

- [1] Діджиталізація системи управління освітнім середовищем організації. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/38466/1/Varjanskiy_magistr.pdf
- [2] Sean S. 18 Logistics Innovations And Industry Trends In 2024 [Електронний ресурс] / Spector Sean. – 2024. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.dropoff.com/blog/logistics-innovations-and-industry-trends/>.
- [3] Клюєв С.О. Етапи впровадження інформаційних технологій на транспорті під час цифровізації транспортних процесів / С.О. Клюєв, С.П. Сичов, В.О. Ліщенко, Л.С. Подгорна // Логістичне управління та безпека руху на транспорті: збірник наукових праць науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих вчених, 4 листопада 2021 р., м. Северодонецьк (Луганська обл.) – Міністерство освіти та науки України, СЧУ ім. В. Даля. – Северодонецьк. – 2021. – С. 93–96.
- [4] Antikainen, M., Uusitalo, T., & Kivikytö-Reponen, P. (2018). Digitalisation as an enabler of circular economy. *Procedia CIRP*, 73, 45-49
- [5] Rachinger, M., Rauter, R., Müller, C., Vorraber, W., & Schirgi, E. (2018). Digitalization and ITC influence on business model innovation. *Journal of Manufacturing Technology Management*. [Електронний ресурс].

УДК 658.8+659

ВПЛИВ МОБІЛЬНОГО ЗАСТОСУНКУ КОМПАНІЇ НА ПОКАЗНИК ЗАДОВОЛЕННЯ СПОЖИВАЧА

THE IMPACT OF THE COMPANY'S MOBILE APPLICATION ON THE INDICATOR OF CONSUMER SATISFACTION

А.В. Чернявський

Український державний університет залізничного транспорту (м. Харків)

A.V. Cherniavskyi

Ukrainian State University of railway transport (Kharkiv)

Розвиток технологій виробництва, створення мобільних цифрових пристроїв та якісного програмного забезпечення, динамізм діяльності людини, бажання бути обізнаною в інформаційному просторі стали основою розвитку мобільних інформаційно – цифрових систем. Завдяки доступності, широкому розповсюдженню та популярності мобільних пристроїв, що дозволяє створити швидку інформаційну комунікацію, компанії і в цілому суб'єкти комерційного ринку виконують свою діяльність із застосуванням мобільних технологій, а отже й матимуть зворотний вплив, один з напрямків якого є рівень задоволеності користувача, як потенційного споживача.

Беручи до уваги феномен інтеграційного поєднання маркетингу та інформаційних технологій [1] дозволяє використовувати мобільні інформаційні технології за маркетинговою метою. Серед всіх мобільних інформаційних технологій можна виділити мобільні застосунки, що представляють собою програмно – інформаційний продукт, що

використовується на основі операційних систем для мобільних пристроїв. Фактично мобільні застосунки позиціонують собою програми для виконання визначених функцій за допомогою комп'ютерних пристроїв мобільного характеру. З січня 2018 року по травень 2023 року мобільні пристрої займали від 44,19% до 60,73% серед усіх використовуємих комп'ютерних пристроїв у всьому світі [2] і мають тенденцію до росту.

Для визначення впливу мобільного застосунку на показник задоволеності споживача [3] необхідно приймати до уваги популярність мобільних застосунків. Станом на 2023 рік 91% інтернет користувачів використовує мобільний пристрій, а відповідно й мобільний застосунок та в середньому проводять від 3,5 до 4 годин щодоби [2]. Враховуючи такий показник популярності, то вже наявність чи відсутність мобільного застосунку вже визначатимуть показник рівня задоволеності споживача. Для повної оцінки рівня задоволеності споживача слід оцінювати комплексний показник, який пропонується розраховувати, як сумарну оцінку за кожним показником з урахуванням вагових коефіцієнтів. Проаналізувавши відгуки та рейтингові оцінки додатків на платформах GooglePlay та AppStore [4, 5] визначено основні показники, які слід приймати при оцінці рівня задоволеності споживача, а саме: швидкість функціонування, проста та зручна навігація по меню та сторінках застосунку, широкий спектр послуг, які можна отримати через застосунок, візуальний комфорт (кольори, анімації, емблеми та значки, адаптивні розміри) та адаптивний режим тем (нічна, денна, наявність фільтрів), простота та інтуїтивне розуміння оформлення права на отримання послуги чи купівлі продукту, наявність сервісів оплати та бронювання, рівень захищеності даних, наявність довідки для питань, можливість прямого листування чи отримання зворотного зв'язку. Для отримання оціночних даних по кожному показнику пропонується сформулювати анкету в самих мобільних застосунках в десятибальній шкалі, де кожен споживач зміг би оцінити кожен показник. Вагові коефіцієнти пропонується розраховувати методом адаптивної оцінки, що дозволить коригувати їх у випадках коли значущість показників змінюється у часі. При цьому слід коригувати всі вагові коефіцієнти, так, щоб при зміні одного з них, сума всіх коефіцієнтів дорівнювала одиниці.

Отже оцінка впливу мобільного додатку є вагомим комплексним показником при оцінці рівня задоволеності споживача, який слід розраховувати, як сумарне значення всіх показників, отримання яких має бути від самих користувачів, а компанія, яка володіє та надає свої послуги через мобільний застосунок приймала вагові коефіцієнти.

[1] Чернявський А.В. Теоретичний підхід до визначення та розуміння поняття «маркетингові технології». Вісник економіки транспорту і промисловості УкрДУЗТ. 2023, №84. С. 192 – 198.

[2] DIGITAL 2023: GLOBAL OVERVIEW REPORT. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report> (дата звернення: 15.05.2024).

- [3] Задоволення споживача. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B0%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D1%81%D0%BF%D0%BE%D0%B6%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D1%87%D0%B0 (дата звернення: 17.05.2024).
- [4] Apple Store URL: <https://www.apple.com/app-store/> (дата звернення: 17.05.2024).
- [5] GooglePlay. URL: <https://play.google.com/store/games?hl=ru&gl=US> (дата звернення: 17.05.2024).

УДК 004.8:355.4:656

ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ПРИ ПЛАНУВАННІ ВІЙСЬКОВИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

USING ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN MILITARY TRANSPOTATION PLANNING

доктор філософії (Phd) М. О. Ярмольчик, К. О. Сарачин
Кафедра військової підготовки Національного авіаційногґ університету (м. Київ)

(Phd) M. O. Yarmolchuk, K. O. Sarapyn
Department of military training National Aviation University (Kyiv)

Вступ

Штучний інтелект (ШІ) може відігравати значну роль у плануванні та оптимізації військових дій, підвищуючи ефективність й безпеку логістичних ланцюгів, та мати більший вплив на характер воєнних дій у 21 столітті.

Ключовими напрямками системи ШІ є прогнозування. Його алгоритми можуть аналізувати статистичні та топографічні дані про переміщення військ і їх запаси, також прогнозувати майбутні потреби та розробляти оптимальні маршрути/плани перевезень. За допомогою комплексного врахування стану доріг, погодних умов, ризиків вогневого ураження або перехоплення ворожими диверсійно-розвідувальними групами на маршруті для перевезень військ та вантажу – ризики при військових перевезення будуть зведені до мінімуму. Також, при врахуванні ШІ всіх цих факторів з'явиться можливість максимально точно планувати швидкість, своєчасність та фінансову-економічну раціональність військових перевезень.

Штучний інтелект буде дуже корисним в оборонній і тиловій діяльності під час бойових дій. Завдяки ШІ, який аналізує технічний стан транспортних засобів, пропонує профілактичні заходи, розплутує ланцюги бойового постачання враховуючи дефіцити/надлишки, і надає щохвилинні