

Ю. М. Заволока,
к. е. н., доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин,
адміністрування та мовної підготовки, Кременчуцький інститут
ВНЗ "Університет імені Альфреда Нобеля", м. Кременчук
ORCID ID: 0000-0002-3616-1725

А. Г. Єфременко,
к. е. н., доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин, адміністрування
та мовної підготовки, Кременчуцький інститут ВНЗ "Університет
імені Альфреда Нобеля", м. Кременчук
ORCID ID: 0000-0002-6212-0660

Ю. А. Малашенко,
к. е. н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин, адміністрування
та мовної підготовки, Кременчуцький інститут
ВНЗ "Університет імені Альфреда Нобеля", м. Кременчук
ORCID ID: 0000-0001-5748-8906

DOI: 10.32702/2306-6806.2020.6.102

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

*Yu. Zavaloka,
PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Economic Relations,
Administration and Language Training, Kremenchuk Institute of Alfred Nobel University, Kremenchuk*
*A. Yefremenko,
PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Economic Relations,
Administration and Language Training, Kremenchuk Institute of Alfred Nobel University, Kremenchuk*
*Yu. Malashenko,
PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Economic Relations,
Administration and Language Training, Kremenchuk Institute of Alfred Nobel University, Kremenchuk*

PECULIARITIES OF THE INSURANCE MARKET OF UKRAINE FUNCTIONING IN CONDITIONS OF THE CURRENT DIGITAL TRANSFORMATION

Збереження стабільності функціонування страхових компаній, особливо в періоди кризи та економічної нестабільності, вимагає розвитку нових каналів продажів страхових продуктів.

Статтю присвячено дослідженню використання цифрових і інтернет-технологій в страховій галузі, які надають нові можливості в страхуванні як для страхувальників, так і для страховиків.

Актуальність зазначеної теми обумовлена тим, що в останнє десятиліття інформаційні технології активно увійшли в усі сфери життєдіяльності людини, а використання Інтернет-ресурсів здійснюється практично кожним суб'єктом підприємницької діяльності, що сприяє збільшенню кількості угод шляхом здійснення їх онлайн.

Проведено аналіз обсягу страхових премій, зібраних страховими компаніями за допомогою мережі Інтернет та розглянуто перспективи подальшого розвитку страхування в контексті широкого використання цифрових і інтернет-технологій.

The spread and improvement of digital technologies affects the development of industrial relations, economic structure and education, defines new requirements for communications, information systems and services. In modern conditions, the dynamic development of markets and areas of activity is hardly possible without sophisticated platforms, technologies, institutional and infrastructural environment.

The process of the economy digitalization greatly influences the activities of insurers, that are the main participants in the insurance market.

The introduction of digital technologies in insurance is one of the main trends that is currently actively invested around the world. Insurance in Ukraine is not an exception. Despite the fact that the Ukrainian insurance is relatively young and lags behind in comparison with the Western one, it is hoped and expected that foreign experience in the use of digital technologies will have a positive impact on the domestic insurance market.

Modern digital technologies are not just a set of tools. They have enabled truly profound business transformation.

On the one hand, it is changes in the internal business processes of the insurer, that help to increase the efficiency and, consequently, the profitability of the business.

On the other hand, digital technologies help to carry out external transformation, to improve customer interaction experience from the choice of insurance product to the settlement of insurance cases.

Introduction of digital technologies in insurance at different levels is beneficial not only to insurers but also to policyholders. Digitization of information about insurance cases and collection of data about the insured in a single database allows you to get a complete picture of each case, apply insurance rates individually for each person and make forecasts about the possible consequences of insurance risks.

Thus, we can talk about positive aspects of digital technology in insurance, both for the insurer and for the insured, the key of which is optimization of the cost of the insurance policy. However, along with the emergence of new ways of interaction, there are and there will be new ways of fraud. They will be more detrimental to both parties unless they are prevented in time. Another important aspect of the development of Ukraine's financial economy is measures to teach financial literacy of the population, including the work with digital technologies. The technological revolution in the field of finance is aimed not only at increase of the population financial literacy, but also at the formation of new algorithms and technologies for training future insurers in the era of mobile devices.

Ключові слова: цифровізація, цифрові технології, електронний договір, страхові компанії, інтернет-страхування, страхові премії, страховий ринок.

Key words: digitalization, digital technologies, e-contract, insurance companies, online insurance, insurance premiums, insurance market.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сучасні умови господарювання неможливі без використання цифрових технологій, а їх розвиток набуває все більшого значення й призводить до значних змін у світовій економіці. Саме завдяки таким інноваціям відбулося скорочення та спрощення виробничих циклів. 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 трансформації, оскільки нові технології, інновації та моделі споживчої поведінки кардинальним чином змінюють колишні, стійкі бізнес-моделі. Процес інформатизації економіки значно впливає і на діяльність страховиків.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідженнями окремих питань стосовно розвитку Інтернет-страхування займався й продовжує займатися ряд вчених, як-от: В. Базилевич, О. Гаманкова, О. Залетов, Р. Пікус, В. Нечипоренко, Р. Косія, М. Мюлер-Рейхарт, К. Кйонсан та інші. Попри багатогранність наукових досліджень стосовно цифровізації страхового ринку, існує безліч питань, які потребують подальшого дослідження.

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є дослідження ролі цифровізації в реалізації страхових послуг та її вплив на діяльність страховиків.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

За всю свою історію страхування зазнало кілька фундаментальних технологічних інновацій, зокрема впровадження актуарних розрахунків, що стало основою сучасної страхової справи; використання праці страхових агентів, що стало основою масового страху-

вання; застосування комп'ютерів та інформаційних технологій, спростили реалізацію багатьох бізнес-процесів у страхуванні та інше.

У реаліях сьогодення для збереження стабільного функціонування страхових компаній, гостро стоїть питання щодо розвитку нових та удосконаленню існуючих каналів продажів страхових продуктів. Серйозною допомогою в розширенні страхового ринку сьогодні є використання потенціалу інформаційно-комп'ютерних технологій та інформаційних мереж.

Необхідно зазначити, що в цьому напрямку важливим є цифрова трансформація, яка передбачає впровадження сучасних технологій у бізнес-проєктах 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.

В епоху цифрової трансформації на зміну традиційним офісним компаніям приходять компанії-платформи, формуються підходи до побудови бізнес-процесів. Мобільні технології, соціальні мережі, хмарні сервіси, інтегровані пристрої, великі дані та різні аналітичні інструменти впливають на потенціал людського капіталу. Компанії використовують цифрові інновації для кардинального перегляду функціонування та своїх конкурентних переваг, зростання продуктивності праці, користи для клієнта, збільшення прибутку. Безліч компаній виступають з інноваційними ініціативами. Проте більшість з них не здатні реалізувати таку необхідну трансформацію, що потребує сучасний бізнес. Страхові компанії зацікавлені в базових інноваціях цифрової еконо-

Таблиця 1. 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	1891427	2298621	121,53
2	Уніка	2029161	2142588	105,59
3	ТАС СГ	1323921,7	1736081,3	131,13
4	Арсенал страхування	1884690	1716392	91,07
5	PZU Україна	1434381,3	1703751,1	118,78
6	Інго Україна	1162431,4	1451676,2	124,88
7	Альфа страхування	808789	977516,8	120,86
8	Універсальна	822826,1	946699,6	115,05
9	Вусо	632640,8	941245,5	148,78
10	Аска	961844	908267	94,43

Джерело: побудовано за даними [10; 11].

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

Радикальна зміна технологій, в першу чергу в області Інтернету, цифрових, мобільних і соціальних платформ, призводить до значних змін в перевагах клієнтів, їх моделей поведінки та прийнятті рішень. Завдяки стрімкому розвитку цифрових технологій в останнє десятиліття споживачі опинилися в більш вигідному становищі, бо навчилися користуватись значними обсягами інформації, самостійно знаходити необхідні дані тощо. Тому все більше потенційних клієнтів отримали змогу придбати страхові поліси на сайтах страхових компаній.

Існує повсякденне уявлення про інтернет-страхування як про продаж страхових полісів через Інтернет. Але, на наш погляд, інтернет-страхування є системною економічною відносин, що включають сукупність форм і методів взаємодії страховальника, страховика та інших професійних учасників страхового ринку, спрямованих на задоволення потреб страховальника в страховому захисті за допомогою мережі Інтернет.

Перенесення частини організаційних моментів страхового бізнесу в Інтернет-простір надає потенційним і реальним клієнтам страхової компанії нові можливості, а саме:

- залишаючись вдома скласти загальне уявлення про страховий ринок, страховика та його послуги;
- використовуючи страховий калькулятор самостійно розрахувати тарифи;
- отримати онлайн консультації з різних питань страхування;

— оцінити ризик стосовно потенційного об'єкта страхування;

— надати заявку на укладання страхового договору, укласти договір та сплатити страховий внесок;

— оповістити страхову компанію про настання страхового випадку та ін.

Від розвитку ринку інтернет-страхування вииграють як страховальники, так і страховики. Як показує світова практика, в результаті введення продажів полісів через Інтернет страховики можуть знизити свої витрати приблизно на 9–12% [6, с. 46]. Такий ефект досягається за рахунок зниження транзакційних витрат внаслідок спрощення процедури страхування, економії від винагороди агента, брокера або посередника, що призведе до зниження ціни продукту, підвищення прибутку та збільшення конкурентоспроможності страховика.

Проаналізувавши європейський страховий ринок, можна виділити такі підходи щодо реалізації страхових продуктів:

— традиційний персональний або індивідуальний підхід, який включає повний комплекс послуг преміум брендів. Тут увага приділяється "якості" топ-менеджменту, справедливим тарифам і якісному обслуговуванні клієнтів, завдяки чому і досягається максимальний ефект;

— прями продажі, що базуються на невисокій та справедливій ціні, враховують побажання таких клієнтів, для яких ціна продукту є вирішальним фактором. Такий підхід включає пропозицію стандартизованих продуктів, а також швидкий й зручний спосіб отримання послуги (найчастіше самостійно), що надається через інтернет або телефон.

Обидва підходи мають потенціал розвитку, особливо прями продажі в "low-cost" сегменті, які демонструють високі темпи зростання в усіх секторах економіки.

У сучасному світі майже всі страхові компанії представлені в мережі інтернет надають весь спектр послуг, необхідний для покупки й обслуговування страхового полісу, однак у різних країнах існують певні відмінності щодо структури продажів. Так, у Німеччині полісів зі страхування життя набагато більше, ніж з ризикового страхування, а в Нідерландах, навпаки, переважна частина страхових послуг здійснюється в сегменті страхування здоров'я. Слід зазначити, що в багатьох розвинутих країнах в Інтернеті представлено велику кількість страхових брокерів, які пропонують клієнту можливі варіанти компаній та їхніх продуктів.

За останні роки український страховий ринок та, зокрема, інтернет-страхування набрав певних обертів. На це вплинуло прийняття Законів "Про електронну комерцію" та "Про електронні довірчі послуги", що

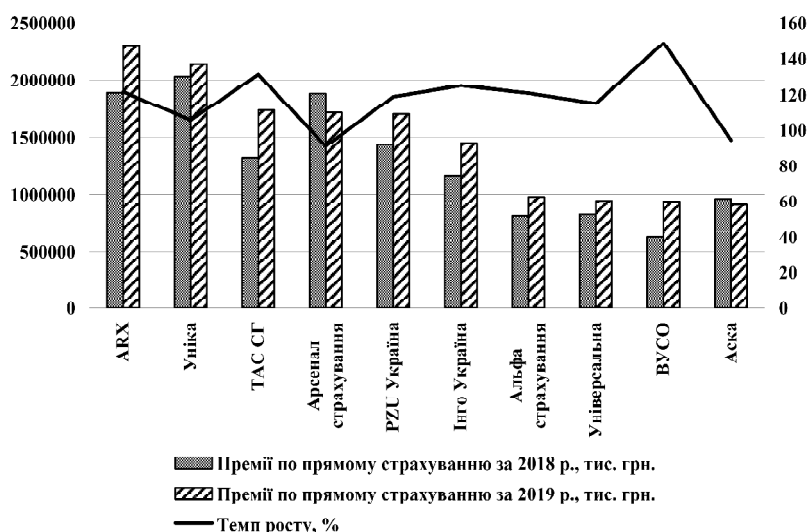


Рис. 1. ТОП-10 компаній, які здійснюють пряме страхування

Джерело: [10; 11].

Таблиця 2. ТОП-10 страхових компаній за кількістю укладених полісів ОСЦПВ за 2018–2019 рр.

№ п/п	Назва компанії	Кількість електронних полісів, шт.	Страхова премія, грн
1	PZU Україна	212167	184143154
2	Княжа Вієнна Іншуранс Груп	190481	116578820
3	Вусо	183680	132256096
4	Уніка	65488	64001885
5	Ю.Ес.Ай	59891	46796736
6	Українська страхова група	56766	58277803
7	УПСК	51074	20324670
8	ТАС	50240	32411760
9	Провідна	49264	30240190
10	АРКС	47505	55481227

Джерело: побудовано за даними [10; 11].

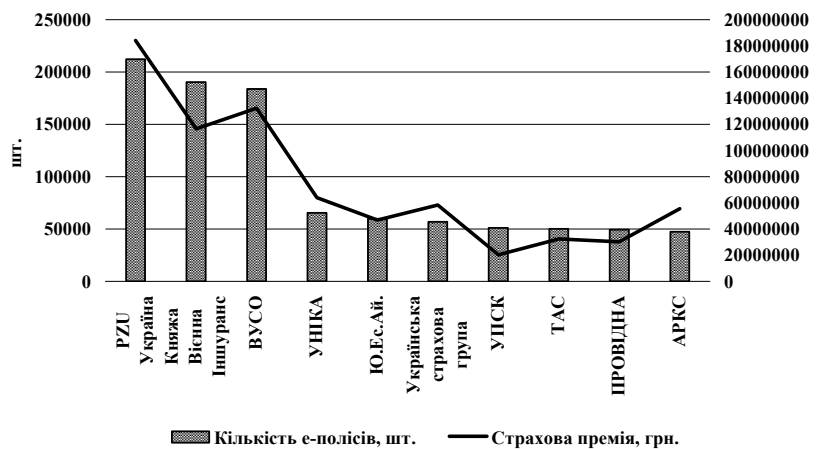


Рис. 2. Провідні страхові компанії за кількістю укладених електронних договорів ОСЦПВ та сумами премій за період 2018–2019 рр.

спряло зручному укладанню страхових полісів [7; 8]. Найбільш поширеною платформою для реалізації прямого страхування є офіційні сайти страхових компаній, які використовують всі страхові організації. Для здійснення онлайн-продажів розробляються мобільні додатки

Саме використання сучасних технологій — це питання успіху та перемоги в найгострішій конкурентній боротьбі. Вже сьогодні перевагу отримує та компанія, яка пропонує різним категоріям споживачів таке:

- орієнтований на клієнтів набір послуг;
- оптимальний час реалізації цих послуг;
- максимально зручна форма укладання полісу та найбільш доступна його ціна.

За останні роки ряд страхових компаній на українському ринку ("АРХ", "Уніка", "ТАС СГ", "PZU Україна", "ВУСО" та ін.) у зв'язку з пошуком нових малозатратних каналів збуту своїх продуктів удосконалили свій продаж у режимі on-line (табл. 1 та рис. 1).

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" 9.

Згідно зі статистикою Моторного (транспортного) страхового бюро України (МТСБУ) за період роботи системи "електронний поліс" (з лютого 2018 р.) по грудень 2019 р. страховиками ОСЦПВ укладено понад 1,3 млн шт. електронних договорів та отримано понад 1,03 млрд грн страхових премій. Більша частина укладених електронних договорів за цей період припадає на 2019 р. — понад 1,2 млн, а сума страхових платежів за такими договорами склала 929,7 млн грн. А завдяки активній роз'яснювальній роботі, яку проводять страхові компанії та МТСБУ, кількість електронних договорів, щомісячно зростає, і на кінець квітня 2020 р. налічує 2,17 млн електронних договорів, загальний обсяг премій яких становить 1,7 млрд грн. Тільки у квітні власники авто придбали 250 тисяч електронних полісів, що є своєрідним рекордом і за подальшими прогнозами й надалі ця кількість буде тільки зростати [5].

Серед страхових компаній, за кількістю укладених електронних договорів ОСЦПВ за 2018–2019 роки переважні позиції займають: "PZU Україна", "Княжа Вієнна Іншуранс Груп", "ВУСО", "Уніка", "Ю.Ес.Ай", "Українська страхова група", "УПСК", "ТАС", "Провідна", "АРКС" та ін. (табл. 2, рис. 2, 3).

На підставі проведеного аналізу можна зазначити, що запровадження та розвиток електронних договорів ОСЦПВ набирає значні оберти, доказом чого є високі темпи приросту обсягів надходжень, отриманих від продажу страхових полісів онлайн. Це зумовлюється прийняттям відповідних законодавчих актів, що дозволяє здійснювати відповідну діяльність онлайн.

За іншими видами страхування цифри дещо скромніші, але позитивна динаміка спостерігається, механізм інтернет-страхування запущений та працює. З кожним роком виявляється збільшення

страхувальників, які оцінили позитивні моменти, пов'язані з купівлею електронних полісів.

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, сформувався стійке уявлення про обережне ставлення до страхових компаній. Це пов'язано з негативним досвідом спілкування з недобросовісними страховиками, що призвело до недовіри партнерів до всього страхового ринку.

Також, попри відносну технологічну готовність страхових компаній продавати онлайн, українці поки що

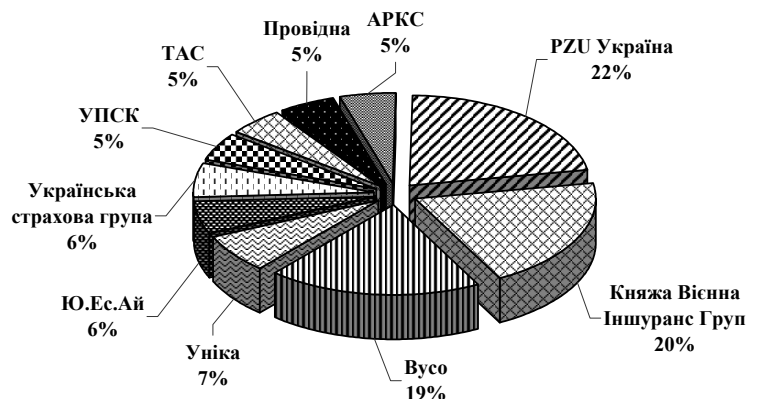


Рис. 3. ТОП-10 страховиків за структурою електронних договорів ОСЦПВ, 2018–2019 рр.

не готові купувати таким способом страхові послуги ще й тому, що мало поінформовані про доступність цієї послуги.

У зв'язку з цим, гостро постає питання щодо мобільності сучасного страхового ринку та компаній, які на ньому працюють. Тому запорукою стабільного розвитку страхової діяльності в Україні є:

— швидке реагування на нові умови, на запити клієнтів;

— здатність адаптуватися, накопичувати позитивний досвід, аналізувати та виправляти негативні моменти;

— гармонійно розвиватися, знаходити баланс між акумулюванням нових знань та їх практичним застосуванням.

Задоволення потреб страхувальників, очікування яких значно змінилися в зв'язку з цифровізацією економіки, і є головною метою діяльності страхових компаній. Тому ми вважаємо, що сучасним споживачам страхових послуг потрібно таке:

— простота використання, цілодобовий і швидкий доступ;

— чітка й зрозуміла інформація про страхову послугу. Для страховика це означає підвищення прибутку в короткостроковому періоді, оскільки скорочуються транзакційні витрати при просуванні товару в структурі вартості;

— впровадження інноваційних страхових продуктів, що є корисним для довгострокового періоду страхування.

Успішні страховики все активніше проникають у нові області, створюючи нові можливості для реалізації страхових послуг на взаємовигідних угодах між ними та клієнтами.

Таким чином, можна зазначити, що український страховий ринок знаходиться в процесі переходу на якісно новий етап розвитку, який відповідає загально-світовим тенденціям, а подальше вдосконалення нормативно-правової бази стосовно страхових послуг позитивно вплине на створення повноцінного інтернет-страхування.

ВИСНОВКИ

Отже, 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.

Література:

1. Діба В.А. Сучасний стан та перспективи розвитку страхових компаній в Україні. Економіка та держава. 2016. № 11. С. 80—83.

2. Желізняк Р.Й., Бонецький О.О., Жулевич М.І. Розвиток світового ринку страхування в умовах діджиталізації. Modern Economics. 2019. № 17. С. 100—104. — DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V17\(2019\)-16](https://doi.org/10.31521/modecon.V17(2019)-16)

3. Золотарьова О.В. Ключові тенденції та пріоритети розвитку ринку страхових послуг в Україні. Економіка і суспільство. 2017. № 11. С. 413—420.

4. Кулина Г., Фаріон Я. Світовий ринок страхових послуг в умовах зміни парадигми глобального еконо-

мічного розвитку. Світ фінансів. 2017. № 3 (52). С. 48—59.

5. Моторне (транспортне) страхове бюро України. Офіційне Інтернет-представництво. URL: <http://www.mtsbu.ua/ua/presscenter/news/155259/>

6. Приказюк Н. Роль інтернету в реалізації страхових послуг. Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. 2014. № 3 (156). С. 45—51.

7. Про електронні довірчі послуги: Закон України від 05.10.2017 р. № 2155—VIII (редакція від 13.02.2020) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2155-19>

8. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 р. № 675-VIII — ВР (редакція від 19.04.2020) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19>

9. Про затвердження Змін до Положення про особливості укладання договорів обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів: Розпорядження Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг від 31.08.2017 р. № 3631. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1197-17>

10. Insurance TOP №1(69) 2020 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://forinsurer.com/files/file00673.pdf>

11. Insurance TOP №1(65) 2019 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://forinsurer.com/insurancetop_65

References:

1. Dyba, V.A. (2016), "The current state and prospects of insurance companies in Ukraine", *Ekonomika ta derzhava*, vol. 11, pp. 80—83.

2. Zhelizniak, R. J. Bonets'kyj, O. O. and Zhulevych, M. I. (2019), "The World Insurance Market Development in the Conditions of Digitalization", *Modern Economics*, vol. 17, pp. 100—104.

3. Zolotar'ova, O.V. (2017), "Key trends and priorities for the development of the insurance services market in Ukraine", *Ekonomika i suspilstvo*, vol. 11, pp. 413—420.

4. Kulyna, H. and Farion, Ya. (2017), "World market of insurance services in the conditions of change the paradigm of global economic development", *Svit finansiv*, vol. 3 (52), pp. 48—59.

5. Motor (Transport) Insurance Bureau of Ukraine (2020), "In Ukraine, more than 1 million electronic contracts of CCLI have been concluded", Available at: <http://www.mtsbu.ua/ua/presscenter/news/155259/> (Accessed 04 May 2020).

6. Prykaziuk, N. (2014), "Role of the Internet in insurance services realization", *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu im. Tarasa Shevchenka*, vol. 3 (156), pp. 45—51.

7. The Verkhovna Rada of Ukraine (2017), The Law of Ukraine "On electronic trust services", available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2155-19> (Accessed 04 May 2020).

8. The Verkhovna Rada of Ukraine (2015), The Law of Ukraine "On e-commerce", available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19> (Accessed 04 May 2020).

9. National Commission for State Regulation of Financial Services Markets (2017), Order "On approval of Amendments to the Regulations on the peculiarities of concluding contracts of compulsory insurance of civil liability of owners of land vehicles", available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1197-17> (Accessed 06 May 2020).

10. Insurance TOP (2020), vol.1(69), Available at: <https://forinsurer.com/files/file00673.pdf> (Accessed 07 May 2020).

11. Insurance TOP (2019), vol.1(65), Available at: https://forinsurer.com/insurancetop_65 (Accessed 07 May 2020).

Стаття надійшла до редакції 19.05.2020 р.