

**SCI-CONF.COM.UA**

# **FUNDAMENTAL AND APPLIED RESEARCH IN THE MODERN WORLD**



**ABSTRACTS OF VIII INTERNATIONAL  
SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE  
MARCH 17-19, 2021**

**BOSTON  
2021**

# **FUNDAMENTAL AND APPLIED RESEARCH IN THE MODERN WORLD**

Abstracts of VIII International Scientific and Practical Conference

Boston, USA

17-19 March 2021

**Boston, USA**

**2021**

## UDC 001.1

The 8<sup>th</sup> International scientific and practical conference “Fundamental and applied research in the modern world” (March 17-19, 2021) BoScience Publisher, Boston, USA. 2021. 1110 p.

## ISBN 978-1-73981-124-2

The recommended citation for this publication is:

*Ivanov I. Analysis of the phaunistic composition of Ukraine // Fundamental and applied research in the modern world. Abstracts of the 8th International scientific and practical conference. BoScience Publisher. Boston, USA. 2021. Pp. 21-27. URL: <https://sci-conf.com.ua/viii-mezhdunarodnaya-nauchno-prakticheskaya-konferentsiya-fundamental-and-applied-research-in-the-modern-world-17-19-marta-2021-goda-boston-ssha-arhiv/>.*

### Editor

**Komarytskyy M.L.**

*Ph.D. in Economics, Associate Professor*

Collection of scientific articles published is the scientific and practical publication, which contains scientific articles of students, graduate students, Candidates and Doctors of Sciences, research workers and practitioners from Europe, Ukraine, Russia and from neighbouring countries and beyond. The articles contain the study, reflecting the processes and changes in the structure of modern science. The collection of scientific articles is for students, postgraduate students, doctoral candidates, teachers, researchers, practitioners and people interested in the trends of modern science development.

**e-mail:** [boston@sci-conf.com.ua](mailto:boston@sci-conf.com.ua)

**homepage:** <https://sci-conf.com.ua>

©2021 Scientific Publishing Center “Sci-conf.com.ua” ®

©2021 BoScience Publisher ®

©2021 Authors of the articles

111. *Папакіна Н. С., Мамедов С. М.* 747  
ПОКАЗНИКИ ПРОДУКТИВНОСТІ РОМАНІВСЬКИХ ОВЕЦЬ  
РІЗНИХ РОКІВ В УМОВАХ ПІВДНЯ УКРАЇНИ.
112. *Парнета Б. З., Парнета М. Б.* 752  
ОСОБЛИВОСТІ ОБ'ЄМНО – ПЛАНУВАЛЬНИХ ВИРІШЕНЬ ПРИ  
ІНТЕГРАЦІЇ СУЧАСНОЇ АРХІТЕКТУРИ В ІСТОРИЧНЕ  
СЕРЕДОВИЩЕ МІСТА.
113. *Пантейков С. П.* 760  
О ВОССТАНОВЛЕНИИ КРЕМНИЯ ИЗ КРЕМНЕЗЁМА  
УГЛЕРОДОМ.
114. *Панченко В. В.* 766  
ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК АГРОПРОМИСЛОВОГО  
КОМПЛЕКСУ ЯК СКЛАДОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ  
УКРАЇНИ.
115. *Пасічник Н. О., Ріжняк Р. Я.* 772  
ПРОСВІТНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ З ГЕНДЕРНОЇ ПРОБЛЕМАТИКИ:  
КОНТЕКСТ РОБОТИ З ЦІЛЬОВИМИ ГРУПАМИ.
116. *Пересада О. М.* 778  
МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО УКРАЇНИ У СФЕРІ БЕЗПЕКИ  
ТА ОБОРОНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ.
117. *Пироговська В. Я., Кубіцький С. О.* 783  
ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ КЕРІВНИКА ЯК ЧИННИК  
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДУ  
ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ.
118. *Полєвікова О. Б., Пяцько Н. В.* 792  
СКРАЙБІНГ ЯК ЛІНГВОДИДАКТИЧНА ІННОВАЦІЯ.
119. *Правдива А. О.* 797  
ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ  
ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ РОЗПОВСЮДЖЕННЯ МЕДИЧНИХ  
ПРЕПАРАТІВ НА ПРИКЛАДІ ІНТЕРНЕТ-АПТЕК.
120. *Псахис Б. И., Псахис И. Б.* 802  
ЗДОРОВАЯ ПИТЬБЕВАЯ ВОДА.
121. *Пуль-Лузан В. В., Ярных Т. Г., Сихали Я., Ракиун Аюб* 807  
АКТУАЛЬНОСТЬ РАЗРАБОТКИ ЭКСТЕМПОРАЛЬНЫХ  
ВЕТЕРИНАРНЫХ ПРЕПАРАТОВ ДЛЯ ЛЕЧЕНИЯ  
АЛЛЕРГИЧЕСКИХ ЗАБОЛЕВАНИЙ У ЖИВОТНЫХ.
122. *Ратушинська А. С.* 813  
ФОРМУВАННЯ КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ В УЧНІВ  
ПОЧАТКОВИХ КЛАСІВ.
123. *Рубцова Н. М., Радченко Н. Г.* 822  
ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СТРАХОВОГО РИНКУ  
УКРАЇНИ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ.
124. *Сердюк Н. М.* 833  
ЕТИОЛОГІЯ ПОСТТРАВМАТИЧНОГО СТРЕСОВОГО РОЗЛАДУ.

## ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

**Рубцова Наталя Миколаївна,**

к.е.н., доцент

**Радченко Наталія Геннадіївна**

к.е.н., доцент

Таврійський державний агротехнологічний університет  
імені Дмитра Моторного

**Анотація.** У даній статті визначено розуміння сутності та ролі цифровізації в економіці. Встановлено, що цифровізація реального сектора економіки України є головною складовою частиною цифрової економіки і визначальним чинником зростання економіки в цілому. Зазначено, що останнім часом високими темпами спостерігається діджиталізація таких галузей економіки як страхування. Досліджено основні переваги та недоліки діджиталізації страхової діяльності для страхувальника та страхової компанії. Встановлено, що діджиталізація відіграє визначальну роль у діяльності страхових компаній України, сприяє їх росту на ринку страхових послуг.

**Ключові слова.** сучасні технології, цифровізація, цифрова економіка, страховий ринок, цифрові технології в страхуванні.

Сучасні умови господарювання неможливі без використання цифрових технологій, а їх розвиток набуває все більшого значення й призводить до значних змін у світовій економіці. Також нові технології забезпечили розширення аналітики й зробили більш доступною її обробку, що дозволило перейти від стандартизації до індивідуальних пропозицій та унікального досвіду. Останнім часом практично всі компанії у різних галузях стикаються з необхідністю трансформацій, оскільки нові технології, інновації та моделі

споживчої поведінки кардинальним чином змінюють колишні, стійкі бізнес-моделі. Основна мета цифровізації полягає у досягненні цифрової трансформації існуючих та створенні нових галузей економіки, а також трансформації сфер життєдіяльності у нові більш ефективні та сучасні. Такий приріст є можливим лише тоді, коли ідеї, дії, ініціативи та програми, які стосуються цифровізації, будуть інтегровані, зокрема, в національні, регіональні, галузеві стратегії і програми розвитку. [1] Для більшого розуміння сутності та ролі цифровізації в економіці є доцільним розглянути трактування поняття «цифрова економіка» вітчизняними та зарубіжними вченими, а також різними компаніями (табл. 1).

**Таблиця 1**

**Сутність поняття «цифрова економіка»**

Науковець	Сутність
Т. Юдіна та І. Тушканов	У вузькому значенні – створення на різних рівнях економіки (глобальному, мега, макро, мезо, мікро, нано) інформаційно-цифрових платформ і операторів, які дозволяють вирішувати різні завдання, у тому числі стратегічні: розвиток медицини, науки, освіти, транспорту, нової індустріалізації, державного регулювання економіки і т.д.; у широкому сенсі – зміна природи виробничих або економічних відносин, зміну їх суб'єктивно-об'єктивної орієнтованості.
Donald Tapscott	Цифрова економіка – економіка, що заснована на домінуючому застосуванні цифрових технологій
Hopestone Kayiska Chavula, Abebe Chekol	Цифрова економіка – економіка, яка заснована на електронних товарах і послугах, вироблених за допомогою електронного бізнесу і торгівля якими ведеться за допомогою електронних засобів
AlexandruTugui	Цифрова економіка – створення мережі господарюючих суб'єктів, шляхом потоку і процесу "оцифровки" об'єктів і шляхом створення та обміну цифровими активами (віртуальними активами) на тлі фізичного розширення і розвитку Інтернету
Войнареко М. П., СкоробогатаЛ. В.	Цифрова економіка передбачає, що всі економічні процеси (за винятком виробництва товару) протікають незалежно від реального світу. Товари та послуги не мають фізичного носія, та є "електронними".
Кіт Л. З.	Цифрова економіка – трансформація всіх сфер економіки завдяки перенесенню інформаційних ресурсів та знань на комп'ютерну платформу з ціллю їх подальшого використання (включаючи там, де це можливо) на цій платформі.

*Джерело: складено автором на основі [2],[3], [4], [5],[6],[7]*

Проаналізувавши визначення категорії ми можемо зробити висновок, що єдиного визначення категорії не існує, проте з точки зору ефективного функціонування ринкової економіки, цифровізація – це механізм зміни загальної бізнес-моделі ведення підприємництва задля отримання ними нових покращених характеристик роботи з метою оволодіння конкурентними перевагами, створення додаткової вартості та підвищення ефективності існуючих бізнес-процесів. [8, 9].

За рахунок цифровізації стає можливим прискорено розвивати інновації, підтримувати стартапи, впроваджувати цифрові технології у галузі економіки.

Страховий сектор України поступово набирає обертів у сфері діджиталізація: з кожним роком зростає кількість страхових продуктів, що продаються онлайн, розвиваються сервіси віддаленого врегулювання збитків, впроваджуються мобільні додатки тощо. Нині окремі вітчизняні страховики пропонують до семи страхових продуктів, які можна придбати або замовити онлайн, це традиційно досить класичні продукти, що не потребують додаткового андеррайтингу з боку страхових компаній [10].

Страхові компанії також зацікавлені в базових інноваціях цифрової економіки. З метою спрощення процесів і механізмів вони активно користуються такими технологіями, як автоматизація, чат-боти, хмарна обробка даних, технології з елементами штучного інтелекту.

Впроваджуючи діджитал-страхування, страхові компанії мають можливість забезпечувати якісне обслуговування клієнтів за рахунок зниження витрат. Таке зниження відбувається шляхом використання онлайн-страхування, що безпосередньо допомагає відмовитися від послуг страхових посередників, зменшити комісійні винагороди, мінімізувати витрати на оренду приміщень тощо.

Поширення та розвиток діджиталізації на ринку страхових послуг зумовлено наступними факторами: поява нових технологій; потреба у мінімізації витрат; зростання конкуренції; високі вимоги споживачів страхових послуг.

За останні роки ряд страхових компаній на українському ринку («ARX», «Уніка», «ТАС СГ», «Арсенал страхування», «PZU Україна» та ін.) у зв'язку з пошуком нових маловитратних каналів збуту своїх продуктів удосконалили свій продаж у режимі online (табл. 2).

**Таблиця 2**

**ТОП-10 компаній директ-страхування за 2018-2019 рр.**

№ п/п	Назва компанії	Премії за прямим страхуванням 2018 р., тис. грн	Премії за прямим страхуванням 2019 р., тис. грн	Темп росту, %
1	ARX	1 891 481	2 299 419	121,57
2	Уніка	2 041 616	2 152 170	105,42
3	ТАС СГ	1 387 745	1 815 100	130,79
4	Арсенал страхування	1 886 713	1 717 883	91,05
5	PZU Україна	1 516 950	1 709 188	112,67
6	Інго Україна	1 213 987	1 527 518	125,83
7	ВУСО	724 926	1 021 547	140,92
8	Альфа страхування	812 314	984 179	121,16
9	АСКА	1 000 801	953 890	95,31
10	Універсальна	826 325	949 633	114,92

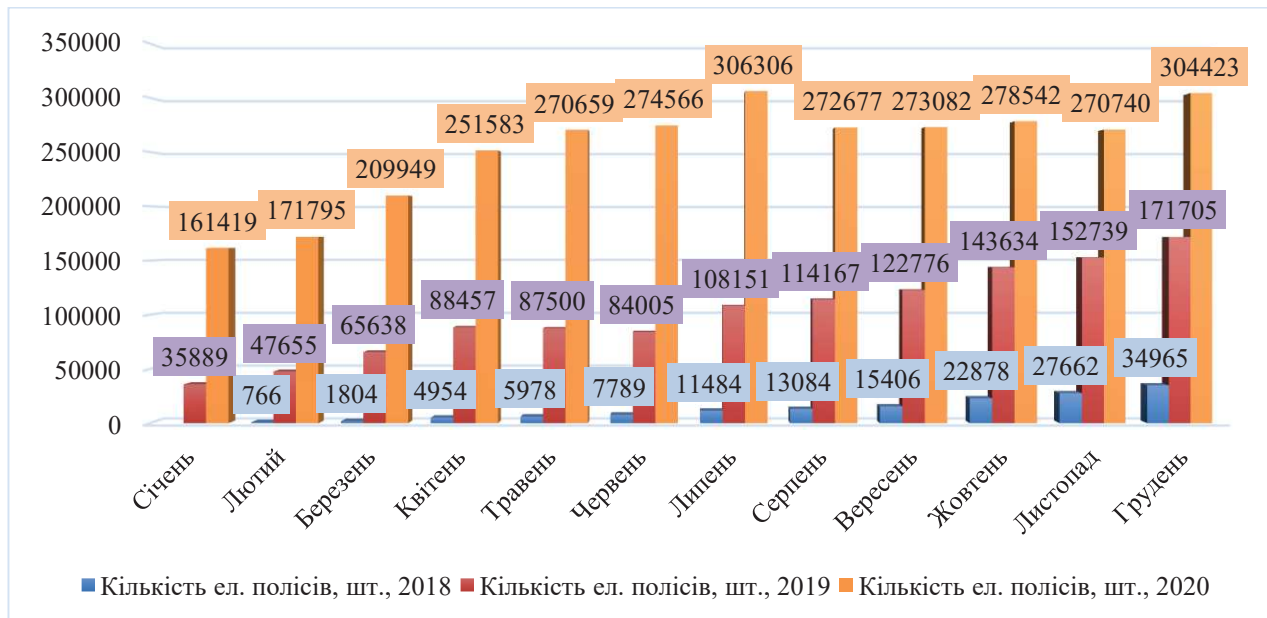
*Джерело: складено на основі [11], [12]*

За результатами дослідження, страхові послуги та сервіси все активніше мігрують в інтернет. Основними видами страхових продуктів, що продаються онлайн, є: автострахування (ОСЦПВ, КАСКО, «Зелена карта»); туристичне страхування; страхування майна; добровільне медичне страхування тощо.

Сьогодні лідерами інтернет-продажів є поліси ОСЦПВ. Така новація з'явилася завдяки Розпорядженню Національної комісії фінансових послуг від 31.08.2017 №3631, зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 27.09.2017 за №1197/31065 «Про затвердження Змін до Положення про особливості укладання договорів обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів» [13]. Згідно зі статистикою Моторного (транспортного) страхового бюро України (МТСБУ) за підсумками 2020 року кількість електронних договорів ОСЦПВ склала 3,05



млн. шт., що в 2,5 рази більше, ніж в 2019 році. Сума страхових платежів за такими договорами становить 2,6 млрд. грн. (+176%). Більше, ніж третина від загальної кількості договорів ОСЦПВ укладено в електронній формі: частка електронних договорів ОСЦПВ в 2020 р. складає біля 37%, тоді як в 2019 р. вона становила 15%, а в 2018 р. – лише близько 2% (рис. 1).



**Рис. 1. Кількість електронних полісів, січень-грудень 2018-2020 рр., шт.**

Виразну динаміку продемонстрували показники використання електронного європротоколу, збільшившись в 2,8 рази: в 2019 р. було оформлено 1620 електронних європротоколів, в 2020 – вже 4628 шт. В минулому році учасники ДТП отримали можливість оформити електронний європротокол не лише через веб-сторінку МТСБУ, але й за допомогою мобільного застосунку «Мій поліс», що підвищило доступність та зручність сервісу. Ця робота була проведена в рамках проекту підтримки іншуртех стартапів, яку надає інноваційний хаб МТСБУ [14].

Аналіз даних рис. 1 показав, що запровадження та розвиток електронних договорів ОСЦПВ набирає значні оберти, що зумовлено прийняттям відповідних законодавчих актів та дозволяє здійснювати відповідну діяльність онлайн. Необхідно зауважити, що суттєвою перешкодою широкому поширенню інтернет-страхування в Україні є досить недовірливе ставлення більшості громадян до фінансових інститутів в цілому і до страховиків зокрема.

У багатьох клієнтів страхування, переважно старшого покоління, сформувалося стійке уявлення про обережне ставлення до страхових компаній. Це пов'язано з негативним досвідом спілкування з недоброчесними страховиками, що призвело до недовіри партнерів до всього страхового ринку.

Розвиток онлайн-страхування сприяє виходу страхового ринку на якісно новий етап свого розвитку. Епоха онлайн дозволяє страховикам і страхувальникам використовувати інформаційні технології повною мірою. Позитивний результат при цьому отримують обидва суб'єкти страхових відносин. Для страхувальника можливість здійснення онлайн-операцій в галузі страхування, в першу чергу, надає зручність, дозволяючи виконувати необхідні процедури, не виходячи з дому. Для страховика основна вигода реалізації прямого страхування полягає в збільшенні обсягів продажів та, як результат, у збільшенні обсягів фінансових надходжень від укладання страхових полісів. Також можна відмітити, що для ефективного функціонування сфери онлайн-продажів страхових продуктів необхідні зусилля не тільки суб'єктів страхового ринку, а й держави, яка завдяки застосуванню законодавчих і правових актів регулюватиме здійснення страхових операцій в мережі Інтернет.

**Цифрова трансформація передбачає впровадження сучасних технологій у бізнес-проектах суб'єктів господарювання. Даний підхід полягає в наступному:**

- використання сучасного обладнання та програмного забезпечення;
- фундаментальні зміни щодо управління;
- підвищення ефективності корпоративної культури та зовнішніх комунікацій.

У результаті вищезазначених дій спостерігається підвищення продуктивності праці кожного співробітника, як наслідок, збільшується рівень задоволеності клієнтів, а страхова компанія отримує репутацію прогресивної та сучасної організації. Перенесення частини організаційних моментів страхового бізнесу в Інтернет-простір надає страховим компаніям, їх потенційним і реальним клієнтам нові можливості. (табл. 3)

**Переваги діджиталізації страхової діяльності для страхувальника та  
страхової компанії**

<b>Переваги для страхувальника</b>	<b>Переваги для страхової компанії</b>
Скорочення витрат часу і сил, оскільки заповнення заявки на сайті займає декілька хвилин, в той час як відвідування офісу може зайняти декілька годин;	Пришвидшує процес продажу та зменшує його затратність;
Підвищує якість страхових послуг, зокрема через застосування хмарних платформ, на яких можна порівняти страхові продукти різних страховиків та обрати той, що найкраще підходить людині по ціні, умовам та строкам;	Зменшує кількість персоналу;
Простота та універсальність способів оплати (банківський переказ, платіжні картки, електронні гроші);	Трансакційні витрати по операціям у віртуальному офісі набагато нижчі витрат, необхідних для обслуговування клієнтів в звичайному офісі;
Можливість, залишаючись вдома, скласти загальне уявлення про страховий ринок, страховика та його послуги;	Пришвидшує передачу інформації до електронних баз даних, в тому числі до баз даних Нацкомфінпослуг;
Використовуючи страховий калькулятор самостійно розрахувати тарифи;	Зменшує ймовірність шахрайства й підвищує безпеку страхових операцій;
Мінімізація «людського» чинника: відсутність у більшості випадків необхідності зустрічі і спілкування з представниками страхової компанії;	Відкриття Інтернет-офісу автоматично призводить до географічної диверсифікації страхових продуктів компанії;
Економія коштів – багато страхових компаній при покупці страхових полюсів онлайн роблять своїм клієнтам знижки;	Інтернет-представництво сприяє новим можливостям просування послуг компанії на ринку, тобто застосуванню Інтернет-маркетингу;
Досягнення більшої обґрунтованості вибору необхідного страхового продукту за рахунок необмеженого доступу до максимально повної інформації, проведення оперативного порівняння різних пропозицій, отримання довідок та консультацій в глобальній мережі;	Можливість збільшення продажу страхових продуктів за рахунок відкритого доступу до клієнтів з різних країн світу;
Отримання клієнтом повної інформації про загальний і фінансовий стан компанії;	Можливість обслуговування клієнтів на якісно новому рівні: сім днів на тиждень, 365 днів в році.
Відсутній ризик втратити електронний поліс, тому що при потребі, будь-якої хвилини власник зможе роздрукувати екземпляр, а його юридичну силу перевірять в загальнодоступній базі даних.	

*Джерело: [15]*

Проте, поруч зі своїми перевагами існують також і мінуси використання діджиталізації страхової діяльності як для клієнтів, так і для страхових компаній (табл. 4).

Проаналізувавши таблиці, можна зробити висновки, що використання Інтернет-страхування має значні переваги. Найважливішими з них є скорочення часу і сил, збільшення можливостей вибору, простота та універсальність способів оплати можливість переглядати стан свого договору та змінювати його, отримання повної інформації про загальний стан компанії.

**Таблиця 4**

**Недоліки діджиталізації страхової діяльності для страхувальника та страхової компанії**

<b>Недоліки для страхувальника</b>	<b>Недоліки для страхової компанії</b>
Необхідність клієнту самому розбиратися в тонкощах і нюансах роботи з сайтом страховика;	Обмеженість бюджету;
Значно менша кількість страхових продуктів розміщується на Інтернет – сайтах страхових компаній для продажу;	Відсутність розуміння важливості автоматизації у керівництва страхової компанії;
Неможливість застрахувати в онлайн-режимі транспорт та нерухомість, що знаходяться в заставі	Відсутність готових рішень для страхових організацій;
Можлива відмова сервера або сайт може бути недоступний у потрібний момент;	Нерозуміння специфіки страхового ринку постачальниками ІТ-послуг;
Невеликий вибір страхових компаній, які надають послугу страхування через мережу Інтернет;	Нестача інформації щодо автоматизації страхового ринку;
Відсутність компетентної особи, що пояснює всі умови страхування	Відсутність успішного досвіду впровадження ІТ-систем на страховому ринку
Неможливість повного ознайомлення зі всіма умовами договору. Незважаючи на те, що компанії надають приклад договору на сайті, немає повної гарантії, що кур'єр не привезе інший оновлений договір, з додатковими, невігідними, умовами.	Кіберизики, що становлять небезпеку для споживачів і систем, створюючи загрози фінансової стабільності
Проблема оцінки вартості об'єкта страхування. При онлайн-страхуванні встановлюються варіанти строго фіксованих страхових сум, змінити які неможливо. Як наслідок, страхової виплати може не вистачити на покриття збитків або виникає ситуація переплати за страховку.	

*Джерело: [16]*

Як показує світова практика, в результаті введення продажів полісів через Інтернет страховики можуть знизити свої витрати приблизно на 9–12% [14]

Отже, діджиталізація відіграє визначальну роль у діяльності страхових компаній України, сприяє їх росту на ринку страхових послуг. Однак на сьогодні потрібно подолати ряд проблем, які заважають страховим компаніям користуватися усіма можливостями комп'ютерних технологій у своїй діяльності.

**Висновок.** Страховий сектор України поступово набирає обертів у сфері діджиталізація: з кожним роком зростає кількість страхових продуктів, що продаються онлайн, розвиваються сервіси віддаленого врегулювання збитків, впроваджуються мобільні додатки тощо. Страхові компанії зацікавлені в базових інноваціях цифрової економіки.

З метою спрощення процесів і механізмів вони активно користуються такими технологіями, як автоматизація, чат-боти, хмарна обробка даних, технології з елементами штучного інтелекту.

Діджиталізація має певні переваги як для страхувальника, так і для страховика. Для страхувальника найважливішими з них є скорочення часу і сил, збільшення можливостей вибору, простота та універсальність способів оплати можливість переглядати стан свого договору та змінювати його, отримання повної інформації про загальний стан компанії.

Для страхових компаній це зменшення витрат на утримання персоналу, збільшення можливостей просування послуг, можливість збільшення продажу страхових продуктів за рахунок відкритого доступу до клієнтів можливість переглядати стан свого договору та змінювати його, отримання повної інформації про загальний стан компанії.