

Міністерство освіти і науки України
Київський національний торговельно-економічний університет
(м. Київ, Україна)
Ужгородський торговельно-економічний інститут КНТЕУ
Пряшівський університет (м. Пряшів, Словацька Республіка)
Північно-Європейський інституту всесвітньої гастрономії (Данія)
Institute of Management Studies Banaras Hindu University (India)
Академія професійної освіти Меркур, НПО (Словацька Республіка)
Громадська спілка «Український кулінарний союз» (м. Київ, Україна)



III Міжнародна науково-практична конференція

ТУРИЗМ ХХІ СТОЛІТТЯ: ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ ТА ЦИВІЛІЗАЦІЙНІ ЦІННОСТІ

20 – 21 травня 2021 року

Ш а н о в н і к о л е г и !

Запрошуємо науковців, освітян, представників влади та бізнесу взяти участь в обговоренні стратегічних напрямів розвитку туризму ХХІ століття.

Робочі мови конференції: українська, англійська.

Форми участі: очна, дистанційна.

ПАНЕЛЬНІ ДИСКУСІЇ

- Світовий туристичний ринок: постпандемічні наслідки та пріоритети зростання
- Digital технології у сфері туризму та гостинності
- E-learning: глобальні та національні пріоритети освіти і науки
- Глобальні тренди та локальні практики ресторанних технологій
- Міжнародний спортивний менеджмент-маркетинг
- Дизайн: тренди, інновації, технологічні рішення
- Стратегічне партнерство освіти та бізнесу: місія, візія, стратегія

Матеріали конференції подаються виключно **англійською мовою**.

Кожній публікації буде присвоєно DOI. Планується видання збірника матеріалів конференції, який буде направлено для індексації у міжнародній наукометричній базі даних **Web of Science**. У разі відмови від індексації матеріали можуть бути опубліковані у наукових журналах «**Вісник КНТЕУ**», «**Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право**» та міжнародному науково-практичному журналі «**Товари і ринки**», які є **фаховими** та мають **категорію Б**.

Неякісно підготовлені матеріали, із виявленими фактами плагіату, порушенням правил вимог, до друку не прийматимуться.

Електронну версію програми конференції буде розміщено на сайті КНТЕУ.

ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ МАТЕРІАЛІВ

Матеріали виступів направляти на адресу електронної пошти: confer_knute2021@ukr.net. Назви файлів необхідно підписувати відповідно до прізвища та ініціалів учасника конференції із зазначенням секції (наприклад, Сидоренко_Віктор_платформа_2)

Обсяг матеріалів від 6 сторінок, шрифт – Times New Roman, кегель – 14 pt, міжрядковий інтервал – 1,5, абзац – 1,25 см; поля: верхнє – 20 мм, нижнє – 25 мм, праве – 25 мм, ліве – 25 мм; формат роботи: Microsoft Word – (*.doc). Сторінки не нумеруються, перенесення слів не допускається.

У верхньому правому куті першої сторінки зазначаються УДК, нижче – прізвище та ім'я автора (співавторів), науковий ступінь, вчене звання. Далі назва закладу вищої освіти, міста, країни. Нижче – ідентифікатори ORCID, ResearchID (назва є активним гіперпосиланням на профіль). Через один інтервал у центрі сторінки – назва доповіді великими літерами, ще через один інтервал – текст. У тексті необхідно розрізняти знаки «-» і «-», ініціали та прізвища оформлювати за допомогою нерозривних пробілів: Ctrl+Shift+пробіл.

Текст статті має розміщуватися за такою схемою (**виділяються напівжирним шрифтом**): анотація мовою статті; ключові слова (не більше 5); актуальність теми дослідження; постановка проблеми; аналіз останніх досліджень і публікацій; постановка завдання; виклад основного матеріалу; висновки та список використаних джерел. У списку використаних джерел мають бути публікації не пізніше ніж за п'ять останніх років (рекомендується).

Рисунки, таблиці друкуються вбудованим редактором Microsoft Word. Назва рисунка друкується напівжирним шрифтом та розміщується під рисунком по центру. Всі рисунки повинні бути згруповані як єдиний об'єкт.

Приклад оформлення: Рисунок 1 – Джерела дефіцитного фінансування. Слово «Таблиця» зазначають один раз зліва над першою частиною таблиці (з абзацного відступу). Приклад оформлення: Таблиця 1 – Класифікація фінансових ресурсів. Розмір шрифту табличного тексту на 2 пункти менше основного шрифту. Формули виконуються за допомогою редактора формул (внутрішній редактор формул в Microsoft Word for Windows).

Після тексту через один інтервал подається список використаних джерел в алфавітному порядку. Оформлення цитування необхідно робити відповідно до стилю АРА. Автоматизоване оформлення посилань за допомогою ресурсів:

Citation Machine (<http://www.citationmachine.net/apa/cite-a-book>)

<http://www.bibme.org/apa/book-citation/manual>

Після надання матеріалів та отримання відповіді про їх прийняття потрібно надіслати відскановану (сфотографовану) копію квитанції про сплату організаційного внеску на електронну адресу confer_knute2021@ukr.net (назва файлу українською мовою відповідно до прізвища та ініціалів учасника конференції, слово «Квитанція» із зазначенням секції (наприклад, Сидоренко_Віктор_Квитанція_2)).

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ВНЕСКИ ТА ЗАЯВКА УЧАСНИКІВ КОНФЕРЕНЦІЇ

Організаційні внески учасників використовуються для часткового покриття витрат, пов'язаних із підготовкою і проведенням конференції.

Організаційний внесок за безпосередню участь – 250 грн.

Організаційний внесок за дистанційну участь – 200 грн.

Після подання матеріалів і розгляду їх на відповідність вимогам і змісту конференції Вам буде надіслано запрошення з реквізитами для оплати. Матеріали будуть прийняті для публікації за умови надходження копії платіжного документа відповідно до форми участі й публікації.

Зразок оформлення

УДК 338.48.6

Myroslava Bosovska, Doctor of Economics, Professor,

Kyiv National University of Trade and Economics,

19, Kyoto str., Kyiv, 02156, Ukraine,

ORCID ID <https://orcid.org/0000-0002-6021-5228>;

ResearcherID N-4652-2016

GLOBAL IMPERATIVES FORMATION OF TOURIST DESTINATION BRAND

Abstract. The article discusses economic prerequisites for the formation of a brand of tourist direction, which depend on the socio-economic, cultural and political influence of the territory, investment attractiveness, foreign trade and development of

export-oriented tourism model are presented.

.....

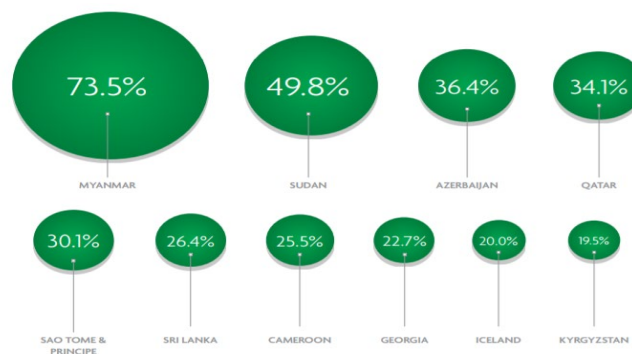
Keywords: brand, territory multiplicity, tourist destination, tourist attraction, global imperatives

Relevance of research topic.

The desire of the peoples to establish links among themselves marked the beginning of integration.

.....

(figure 1.1)



Source: *World Travel and Tourism Council: Travel and Tourism Global Economic Impact and Issues 2018 – March 2018 Figure 1.1. Visitor exports, (%) (World Travel and Tourism Council: Travel & Tourism Global Economic Impact & Issues 2018 – March 2018)*

Formulation of the problem. Globalization, as a major trend in the process of transformation of social development, has led not only to a global mega environment, but also to high competition for profitable markets, resources, investors and skilled labor.

.....

Analysis of recent researches and publications.

Studies of various aspects of territory branding have been reflected in publications and research. In particular, during the evolution of theory, three

theoretical approaches (rational, emotional and social) were formed in the format of which the conceptual essence of the brand is evolving.

.....

Presenting main material. The global imperative for the formation of a destination tourism brand is the need to successfully promote the national tourism product. Ukraine exports and imports tourism services, which creates a real precondition for forming a brand of territories in order to strengthen competitive positions in the growth of tourists, investments, strengthen integration ties and more.

.....

Conclusion. Justifying the systematic nature of the imperatives of world tourism brands, it should be noted that this process should be regulated by state institutions and public organizations, which have the functions of developing the state's tourism policy and developing mechanisms for its implementation.

.....

References

1. Anholt, S. (2006). Public diplomacy and place branding: where's the link? Place Branding, Vol.2(4), pp.271-275.
2. Hankinson, G. (2005), "Destination brand images: a business tourism perspective", Journal of Service Marketing, Vol. 19, n°1, pp. 24-32.
3. Weibing, ZHAO and Xingqun, L.I. (2007) Globalization of Tourism and Third World Tourism Development. A Political Economy Perspective, Retrieved from: <http://egeoscienc.neigae.ac.cn/fileup/PDF/20060303.pdf>
4. World Travel and Tourism Council: Travel & Tourism Global Economic Impact & Issues 2018 – March 2018. All rights reserved. Retrieved from <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/2018-documents/global-economic-impact-and-issues-2018.pdf>

**ГЛОБАЛЬНІ ІМПЕРАТИВИ ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ ТУРИСТИЧНОЇ
ДЕСТИНАЦІЇ**

Анотація. У статті розглядаються економічні передумови формування бренду туристичної дестинації, які залежать

Матеріали конференції необхідно надіслати до 9 квітня 2021 р. на електронну пошту: confer_knute2021@ukr.net.

Адреса й контакти оргкомітету конференції:
м. Київ, вул. Кіото, 19, к. А-548; електронна адреса: confer_knute2021@ukr.net.

За додатковою інформацією звертатись до оргкомітету конференції:
Васильєва Олена Олександрівна, тел. (044) 531 47 37