

показник теплоємності буде ефективно відводити надлишок теплоти в оточуюче середовище. Завдяки цьому можна уникнути явища нагріву атмосфери над сонячними панелями, а також великою перевагою є економія сільськогосподарській земель, адже наземні сонячні електростанції часто розташовуються на родючих ґрунтах.

Під час проведення дослідження використовувалися статистичні дані сонячної інсоляції та хмарності Криворізького району. Враховано фактор нахилу кута сонячних панелей до сонця. Був проведений порівняльний аналіз розміщення сонячної електростанції на земній та на водній поверхні. В ході розрахунків виявлено доцільність розміщення сонячної електростанції на водній поверхні. Для розрахунків використовувалися паспортні значення тестових умов та стандартів фотоелектричних панелей.

Таким чином, поширення сонячних електростанцій на водній поверхні внутрішніх водойм України дасть гарантований економічний ефект, а також значно покращить технічні показники фотоелектричних панелей. Впровадження подібних проектів може бути від малих приватних проектів до національного проекту розвитку великих сонячних електростанцій, адже Україна ще не задіяла потенціал у цьому напрямку. Реалізація подібних проектів повністю співпадає із загальною стратегією розвитку енергетики України котра базується на впровадженні технології «Розумні мережі», а також інтеграції до європейської єдиної енергетичної системи ENTSO-E.

Література: 1. Соловей О. І., Лега Ю. Г., Розен В. П., Ситник О. О., Чернявський А. В., Курбака Г. В. Нетрадиційні та поновлювані джерела енергії. Черкаси: ЧДТУ, 2007. 483 с. 2. Калетнік Г.М. Розвиток ринку біопалив в Україні: моногр. / Г. М. Калетнік; рец. М. Й. Малік [та ін.]. К.: Аграрна наука, 2008. 464 с. 3. Титко Р. Відновлювальні джерела енергії. (Досвід Польщі для України). / Р. Титко, В. Калініченко. Варшава: Вид-во OWG, 2010. 533 с. 4. Єрохов В. Ю. Альтернативна енергетика з використанням сонячних елементів / Нац. ун-т «Львів. Політехніка». Львів: Сполом, 2015. 116 с. Бібліогр.: с. 113-116. 5. Кудря, С. Акумуляування тепла з відновлюваних джерел енергії / Кудря С. // Ринок інсталяцій. 2008. № 1. С. 8-12; 2008. №2. С. 6-9; 2008. №3. С. 13-14. 6. Короненко, О. Сонячні острови – інноваційний підхід до сонячних електростанцій / О. Короненко // Зелена енергетика. 2009. № 2 . С. 7. 7. Щербина О. М. Енергія для всіх: технічний довідник з енергоощадності та відновних джерел енергії. Ужгород: Вид-во Валерія Падяка, 2007. 336 с. 8. Україна. Верховна Рада. Про підсумки парламентських слухань «Енергетична стратегія України на період до 2030 року»: Постанова..., 24 трав. 2001 р. №2455-III // Голос України. 2001. 13 черв. С. 5.

ВИКОРИСТАННЯ ЧАТ-БОТУ В ІНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГУ¹

Д-р екон. наук, доц. Біловодська О. А., здобувач вищої освіти Лагута К. О.
Київський національний університет технологій та дизайну

Чат-бот – прекрасно допомагає залучати аудиторію, створюючи повноцінну сесію спілкування з користувачем. Спілкуватися з ботом – це все одно, що говорити з менеджером з продажу: він може направляти користувача, орієнтуючись на ключові слова в його відповідях. Інший плюс чат-бота – йому не потрібен модератор, він працює автоматично, без участі людини. Також чат-бот підвищує конверсію будь-якого бізнесу, тому що може оформлювати замовлення 24 на 7, без перерв на обід чи сон.

Мета чат-ботів – автоматизувати рутинні дії, а це корисне не лише бізнесу, а й будь-якій державній, комунальній установі, організації або підприємству де намагаються оптимізувати внутрішні й зовнішні процеси. Звільняючи співробітників від виконання простих скриптів, підприємство (установа, організація) може направити

¹Публікація містить результати досліджень, проведених за держбюджетною науково-дослідною темою «Розроблення механізму комерціалізації інноваційної продукції» (0118U003572).

людський ресурс на виконання більш складних функцій, які вимагають безпосередньої їх участі. Навіть якщо особливість бізнесу – індивідуальний, особистісний підхід до кожного клієнта, то використання чат-бота для внутрішніх процесів – зручне застосування. Таким чином, є як мінімум два напрямки використання ботів. Це економить час та кошти обом сторонам. При цьому чат-бот актуальний не тільки для великих компаній, але й для малого бізнесу, де людські ресурси обмежені і всю комунікацію з клієнтами веде сам власник бізнесу. В цьому випадку, звичайно, потрібно недороге і просте рішення, з яким може впоратися будь-яка людина навіть без спеціальних знань.

Сьогодні якісна реалізація ботів можлива в Facebook, Viber і Telegram. Не дивно, що до цього інструменту прикута пильна увага маркетологів і людей, які шукають нові можливості для бізнесу. Наприклад, глибина перегляду контенту в Telegram величезна – в середньому 90%, а в Facebook вона взагалі прагне до нуля через нову стратегію показу постів. Це через те, що Facebook «порізав» органічний показ постів різноманітних груп на 300%, щоб група була популярна приходиться купувати та налаштувати таргетингову рекламу або просто підключити чат-бота, який буде повиломлювати всіх підписників про новий пост, що підвищити охоплення на багато разів[1].

Оперативність – те, за що ми цінуємо чат-ботів та будь-яких інших роботів. Але мало відповісти швидко, треба ще й вміти точно визначити запит користувача, надати релевантну відповідь або виконати релевантну дію. Чат-боти інтегруються в соціальні медіа, збираючи дані про кожну людину, з якою вони спілкуються. Коли у користувача є запит щодо обслуговування клієнтів, чат-бот може точно відповісти на нього та зробити розмову на крок далі, запропонувавши персоналізовану консультацію щодо покупок на основі історії покупки та налаштувань клієнта. Чат-робот може привернути увагу вашої аудиторії та навчитися взаємодії, дозволяючи надсилати відповідну інформацію щодо вашого бренду, продуктів та послуг. По суті, чат-бот здатен підвищувати продаж та перехресні продажі у персоналізованому, розмовному та привабливому вигляді.

Література: 1. Белоус Е. Как чат боты создают ценность для вашего бизнеса. URL : <http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/dm/bot.htm> (дата звернення 12.05.2020).

ПАРАМЕТРИ ТА ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ ІДЕЙ

Ас. Божидай І.І., здобувач вищої освіти Новікова А.О.
Харківський національний університет будівництва та архітектури

У основі господарювання будь-якого підприємства чи окремого підприємця, прийнятті підприємницького рішення лежить підприємницька ідея.

Підприємницька ідея – виявлений підприємцем інтерес, який має конкретні економічні параметри і форму.

Кожна підприємницька ідея, щоб бути успішною, повинна ґрунтуватися на чотирьох параметрах:

- 1) потребах ринку;
- 2) здібностях підприємця;
- 3) можливостях підприємства;
- 4) умовах реалізації ідеї.

Якщо у комбінації цих складових присутні певні особливості, притаманні лише даному підприємцю, то ідея матиме тривалий успіх (імідж підприємця, кваліфікований персонал, технологія тощо).