

– фінансова, юридична та матеріальна підтримка;
 – інтенсивний коучинг з продажів і презентацій, маркетингу, поширення інформації, приміщення для офісу, коворкінгу тощо;
 – формування або реструктуризація бізнес-процесів;
 – позитивний вплив на регіональні підприємницькі екосистеми шляхом збільшення кількості інвесторів у районах розміщення бізнес-акселераторів загалом [4]. Стартапи як новий інноваційний бізнес змінюють економіку та прискорюють її розвиток, піднявши технології на одну або кілька сходинок вище, вони створюють хвилі в економіці, які змінюють мислення та спосіб життя людей. Акселератори допомагають стартапам на етапі підготовки до отримання початкових інвестицій для масштабування бізнесу.

Література

1. Глобальний моніторинг підприємництва (GEM). – Режим доступу: <https://gemconsortium.org>
2. Коваленко В. Зрозуміти інновації. Як працює МНП Accelerator? – Режим доступу: <https://aggeek.net/ru-blog/zrozumiti-innovatsii-yak-pratsyue-mhp-accelerator>
3. Офіційний сайт Startup Genome – Режим доступу: <https://startupgenome.com/>
4. Hathaway Ian. What Startup Accelerators Really Do. Harvard Business Review. – Режим доступу: <https://hbr.org/2016/03/what-startup-accelerators-really-do>.
5. Ortman J. A Hard Look At Accelerators. – Режим доступу: <http://www.kauffman.org/blogs/policydialogue/2016/april/a-hard-look-at-accelerators>
6. Riley P. What Accelerators Look Like in 2021. – Режим доступу: <https://www.gan.co/blog/accelerators-look-like-2021>.

References

1. Global entrepreneurship monitoring (GEM). – URL: <https://gemconsortium.org>
2. Kovalenko V. Understand Innovations. How does MHP Accelerator work? – URL: <https://aggeek.net/ru-blog/zrozumiti-innovatsii-yak-pratsyue-mhp-accelerator>
3. Ofitsiinyi sait Startup Genome – URL: <https://startupgenome.com/>
4. Hathaway Ian. What Startup Accelerators Really Do. Harvard Business Review. – URL: <https://hbr.org/2016/03/what-startup-accelerators-really-do>.
5. Ortman J. A Hard Look At Accelerators. – URL: <http://www.kauffman.org/blogs/policydialogue/2016/april/a-hard-look-at-accelerators>
6. Riley P. What Accelerators Look Like in 2021. – URL: <https://www.gan.co/blog/accelerators-look-like-2021>.

JEL L11

КАСЯН Сергій

к.е.н, доцент

НТУ «Дніпровська політехніка»

ORCID [0000-0002-7103-4457](https://orcid.org/0000-0002-7103-4457)

ШАПОВАЛ Данійл

НТУ «Дніпровська політехніка»

email: syakasian@ukr.net

Serhii KASIAN

candidate of economic sciences, docent

Dnipro University of Technology

Daniil SHAPOVAL

Dnipro University of Technology

**МАРКЕТИНГОВЕ ПРОСУВАННЯ
ПОТОКІВ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ
КОМПАНІЇ MIELE**

**MARKETING PROMOTION
FLOWS OF GOODS, SERVICES
MIELE COMPANIES**

Анотація: На разі постає аналізування проблем, пов'язаних із управлінням Інтернет маркетинговими комунікаціями, онлайн маркетингом та віртуальними продажами через розвинутий Інтернет-магазин, глобальні соціальні мережі. Досліджено маркетингове просування потоків товарів і послуг компанії Miele, як усесвітньо відомого німецького виробника побутової техніки преміум-класу і устаткування для професійного застосування.

Ключові слова: Інтернет маркетингові комунікації, глобальні соціальні мережі, устаткування

Abstract: The analysis of problems related to the management of Internet marketing communications, online marketing and virtual sales through a developed Internet store, global social networks appears at the moment. The marketing promotion of the product and service flows of the Miele company, as a world-famous German manufacturer of premium-class household appliances, equipment for professional use.

Keywords: Internet marketing communications, global social networks, equipment

Унікальність теми проведеного дослідження проявляється передусім через висвітлення теоретико-методологічних основ і прикладне застосування інструментарію, процедур, програм, технологій і моделей, що відображають тактики і стратегії формування Інтернет-маркетингових комунікацій компанії на ринку високотехнологічної побутової техніки України.

В умовах сучасної інтерактивної бізнес-взаємодії доцільно досліджувати маркетингову інноваційну діяльність підприємства ПП ДЦ «Клімат систем». На разі постає аналізування проблем, пов'язаних із управлінням Інтернет маркетинговими комунікаціями, онлайн маркетингом та віртуальними продажами через розвинутий Інтернет-магазин, глобальні соціальні мережі. Доцільно оцінювати характер обігу інформаційних потоків під час просування бренду та продукції підприємства [1; 2].

Фахівці у сфері економіки і маркетингу відмічають непересічну роль Інтернет-інструментів та веб-технологій зараз. Через великий потенціал Інтернет-маркетингу провідні глобальні і регіональні компанії встановлюють цифрові підходи під час взаємодії з клієнтами. При цьому застосовуються такі концепції маркетингу, як: когнітивного маркетингу, соціально-відповідального маркетингу, вірусних технологій поширення інформаційних потоків тощо [1].

Досліджуємо маркетингове просування потоків товарів і послуг компанії Miele, як усесвітньо відомого німецького виробника побутової техніки преміум-класу і устаткування для професійного застосування. Центральний офіс і основний завод розташовані у німецькому місті Гютерсло. Усього компанія продукує товарно-сервісний асортимент на восьми заводах у Німеччині і по одному – Австрії, Чехії, Китаї та Румунії. Водночас маркетингові представництва презентовані у ста країнах завдяки успішній комунікаційній і логістичній діяльності власних торговельних фірм і фірм-імпортерів [2].

Що стосується нашої України, яка зараз успішно бориться з нахабною військовою агресією ворожої країни-расеї, то побутова техніка під брендом Miele добре просувається у власних фірмових магазинах, фірмовому Інтернет-магазині, а також у авторизованих партнерських точок продажів. Відмітимо, що підприємство зареєстроване як ПП ДЦ «Клімат систем» з одним засновником і є

партнером офіційного постачальника Miele в Україні. У своїй структурі підприємство має зараз три роздрібних магазини і одну Інтернет-крамницю [2].

При цьому доцільним є визначення впливу динамічних навантажень на деформаційні та міцнісні характеристики високотехнологічної продукції. Доцільним є розширення міжнародної академічної і виробничої мобільності у сфері генерування та просування високотехнологічних розробок з електроніки і ІТ. Слушним є маркетингове поширення інформації про можливості такої мобільності. Серед вагомих конкурентних переваг ПП ДЦ «Клімат систем» на високотехнологічних ринках можемо виокремити такі, як: висока якість обслуговування; унікальні знання і компетенції, притаманні людським ресурсам; офіційна техніка і гнучкі ціни; офіційний високоякісний клієнтський і логістичний сервіс.

Отже, зазначимо, що дотримання низки екологічних і соціальних стандартів у постачанні й обслуговуванні; правовий і економічний статус як офіційної і сертифікованої техніки, наявність офіційних гарантійних зобов'язань та ліцензованого клієнтського і логістичного сервісу поряд із впливом на конкурентні переваги забезпечує певні соціальні характеристики товарів і послуг ПП ДЦ «Клімат систем».

Література

1. Касян С. Я. Просування екологічних, енергозберігаючих інновацій високотехнологічних підприємств у системі холистичного цифрового маркетингу. *Економічний вісник НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського»*. 2021. №18. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/237535>
2. Офіційний сайт компанії Miele, уся аналітика та статистика. URL: <https://dnipro.miele.ua/>

References

1. Kasian S. Ya. Prosuvannia ekolohichnykh, enerhozberihaiuchykh innovatsii vysokotekhnolohichnykh pidpriemstv u systemi kholistychnoho tsyfrovoho marketynhu. *Ekonomichnyi visnyk NTUU «KPI imeni Ihoria Sikorskoho»*. 2021. №18. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/237535>
2. Ofitsiyni sait kompanii Miele, usia analityka ta statystyka. URL: <https://dnipro.miele.ua/>

JEL L11

ПАЗДРІЙ Віталій

к. е. н., доцент,
КНЕУ ім. В. Гетьмана

ORCID:0000-0001-5713-282X

e-mail: pazdriy.v@gmail.com

Vitalii Y. PAZDRII,

PhD, Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ОСВІТИ ЯК ВИКЛИК ПОСТВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ

DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURIAL EDUCATION AS A CHALLENGE OF CONTINUOUS DEVELOPMENT

Анотація: Під час війни навчання як ніколи має бути спрямоване на розвиток тих навиків, що допоможуть молодому поколінню

Abstract: In times of war, training should be more than ever aimed at developing those skills that will help the younger generation to