

**МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ (УКРАЇНА)
ГУМАНІСТИЧНО-ПРИРОДНИЧИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМ. ЯНА ДЛУГОША
В МІСТІ ЧЕНСТОХОВІ (ПОЛЬЩА)**

**ISSN (print) 2617-0833
ISSN (online) 2617-0841**

**Міжнародний науковий журнал
«ОСВІТА І НАУКА»**

**ПРИРОДНИЧІ ТА ТЕХНІЧНІ НАУКИ
ГУМАНІТАРНІ ТА СУСПІЛЬНІ НАУКИ
ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ**

Виходить два рази на рік

Випуск 2(37) 2024

МУКАЧЕВО-ЧЕНСТОХОВА

**MUKACHEVOSTATEUNIVERSITY (UKRAINE)
HUMANISTIC-NATURAL SCIENCES UNIVERSITY NAMED AFTER YANA
DLUHOSHA IN CZESTOCHOWA(POLAND)**

**ISSN (print) 2617-0833
ISSN (online) 2617-0841**

**International scientific journal
«EDUCATION AND SCIENCE»**

**NATURAL AND TECHNICAL SCIENCES
HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES
ECONOMIC SCIENCES**

Published twice a year

Issue 2(37) 2024

MUKACHEVO-CZĘSTOCHOWA

**Міжнародний науковий журнал
«ОСВІТА І НАУКА»**

*Заснований у 2006 році. Виходить двічі на рік.
Співзасновники та видавці журналу*

*Мукачівський державний університет (Україна)
Гуманістично-природничий університет ім. Яна
Длугоша в місті Ченстохові (Польща)*

*У 2018 році перереєстрований, Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу
масової інформації КВ №23077-12917ПП*

Перереєстрований у 2024 році, ідентифікатор медіа R30-04572

Рекомендовано до друку та поширення через мережу Інтернет
Вченою радою Мукачівського державного університету
(Протокол №7 від 27.11. 2024 р.)

Головний редактор:

Щербан Тетяна Дмитрівна – доктор психологічних наук, професор, Заслужений працівник освіти України (Мукачево, Україна)

Заступники головного редактора:

Jerzy Piwowarski – Dr. hab., Prof. AJD (Ченстохова, Польща)

Гоблик Володимир Васильович – доктор економічних наук, професор (Мукачево, Україна)

Відповідальний секретар: **Мовчан Катерина Миколаївна** (Мукачево, Україна)

СКЛАД РЕДАКЦІЙНОЇ КОЛЕГІЇ

Розділ "Природничі та технічні науки"

Відповідальний редактор: Козарь Оксана Петрівна – доктор технічних наук, професор (Мукачево, Україна)

Члени редакційної колегії:

Злотенко Б.М. – д-р т. н., професор (Київ, Україна)

Блецкан Д.І. – д-р фіз.-мат. н., професор (Ужгород, Україна)

Boguslaw Wozniak – Dr. Eng., Prof. (Лодзь, Польща)

Шаблій О. І. – д-р геогр. н., професор (Львів, Україна)

Yuriy Povstenko – Prof. Dr. hab. (Ченстохова, Польща)

Ravol Lizak – Prof. Ing, PhD (Ружонберог, Словацька Республіка)

Кабаций В.М. – к. фіз.-мат. н., доцент (Мукачево, Україна)

Смочко Н.М. – д-р. геогр. н., доцент (Мукачево, Україна)

Розділ "Гуманітарні та суспільні науки"

Відповідальний редактор: Теличко Наталія Вікторівна – доктор педагогічних наук, професор (Мукачево, Україна)

Члени редакційної колегії:

Попович Н.М. – д-р пед. н., професор (Мукачево, Україна)

Шандор Ф.Ф. – д-р філос. н., професор (Ужгород, Україна)

Оросова Рената – д-р філософії (Словацька Республіка)

Саболч Єва – д-р філософії, професор (Угорщина)

Beata Urbanowicz – Prof. hab. Dr., професор (Ченстохова, Польща)
Marzena Bogus – Dr. (Ченстохов, Польща)
Daniela Kukla – Dr., Prof. (Ченстохова, Польща)
Maryla Renat – Dr. (Ченстохова, Польща)
Максименко С.Д. – д-р психол. н, професор (Київ, Україна)
Ямчук Т.Ю. – к. психол. н. (Мукачево, Україна)
Швардак М.В. – д-р. пед. н., доцент (Мукачево, Україна)
Прокопович Л.С. – к. філол. н., доцент (Мукачево, Україна)
Малець О.О. – д-р і.н., професор (Мукачево, Україна)
Морська Л.І. – д-р пед. н., професор (Львів, Україна)

Розділ "Економічні науки"

Відповідальний редактор: *Реслер Марина Василівна* – доктор економічних наук, професор (Мукачево, Україна)

Члени редакційної колегії:

Пап В. В. – д-р екон. н., професор (Мукачево, Україна)
Боднар М.І. – д-р екон. н., професор (Київ, Україна)
Задорожний Зеновій-Михайло В. – д-р екон. н., професор (Тернопіль, Україна)
Куцик П.О. – к. екон. н., професор (Львів, Україна)
Maia Margvelashvili – PhD. prof. (Тбілісі, Грузія)
Peter Šoltés – PhD. doc. Senior research fellow (Братіслава, Словачька Республіка)
Gozora V.A. – PhD. Prof. (Братіслава, Словачька Республіка)
Jan Hron – Prof. Ing, DrSc. dr. h.c. (Прага, Чеська Республіка)
Teresa Martyniuk – PhD. Prof. (Сопот, Польська Республіка)
Robert Magda – PhD. Prof. (Геделле, Угорська Республіка)
Ровт Алекс – к. екон. н. (США)
Пітюлич М.І. – д-р екон. н., професор (Ужгород, Україна)
Дем'ян Я.Ю. – к. екон. н., доцент (Мукачево, Україна)
Лизанець А.Г. – к. екон. н., доцент (Мукачево, Україна)
Лінтур І.В. – к. екон. н., доцент (Мукачево, Україна)

М 58

Міжнародний науковий журнал «ОСВІТА І НАУКА» / ред. кол.: Т.Д. Щербан (гол.ред.); заст. гол. ред.: Jerzy Piwowarski; В.В. Гоблик. Мукачево-Ченстохова: РВВ МДУ; Гуманістично- природничий університет ім. Яна Длугоша в місті Ченстохові, 2024. Вип. 2(37). 170с.

УДК 37:001(051)-027.543-028.42"540*6"

Міжнародний науковий журнал "ОСВІТА І НАУКА" зареєстровано та проіндексовано в таких міжнародних наукометричних базах даних: *Index Copernicus, ResearchBib, SJIF/InnoSpace (Марокко), CiteFactor, Infobase Index (Індія), DRJI (Індія), Turkish Education Index, Global Impact Factor, Eurasian Scientific Journal Index, зареєстрований в Google Scholar.*

©Мукачівський державний університет, 2024
© Гуманістично-природничий університет ім. Яна Длугоша в місті Ченстохові (Польща), 2024

International scientific journal
«**EDUCATION AND SCIENCE**»
Founded in 2006. Published twice a year.
Co-founders of and publishers the journal: Mukachevo State University (Ukraine)
Humanistic-Natural Sciences University named after Yana Dluhosha in
Czestochowa (Poland)

Re-registered in 2018, Certificate of state registration of printed mass media, KV №23077-12917PR

Registered in 2024, media identifier R30-04572

*Recommended for publication and dissemination through the Internet
by the Academic Council of Mukachevo State University
(Protocol No. 27.11 2024)*

Chief Editor:

Shcherban Tetyana – Doctor of Psychology, Professor. Honored Worker of Education of Ukraine
(Mukachevo, Ukraine)

Deputies editor in chief:

Jerzy Piwowarski – Dr. hab., Prof. AJD (Częstochowa, Poland)

Hoblyk Volodymyr – Doctor of Economics, Professor (Mukachevo, Ukraine)

Responsible secretary: *Movchan Kateryna* (Mukachevo, Ukraine)

EDITORIAL BOARD

Section "Natural and technical Sciences"

Responsible editor: *Kozar Oksana* – Doctor of Technical Sciences, Professor (Mukachevo, Ukraine)

Members of the editorial board:

Zlotenko B.M. – Dr. Eng., Professor (Kyiv, Ukraine)

Bleckan D.I. – Dr. Eng., Professor (Uzhgorod, Ukraine)

Boguslaw Wozniak - Dr. Eng., Prof. (Lodz, Poland)

Shabli O.I. – Dr. of Geography, Professor (Lviv, Ukraine)

Yuriy Povstenko – Prof. Dr. hab. (Częstochowa, Poland)

Pavol Lizak – Prof. Ing, PhD (Ruzhonberog, Slovak Republic)

Kabatsiy V.M. – Ph. D in Physics and Mathematics, Docent (Mukachevo, Ukraine)

Smochko N.M. – Dr. of Geography (Mukachevo, Ukraine)

Section "Humanities and Social Sciences"

Responsible editor: *Telychko Natalia* – Doctor of Pedagogical Sciences, Professor
(Mukachevo, Ukraine)

Members of the editorial board:

Popovich N.M. – Dr. of Ped. sc., Professor (Mukachevo, Ukraine)

Shandor F.F.– Dr. of Philosophy, Professor (Mukachevo, Ukraine)

Orosova Renata – Dr. of Philosophy (Slovak Republic)

Sabolch Eve – Dr. of Philosophy, Professor (Hungary)

Beata Urbanowicz – Prof. hab. Dr., Professor (Częstochowa, Poland)

Marzena Bogus – Dr. (Częstochowa, Poland)

Daniela Kukla – Dr., Prof. (Częstochowa, Poland)
Maryla Renat – Dr. (Częstochowa, Poland)
Maksimenko S.D. – Dr. of Psychological sc., Professor (Kyiv, Ukraine) Yamchuk T.Yu. – Candidate in Psychological sc. (Mukachevo, Ukraine)
Schwardak M.V. – Doctor of Pedagogical Sciences, Professor (Mukachevo, Ukraine)
Prokopovich L.S. – Candidate in Philosophy., Docent (Mukachevo, Ukraine)
Malets O.O. – Doctor of History, Professor (Mukachevo, Ukraine)
Morsjka L.I. – Dr. of Ped. sc., Professor (Lviv, Ukraine)

Section "Economic Sciences"

Responsible editor: Resler Marina – Doctor of Economic Sciences, Professor (Mukachevo, Ukraine)

Members of the editorial board:

Pap V.V. – Doctor of Ec., Professor (Mukachevo, Ukraine)
Bodnar M.I. – Doctor of Ec., Professor (Kyiv, Ukraine)
Zadorozhny Zenoviy-Mykhailo V. – Doctor of Ec., Professor (Ternopil, Ukraine)
Kutsik P.O. – Candidate in Economics, Professor (Lviv, Ukraine)
Maya Margvelashvili – PhD. prof. (Tbilisi, Georgia)
Peter Šoltés – PhD. doc. Senior research fellow (Bratislava, Slovak Republic)
Gozora V.A. – PhD. Prof. (Bratislava, Slovak Republic)
Jan Hron – Prof. Ing, Dr Sc. dr. h.c. (Prague, Czech Republic)
Teresa Martyniuk – PhD. Prof. (Sopot, Republic of Poland)
Robert Magda – PhD. prof (Giedelle, Hungary Republic)
Rovt Alex – Candidate in Economics (USA)
Pityulich M.I. – Doctor of Ec., Professor (Uzhgorod, Ukraine)
Demyan Y.Yu. – Candidate in Economics, Docent (Mukachevo, Ukraine)
Lizanets A.G. – Candidate in Economics, Docent (Mukachevo, Ukraine)
Lintur I.V. – Candidate in Economics, Docent (Mukachevo, Ukraine)

International scientific journal «EDUCATION AND SCIENCE»/ ed. board: T.D. Shcherban (Ed. in Chief); Deputy Ch. Ed: Jerzy Piwowarski; V.V. Hoblyk. Mukachevo. – Częstochowa: MSU publ., Humanistic-Natural Sciences University named after Yana Dluhoshha in Czestochowa, 2024. Issue 2(37). 170p.

UDK 37:001(051)-027.543-028.42"540*6"

The previous name of the journal «Scientific Bulletin of Mukachevo State University», ISSN 2311-8164. The journal has been registered and indexed in such international scientometric catalogs and databases: *Index Copernicus*, *ResearchBib*, *SJIF/Inno-Space (Mapokko)*, *CiteFactor*, *Infobase Index (Індія)*, *DRJI (Індія)*, *Turkish Education Index*, *Global Impact Factor*, *Eurasian Scientific Journal Index*, *запечатований в Google Scholar*.

© Mukachevo State University, 2024
© Humanistic-Natural Sciences University named
after Yana Dluhoshha in Czestochowa (Poland), 2024

УДК 004.738.5:658.8(045)

**СУЧАСНІ ТRENДИ В ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ: СТРАТЕГІЇ ДЛЯ
УСПІШНОГО ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ**

Стахурська С.В.

**CURRENT TRENDS IN INTERNET MARKETING: STRATEGIES FOR
SUCCESSFUL BRAND PROMOTION**

Stakhurska Svitlana

В статті досліджуються сучасні тренди в інтернет-маркетингу, акцентуючи увагу на ефективних стратегіях просування бренду. Вона розглядає важливість контент-маркетингу, соціальних медіа, SEO, email-маркетингу та використання аналітики для оптимізації кампаній. Автори аналізують вплив нових технологій, таких як штучний інтелект та автоматизація, на процеси маркетингу. Обговорюється роль персоналізації контенту та комунікації з цільовою аудиторією. Стаття буде корисною для маркетологів, підприємців та студентів, які прагнуть покращити свої знання про інтернет-маркетинг та впроваджувати сучасні стратегії в практику.

Ключові слова: інтернет-маркетинг, просування бренду, контент-маркетинг, соціальні медіа, SEO, email-маркетинг, аналітика, штучний інтелект, персоналізація.

The article explores current trends in internet marketing, focusing on effective strategies for brand promotion. It examines the importance of content marketing, social media, SEO, email marketing, and the use of analytics to optimize campaigns. The authors analyze the impact of new technologies, such as artificial intelligence and automation, on marketing processes. The role of content personalization and communication with the target audience is discussed. This article will be useful for marketers, entrepreneurs, and students seeking to enhance their knowledge of internet marketing and implement modern strategies in practice.

Keywords: internet marketing, brand promotion, content marketing, social media, SEO, email marketing, analytics, artificial intelligence, personalization.

Головною метою будь-якої компанії, фірми, підприємства є досягнення успіху. Для процвітання компанії має значення багато факторів: правильно вибрана стратегія, віддані компанії службовці, добре налагоджена система інформування, точне виконання програми маркетингу[1, с.179-180]. Маркетинг – це одержання прибутку із задоволення споживача" набуває особливого значення. У сучасному цифровому середовищі успіх брендів значною мірою залежить від їх здатності створювати споживацьку цінність та задовольняти потреби клієнтів. Інтернет-маркетинг надає унікальні можливості для безпосередньої взаємодії з цільовою аудиторією, дозволяючи підприємствам збирати дані про поведінку та вподобання споживачів. Завдяки цьому бренди можуть персоналізувати свої пропозиції, адаптувати контент та розробляти

стратегії, які максимально відповідають інтересам і потребам клієнтів. Отже, основою успішного інтернет-маркетингу є глибоке розуміння споживацьких цінностей і прагнення до їх задоволення, що, в свою чергу, призводить до збільшення прибутків. Інтернет-маркетинг – комплекс заходів по просуванню і продажу на ринку товарів, послуг, торгової марки за допомогою Всесвітньої мережі[2, с.119-126].

На думку Пітера Друкера, «основна мета маркетингу – зробити зусилля збуту непотрібними. Його мета – таким чином зрозуміти та пізнати клієнта, що товар або послуга буде точно підходити останньому і продавати себе самі. Ф. Котлер акцентує увагу на те, що маркетинг – це вид людської діяльності, спрямована на задоволення потреб через обмін (тобто є взаємодія)[1, с.179-180]. Американська асоціація маркетингу вважає, що маркетинг – це процес планування та реалізації задуму, ціноутворення, просування та реалізації ідей, товарів, послуг через обмін, які задовольняють цілі окремих осіб та організацій [3, с. 88-90].

В умовах швидкого розвитку технологій та зміни поведінки споживачів інтернет-маркетинг став невід'ємною частиною бізнес-стратегій. Сучасні тренди в цій сфері вимагають від маркетологів гнучкості, адаптивності та креативності для успішного просування брендів. У цій статті розглянемо ключові тенденції та стратегії, які можуть допомогти компаніям залишатися конкурентоспроможними.

Контент-маркетинг продовжує бути основою ефективних маркетингових кампаній. Якісний, цінний та релевантний контент допомагає залучати увагу цільової аудиторії та будувати довгострокові відносини з нею. Блогі, статті, відео та інфографіка є потужними інструментами, які можуть допомогти брендам передати своє повідомлення, продемонструвати експертизу та залучити нових клієнтів.

Не менш ефективними є соціальні медіа які продовжують залишатися потужним каналом для просування бренду. Платформи, такі як Instagram, Facebook, TikTok та LinkedIn, пропонують унікальні можливості для взаємодії з

аудиторією. Бренди можуть використовувати соціальні мережі для створення спільнот, проведення конкурсів та акцій, а також для зворотного зв'язку зі споживачами.

Правильна оптимізація контенту для пошукових систем допомагає покращити видимість сайту, залучити органічний трафік та збільшити конверсії. Тому пошукова оптимізація (SEO) залишається важливим аспектом інтернет-маркетингу. Важливо постійно відстежувати зміни в алгоритмах пошукових систем та адаптувати стратегії SEO відповідно до нових вимог.

Одним з найбільш ефективних способів взаємодії зі споживачами залишається email-маркетинг. Створення персоналізованих розсилок, що враховують інтереси та поведінку користувачів, допомагає підвищити рівень відкриття листів і зацікавленість до пропозицій. Автоматизація процесів email-маркетингу дозволяє заощадити час та зусилля, одночасно забезпечуючи високий рівень залучення.

Використання аналітики є ключовим для оцінки ефективності маркетингових кампаній. Інструменти, такі як Google Analytics, дозволяють відстежувати поведінку користувачів, аналізувати трафік та отримувати важливу інформацію для прийняття рішень. Збір і аналіз даних допомагають зрозуміти, які стратегії працюють, а які потребують коригування.

Інтернет-маркетинг має свої переваги як для покупців, так і для продавців товарів. Перевагами Інтернет-маркетингу для потенційних покупців є:

- можливість замовляти товари 24 години на добу 7 днів в тиждень незалежно від місця знаходження покупця;
- наявність потрібної інформації – порівняльних даних про компанії та їх конкурентів, продукцію, ціни на товари. Така оперативна інформація є здебільшого безплатною;
- зменшення рівня впливу, оскільки покупець не спілкується з продавцями і не підпадає під вплив раціональних і емоційних факторів переконання.

Перевагами Інтернет-маркетингу для компаній постачальників є:

- можливість швидкої адаптації до ринкових умов через оперативне доповнення торгових пропозицій, регулювання ціни і характеристик продукції;
- невисока вартість утримання віртуальних підприємств торгівлі в порівнянні з фізичними;
- створення партнерських відносин між покупцем і продавцем через їх спілкування в режимі реального часу,
- можливість автоматизації створення бази даних про клієнтів;
- можливість створення профілів покупців (індивідуального, групового, регіонального тощо);
- наявність практично необмеженого кола потенційних покупців як наслідок глобальності Інтернету[2, с.119-126].

Отже, сучасні тренди в інтернет-маркетингу вимагають від брендів постійної адаптації до змінюваного середовища. Використання ефективних стратегій, таких як контент-маркетинг, соціальні медіа, SEO, email-маркетинг, аналітика та новітні технології, допоможе компаніям успішно просувати свої продукти та послуги в умовах сучасного цифрового світу. Ключ до успіху полягає в інтеграції цих трендів у загальну стратегію маркетингу та постійному вдосконаленні своїх навичок.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гладинець А. Ю., Бора Н. Ю. Сутність маркетингу та його сучасна концепція. *Актуальні проблеми обліково-аналітичного процесу в управлінні підприємницькою діяльністю*: матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, м. Мукачєво, 28 жовтня 2021р. Мукачєво: МДУ, 2021. С. 179-180.
2. Сеньків Л. М., Панченко О. Д. Використання сервісів Інтернету в маркетингу. *Науковий вісник Мукачівського технологічного інституту*. Мукачєво: МТІ, 2008. № 5. С. 119-126.
3. Балдинюк А. Г. Менеджмент вражень як стратегічний напрямок розвитку організації та її бренду. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2014. Вип. 6(2). С. 88-90.

REFERENCES

1. Hladynets, A. Yu., and Bora, N. Yu. 2021. Sutnist marketynhu ta yoho suchasna kontseptsiia [The essence of marketing and its modern concept]. *Current problems of the accounting and analytical process in business management*, materials of the IX International Scientific and Practical Internet Conference, Mukachevo, October 28.
2. Senkiv, L. M., and Panchenko, O. D. 2008. "Vykorystannia servisiv Internetu v marketynhu [[Using Internet services in marketing]". *Scientific Bulletin of the Mukachevo Institute of Technology* 5: 119-126.
3. Baldyniuk, A. H. 2014. "Menedzhment vrazhen yak stratehichniy napriamok rozvytku orhanizatsii ta yii brendu [Impression management as a strategic direction for the development of the organization and its brand]". *Scientific Bulletin of Kherson State University* 6(2): 88-90.

<p>Сарахман Марія Іванівна <i>Sarakhman Mariia</i></p>	<p>Заступник директора коледжу з навчальної роботи, виконувач обов'язків директора, викладач економічної теорії, викладач вищої категорії, Самбірський фаховий коледж економіки та інформаційних технологій (Самбір, Україна) <i>Deputy director of the college for educational work, acting director, teacher of economic theory, teacher of the highest category, Sambir Vocational College of Economics and Information Technologies (Sambir, Ukraine)</i></p>
<p>Симонян Віталій Вікторович <i>Vitalii Symonian</i></p>	<p>Доктор філософії, асистент кафедри музичного мистецтва, Мукачівський державний університет (Мукачево, Україна) <i>Doctor of Philosophy, Assistant at the Department of Musical Arts, Mukachevo State University (Mukachevo, Ukraine).</i></p>
<p>Стахурська Світлана Василівна <i>Stakhurska Svitlana</i></p>	<p>Доктор філософії, асистент кафедри підприємництва та екологічної експертизи товарів, Національний університет «Львівська політехніка» (Львів, Україна) <i>Doctor of Philosophy, Assistant at the Department of Entrepreneurship and Environmental Product Examination, Lviv Polytechnic National University (Lviv, Ukraine).</i></p>
<p>Тіхонова Лідія Анатоліївна <i>Tikhonova Lidiya</i></p>	<p>Кандидат філософських наук, доцент професор кафедри філософії, Харківський національний університет радіоелектроніки (Харків, Україна) <i>National University of Radio Electronics Харків, Україна PhD Professor of Philosophy</i></p>

Черепаня Н. І., Русин Н. М. ПРИНЦИП ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ ХУДОЖНЬО-ТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА В ІНТЕГРОВАНОМУ НАВЧАННІ ДОШКІЛЬНИКІВ ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ	121
Бедевельський А. В., Мельник Д. В., Козик Я.Я. РОЗВИТОК МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ	125
Остап`юк Н.А., Климович Д.А. ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДИКИ АУДИТУ ОПЕРАЦІЙ З ФІНАНСОВИМИ ІНСТРУМЕНТАМИ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА СИСТЕМУ КОНТРОЛЮ ПІДПРИЄМСТВА	130
Сарахман М.І. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ВІД КЛАСИКИ ДО СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ	135
Остап`юк Н.А. Климович Д.А. ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДИКИ АУДИТУ ОПЕРАЦІЙ З ФІНАНСОВИМИ ІНСТРУМЕНТАМИ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА СИСТЕМУ КОНТРОЛЮ ПІДПРИЄМСТВА	139
Стахурська С.В. СУЧАСНІ ТРЕНДИ В ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ: СТРАТЕГІЇ ДЛЯ УСПІШНОГО ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ	143
Цвігун Ю.І. СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ: УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВОМ ТА СТАЛИЙ РОЗВИТОК АВТОРСЬКИЙ КОЛЕКТИВ	147
	151

CONTENT

NATURAL AND TECHNICAL SCIENCES	
Максютова Олена, Демченко Vitaliy HISTORICAL ASPECTS OF THE DEVELOPMENT OF THE SCIENCE OF THE RESISTANCE OF MATERIALS	3
Derkach Oksana HISTORY OF LAW: DEVELOPMENT OF LEGAL NORMS AND SYSTEMS	10
Lepkiy Mykhajlo, Ilto Halyna, Luzanska Tetyana, Leta Vasyl POLICY OF EDUCATIONAL ACCESSIBILITY IN HIGHER EDUCATION	14
Movchan Kateryna, Triapitsyn Vladyslav, Kachur Oleksandr LIBRARY HUB AS A MODERN COMMUNITY CENTER: ORGANIZATION, FUNCTIONS, AND DEVELOPMENT PROSPECTS	23
Turuta Olena, Tikhonova Lidiya FEATURES OF THE MODERN CONCEPT OF DEVELOPMENT FROM THE POINT OF VIEW OF THE EVOLUTIONARY-SYNERGETIC PARADIGM	29
Uhryn Anhelina, Boksha Nataliia, Sadovnikova Tetyana CHARACTERISTICS OF MODERN EMBROIDERY EQUIPMENT IN THE TECHNOLOGY OF WOMEN'S CLOTHING MANUFACTURING	32



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>