

УДК 378.147:004:338.48(477)
DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/88-1-45>

Євген ДОЛИНСЬКИЙ,

orcid.org/0000-0003-4074-4648

*доктор педагогічних наук, професор,
професор кафедри германської філології та перекладознавства
Хмельницького національного університету
(Хмельницький, Україна) dolynskiy@ukr.net*

Діана КОЛИХАЛІНА,

orcid.org/0009-0004-0025-2096

*магістрант кафедри германської філології та перекладознавства
Хмельницького національного університету
(Хмельницький, Україна) dolynskiy@ukr.net*

ВІД ТРАДИЦІЙ ДО ЦИФРОВІЗІЦІ: ЕВОЛЮЦІЯ ПІДГОТОВКИ ГІДІВ-ПЕРЕКЛАДАЧІВ У КОНТЕКСТІ ЗМІН У ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ

У статті досліджено процес еволюції підготовки гідів-перекладачів у контексті глибоких трансформацій туристичної галузі, зумовлених цифровізацією. Автори звертають увагу на необхідність переосмислення традиційних підходів до фахової підготовки, зокрема в умовах активного впровадження інноваційних цифрових технологій у сферу туризму: мобільних додатків, штучного інтелекту, віртуальної реальності, QR-кодів та інтерактивних платформ. У дослідженні простежено, як цифрові сервіси змінили поведінку туристів, формати споживання інформації та очікування від взаємодії з гідом, що, своєю чергою, висуває нові вимоги до професійної підготовки. Окрему увагу приділено історичному прикордонній термінології, яка є важливою у діяльності гідів-перекладачів, особливо в умовах зростання міжнародної мобільності. У публікації окреслено нові функції гіда-перекладача як фахівця, який має не лише ґрунтовні мовні знання, а й цифрову компетентність, уміння працювати з мультимедійним контентом, орієнтуватися в цифрових навігаційних середовищах, створювати індивідуалізовані маршрути та використовувати віртуальні інструменти взаємодії. Наводяться приклади з практики інтерактивних музеїв (США, Франція, Корея, Велика Британія), які трансформують уявлення про класичні музейні простори та ставлять перед гідом нові завдання – від технічного супроводу до креативного використання VR/AR для створення глибокого культурного досвіду. Зроблено висновок, що підготовка гідів-перекладачів має бути міждисциплінарною та адаптивною до стрімко змінюваного цифрового середовища, що охоплює як технологічні, так і комунікативні аспекти професії. Digital-технології значно підвищують ефективність взаємодії туристичного бізнесу з клієнтами та покращують якість обслуговування. Проте, щоб максимально скористатися перевагами digital-технологій, туристичні компанії повинні бути готові інвестувати в розробку та впровадження інновацій, а також забезпечувати надійний захист особистих даних клієнтів.

Ключові слова: гідів-перекладачів, цифровізація, туристична освіта, QR-коди, штучний інтелект, інтерактивні музеї.

Ievgen DOLYNSKIY,

orcid.org/0000-0003-4074-4648

*Doctor of Pedagogical Sciences, Professor,
Professor at the Department of Germanic Philology and Translation Studies
Khmelnitskyi National University
(Khmelnitskyi, Ukraine) dolynskiy@ukr.net*

Diana KOLYKHALINA,

orcid.org/0009-0004-0025-2096

*Master's student at the Department of Germanic Philology and Translation Studies
Khmelnitskyi National University
(Khmelnitskyi, Ukraine) dolynskiy@ukr.net*

FROM TRADITION TO DIGITALIZATION: THE EVOLUTION OF GUIDE-INTERPRETER TRAINING IN THE CONTEXT OF TOURISM INDUSTRY CHANGES

The article explores the evolution of guide-interpreter training in the context of significant transformations in the tourism industry driven by digitalization. The authors highlight the need to reconsider traditional approaches to professional education, particularly in light of the widespread integration of innovative digital technologies in tourism—such as mobile applications, artificial intelligence, virtual reality, QR codes, and interactive platforms. The research traces how digital services have reshaped tourist behavior, information consumption formats, and expectations regarding interaction with tour guides, thus imposing new professional requirements. Special attention is given to the historical development of tourism studies in the 20th and early 21st centuries, as well as to the evolution of border-related terminology, which is essential in the professional activity of guide-interpreters, particularly in the context of growing international mobility. The article outlines the transformation of the guide-interpreter's role—from a source of linguistic and cultural information to a digitally competent specialist capable of working with multimedia content, navigating digital tools, tailoring personalized routes, and managing virtual engagement with diverse audiences. Examples of interactive museums in the USA, France, South Korea, and the UK are analyzed, illustrating the transformation of traditional museum spaces into digitalized cultural hubs that challenge guides to combine technical, creative, and narrative skills. The authors conclude that guide-interpreter training must adopt an interdisciplinary and adaptive approach that integrates technological literacy with advanced communication strategies to meet the demands of a rapidly evolving digital tourism environment. Digital technologies significantly enhance the effectiveness of interaction between the tourism business and its clients. However, to fully benefit from the advantages of digital technologies, tourism companies must be prepared to invest in the development and implementation of innovations, as well as ensure the reliable protection of clients' personal data.

Keywords: guide-interpreters, digitalization, tourism education, QR codes, artificial intelligence, interactive museums.

Постановка проблеми. У сучасних умовах цифровізації суспільства туристична галузь переживає кардинальні трансформації, що безпосередньо впливають на підготовку фахівців, зокрема гідів-перекладачів. Цифрові інновації відкрили нові можливості як для туристів, так і для фахівців сфери обслуговування, зумовивши потребу в оновленні змісту професійної освіти. Однією з найпомітніших змін є впровадження онлайн-бронювання готелів і квитків, що зробило процес організації подорожей простішим, швидшим і зручнішим. У зв'язку з цим сучасний гід-перекладач повинен не лише володіти мовними компетентностями, а й бути обізнаним у використанні цифрових інструментів і сервісів.

Мобільні додатки, соціальні мережі та платформи на кшталт *Google Maps*, *TripAdvisor* чи *Booking.com* стали невід'ємною частиною подорожей. Вони суттєво впливають на поведінку туристів, а отже — і на функціональні обов'язки гідів, які тепер виступають не лише як носії інформації, а й як цифрові навігатори, консультанти та організатори маршрутів.

Сучасні тенденції вимагають від навчальних закладів перегляду традиційних підходів до підготовки гідів-перекладачів. В освітній процес дедалі активніше інтегруються інформаційні продукти, онлайн-курси, віртуальні тури, симуляційні програми та засоби цифрової комунікації. Така трансформація підготовки є відповіддю на виклики цифрового середовища й необхідність конкурентоспроможності на ринку праці.

Аналіз досліджень. У праці В. В. Джинджояна, Т. В. Тесленко, К. М. Горб акцентується увага на основних функціях інновацій та управлінні інноваційною діяльністю в сферах туризму та гостинності. Досліджуються інновації в соціально культурному сервісі та туризмі з огляду на досвід як вітчизняних, так і зарубіжних досліджень, а також розглядаються особливості інноваційних процесів і еволюційні зміни в цих галузях. Окремі важливі аспекти перспектив використання технології блокчейн у туристичній галузі розглядалися у працях Г. І. Гапоненка. Мобільні додатки як елемент Інтернет-технологій у туристичній діяльності України та світу висвітлені в дослідженнях О. В. Ільїної та Л. П. Бояра та О. В. Ільїної і Т. В. Ткачука. Використання штучного інтелекту для модерації контенту у веб-додатках досліджено в роботі І. В. Тищука, а також темі Інтернет технологій та міжнародного туристичного бізнесу присвячено дослідженню О. Кучая та іншим роботам.

У праці В. С. Мороховича, М. Ю. Кашка, С. Ю. Талапа визначено основні напрямки та інструменти цифровізації туристичного бізнесу, а також тенденції діджиталізації у сфері туризму. Зокрема, розглянуто застосування нових технологічних рішень, використання систем динамічного пакетування в реальному часі, нових сервісів бронювання, а також онлайн-сервісів для прямого продажу туристам окремих послуг і пакетів з можливістю самостійного формування туру (Морохович, Кашка, Талапа, 2021: 56).

Метою статті є дослідження трансформаційних процесів у професійній підготовці гідів-перекладачів під впливом цифрових технологій та інновацій у сфері туризму. У центрі уваги – аналіз сучасних викликів та можливостей, що виникають у результаті впровадження інструментів цифровізації (таких як штучний інтелект, віртуальна реальність, QR-коди, інтерактивні музеї тощо), в контексті історичного розвитку туристичних вчень у XX – на початку XXI.

Для досягнення цієї мети передбачено вирішити такі **завдання**: 1. Проаналізувати етапи розвитку туристичних знань та освітніх підходів до підготовки гідів-перекладачів в Україні у XX – на початку XXI століття з урахуванням трансформацій, зумовлених цифровізацією галузі. 2. Визначити ключові терміни прикордонної та туристичної тематики, що є актуальними у професійній діяльності гідів-перекладачів та використовуються в сучасному туристичному дискурсі. 3. Охарактеризувати приклади цифровізації у туризмі, а саме: використання QR-кодів; застосування технології штучного інтелекту. 4. Провести аналіз прикладів сучасних інтерактивних музеїв і їхній інструментарій в роботі гідів-перекладачів.

Виклад основного матеріалу. До основних напрямів використання мобільних додатків у туризмі, згідно з дослідженням О. Вишневської, належать: 1) перетворення туризму на прибуткову галузь національної економіки через створення високотехнологічної індустрії, здатної виробляти конкурентоспроможні продукти на міжнародному туристичному ринку; збільшення туристичного потенціалу регіонів; 2) збереження та раціональне використання культурно історичних і природно-рекреаційних ресурсів; 3) забезпечення доступності туристичних ресурсів для всіх верств населення; 4) максимальне задоволення потреб у туристичних послугах; стимулювання зайнятості та підвищення ефективності співпраці у сфері туризму (Янковець, 2021: 280).

Варто згадати про історичного розвитку туристичних вчень у XX – на початку XXI століття, що об'єднує:

1. Початок XX століття: формування основ:

1. Туризм розглядався як форма рекреації й дозвілля. 2. У Німеччині й Великій Британії почали з'являтися перші теоретичні підходи до планування подорожей. 3. Заснування перших туристичних організацій (наприклад, *Thomas Cook*).

2. *Міжвоєнний період (1918–1939):* 1. Розвиток соціального туризму (туризм для робітників).

2. В СРСР туризм став частиною ідеології: пропагувався масовий активний туризм («Турист – спортсмен – патріот»). 3. В Західній Європі зростає значення культурного й освітнього туризму.

3. *Повоєнний період (1945–1970).* 1. Бурхливий розвиток масового туризму завдяки економічному зростанню. 2. Розширення мережі транспортної інфраструктури (особливо авіації). 3. Зародження наукових досліджень у сфері туризму як окремої дисципліни.

4. *1970–1990-ті роки.* 1. Туризм починає розглядатися як соціально-економічне явище. 2. Поширення теорій сталого розвитку (*sustainable tourism*). 3. Формування екологічного, етнографічного, сільського туризму.

5. *Початок XXI століття.* 1. Цифровізація туристичної галузі (онлайн-бронювання, віртуальні тури). 2. Зростання інтересу до індивідуального та нішевого туризму. 3. Пандемія COVID-19 вплинула на розвиток нових моделей: локальний туризм, безпечні подорожі, «тревел-баблс» (Попова, Арестов, Шуптар-Пориваєва, 2021: 110).

Цей розвиток вчень про туризм супроводжувався паралельно з еволюцією суміжних наук: економіки, географії, соціології, екології тощо. Воночас відбувається історичний розвиток прикордонної термінології, що також супроводжується еволюцією підготовки гідів-перекладачів у контексті історичних змін та нових формальностей при перетині державних кордонів. Приклади історичного розвитку прикордонної термінології:

1. *Початок XX століття (до 1914).* Терміни: «кордон», «митниця», «прикордонна служба» мали переважно адміністративне значення. Вживалися у контексті монархій, імперій – «кордон держави» позначав лінію контролю, яка захищала суверенітет.

2. *Після Першої світової війни (1918–1939).* Поширення термінів: «демаркація», «делімітація», «етнічна межа». Формуються нові національні держави – відповідно, з'являються поняття «міжнародні кордони», «нові геополітичні межі». У міжнародному праві активніше вживаються юридичні терміни, що регламентують зміну кордонів.

3. *Після Другої світової війни.* У період «холодної війни» популяризується термін «залізна завіса» – символічний і політичний кордон між Сходом і Заходом. В СРСР уживаються поняття: «прикордонна зона», «режимний об'єкт», «заборонена територія». У міжнародній практиці – «демілітаризована зона», «нейтральна смуга» (наприклад, між Південною і Північною Кореєю).

4. *Кінець XX століття – початок XXI століття.* Після розпаду СРСР з'являються нові терміни: «державний кордон України», «прикордонна співпраця», «кордон ЄС». Введення понять «безвізовий режим», «шенгенський простір», «біометричний контроль». Зміщення акценту на мобільність населення, безпеку, транскордонне співробітництво.

5. *Сучасна термінологія (після 2014 року).* У зв'язку з конфліктами на сході України та міграційною кризою – активне використання: «тимчасово окупована територія», «лінія розмежування», «зелений коридор», «прикордонний контроль», «гібридна загроза на кордоні» (Лемешко, Гапонова, 2021: 128).

Як бачимо, прикордонна термінологія розвивалася від простих адміністративних понять до складної системи геополітичних, юридичних і безпекових термінів.

Сучасні приклади демонструють, що впровадження інновацій у сфері туризму суттєво змінює підходи до організації подорожей і роботи з туристами. Для гідів-перекладачів це означає необхідність адаптації до цифрових інструментів і технологій, що підвищують якість екскурсійного обслуговування, роблять комунікацію більш інтерактивною та персоналізованою. Країни, які активно впроваджують цифрові рішення, зокрема QR-коди, не лише підсилюють свою конкурентоспроможність на міжнародному туристичному ринку, але й формують передумови для сталого туризму. У таких умовах підготовка гідів-перекладачів має ґрунтуватися не лише на традиційних знаннях, а й на цифровій грамотності, вмінні працювати з мультимедійним контентом та інноваційними формами представлення туристичної інформації (Зінукова, 2014: 45).

Одним із яскравих прикладів цифровізації у туризмі є використання QR-кодів, які суттєво змінюють туристичний досвід і водночас впливають на трансформацію професійних компетентностей гідів-перекладачів. Зокрема, QR-коди забезпечують миттєвий доступ до важливої інформації про туристичні об'єкти, історичні пам'ятки, культурні локації та послуги. Наприклад, турист може просто відсканувати код і отримати вичерпну інформацію про історію музею, режим його роботи, ціни на вхідні квитки, мультимедійні матеріали або інтерактивні поради щодо маршруту. Для гідів-перекладачів це означає потребу володіти цифровими навичками, орієнтуватися в сучасних інформаційних середовищах і вміти інтегрувати новітні технології в екскурсійну діяльність, щоб доповнити або поглибити досвід туриста.

Інтерактивні карти. Сьогодні дедалі більше туристичних локацій застосовують QR-коди для доступу до інтерактивних карт місцевості. Такий підхід дозволяє туристам швидко орієнтуватися у просторі, прокладати маршрути, дізнаватися про найближчі пам'ятки та отримувати навігаційні інструкції у реальному часі. Для гідів-перекладачів це означає необхідність володіння цифровими навігаційними сервісами й вміння використовувати їх у супроводі екскурсій, адаптуючи інформацію під інтереси конкретної аудиторії.

Віртуальні екскурсії. QR-коди дедалі частіше стають ключем до віртуальних екскурсій, що особливо актуально в умовах пандемічних обмежень або коли фізичне відвідування локації неможливе. Завдяки скануванню коду, користувачі отримують доступ до відеоматеріалів, 3D-турів або аудіогідів, що робить подорож доступною навіть дистанційно. Для гідів-перекладачів це відкриває новий вимір професійної діяльності – створення та супровід цифрових екскурсій, адаптація контенту до різних мов і культурних контекстів, а також формування інтерактивних форматів взаємодії з туристами онлайн.

Промоції та знижки. QR-коди стали ефективним інструментом цифрового маркетингу в туризмі. Завдяки їм туристичні компанії можуть оперативно поширювати спеціальні пропозиції, знижки чи безкоштовні ознайомчі екскурсії через афіші, білборди, листівки або навіть соцмережі. Для гідів-перекладачів це створює нові можливості для взаємодії з туристами ще до початку подорожі – наприклад, через попередній доступ до інтерактивних матеріалів або ознайомчих відео, що сприяє кращій підготовці до зустрічі з аудиторією.

Безконтактні платежі. QR-коди активно використовуються у сфері безготівкових розрахунків, що стало особливо актуальним у період пандемії COVID-19. Такий формат забезпечує швидкість, безпеку та зручність оплати туристичних послуг – від купівлі квитків до замовлення індивідуальних екскурсій. У відповідь на ці зміни, гідів-перекладачі повинні володіти базовими навичками цифрового адміністрування, включно з умінням організовувати платформи бронювання і прийому платежів.

Екологічність. Використання QR-кодів сприяє зменшенню споживання паперу та зниженню екологічного сліду в туристичній індустрії. Замість традиційних брошур, листівок чи роздрукованих схем маршруту, уся необхідна інформація може бути представлена у цифровому форматі. Це не лише сучасно й зручно, а й відповідає принципам

сталого розвитку. Гіди-перекладачі, відповідно, мають орієнтуватися у створенні та використанні електронного контенту, розробляючи екологічно відповідальні підходи до проведення екскурсій (Попова, Арестов, Шуптар-Пориваєва, 2021: 109).

Штучний інтелект (ШІ) є однією з провідних технологій цифрової трансформації, яка суттєво впливає на сучасний туризм та змінює професійну діяльність гідів-перекладачів. Завдяки здатності аналізувати великі обсяги даних, ШІ оптимізує процеси планування подорожей, роблячи їх більш персоналізованими та зручними для користувача.

Особливої актуальності набуває можливість персоналізованого маршруту: алгоритми штучного інтелекту враховують уподобання туриста, його попередній досвід, часові обмеження та інші параметри, на основі чого формують індивідуальні рекомендації щодо готелів, екскурсій, закладів харчування або розваг.

Для гідів-перекладачів це відкриває новий рівень професійної взаємодії – вони мають не лише адаптувати свої маршрути відповідно до попередніх цифрових запитів клієнтів, але й уміти ефективно комунікувати з інтелектуальними системами, щоб пропонувати релевантний і ціннісний контент у режимі реального часу. Така трансформація вимагає від фахівців нових цифрових компетентностей і готовності працювати в умовах синергії людського досвіду та технологічних рішень (Чуєва І., Ніколаєва Л., Косарева Н., 2021).

Інтерактивні музеї в умовах цифровізації перетворюються з традиційних сховищ артефактів на динамічні культурно-освітні платформи, які активно залучають новітні технології для покращення досвіду відвідувачів. Завдяки сенсорним екранам, віртуальній та доповненій реальності, аудіогідам і персоналізованим цифровим маршрутам, музейний простір стає не лише місцем збереження культурної спадщини, а й інноваційним майданчиком для інтерактивної взаємодії.

У цьому контексті змінюються й функції гідів-перекладачів. Вони мають бути не лише носіями знань, а й медіаторами між відвідувачем і технологічними рішеннями. Гід має вміти інтегрувати цифрові ресурси у власну розповідь, адаптувати її до інтересів кожного туриста та ефективно використовувати інструменти персоналізованого супроводу. Отже, цифровізація музейного простору вимагає нових підходів у підготовці фахівців, які поєднують традиційну ерудицію з цифровою грамотністю й навичками мультимедійної комунікації (Шевелюк, 2021: 230).

Сучасні інтерактивні музеї виходять далеко за межі традиційного представлення історії чи

мистецтва, перетворюючись на живі простори культурної комунікації, креативності та цифрових інновацій. Вони стають майданчиками для діалогу, де відвідувачі можуть не лише споглядати експозиції, а й брати участь у заходах, воркшопах, майстер-класах та інтерактивних програмах. Така трансформація музеїв безпосередньо впливає на зміст і методику підготовки гідів-перекладачів, які повинні бути здатні адаптуватися до нових форматів музейної взаємодії.

1. *Музей науки та промисловості, Чикаго (США)* – приклад того, як інтерактивність стає основою пізнавального досвіду. Відвідувачі залучаються до активного вивчення явищ природи через моделювання торнадо, дослідження фізичних процесів чи спостереження за гігантським скелетом динозавра. Гіди в таких умовах виконують роль фасилітаторів дослідження, які допомагають краще зрозуміти складні наукові концепції, перекладаючи їх доступною мовою.

2. *Лувр, Париж (Франція)* – один із найвідоміших музеїв світу, активно впроваджує цифрові технології: віртуальні екскурсії, мобільні додатки, мультимедійні путівники. Такі інструменти поглиблюють розуміння мистецтва, надаючи контекст і історичне тло кожному експонату. Це змінює підхід до екскурсій: гід-перекладач стає не лише джерелом знань, а й навігатором у цифровому культурному середовищі.

3. *Національний центральний музей Кореї, Сеул (Південна Корея)* – приклад інтеграції технологій в емоційно-сенсорний музейний досвід. Світлові, звукові й тактильні ефекти створюють глибокий емоційний зв'язок з експозицією. У такому середовищі гід має не просто передавати інформацію, а створювати наратив, який посилює сприйняття за допомогою візуальних і звукових елементів.

4. *Музей природознавства, Лондон (Велика Британія)* використовує інтерактивні виставки й мобільні додатки для реконструкції історичних подій та середовища. Відвідувачі можуть буквально «пережити» минуле через віртуальні симуляції. Для гіда-перекладача це означає потребу в новому підході: не лише передавати історичні факти, а й інтегруватися у віртуальний простір, керувати цифровим досвідом і зберігати при цьому живу взаємодію з аудиторією (Кучай, 2021: 50).

Висновки. Таким чином, цифровізація туристичної індустрії не лише змінює формат надання туристичних послуг, а й визначає нові професійні орієнтири для гідів-перекладачів, сприяючи формуванню гнучкого, технологічно підкованого та

креативного фахівця нового покоління. Майбутній гід-перекладач повинен володіти не лише мовними навичками, а й здатністю ефективно працювати з цифровими платформами (*Google Maps, Booking.com, TripAdvisor*), інструментами віртуальної та доповненої реальності, QR-технологіями та штучним інтелектом. Використання цифрових інструментів – таких як QR-коди, інтерактивні карти, віртуальні тури та безконтактні платежі – радикально змінює спосіб взаємодії туриста з гідом, що вимагає переосмислення ролі гідів як цифрового медіатора.

Інтерактивні музеї та освітньо-культурні простори задають нові стандарти роботи для гідів-перекладачів, які мають вміння адаптувати інформацію під інтереси конкретного відвідувача, використовуючи мультимедійний контент і сенсорні інструменти. Описані в дослідженні приклади ілюструють, як цифровізація змінює не

тільки форми музейної комунікації, а й саму суть екскурсійної роботи, вимагаючи нових професійних навичок у гідів-перекладачів – від технічної обізнаності до здатності працювати у мультимедіальному інформаційному просторі.

Рекомендації до подальших досліджень і практики. Доцільно розпочати роботу над удосконаленням освітніх програм. Необхідно оновити навчальні плани підготовки гідів-перекладачів, включивши модулі з цифрової грамотності, роботи з віртуальними турами, мобільними додатками, системами бронювання та інструментами штучного інтелекту. Інтенсифікувати практичну інтеграцію цифрових технологій. Варто впроваджувати практичні курси, які моделюють реальні сценарії цифрової взаємодії з туристами (наприклад, створення та супровід віртуальних екскурсій, використання QR-кодів для презентацій маршрутів тощо).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Зінуківа Н. Професійна підготовка перекладачів у сучасних умовах: вимоги ринку перекладацьких послуг. *Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля*. Серія «Педагогіка і психологія». Педагогічні науки. 2014. № 2 (8). С. 42–47.
2. Кучай О. Інтернет-технології та міжнародний туристичний бізнес. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету*. Серія. Історія, економіка, філософія. 2021. № 26. С. 44–56.
3. Лемешко О., Гапонова В. Підготовка перекладачів: український досвід. *Збірник наукових праць Національної академії державної прикордонної служби України*. Серія: педагогічні науки, 25 (2), 2021. С. 112–135. <https://doi.org/10.32453/pedzbirnyk.v25i2.786>
4. Морохович В. С., Кашка М. Ю., Талапа С. Ю. Технологічні драйвери розвитку ринку туристичних послуг. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету*. Економічні науки. 2021. Вип. 65. С. 53–58.
5. Попова М. О., Арестов С. В., Шуптар–Порываєва Н. Й. Пріоритети розвитку сучасної туристичної діяльності. *Причорноморські економічні студії*. 2021. Вип. 62. С. 107–112. <https://doi.org/10.32843/bses.62-17>
6. Чуєва І., Ніколаєва Л., Косарева Н. Інноваційні технології туристичної діяльності на світовому ринку туристичних послуг. *Економіка та суспільство*, (30). 2021. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-19>
7. Шевелюк М. М. Цифровізація у сфері туризму: інноваційні тренди і пріоритетні напрями розвитку. *Питання культурології*. 2021. № 38. С. 226–235. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.38.2021.245956>
8. Янковець О. В. Англійська прикордонна термінологія: структурно-семантичний, когнітивний і функціональний аспекти : дис. ... д-ра філософії : 035 Філологія / Чернівецький нац. ун-т ім. Юрія Федьковича. Чернівці, 2021. 316 с.

REFERENCES

1. Zinukova N. (2014) Profesiina pidhotovka perekladachiv u suchasnykh umovakh: vymohy rynku perekladatskykh posluh [Professional training of translators in modern conditions: requirements of the translation services market]. *Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu imeni Alfreda Nobelja*. Seriiia «Pedahohika i psykholohiia». Pedahohichni nauky. № 2 (8). 42–47. [in Ukrainian].
2. Kuchai O. (2021). Internet-tekhnohii ta mizhnarodnyi turystychnyi biznes [Internet Technologies and International Tourism Business]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho lnhvistychnoho universytetu*. Seriiia. Istoriia, ekonomika, filosofiiia. №. 26. 44–56. [in Ukrainian].
3. Lemeshko O., Haponova V. (2021) Pidhotovka perekladachiv: ukrainskyi dosvid [Translator training: the Ukrainian experience]. *Zbirnyk naukovykh prats Natsionalnoi akademii Derzhavnoi prykordonnoi sluzhby Ukrainy*. Seriiia: pedahohichni nauky, 25 (2). 112–135. <https://doi.org/10.32453/pedzbirnyk.v25i2.786> [in Ukrainian].
4. Morokhovych V. S., Kashka M. Yu., Talapa S. Yu. (2021) Tekhnolohichni draivery rozvytku rynku turystychnykh posluh [Technological Drivers of the Development of the Tourism Services Market]. *Visnyk Lvivskoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu*. Ekonomichni nauky. Vyp. 65. 53–58. [in Ukrainian].
5. Popova M. O., Arestov S. V., Shuptar–Poryvaieva N. Y. (2021) Priorytety rozvytku suchasnoi turystychnoi diialnosti [Priorities for the Development of Modern Tourism Activities]. *Prychornomorski ekonomichni studii*. Vyp. 62. 107–112. <https://doi.org/10.32843/bses.62-17> [in Ukrainian].

6. Chuieva I., Nikolaieva L., Kosarieva N. (2021) Innovatsiini tekhnolohii turystychnoi diialnosti na svitovomu rynku turystychnykh posluh [Innovative Technologies in Tourism Activities on the Global Tourism Services Market]. *Ekonomika ta suspilstvo*, (30). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-19> [in Ukrainian].
7. Sheveliuk M. M. (2021) Tsyfrovizatsiia u sferi turyzmu: innovatsiini trendy i priorytetni napriamy rozvytku [Digitalization in the Tourism Sector: Innovative Trends and Priority Development Directions]. *Pytannia kulturolohiï*. № 38. 226–235. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.38.2021.245956> [in Ukrainian].
8. Yankovets O. V. (2021) Anhliiska prykordonna terminolohiia: strukturno-semantychnyi, kohnityvnyi i funktsionalnyi aspekty [English border terminology: structural–semantic, cognitive and functional aspects]. (Doctoral dissertation, Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University). Chernivtsi. 316.