та розвиваються, нараховують бали, які потім впливають на рейтинг заробітної платні. Унікальною є японська модель мотивації персоналу. У ній вибудовано систему активного спілкування, що спрямована на ототожнення співробітника з фірмою. «Три кити» системи: офіційне спілкування, корпоративні церемонії та єдине робоче місце. Японська система мотивації загалом спрямована на згуртування колективу, зміцнення позитивного настрою й посилення зв'язку працівника з компанією. Усі мотиваційні моделі в кінцевому підсумку зорієнтовані на мотивацію на результат, що визначається в готелях і ресторанах усього світу за допомогою КРІ – ключових показників ефективності (Мотивація персоналу, 2019).

З приходом інформаційних технологій важливість формування ефективної комунікації перене-

лася і в Інтернет (соціальні мережі, сайти). Щораз більша популярність інформаційних ресурсів сприяє переміщенню комунікації «клієнт – працівник» у віртуальний світ. На перше місце виходять поряд із привітністю, культурою мовлення, інформативністю – доступність, оперативність відповіді, досяжність ресурсу та послуги, зручність інтерфейсу. Враження про заклад починають формуватися не з першого міжособистісного контакту з представниками готелю або ресторану, а зі знайомства з його сторінкою в Інтернеті.

Висновки. Отже, формування професійно-комунікативних компетентностей працівників готельно-ресторанної сфери посідає важливе місце в роботі підприємств індустрії гостинності та закладів вищої освіти. Цей процес є багатограним і динамічним, що передбачає елементи не тільки навчання, але й повсякденної практики, соціалізацію, рівень психічної сформованості особистості. Формування базового рівня під час навчання в університеті становить важливу частину професійних здобутків майбутнього спеціаліста, однак не є вичерпним. Теоретичні знання в сучасних умовах потребують практичного втілення, що відбувається на робочому місці та повсякденному житті. Водночас удосконалення комунікативних компетентностей у готелі або ресторані також має різні рівні взаємовідносин: «клієнт – працівник», «працівник – працівник», «працівник – керівник». Спираючись на загальні принципи взаємодії, вони все ж таки мають відмінності за принципами соціальних ролей, ієрархії. Даються взнаки й досягнення технічного прогресу. Поширення інформаційних технологій значною частиною перемістило комунікації в соціальні мережі, на сайти, що вимагає адаптації працюючого персоналу, підлаштування служб і відділів підприємств гостинності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вербальні основи ділового етикету. URL: <https://vseosvita.ua/library/verbalni-osnovi-dilovogo-etiketu-v-turizmi-77207.html> [in Ukrainian].
2. Емельянов Ю. Н. Теория и практика совершенствования коммуникативной компетентности : автореф. дисс. ... д-ра психол. наук. Ленинград, 1991. 18 с. [in Russian].
3. Максименко С. Д. Технологія спілкування. Київ : Главник, 2005. 112 с. [in Ukrainian].
4. Мотивація персоналу в готелі. URL: <https://welcometimes.ru/opinions/motivaciya-personala-v-otele> [in Ukrainian].
5. Писаревський І. М. Професійно-комунікативна компетентність (в туризмі) : підручник. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. 175 с. [in Ukrainian].
6. Родигіна І. В. Компетентнісно орієнтований підхід до навчання. Харків : Вид. група «Основа», 2005. 96 с. [in Ukrainian].
7. Савенкова Л. О. Професійне спілкування майбутніх викладачів як об'єкт психолого-педагогічного управління : монографія. Київ : КНЕУ, 2005. 212 с. [in Ukrainian].
8. Симоненко Т. В. Лінгводидактичні засади формування професійної комунікативної компетенції студентів філологічних факультетів. *Українська мова і література в школі*. 2006. № 6. С. 39–41. [in Ukrainian].
9. Скибун Н. Д. Формування професійної мовленнєвої компетентності майбутніх фахівців туристичного профілю : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02. Київ, 2016. 204 с. [in Ukrainian].

10. International Board of standards for Training, Performance and Instruction (IBSTPI). URL: <http://www.ibstpi.org/competencies.htm> [in English].
11. Spitzberg, B. H., & Cupach, W. R. Interpersonal communication competence. URL: <http://www.uky.edu/~drlane/capstone/interpersonal/competence.htm> [in English].

REFERENCES

1. Verbalni osnovy dilovoho etyketu [Verbal basics of business etiquette]. URL: <https://vseosvita.ua/library/verbalni-osnovi-dilovogo-etiketu-v-turizmi-77207.html> [in Ukrainian].
2. Emelianov Yu. N. Teoriya y praktyka sovershenstvovaniya kommunykativnoi kompetentnosti : avtoref. dys. ... d-ra psykhol. nauk [Theory and practice of improving communicative competence: author. dis. ... dr. psychol. sciences]. L., 1991. 18 p. [in Russian].
3. Maksymenko S. D. Tekhnolohiia spilkuvaniia [Communication technology]. K. : Hlavnyk, 2005. 112 p. [in Ukrainian].
4. Motyvatsiia personalu v hoteli [Motivation of hotel staff]. URL: <https://welcometimes.ru/opinions/motivaciya-personala-v-otele> [in Ukrainian].
5. Pysarevskiy I. M. Profesiino-komunikativna kompetentnist (v turyzmi) : pidruchnyk [Professional and communicative competence (in tourism): a textbook]. Kh. : KhNUMH im. O. M. Beketova, 2017. 175 p. [in Ukrainian].
6. Rodyhina I. V. Kompetentnisno oriientovanyi pidkhid do navchannia [Competence-oriented approach to learning]. Kh. : Vyd. hrupa "Osnova", 2005. 96 p. [in Ukrainian].
7. Savenkova L. O. Profesiine spilkuvaniia maibutnikh vykladachiv yak obiekt psykholoho-pedahohichnoho upravlinnia : monohrafiia [Professional communication of future teachers as an object of psychological and pedagogical management]. K. : KNEU, 2005. 212 p. [in Ukrainian].
8. Symonenko T. V. Lihvodiyaktychni zasady formuvannia profesiinoi komunikativnoi kompetentsii studentiv filolohichnykh fakultetiv [Linguodidactic principles of formation of professional communicative competence of students of philological faculties]. *Ukrainska mova i literatura v shkoli*. 2006. № 6. P. 39–41. [in Ukrainian].
9. Skybun N. D. Formuvannia profesiinoi movlennievoi kompetentnosti maibutnikh fakhivtsiv turystychnoho profilu : dys. ... kand. ped. nauk : 13.00.02 [Formation of professional speech competence of future specialists of tourist profile: dis. ... cand. ped. science]. Kyiv, 2016. 204 p.
10. International Board of standards for Training, Performance and Instruction (IBSTPI). URL: <http://www.ibstpi.org/competencies.htm> [in English].
11. Spitzberg, B. H., & Cupach, W. R. Interpersonal communication competence. URL: <http://www.uky.edu/~drlane/capstone/interpersonal/competence.htm> [in English].