

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА
МЕНЕДЖМЕНТУ ІМ. Г.Е. ВЕЙНШТЕЙНА



МАТЕРІАЛИ

**ІХ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
19 – 20 ЖОВТНЯ 2021 р.**

**«ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ
РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ»**

м. Одеса

УДК: 338.43:316.502(477)

Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття. Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції 19-20 жовтня 2021 року. Одеса: Одеська національна академія харчових технологій, 2021. – 369 с.

У матеріалах конференції знайшли відображення економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття. Були запропоновані шляхи вирішення найактуальніших та нагальних проблем багатьох сфер сучасного бізнесу та новітні управлінські технології в сучасних турбулентних умовах існування підприємств. В доповідях особлива увага приділялась прикладному характеру досліджень та їх впливу на поліпшення економічної ситуації в країні.

Науковий редактор Мельник Ю.М. - д-р екон. наук, професор,
директор ННПЕіМ ім. Г. Е. Вейнштейна ОНАХТ

Редакційна колегія:

Агеева І.М. – к.е.н., доц., Басюркіна Н.Й. – д.е.н., проф., Купріна Н.М. – д.е.н., доц., Лагодієнко В.В. – д.е.н., проф., Немченко В.В. – д.е.н., проф., Павлов О.І. – д.е.н., проф., Савенко І.І. – д.е.н., проф., Іванченкова Л.В. – д.е.н., проф., Соловей А.О. – к.і.н., доц., Неустроєв Ю.Г. – к.е.н., доц.

Матеріали додаються за оригіналами рукопису

Редакційна колегія не несе відповідальності за зміст та сутність наданих матеріалів

РОЗВИТОК ІНТЕРНЕТ- СТРАХУВАННЯ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Сорохан К.А., студентка 1 курсу магістратури спеціальності фінанси, банківська справа та страхування
Науковий керівник: Фасолько Т.М., к.е.н., доцент кафедри математики, статистики та інформаційних технологій
Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова,
м. Хмельницький, Україна

В умовах швидкого розвитку цифрових технологій на сьогоднішній день страхові компанії зіштовхуються з високою конкуренцією за лідерство. З метою підтримання своєї позиції на ринку, залучення нових клієнтів та утримання вже існуючих, страховики повинні підлаштовуватися під зміни у світі шляхом впровадження інноваційних рішень у свою діяльність. В умовах пандемії особливої популярності набуло застосування нових способів продажу, а саме онлайн-продаж страхових послуг, що дозволяє мінімізувати контакти між людьми, адже це є пріоритетом на теперішній час, та підтримувати продажі страхових продуктів на високому рівні.

Цифрове страхування – це спосіб задоволення традиційної або специфічної потреби в страховому захисті за допомогою цифрових технологій. Впроваджуючи цифрові технології у страхуванні, страхові компанії підвищують ефективність своєї діяльності та зменшують витрати, застосовуючи онлайн страхування.

У таблиці 1 розглянемо сучасні діджитал-технології, що використовуються страховиками на страховому ринку України.

Таблиця 1- Сучасні діджитал-технології страхового ринку в Україні

Технологія	Механізм використання та застосування на страховому ринку
Вебсайт	Сукупність вебсторінок, що є доступною в мережі Інтернет, які об'єднані за змістом і навігацією під єдиним доменним ім'ям. На сайтах розміщуються окремі елементи діджитал-технології: страховий калькулятор, оплата «онлайн», магазин страхових послуг, посилання на мобільні додатки
Чат-бот	Комп'ютерна програма, яка розроблена на основі нейромереж і веде розмову за допомогою слухових або текстових методів
Автоматизовані системи перевірки достовірності страхових полісів	Комп'ютерні програми з широкою базою даних, які надають змогу перевірити достовірність страхового договору та термін його дії
Відеохостинг	Сервіс, що надає послуги з розміщення відеоматеріалів на певну тематику

Соціальна мережа	Інтернет-програма, яка допомагає окремим особам спілкуватися та встановлювати зв'язки між собою, використовуючи набір інструментів
Відеотелефонія	Технологія, що надає можливість прийому та передачі аудіо- та відеосигналів користувачам у різних місцях для спілкування між ними в режимі реального часу

Джерело: складено автором на основі даних [3].

З таблиці 1, бачимо, що одним із перших аспектів діджиталізації на страховому ринку України стало створення та інформаційне наповнення офіційних вебсайтів страхових компаній. Наповнення вебсайтів відіграє важливу роль у формуванні уявлення про страхові продукти, які він надає. Найчастіше страхові компанії в Україні мають такі сторінки на вебсайті: «Головна сторінка», «Про компанію», «Послуги», «Контакти». Проте в умовах пандемії Covid-19, необхідно було впроваджувати нові шляхи продажу страхових продуктів, тому одним із важливих елементів діджиталізації стало те, що страхові компанії розпочали створювати онлайн-магазини з страховими продуктами. Де можна придбати електронний поліс страхування автоцивільної відповідальності, оформити замовлення онлайн на страхування майна, туристів, каско, здоров'я, від нещасних випадків та ін. Але все ж таки, не всі страхові компанії можуть запропонувати широкий спектр вибору послуг страхування онлайн.

До прикладу розглянемо доступні види онлайн страхування на ринку України у 2019 році.

Таблиця 2 - Доступні види онлайн-страхування на ринку України у 2019 р.

	СК «ПЗУ Україна»	СК «Альфа Страхування»	СК «Уніка»	СК «АХА Страхування»
ОСЦПВ	+	+	+	+
Каско	+	+	-	+
Зелена карта	+	-	-	-
Туристичне страхування	+	+	-	-
Страхування від нещасних випадків	-	+	-	-
ДМС	-	+	-	-

Джерело: складено автором на основі даних [1]

Отже з таблиці 2 видно, що жодна страхова компанія не забезпечує продаж усіх страхових продуктів через мережу інтернет, що відповідно зменшує кількості продажів та прибуток страхової компанії. Також з даних, наведених у табл. 2 можемо зробити висновок, що СК «Альфа страхування» СК «ПЗУ» та СК «Альфа страхування» найбільш активно займаються

впровадженням онлайн-страхування. Серед найпопулярніших страхових продуктів, що оформлюються онлайн є ОСЦПВ та Каско. Важливо зазначити, що на сайтах страхових компаній не завжди легко знайти список страхових продуктів, які можна придбати онлайн. Також процедура заповнення усієї інформації займає більше 15 хвилин.

У цифровому середовищі необхідно у користувачів викликати бажання залучитися у спільну цифрову мережу страхових послуг. За допомогою маркетингових підходів та реклами потрібно впровадити тренд серед населення, яке активно користується цифровими девайсами, що «страхування у смартфоні» - це доступно, дешево та просто. Відповідно до цього страховики запроваджують такі елементи діджитал-технологій, на вебсайтах це:

Страховий калькулятор, онлайн-оплата, онлайн-кабінет, чат-боти, соціальні мережі та ін. Як показують дослідження більш прогресивними в цьому напрямку є страхові компанії, що займаються ризиковими видами страхування. Страхові компанії, що займаються страхуванням життя дещо відстають. Такі особливості пов'язані з самою специфікою надання послуг. Онлайн-магазини утворили 19% страховиків у сфері ризикового страхування, 3% в цих магазинах належать компаніям зі страхування життя. Частка страховиків, що пропонують оплату-онлайн становить близько 10% від загальної кількості страховиків, що мають офіційні сайти .

На окремих сайтах створено онлайн-кабінети для клієнтів страхової організації, де клієнт, переважно, може ознайомитися із переліком діючих страхових договорів, побачити сплачену страхову премію та коли слід сплатити чергову страхову премію. Частка таких страховиків є досить невисокою і складає всього 9%.

Високого попиту набуває ведення сторінок у соціальних мережах, а також використання чат-боту у вайбері, телеграмі, фейсбуці та на інших цифрових платформах. В основному страховики почали використовувати соціальні мережі, як джерело ефективної реклами, відповідно до цього збільшили відвідуваність сайту, та цікавість користувачів до послуг страхування.

Але незважаючи на усі плюси діджиталізації у сфері страхування, їй притаманні деякі недоліки. Серед них можна виділити:

- обмеженість у застосуванні провідних цифрових технологій через високу вартість послуг ІТ;
- перенаванчання працівників;
- посилення безпеки доступу до персональних даних;
- зміна перевіреної часом бізнес-стратегії;
- зростання шахрайських дій на онлайн-платформах;

- низька обізнаність населення у сфері ІТ, особливо серед старшого покоління ;
- недовіра серед населення до надання страхових послуг новими методами;
- недосконалість законодавства України, щодо надання електронних полісів страховими компаніями та ін [2].

Усі ці фактори значною мірою, гальмують розвиток інтернет-страхування в Україні. Проте при чітко сформованій довгостроковій стратегії щодо впровадження цифрових технологій у діяльність, страхові компанії будуть швидше розвивати альтернативні канали продажу, збільшувати прибутки, та будуть готові до нових змін, зокрема якщо введуть посилення карантини обмежень або локдаун, це менш болючіше вдарить по діяльності страховиків.

Отже, нова технологічна парадигма, пов'язана з широким використанням інформаційних технологій, що вимагає нових стратегічних рішень не лише від страхових компаній, а й усього фінансового сектору в Україні. Тому впровадження діджиталізації стала головним фактором розвитку сфери страхування в умовах пандемії Covid-19.

Література:

1. Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics», №17 (2019), 100-104 URL: <https://modecon.mnau.edu.ua>
2. Дем'янчук М. А., Гуржий К. С. Трансформація страхового ринку в умовах розвитку цифрових технологій. Економіка та управління підприємствами. 2018. №25. С. 272-278.
3. Eling M., Lehmann M. The Impact of Digitalization on the Insurance Value Chain and the Insurability of Risks. The Geneva Papers on Risk and Insurance – Issues and Practice. 2018. Vol. 43. Issue 3. P. 359–396. DOI: 10.1057/s41288-017-0073-0

УПРАВЛІННЯ НОВОВВЕДЕННЯМИ В КАДРОВІЙ РОБОТІ

Згадова Н. С., к.е.н., доцент

Холодняк Т.К., магістр спеціальності 073 Менеджмент

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

У період становлення ринкової економіки в Україні виникає необхідність в обґрунтованому підборі, організації навчання, підвищенні кваліфікації, правильній оцінці і вихованні кадрів підприємства. Особливо зростає роль кадрових служб щодо набору випускників технікумів, інститутів і університетів, які володіють сучасними знаннями.

ЗМІСТ

	КОМУНІКАЦІЙНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ	
1.	Вдовіна О.О., к.н.з соц.ком., доцент, Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», м. Полтава, Україна	3
	АНАЛІЗ СТАНУ ТА РОЗВИТКУ МОЛОКОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	
2.	Самофатова В.А., д.е.н., професор.; Куделько С.Ю., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	5
	РОЗВИТОК ІНТЕРНЕТ- СТРАХУВАННЯ У СУЧАСНИХ УМОВАХ	
3.	Сорохан К.А., магістрант; науковий керівник: Фасолько Т.М., к.е.н., доцент. Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, м. Хмельницький, Україна	8
	УПРАВЛІННЯ НОВОВВЕДЕННЯМИ В КАДРОВІЙ РОБОТІ	
4.	Згадова Н. С., к.е.н., доцент; Холодняк Т.К., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	11
	ЛОКАЛЬНІ І СИСТЕМНІ СУПЕРЕЧНОСТІ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	
5.	Римар О.Г., к.е.н., доцентка, Нововолинський навчально-науковий інститут економіки та менеджменту ЗУНУ, м. Нововолинськ, Україна	14
	СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ЗЕРНОВОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	
6.	Самофатова В.А., д.е.н., професор.; Буга Я.Я., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	17
	ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	
7.	Згадова Н. С., к.е.н., доцент; Гончаренко С. С., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	20
	ВИЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СКЛАДОВОЇ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ З ПОЗИЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ	
8.	Борисова Л.П., к.е.н., доцент, Одеський фаховий коледж економіки, права, готельно-ресторанного бізнесу, м. Одеса, Україна	23
	ДЕЯКІ АСПЕКТИ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ АГРОПРОДОВОЛЬЧИМИ ТОВАРАМИ: СТАТИСТИЧНА ОЦІНКА	
9.	Антонюк О.П., к.е.н., доцент; Ступницька Т.М., к.е.н., доцент; Баранюк Х.О., д-р філософії (PhD), ст. викладач. ОНАХТ, м. Одеса, Україна, Україна. Антонюк П.О., к.е.н., ст.н.с., Інститут проблем ринку та економіко- екологічних досліджень НАН України, м. Одеса, Україна	26
	RURAL DEVELOPMENT IN UKRAINE IN CONDITIONS OF DECENTRALIZATION OF POWER AND GOVERNANCE	
10.	Павлов О.І., д.е.н., професор; Павлова І.О., к.е.н., ст. викладач. ОНАХТ, м.	30