

**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ  
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE**

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЕКОНОМІКИ,  
ОБЛІКУ, ФІНАНСІВ ТА ПРАВА**

**TOPICAL ISSUES OF ECONOMICS,  
ACCOUNTING, FINANCE AND LAW**

**Збірник тез доповідей  
Book of abstracts**

**Частина 8  
Part 8**



**10 листопада 2018 р.  
November 10, 2018**

**м. Полтава, Україна  
Poltava, Ukraine**



**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА  
КОНФЕРЕНЦІЯ  
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL  
CONFERENCE**

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЕКОНОМІКИ,  
ОБЛІКУ, ФІНАНСІВ ТА ПРАВА**

**TOPICAL ISSUES OF ECONOMICS,  
ACCOUNTING, FINANCE AND LAW**

**Збірник тез доповідей  
Book of abstracts**

**Частина 8  
Part 8**

**10 листопада 2018 р.  
November 10, 2018**

**м. Полтава, Україна  
Poltava, Ukraine**



**Збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції  
«Актуальні питання економіки, обліку, фінансів та права»**

---

**УДК 33  
ББК 65**

**Актуальні питання економіки, обліку, фінансів та права:** збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 10 листопада 2018 р.): у 8 ч. – Полтава: ЦФЕНД, 2018. – Ч. 8. – 63 с.

**У збірнику тез доповідей представлено матеріали учасників Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні питання економіки, обліку, фінансів та права» з:**

**BASF Україна**

**Академія Державної пенітенціарної служби**

**Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники**

**Брестский государственный технический университет**

**Вінницький навчально-науковий інститут економіки Тернопільського національного економічного університету**

**Вінницький національний аграрний університет**

**Вінницький технічний коледж**

**Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету**

**ВП НУБІП України «Ірпінський економічний коледж»**

**ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана»**

**ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»**

**ДВНЗ «Ужгородський національний університет»**

**Дніпровський державний аграрно-економічний університет**

**Дніпровський національний університет ім. Олеса Гончара**

**Донецький національний технічний університет**

**Житомирський національний агроекологічний університет**

**Запорізький національний університет**

**Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу**

**Казахский национальный аграрный университет**

**Каракалпакский государственный университет им. Бердаха**

**Київський національний торговельно-економічний університет**

**Київський національний університет ім. Тараса Шевченка**

**Київський національний університет технологій та дизайну**

**Київський університет права Національної академії наук України**

**КІСІТ «ДВНЗ КНЕУ ім. В. Гетьмана»**

**Криворізький національний університет**

**Лозівська філія Харківського державного автомобільно-дорожнього коледжу**

**Львівський навчально-науковий інститут ДВНЗ «Університет банківської справи»**

**Львівський національний медичний університет ім. Данила Галицького**

**Львівський національний університет імені Івана Франка**

**Мелітопольський державний педагогічний університет ім. Б. Хмельницького**

**Міжнародний гуманітарний університет**

**Міжрегіональна академія управління персоналом**

**Мукачівський державний університет**

**Національна академія статистики, обліку та аудиту**

**Національний авіаційний університет**

**Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського»**

**Національний університет «Києво-Могилянська академія»**

**Національний університет «Львівська політехніка»**

**Національний університет «Одеська юридична академія»**

**Національний університет «Чернігівський колегіум» ім. Т. Г. Шевченка**

**Національний університет біоресурсів і природокористування України**

**Національний університет державної фіскальної служби України**

**Національний фармацевтичний університет**

**Національний юридичний університет ім. Ярослава Мудрого**

**Одеська національна академія зв'язку ім. О. С. Попова**

**Одеська національна академія харчових технологій**

**Збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції  
«Актуальні питання економіки, обліку, фінансів та права»**

---

Одеський державний аграрний університет  
Одеський національний економічний університет  
Одеський національний політехнічний університет  
Полтавська державна аграрна академія  
Полтавський юридичний коледж Національного юридичного університету  
ім. Ярослава Мудрого  
Сумський державний університет  
Сумський національний аграрний університет  
Східноєвропейський університет економіки та менеджменту  
Тернопільський національний економічний університет  
Уманський національний університет садівництва  
Університет державної фіскальної служби України  
Університет митної справи та фінансів  
Харківський навчально-науковий інститут ДВНЗ «Університет банківської справи»  
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця  
Харківський національний університет будівництва та архітектури  
Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна  
Харківський національний університет радіоелектроніки  
Харківський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президентові України  
Харківський торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету  
Херсонський національний технічний університет  
Хмельницький національний університет  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
Черкаський державний бізнес-коледж  
Черкаський національний університет ім. Богдана Хмельницького  
Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича  
Чернігівський національний технологічний університет

У збірнику тез доповідей висвітлюються результати наукових досліджень з актуальних питань економіки, обліку, фінансів та права.

Тематика конференції охоплює актуальні проблеми: економічної теорії та історії економічної думки; світового господарства і міжнародних економічних відносин; економіки та управління національною економікою; економіки та управління підприємствами; цілей сталого розвитку та молоді в Україні; національної безпеки і оборони в умовах кризових явищ; продовольчої безпеки та екологічної політики в сучасному світі; економіки сільського господарства і АПК; енергоефективності економіки; економіки торгівлі та послуг; правового забезпечення державного управління та місцевого самоврядування; розвитку продуктивних сил і регіональної економіки; інновацій та інвестиційної діяльності; демографії, економіки праці, соціальної економіки і політики; туризму та готельно-ресторанної справи; бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту; фінансів, банківської справи, страхування; математичних методів, моделей та інформаційних технологій в економіці; економічної кібернетики; маркетингу; менеджменту; логістики та транспорту; публічного управління та адміністрування; загальнотеоретичних питань правознавства; цивільних, господарських, екологічних та трудових правовідносин; права інтелектуальної власності та інформаційного права; розвитку адміністративного та митного права в Україні та світі.

Видання розраховане на науковців, викладачів, працівників органів державного управління, студентів вищих навчальних закладів, аспірантів, докторантів, працівників державного сектору економіки та суб'єктів підприємницької діяльності.

**ЗМІСТ**  
**CONTENTS**

<b>СЕКЦІЯ 22. ЦІЛІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТА МОЛОДЬ В УКРАЇНІ</b> <b>SECTION 22. SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS AND YOUTH IN</b> <b>UKRAINE.....</b>	<b>7</b>
<i>Лесюк В. С.</i> ЛІДЕРСТВО ТА РОЗШИРЕННЯ ПРАВ ТА МОЖЛИВОСТЕЙ МОЛОДИХ ЛЮДЕЙ ДЛЯ ВКЛЮЧЕННЯ ЗМІНИ У СВОЇХ ГРОМАДАХ .....	7
<b>СЕКЦІЯ 23. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ</b> <b>ВІДНОСИНИ</b> <b>SECTION 23. WORLD AGRICULTURE AND INTERNATIONAL ECONOMIC</b> <b>RELATIONS.....</b>	<b>13</b>
<i>Бабак А. М.</i> ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ .....	13
<i>Басюк І. Л.</i> ДОСЛІДЖЕННЯ СУТНОСТІ ЕКСПОРТУ ТА ЙОГО ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ ЕКОНОМІКИ КРАЇНИ .....	15
<i>Бестюк А. М., Чернова О. В.</i> ФУНКЦІОНУВАННЯ ВІТСОІН НА СВІТОВОМУ РИНКУ.....	17
<i>Виноградська І. І.</i> УКРАЇНА НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ІТ-ПОСЛУГ .....	19
<i>Гордєєва Т. Ф.</i> ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГОВЕЛЬНО-МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ .....	20
<i>Заяць Д. Г.</i> BREXIT: НАСЛІДКИ ДЛЯ КРАЇНИ ТА СПІВТОВАРИСТВА .....	22
<i>Ковалчук О.</i> THE DEVELOPMENT OF SMART VILLAGES IN EU .....	25
<i>Ришко Ю. М., Королік М. О., Федун І. Л.</i> МІСЦЕ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ В МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИНАХ.....	27
<i>Смерічевська С. В., Маркітан О. І.</i> СУЧАСНЕ СТАНОВИЩЕ АУТСОРСИНГУ В УКРАЇНІ ТА ТЕНДЕНЦІЇ ЙОГО РОЗВИТКУ У СВІТІ.....	30

<i>Пилипак О. В.</i> ДЕЯКІ ОСОБЛИВОСТІ ВИБОРУ СТАВКИ ДИСКОНТУВАННЯ В ІНВЕСТИЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....	52
<i>Турчина А. М.</i> ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ В УКРАЇНІ.....	54
<b>СЕКЦІЯ 27. ТУРИЗМ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА</b> <b>SECTION 27. TOURISM AND HOTEL-RESTAURANT BUSINESS.....</b>	<b>56</b>
<i>Маслиган О. О., Бляшин Н. Я.</i> СТРУКТУРНА ХАРАКТЕРИСТИКА ВЕЛНЕС ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ.....	56
<i>Папн В. В., Попович Т. М.</i> НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ІНСТИТУЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ.....	57
<i>Притула Т. В.</i> ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА У СФЕРІ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ.....	58
<i>Табенська О. І.</i> ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У ГОСПОДАРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....	61

- додаткові сервіси;
- довідкові каталоги з відгуками і порадами;
- та інші.

Мобільні додатки покликані максимально спростити процес комунікації з клієнтами, зробити цю взаємодію ефективною і двосторонньою. Наприклад, мобільний банкінг, що починався з найпростіших операцій перевірки балансу рахунку та переведення грошових коштів, зараз надає велике розмаїття сервісів, включаючи можливість відкриття нових вкладів, оформлення банківських карт, конвертацію фінансових коштів, оплату різноманітних рахунків і т. п.

Таким чином, розробка власного мобільного застосування для підприємства сервісу стає важливим елементом інформаційного забезпечення. Власне мобільний додаток забезпечує зручну комунікацію з клієнтом, сприяє збільшенню кількості нових і підвищенню лояльності вже наявних клієнтів, сприяє зростанню впізнаваності бренду, створенню позитивного образу сервісного підприємства, досягненню цілей і виконанню місії компанії.

У підсумку варто зазначити, що в умовах цифрової економіки суспільне життя і туристична діяльність все більш технологізується, створюється єдиний інформаційний простір в сфері світового туризму, формуються нові принципи інформаційного забезпечення та управління туризмом. Інформаційний супровід туристичного бізнесу і його цифровизація є стратегічним ресурсом, що забезпечує підвищення конкурентоспроможності туризму.

#### Список літератури

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Мазараки А. Форсайт розвитку національної туристическої системи / А. Мазараки., М. Бойко, А. Охрименко // Вісник КНТЕУ. – 2018. – № 3 (119). – С. 5 – 22 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://visnik.knteu.kiev.ua/files/2018/03/02.pdf>.
3. Карчева Г. Т. Цифрова економіка та її вплив на розвиток національної та міжнародної економіки / Г. Т. Карчева, Д. В. Огородня, В. А. Опенько // Фінансовий простір – 2017. – № 3 (27). – С. 13 – 21 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fp.cibs.ubs.edu.ua>.
4. Проект «Цифровий порядок денний України – 2020» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uccr.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>.
5. Як цифрова економіка змінить Україну / О. Риженко, В. Фіщук [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/columns/2018/01/16/633057>.
6. Законодавство України «Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018 – 2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
7. Online Travel 2020: Evolve or Expire [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.amadeus.com/documents/otas/online-travel-2020.pdf>.

УДК 658. 589: 338. 488. 2: 640. 4

**Табенська О. І.**

к. е. н., доцент,  
старший викладач кафедри менеджменту ЗЕД,  
готельно-ресторанної справи та туризму,  
Вінницький національний аграрний університет

### **ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У ГОСПОДАРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

Застосування інноваційних процесів у господарській діяльності закладів готельно-ресторанного бізнесу створює сприятливі умови для ефективного розвитку туристичної сфери загалом. Відпочинок туристів передбачає повноцінне харчування та проживання в належних умовах, сприяє духовному та фізичному відновленню подорожуючих.

Споживачів закликають витратити більше – таким є стереотип сліпої логіки, що заохочує громадян купувати, бо хтось вбачає в цьому вихід із кризи, а всі ми, а також

наступні покоління не зможемо коли-небудь погасити цей борг. Такими є принципи неефективної економічної моделі «Червоної економіки», що позичає у природи, у людства, у всіх, не думаючи про погашення боргів, залишаючи його майбутнім поколінням.

Для порівняння: модель «Зеленої економіки» вимагає від компаній інвестувати більше, натомість споживачі готові платити більше, щоб досягти того ж або навіть меншого результату при збереженні навколишнього середовища [1].

У «Стратегії сталого розвитку України на період до 2030 року» мова йде про сучасні вектори: вектор сталого розвитку; вектор безпеки; вектор відповідальності; вектор гордості. Дана модель орієнтована на досягнення оптимального балансу між трьома складовими розвитку – економічною, соціальною та екологічною. Перехід до сталого розвитку – це процес зміни ціннісних орієнтацій багатьох людей. Визначальним у Стратегії є інноваційне спрямування розвитку, яке ґрунтується на активному використанні знань і наукових досягнень, стимулюванні інноваційної діяльності, створенні сприятливого інвестиційного клімату, оновленні виробничих фондів, формуванні високотехнологічних видів діяльності та галузей економіки, підвищенні енергоефективності виробництва, стимулюванні збалансованого економічного зростання, основаному на залученні інвестицій у використання відновлюваних джерел енергії, в екологічно безпечне виробництво та "зелені" технології. Економічне зростання буде пов'язане не з експлуатацією природних ресурсів, а з широким застосуванням моделей «зеленої» економіки [2, с. 3 – 6].

Якщо ми поглянемо під іншим кутом зору, то побачимо, що «Синя економіка» розглядає питання збалансованості, які виходять за рамки простого збереження, – «Синя економіка» займається регенерацією. Можна сказати, що «Синя економіка» забезпечує такий еволюційний шлях екосистем, що всі можуть отримати вигоду з невичерпного джерела природи в творчості, адаптації і достатку [1].

У менеджменті кращих компаній світу, незалежно від моделі, у якій вони існують, незалежно від національної приналежності, проявляються такі риси: клієнт-орієнтований підхід; диверсифікованість бізнесу; активізація людського фактора; використання сучасних інтегрованих інформаційних маркетингових технологій; розвиток партнерських зв'язків, у тому числі через нові організаційні форми управління: глобальні об'єднання, стратегічні альянси, консорціуми, що забезпечують доступ до дешевих ресурсів і важливих ринків збуту; домінування адаптивних структур управління; серйозна робота зі створення й підтримки мікрокультури [3, с. 165 – 168].

Готельно-ресторанний бізнес – це основна складова туристичної індустрії. Готельно-ресторанний бізнес містить цілий комплекс послуг для туристів і є ключовим чинником, що визначає перспективи розвитку туризму. Отже, в умовах безперервних економічних змін інновації стають основним чинником, що сприяє динамічному розвитку і підвищенню результативності функціонування підприємств готельно-ресторанного господарства.

Аналіз підприємств готельного господарства, які успішно здійснюють інноваційну діяльність, показує, що спонукальним мотивом для розробки інновацій є бажання і прагнення керівництва вести стратегічну діяльність в цілому і зокрема інноваційну. Іншою основною умовою для впровадження інновацій є наявність ефективної системи маркетингу, що забезпечує зв'язок підприємства з кінцевим споживачем готельного продукту з метою постійно виявлення нових явних і прихованих потреб споживачів щодо якості продукції та готельної послуги [4, с. 201 – 205].

Під інноваційним маркетингом слід розуміти концепцію ведення бізнесу, яка передбачає створення вдосконаленої або принципово нової продукції (виробу, технології, послуги, управлінського рішення) – інновації – і використання в процесі її створення та розповсюдження вдосконалених чи принципово нових – інноваційних – інструментів, форм та методів маркетингу з метою більш ефективного задоволення потреб як споживачів, так і виробників товарів та послуг [5, с. 32].

Нейромаркетинг – це новітній комплекс нейроприймів, нейрометодів та неротехнологій, який допомагає встановлювати комунікаційний зв'язок між підприємством та споживчою аудиторією на рівні підсвідомості та активізувати купівлю товарів та послуг.



Систематизуючи основні підвиди нейромаркетингу, можна прийти до трьох основних базових елементів: аромамаркетинг; мерчандайзинг; аудіомаркетинг [6, с. 210 – 212].

Традиційно в закладах ресторанного господарства використовуються прийоми комунікативного та візуального мерчандайзингу. До комунікативного мерчандайзингу відносять прийоми переконливого спілкування з відвідувачами, уміння налагоджувати контакти, ненав'язливо переконати відвідувача в тому, що він прийшов саме в той заклад і саме цю страву він має замовити, навіть у тому випадку, коли він сам того не підозрює.

Якщо вдало і грамотно застосувати прийоми комунікативного мерчандайзингу, то клієнт замовить страву і, якщо він залишиться задоволений її якістю, повернеться до закладу знову. В свою чергу, візуальний мерчандайзинг, направлений на автоматичне залучення уваги відвідувача як до самого закладу ресторанного господарства, так і до його продукції з метою прояву належного інтересу [7, с. 212 – 215].

Підвищення гнучкості і оперативності в роботі зі споживачами, можливість індивідуалізації обслуговування без збільшення трансакційних витрат. Збільшення можливостей із залучення споживачів, розширення реклами. Збільшення можливостей співпраці з провідними банками, спільні програми з підвищення лояльності споживачів (знижки, бонуси, спеціальні пропозиції і т. д.), формування постійної клієнтської бази.

Підвищення якості, оперативності і гнучкості постачання, рішення проблеми псування сировини, можливості підтримки ексклюзивного меню. Зміцнення і підвищення ефективності діяльності за рахунок інтеграції в суміжний бізнес (ресторан при готелі, фірмі тощо) [8, с. 162 – 164].

Таким чином, для розвитку інноваційної моделі маркетингової комунікаційної політики слід активно застосовувати механізм створення та ефективного функціонування готельних кластерів. Для цього слід розробити різноманітні схеми консолідації та кооперування усіх учасників готельного кластеру (підприємств готельного господарства, туристичних операторів, санаторно-курортних закладів, інформаційних порталів, постачальників тощо) поряд із ціленаправленим використанням джерел фінансування на основі приватно-державного партнерства.

Однак слід зазначити, що системний підхід до побудови кластерного готельного продукту може стати дієвим механізмом удосконалення комунікаційної політики багатьох вітчизняних підприємств готельного господарства і бути важливим рушієм удосконалення маркетингової політики [9, с. 139 – 143].

#### **Список літератури**

1. Паулі Г. Синя економіка. 10 років, 100 інновацій, 100 мільйонів робочих місць / Г. Паулі ; пер. з англ. А. Побережна; ред. Л. Ярошенко – «Risk Reduction Foundation, 2012. – 320 с.
2. Про Стратегію сталого розвитку України до 2030 року. Проект Закону України 9015 від 07.08.2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=64508](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=64508).
3. Борисова О. В. Показники ефективності інноваційної політики підприємств ресторанного господарства / О. В. Борисова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : [зб. наук. праць]. – Харків : ХДУХТ, 2009. – С. 72 – 77.
4. Бурий С.А. Інноваційний потенціал у сфері готельно-ресторанного бізнесу та туризму / С. А. Бурий // Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. – Т. 2. – № 5. – С. 201 – 205. (Серія: Економічні науки).
5. Ілляшенко С. М. Маркетинг інновацій та інноваційний маркетинг, їх місце серед концепцій ведення бізнесу / С. М. Ілляшенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://elkniga.info/book\\_144\\_gl\\_9\\_1.3\\_Marketing\\_innovaciji\\_ta.html](http://elkniga.info/book_144_gl_9_1.3_Marketing_innovaciji_ta.html).
6. Вудвуд В. В. Нейромаркетинг – новітній інструмент впливу на поведінку споживачів у недосконалих умовах ринкової економіки України / В. В. Вудвуд, А. Я. Білоус // Інноваційна економіка. – 2013. – № 7. – С. 210 – 212. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek\\_2013\\_7\\_50](http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2013_7_50).
7. Шамара І. М. Мерчандайзинг та його роль в сучасному ресторанному господарстві / І. М. Шамара // Ефективна економіка. – 2014. – № 6. – С. 212 – 215. (Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм).
8. Прилепа Н. В. Інноваційні технології у сфері ресторанного бізнесу / Н. В. Прилепа, Г. О. Соколюк // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2014. – № 4. – т. 2. – С. 162 – 164.
9. Магалецький А. В. Готельний кластер як інструмент комунікаційної політики підприємств готельного господарства / А. В. Магалецький // Вісник Донбаської державної машинобудівної академії. – 2010. – № 4 (21). – С. 139 – 143.