**ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЛИСТ**

**Вельмишановні колеги!**

Кафедра ділової іноземної мови та перекладу Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна запрошує Вас взяти участь у **IX Всеукраїнській науково-практичній студентській конференції «Іноземні мови у світовому економіко-правовому просторі»,яка проводиться «22» березня 2022 р.** Робота конференції передбачає оформлення електронної збірки статей, яка буде розміщена на сайті університету до початку конференції. Кожний учасник отримає сертифікат його участі у конференції особисто або поштою. До участі у конференції запрошуються студенти-бакалаври, спеціалісти й магістри разом з їхніми викладачами.

**Наукова проблематика конференції**:

1. Іноземні мови як засіб спілкування у галузі міжнародних економічних відносин, менеджменту зовнішньої економічної діяльності і міжнародної економіки, міжнародного права, міжнародної інформації.

2. Роль іноземних мов у розвитку туристичного бізнесу та міжнародної інформації.

**Мовапублікацій:**англійська, німецька, французька, китайська.

**Обсягпублікацій:** у межах: 4-5стор. Реєстраційний внесок конференції і розміщення матеріалів у збірці – 60 грн. (разом).

**Правила оформленнярукописів**

• статтяподається в редакції**Word97-2003/2010/2016**(author’s name.doc/docx) без автоматичнихпереносівслів;

• індексUDCміститьсяліворуч, перед назвоюпублікації (шрифт 12 ТimesNewRoman);

• відцентрована**назвапублікації**друкується великими літераминапівжирним шрифтом (розмір шрифту 12,через 1,5 інтервал), під нею в центріпрописними літераминапівжирнимкурсивом ініціали тапрізвище автора, ініціалита прізвище науковогокерівника (вказується за бажанням автора) та викладача іноземної мови (вказуєутьсяобов’язково); нижче– напівжирним– назваВНЗ та місто. Указаний як співавтор викладач іноземної мови (languagesuperviser (Engl), consultantelinguistique (Fr.), wissenschaftlicherBetreuer (Deutsch)) несе відповідальність за якість мовного оформлення тексту;

• статті передує **анотація** (до 500 знаків кожна) шрифтом 10 ТimesNewRoman через 1 інтервал) двома мовами: англійська,українська, із указанням імені та прізвища авторів та назви статті напівжирним шрифтом. Кожну анотацію супроводжують розміщені **за абеткою** відповідної мови ключові слова (5–7), які зустрічались у тексті анотації;

• структура статті, як правило, включаєрозділи, якімістять:

1. **Вступ (Introduction)**: постановкапроблеми; актуальністьдослідження; короткий аналізостанніхдосліджень для виділенняневирішенихранішепитань; мета, завдання (Aims / tasks / objectives), хідїхвирішення в статті.
2. **Основначастина** (з відповідноютеміназвою): об'єкт, предмет, теоретичніоснови, матеріал і методидослідження. Даютьсявідповіді (доцільніпідрозділи з назвами (2.1, 2.2)) на кожнепоставлене автором питання; результатиобґрунтовуються, ілюструються прикладами, таблицями, малюнками.
3. **Висновки (Conclusions)**: узагальненняотриманихрезультатів, їхтеоретичноїзначущості; конкретніперспективидослідження (відповідні слова друкують розрідженимшрифтом– 3,0).

**Перші рядки в усіхрозділах і підрозділах не маютьвідступів.**

Усіструктурніелементивиділяютьсянапівжирним шрифтом та нумеруються.

• **основний текст** рукопису друкується після відступу в 1 рядок від анотації через 1,5 інтервал шрифтом 12 ТimesNewRoman, поля ліворуч, праворуч – 2 см, вгорі, внизу – 2,5 см. Відступ абзацу – 1 см. Чітко диференцюються тире (–) та дефіс (-);

• при використанні спеціальних шрифтів або символів їх додають відокремленими файлами. При наявностіілюстраційїхтежподаютьвідокремленими файлами;

• **ілюстративнийматеріалподається*курсивом*** (приклади). Елементи тексту, якіпотребуютьвиділення, підкреслюються;

**Цитати в тексті**. Якщо Ви прямо цитуєте твір і автор не вказаний в сигнальній фразі, Вам треба вказати автора, рік публікації і номер сторінки для посилання: (Почепцов, 1976, с. 15; Пиявка, 1985, с. 373-4).

Якщо цитата міститьпрізвище автора, за нею просто йде дата публікації в дужках; якщопрізвище не вказане в тексті, воновказане в дужках. Наприклад: згідноJones (2005), “у студентів часто виникалитруднощі з використаннямгерундію” (р. 156). Або “Студенти часто стикалися з труднощами…”(Jones, 2005, рр. 155-156). Цитування з однієї сторінки позначають літерою р., з кількох – двома літерами рр.

Якщо цитується робота від двох до п’яти авторів, використовуйте & у дужках; використовуйте *і/and* поза дужками, наприклад: (а) висновки BeckerandSeligman (1996) суперечили цьому результату. Цей результат пізніше був спростований (Becker&Seligman, 1996). (б) Medvec, (1995) досліджували феномен олімпійських медалістів. Феномен досліджено у (Medvec, Madey, &Gilovich, 1995).

У разі шести або більше авторів, вкажіть тільки прізвище першого автора, за яким йде etal. і рік публікації: Barakatetal. (1995) довів цей факт.

Цитати довші за три рядки повинні складати окремий блок, відокремлений згори і знизу порожнім рядком, у вигляді абзацу з відступом зліва по 1,0 см на усіх рядках, одинарний інтервал, шрифт 12, курсив, без лапок, наприклад, Kövecses (2018, p. 133) пише:

(1) *In sum, the intratextual use of conceptual metaphor does not necessarily produce metaphorically homogenous discourse. In most cases, a variety of different conceptual metaphors is used in particular media and other texts…………………………*

Для таких цитат їхній автор може бути приведений в дужках нижче, без курсиву, наприклад:

1. In sum, the intratextual use of conceptual metaphor does not necessarily produce metaphorically homogenous discourse. In most cases, a variety of different conceptual metaphors is used in particular media and other texts. This is a natural phenomenon, given the nature of conceptual metaphors as based on the general structure of concepts (i.e., that the concepts have various aspects and we use the conceptual metaphors to comprehend those aspects) (Kövecses, 2018, p. 133).

**Лапки.**Поодинокі лапки слідвикористовуватиприперекладінеангломовнихслів, наприклад, *cogito*‘Я думаю’.

Подвійні лапки слідвикористовувати в усіхіншихвипадках, тобто в прямихцитуваннях в тексті. Проханнязавждивикористовуватизакругленілапки(“...”), а не прямі ("…" чи «…»).

**Тире** з пропусками використовується як риски (“текст – текст”).Прохання не використовуватиподвійнідефіси.

**Дефіс** (-) без пропусківслідвикористовуватиміж цифрами, наприклад, 153-159, 1975-1979.

**Курсив** повинен використовуватися для:

* слова, фрази і речення – лінгвістичніприклади;
* виразиіноземноюмовою, що не є мовою статті;
* назв книг, опублікованихдокументів, газет і журналів (без лапок);
* виділенняавтором статті слова абофрази в цитаті [*виділено мною – ПІБ*]

У кінці статті наводиться REFERENCES (СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ) і за ним SOURCESFORILLUSTRATIONS (ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАЦІЙ) (12 пт, жирно, через 1,5 інтервал, великі літери, без двокрапки / крапки у кінці, назва без відступу ліворуч). Нижче подається занумерований перелік цитованих робіт (довідники включно) в алфавітному порядку авторів, оформлений із дотриманням стандартів МОН України 2008 (див. правила оформлення списку літератури у Бюлетені ВАК № 3, 2008 р. на сайті ВАК). Зробітьусі URL і doiактивними.

**Авторськийпрофільдослідника**. Усістаттісупроводжуютьсяавторськимдослідницькимпрофілем на англійській та українській, щоміститьінформацію про його / її ПІБ, установу і адресу роботи, електроннупошту, ORCID. Приклад:

***Прізвище, ім’я, по-батькові***– кандидат філологічних наук, доцент, Київськийнаціональнийлінгвістичнийуніверситет (73, вул. Велика Васильківська, Київ, 03680, Україна); e-mail: name@gmail.com; ORCID: 0000-0002-7720-0970.

**СТАТТІ ПРИЙМАЮТЬСЯ ДО 20 грудня 2021 р.**

Матеріали приймаються від студентів Харкова особисто за адресами кафедри та від учасників з інших міст – через Інтернет за адресою:

dilovamovamir@gmail.com або dilovamova@karazin.ua

#### **АДРЕСА РЕДАКЦІЙНОЇ КОЛЕГІЇ:**

ХНУ ім. В.Н. Каразіна, кафедра ділової іноземної мови та перекладу, ауд. 2-2, вул. Мироносицька, 1 або ауд. 365 (Північний корпус), майдан Свободи, 6, м. Харків, Україна

Тел. роб. (+38 057) 707-51-44 і 707-55-86 з 8:00 до 16:00 години.

**Приклад оформлення:**

UDC ………………………

**SPACE TOURISM:   
РROBLEMS AND OPPORTUNITIES**

***P. V. Blokhina,  
I. R. Saprun,PhD (language supervisor****)*

V. N. Karazin National University, Kharkiv

**Blokhina P. V., Saprun I. R.** The article analyzes the main problems and prospects for the development of space tourism industry. Space tourism is at the beginning of its formation. The study of this industry is now especially relevant because experts predict its potential high profitability. However, the development of tourism in space is complicated by high costs and the inability to guarantee complete safety on board. As a result, the author makes a conclusion that despite present problems, space tourism is a promising and rapidly developing direction with a highly potential profitability. Consequently, its development is now particularly important.

**Keywords:** investment, space, space flight, space tourism.

**Блохіна П. В., Сапрун И. Р.** У статті наводиться аналізосновних проблем і перспектив розвиткугалузікосмічного туризму. Космічний туризм знаходиться початку свогостановлення. Вивченняцієїгалузі особливо актуально, аджефахівціпрогнозуютьїїпотенційнувисокуприбутковість. Вартозауважити, щорозвиток туризму в космосіускладненвисокимивитратами і неможливістюгарантуватиповнубезпеку на борту. В результаті, робитьсявисновок, щонезважаючи на наявність проблем, космічний туризм перспективнийнапрямок, якийрозвиваєтьсядинамічно, та маєвисокупотенційнуприбутковість. Внасідокчого, йогорозвиток є особливо важливим зараз.

**Ключові слова:**інвестиції, космос, космічнийполіт, космічний туризм.

**1. Introduction**

The object of the article is the comprehensive research of problems and prospects of space tourism. The subject is problems and opportunities for the development of space tourism. The purpose of the study is to examine the development of space tourism in the world and to identify the most problematic points. To achieve this, it is crucial to analyze the factors that form the problem and consider possible solutions to the problem……….

**2. Current state of industry**

Space tourism is another niche segment of the aviation industry that seeks to give tourists the ability to become astronauts and experience space travel for recreational, leisure, or business purposes. Since space tourism is extremely expensive, it is a case of a very small segment of consumers that are able and willing to purchase a space experience. There are several options for space tourists. For example, investigate the choice behavior between four types of space tourism: high altitude jet fighter flights, atmospheric zero-gravity flights, short-duration suborbital flights, and longer duration orbital trips into space. Also, there are some motivational factors behind space tourism (in order of importance): vision of earth from space, weightlessness, high speed experience, unusual experience, and scientific contribution. Currently, only high-altitude jet fighter flights and atmospheric zero-gravity flights are commercially available to tourists in the space tourism sector (Crouch, 2001)………………..

**3. Problems of developing**

Space tourism is a completely new area of tourism. At present, it is quite possible to visit the orbiting space station possessing certain material resources. A trip to the Earth's orbit is the most expensive and perhaps the most exotic kind of extreme tourism.

However, the development of tourism in space is problematic. First, the cost of a space trip is high. A ticket to orbit costs $ 20-23 million and a 15-minute suborbital flight costs $ 250000. Secondly, a long preparation stage follows before the flight itself. This preparation consists not only in physical exercise but also in mastering the skills of controlling the spacecraft. Thirdly, being in outer space can negatively affect the state of the human body. The consequences of weightlessness, muscle atrophy, impaired phosphorus metabolism in bones and visual impairment are distinguished (Ramirez, 2004, pp. 142-150). ……………………………………

**4. Prospects**

In 1986, David Ashford and Patrick Collins published “Potential Economic Implications of the Development of Space Tourism”. It says the potential demand for space travel of 1 million people a year would cut the total cost of passengers by four times. Affordable prices for space flights for most of the population would be a prerequisite for more profitable use of space stations and ships. This should lead to the beginning of the exploitation of outer space for everyday purposes (Potential Economic Implications, pp. 12-17)………………………….

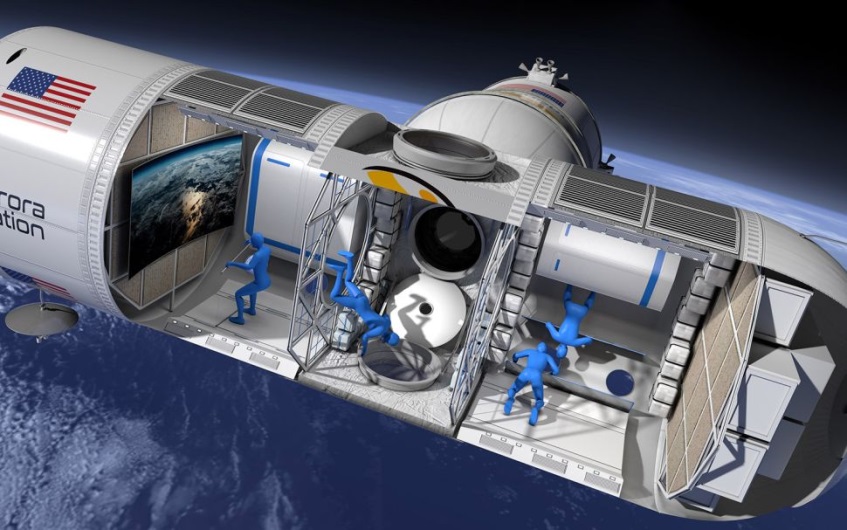


Fig. 1. Aurora Station the first luxury space hotel   
[Orion Span, 2018]

At the moment, space flights are available only to a limited number of the world's population. However, Professor Stephen Collicot of the American Purdue University compares space travel to air travel. A few decades ago, air travel was available to the wealthy class of people. Now, any average person can take advantage of this (Crouch, 2001)……………………………….

**5. Conclusions**

The article analyzes the main problems and prospects for the development of the space tourism industry. Space tourism is at the beginning of its formation. The study of this industry is now especially relevant because experts predict its potential high profitability. It is true that the development of tourism in space is complicated by high costs and the inability to guarantee complete safety on board. As a result, it is concluded that despite the presence of problems, space tourism is a promising and rapidly developing direction with high potential profitability. Consequently, its development is now particularly important……………………………

**REFERENCES**

* 1. Глобова С. А. Зарубежный опыт применения событийного маркетинга как инструмента повышения туристической привлекательности территории // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы IIмеждунар. науч. конф. СПб.: Реноме, 2013. С. 137-140.
  2. Динни К. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики. М.:Манн, 2013. 336 с.
  3. Климова Т. Б. Событийный маркетинг: новый вектор развития территорий. Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. С. 80-84.
  4. Кондратьев А. Событийная экономика как современный фактор развития городских территорий. URL: <http://rrbusiness.com/journal/article/373/>
  5. Манихин А. А. Место event-маркетинга в комплексе маркетинговых коммуникаций // Креативная экономика. М.: Манн, 2010. №4 (40). С. 135-142.
  6. Третьякова Т. Н. Анимационная деятельность в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. пособие для вузов. М.: Академия, 2008. 272 с.
  7. Україна й СОТ. URL: <http://wto.in.ua>

8. Frankel J., Romer D. Does trade cause growth? // American Economic Review. 2009. V. 89, N 3. P. 379-399.

9. Helpman E. The structure of foreign trade // Journal of Economic Perspectives. 2008. V. 42, N 8. P. 121-144.

10. Parente S., Prescott E. Barriers to Riches. Lausanne: University of Lausanne, 2010.

11. Pritchett L. Measuring outward orientation: can it be done? // Journal of Development Economics. 2011. V. 49, N 11. P. 51-61.

12. Rivera-Batiz L., Romer P. Economic integration and endogenous growth // Quarterly Journal of Economics. Cambridge: MIT Press, 2013.

13. Rodriguez F., Rodrik D. Trade policy and economic growth: a sceptics guide to the cross-national evidence. Bernanke, Ben and Kenneth S. Rogoff (eds.) NBER Macroeconomics Annual 2000, Volume 15. Cambrodge, MA: The MIT Press, 2001.

14. Romer P. Endogenous technological change // Journal of Political Economy. 2011. V. 98, N 4. P. 71-102.

15. Wacziarg R. Measuring the dynamic gains from trade // World Bank Economic Review. 2012. V. 15, N 3. P. 393-429.

16. World Development Report // World Bank.Oxford: OxfordUniversity Press, 2010.

17. World Trade Organization 9 [Electronic resource]. URL: [www.wto.org](http://www.wto.org)