


Страхование рисков, связанных с заражением новой коронавирусной инфекцией и его профилактикой в современном дискурсе


Марина Н. Степанова¹ emarina77@list.ru  0000-0001-9776-1129

¹ Байкальский государственный университет, ул. Ленина, 11, г. Иркутск, 664003, Россия

Аннотация. Появление новых страховых продуктов не всегда воспринимается однозначно, особенно если оно отягощено существенными дефектами, снижающими потребительскую ценность услуги, но при этом является социально значимым явлением. Страхование рисков, связанных с заражением новой коронавирусной инфекцией, имело именно такой эффект. Результаты проведенного исследования показали, что имеет место как принятие социальной значимости данного направления страховой защиты, так и полное отрицание его потребительской полезности. Надзорный орган признает повышенный уровень потребительских рисков, связанных со страхованием на случай заражения коронавирусной инфекцией, при этом представители рынка не видят выхода за этические рамки при его реализации. Автор приходит к выводу о том, что ситуацию, допущенную в данном сегменте, необходимо воспринимать прежде всего как опыт работы в нестандартных условиях, практику оперативного вывода на рынок ситуативных продуктов, а социальный вклад страховщиков - исключительно с позиций страхователей и выгодоприобретателей, получивших удовлетворяющее их страховое обеспечение, но не общества в целом. В качестве рекомендации предложено публиковать значения индекса потребительской лояльности, обязанности по расчету которого в отношении социально значимых продуктов должен взять на себя надзорный орган – это повысит прозрачность происходящих на рынке процессов, даст представление о ценности предлагаемых программ и обеспечит более качественное формирование индивидуальных портфелей страховой защиты.

Ключевые слова: личное страхование, страхование, COVID-19, страховые продукты, страховое обеспечение, страховой рынок

Insurance of risks associated with infection with a new coronavirus infection and its prevention in modern discourse

Marina N. Stepanova¹ emarina77@list.ru  0000-0001-9776-1129

¹ Baikal State University, Lenin st., 11, Irkutsk, 664003, Russia

Abstract. The appearance of new insurance products is not always perceived unambiguously, especially if they are socially significant, but have defects that reduce their consumer value. Insurance of risks associated with infection with a new coronavirus infection had exactly this effect. The results of the study showed that there is both an acceptance of the social significance of this area of insurance protection and a complete denial of consumer utility. The supervisory authority recognizes the increased level of consumer risks associated with insurance in case of infection with coronavirus infection. Representatives of the market do not see going beyond the ethical framework when implementing it. The author comes to the conclusion that the situation in this segment should be perceived as an experience of working in non-standard conditions and as a practice of operational introduction of situational products to the market. The author believes that the social contribution is made exclusively from the positions of policyholders and beneficiaries who have received insurance coverage satisfying them, but not society as a whole. As a recommendation, it is proposed to publish the values of the consumer loyalty index calculated by the supervisory authority in relation to socially significant products in order to increase the transparency of the processes taking place in the market and better form their own portfolio of insurance protection.

Keywords: personal insurance, insurance, COVID-19, insurance products, insurance coverage, insurance market

Введение

Страхование рисков, связанных с заражением новой коронавирусной инфекцией и ее профилактикой, находит неоднозначную оценку в научных и околонаучных кругах – от принятия его социальной значимости до отрицания потребительской полезности. Принимая во внимание деликатный характер вопросов личной безопасности граждан, особенно в сфере

охраны здоровья; поднимаемую проблему баланса этики поведения экономических субъектов во время нестандартных ситуаций, складывающихся в обществе и внутренних целей страхового предприятия; необходимость сочетания социальных функций страхования и экономических интересов страховщиков, осмысление роли новых направлений страховой защиты становится важным этапом на пути оценки их общественной и экономической

Для цитирования

Степанова М.Н. Страхование рисков, связанных с заражением новой коронавирусной инфекцией и его профилактикой в современном дискурсе // Вестник ВГУИТ. 2021. Т. 83. № 4. С. 315–320. doi:10.20914/2310-1202-2021-4-315-320

For citation

Stepanova M.N. Insurance of risks associated with infection with a new coronavirus infection and its prevention in modern discourse. *Vestnik VGUIT* [Proceedings of VSUET]. 2021. vol. 83. no. 4. pp. 315–320. (in Russian). doi:10.20914/2310-1202-2021-4-315-320

This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

значимости. Восприятие страхования, связанного с распространением COVID-19 получателями страховых услуг, экспертами, исследователями имеет важное значение, предопределяющее дальнейшие перспективы развития, возможные трансформации или приближение окончания его жизненного цикла. За достаточно короткий срок соответствующий сегмент рынка страховых услуг претерпел значимые изменения – от субъектного наполнения до обеспечения ассортимента разнообразия и, одновременно, дал массу поводов привлечь к себе повышенное внимание со стороны надзорного органа, спровоцировав размещение двух информационных писем ЦБ РФ за десять месяцев активного функционирования. Признаваемое Банком России наличие существенных потребительских рисков в продуктах данного сегмента потребовало обращения к страховщикам, направленного на недопущение нарушения прав потребителей соответствующих страховых услуг. Вместе с тем, имеет место некоторый объем исполненных обязательств по страхованию рисков, связанных с заражением новой коронавирусной инфекцией и смертью в результате возникших осложнений, за которым стоят конкретные люди с их судьбами и проблемами. Все это подчеркивает неоднозначность происходящих на данном сегменте процессов, предопределяя потребность в более детальном изучении компетентных оценок и взглядов заинтересованных лиц.

Материалы и методы

Работа строилась на материалах дискурсивного анализа, направленного на выявление обоснованных оценочных характеристик рынка страхования рисков, связанных с заражением новой коронавирусной инфекцией и ее профилактикой – как происходящих на нем процессов, так и содержания страховых продуктов, составляющих основу ассортимента. Публикации, попавшие в выборочную совокупность, были условно разбиты на отдельные группы по принципу идентичности целей и идей, заложенных в исследование, а затем – по типичности формируемых на основе результатов исследования выводов. Это позволило, используя метод индуктивных умозаключений, прийти к выводу полярных оценок современной ситуации со страхованием, связанным с развитием эпидемиологической ситуации в стране и мире. Одновременно с этим критическому анализу и дальнейшему сопоставлению с имеющимися внешними оценками подлежали условия соответствующих страховых продуктов, что позволило достичь содержательной валидности исследования. В качестве базовых методов исследования были выбраны

критический анализ, синтез, индукция, дедукция, дискурс-анализ и некоторые другие методы теоретического познания.

Результаты и обсуждение

Реакция рынка страховых услуг на ухудшение эпидемиологической ситуации в стране и мире, связанной с распространением новой коронавирусной инфекции, заметно опередила развитие научной мысли – появляющиеся публикации не определяли дальнейшую стратегию рынка и внутренние трансформации менеджмента «на опережение», а в большей части лишь описывали происходящие на нем процессы. Условно работы, посвященные этой теме, можно представить тремя основными категориями:

- описывающие влияние пандемии на страховую отрасль и страховой рынок в целом [1–4];
- раскрывающие роль страхования в противодействии последствиям пандемии и ее соответствие ожиданиям населения и экономических субъектов [5–7];
- раскрывающие особенности осуществления и правового обеспечения нового направления страховой защиты [8–14].

Наиболее заметные дискуссии развернулись вокруг оценки вклада страховых организаций в минимизацию финансовых рисков населения, находящегося под угрозой инфекционного заражения, качества реализации социальной функции в условиях массовой подверженности рискам, оказывающим влияние на жизнь и здоровье людей. Взгляды разделились.

По мнению экспертов, на первом этапе адаптации ассортимента рынка страховых услуг под новые внешние вызовы имело место быть спекулятивное отношение страховых организаций к складывающейся ситуации. Оно находило выражение в реализации страховых продуктов, содержащих множественность ограничений, не позволяющих получить страховое обеспечение в ситуации потребительского ожидания [4]. Страховщики заходили на рынок «с продуктом, спрос на который подкреплялся нарастающим беспокойством населения» [7, 97], при этом активность компаний строилась на фактической «эксплуатации страхов граждан» [8]. Учеными признавался факт того, что «мотивом такого поведения является быстрое зарабатывание прибыли на нуждах населения», а не «обеспечение материальной защиты клиентов в случае наступления неблагоприятных событий» [9]. В действиях страховщиков усматривали «чистый маркетинг» [10, 11], попытки продаж типовых условий по повышенным тарифам под новыми, «продаваемыми» названиями [7], а в программах,

реализуемых в сегменте страхования рисков, связанных с заражением новой коронавирусной инфекцией, – «спекулятивные продукты» [9], «созданные на волне хайпа» [10]. Такая оценка фактически вписывалась в рамки треугольника Номура, используемого при описании причин допускаемых недобросовестных практик, с легкостью адаптируясь под характеристику действий страховщиков на тот момент времени: «Так делают все», «За этим никто не следит», «Это помогает заработать в краткосрочной перспективе» [16].

При всей неоднозначности ситуации аналитики утверждали, что подобное поведение все-таки «не выходит за этические рамки» [8]. Однако, результаты исследований и жалобы получателей страховых услуг имели эффект воздействия, предопределившего относительно оперативное реактивное реагирование надзорного органа на складывающуюся ситуацию. Официально были признаны следующие проблемы:

- вопреки требований стандартов оказания финансовых услуг в части объема, качества и содержания предоставляемой информации допущение ситуации неверного понимания потребителями страховых услуг условий страхования рисков, связанных с заражением новой коронавирусной инфекцией;

- вопреки административной ответственности и требований стандартов оказания финансовых услуг допущение создания условий зависимости заключения договоров оказания отдельных видов финансовых услуг (чаще – договоров потребительского кредита) от заключения договора страхования рисков, связанных с заражением новой коронавирусной инфекцией;

- наличие дефектов условий страхования, выражающихся главным образом в содержании условий, минимизирующих возможность получения страхового обеспечения или увеличивающих срок страховой выплаты.

Постепенное нивелирование субъектами страхового дела выставленных Банком России замечаний привело к появлению в научных и околонаучных кругах более мягких оценок в отношении их дальнейших действий в данном сегменте: от сдержанного «страховщики наглядно показали, что могут быть действительно полезными обществу» [3], «отрицать их полезность не имеет никакого смысла, ведь благодаря таковым многие люди сохранили своё здоровье и жизнь, а это и есть главная цель страхования» [12], до более возвышенного «и пусть новые страховые продукты на сегодня не принесли страховым компаниям больших премий, они стали индикатором того, что страховой

рынок России готов противостоять влиянию негативных внешних факторов, развиваться в сложных условиях» [5]. Однако, есть и те, кто еще далек от идеализации приверженности страховщиков принципам социальной ответственности бизнеса, обычно обостряющейся в период острой общественной нужды в ней. В частности, высказывается мнение о том, что «страхование от коронавируса оказалось скорее ожидаемым решением для увеличения прибыли страховых компаний и уменьшения убытков, вызванных пандемией» [13]. Оно подтверждается соответствующими экспертными оценками, согласно которым в 2021 году многие страховые организации «стали отказываться от заключения подобных договоров по причине их экономической нецелесообразности» [6], тем самым демонстрируя приоритет достижения экономических целей над потребностью в реализации социальных функций (стоит отметить, что в настоящее время действительно только 28 страховых организаций, представленных на рынке, имеет соответствующие страховые продукты). Это очень контрастирует с другой точкой зрения: пандемия сумела показать «насколько велика социальная роль страхования» [5]. Демонстрируя обратное, аналитики отмечают, что как раз те, кто больше всего нуждался в страховой защите – потенциальные клиенты из группы риска – в период ухудшения эпидемиологической ситуации были лишены возможности быть застрахованными ввиду селективных ограничений, устанавливаемых страховщиками [17]. С учетом того, что роль страхования рисков, связанных с заражением новой коронавирусной инфекцией в формировании страховых портфелей крупных страховщиков была «незаметной», но при этом значимой для граждан, столкнувшихся с проблемой заражения коронавирусной инфекцией, то для формирования положительного репутационного образа и достижения значимых стратегических целей, связанных с повышением лояльности клиентов, страховые организации могли использовать этот шанс, данный ситуацией, с тем, чтобы продемонстрировать социальную ответственность перед обществом в период, когда это было особенно важным и значимым для него, сняв большую часть ограничений. С учетом короткого жизненного цикла соответствующих продуктов (уже сейчас отмечается затухание интереса клиентов к ним) для многих организаций это не стало бы значимым финансовым обременением, но имело синергичный социальный отклик. Однако, экспертные оценки дают

возможность констатировать обратный эффект – предложения страховщиков по минимизации финансовых рисков граждан, столкнувшихся с проблемой заражения коронавирусной инфекцией, не смогли в полной мере соответствовать ожиданиям клиентов. Даже с учетом того, что постепенно продукты адаптировались, расширялось страховое покрытие и улучшалась сервисная составляющая, первые неудачные практики их реализации, связанные с повышенным уровнем закладываемых в продукт потребительских рисков, определили в числе прочего тенденцию достаточно быстро снижающегося спроса в данном сегменте. Исходя из того, что получатели страховых услуг очень чувствительны к любому негативному опыту страховых взаимоотношений, стоит полагать, что последствия ситуации, имевшей место быть на рынке страхования рисков заражения коронавирусной инфекцией на стадии его формирования, все-таки будут иметь некий неблагоприятный пролонгированный эффект, основанный как на личном опыте, так и массовом негативном общественном мнении, более охотно транслируемом, чем положительные отзывы о качественно оказанной услуге [18, 19].

Стоит отметить, что сама ситуация с распространением нового инфекционного заболевания дала страховому рынку уникальный опыт работы в условиях повышенных клиентских ожиданий и благоприятных стартовых возможностей для реализации страховых продуктов, связанных с высоким уровнем психологической готовности потенциальных получателей страховых услуг к обеспечению страховой защитой. Наверное, впервые российский рынок забыл о десятилетиями транслируемом послы о пассивности частного российского клиента, его «беззаботности» в отношении рисков, связанных со здоровьем, но в очередной раз продемонстрировал высокую степень осторожности страховщиков, их приверженность к чрезмерной селекции рисков, оставляющей значительную потребительскую группу без страховой защиты.

К сожалению, мы не имеем возможности измерить и оценить индекс NPS (индекс потребительской лояльности), наиболее показательный

для формирования выводов о полезности продукта для клиентов, их готовности к повторным покупкам соответствующих программ. Но могли бы рекомендовать надзорному органу практику таких измерений и публичного размещения результатов замеров в отношении социально значимых видов страховой защиты – это не только повысит прозрачность происходящих на рынке процессов, но и позволит клиентам быть максимально внимательными при формировании собственного портфеля страховой защиты.

Заключение

Исходя из относительной фрагментарности присутствия на рынке страховых услуг страхования на случай заражения коронавирусной инфекцией как самостоятельного направления страховой защиты, вызванной особыми условиями внешней среды и их непостоянством, постепенной сменой нерегулярного потребительского спроса на снижающийся, все происходящее в данном сегменте стоит рассматривать в большей мере как некий опыт работы в нестандартных условиях, опыт вывода на рынок ситуативных продуктов, который был крайне полезен представителям страхового бизнеса. Стоит надеяться, что его положительные стороны будут учтены, а неблагоприятные снивелированы до минимума при выводе на рынок новых решений, связанных с состоянием эпидемиологической ситуации, например, страхованием на случай осложнений вакцинации [20]. Что касается оценки социального вклада страховщиков в период пандемии, одним из способов реализации которого можно рассматривать и внедрение продуктов, связанных с минимизацией финансовых рисков граждан, столкнувшихся с проблемой заражения коронавирусной инфекцией и ее профилактикой, то в большей мере он был замечен для каждого индивидуального клиента, получившего должное страховое обеспечение, удовлетворившее его, нежели чем для общества в целом. Поэтому «возвеличивать» социальную роль страхования [5] в сложившихся условиях крайне преждевременно, равно как и признавать «высокой» внешнюю социальную ответственность всего страхового сообщества.

Литература

- 1 Дедеева С.А., Казыев С.Н. Особенности страхового рынка в условиях пандемии COVID-19 // Символ науки: международный научный журнал. 2020. № 12–1. С. 102–105.
- 2 Клишина Ю.Е., Углицких О.Н., Глыва Д.И. Состояние страхового рынка в период пандемии // Финансы и учетная политика. 2021. № 2 (24). С. 15–21.
- 3 Любарская О., Шкреба А., Янин А. Российский страховой рынок: вопреки пандемии // Информационное агентство ЭкспертРА. URL: https://raexpert.ru/researches/insurance/ins_market_2021/
- 4 Конференция «Эксперт РА»: как пандемия изменила страховой рынок и страховщиков. Сетевое издание «Выберу.ру». URL: <https://clck.ru/YiQKM>

- 5 Кукина Е.Е. Социальная роль страхования в условиях пандемии // Креативная экономика. 2021. Т.15. № 8. С. 3315–3328. doi: 10.18334/ce.15.8.112479.
- 6 Сусякова О.Н. Роль страхования в противодействии последствий пандемии // Калужский экономический вестник. 2021. № 1. С. 16–19.
- 7 Хитрова Е.М., Плохотников М.А. Оценка степени соответствия ожиданий потребителя предложениям страховых компаний (на примере страхования от COVID-19) // System Analysis and Mathematical Modeling. 2020. Т. 2. № 2. С. 90–99.
- 8 Гришина Т. Коронавирус перешел в несчастный случай // Коммерсантъ. 2020. № 46/П. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4290956> 16.03.2020
- 9 Церкаевич Л.В., Макаренко Е.А. Развитие страхования от инфекционных заболеваний в России // Научные труды Вольного экономического общества России. 2020. Т. 224. № 4. С. 386–401.
- 10 Русакова О.И., Головань С.А. Развитие инвестиционного страхования жизни в России // Известия Байкальского государственного университета. 2020. Т. 30. № 3. С. 402–411. doi: 10.17150/2500–2759.2020.30(3).402–411.
- 11 Денисенко Е.А. Страхование в условиях пандемии COVID-19 // Междунар. науч.-техн. конф. молодых ученых БГТУ им. В.Г. Шухова: матер. конф. Белгород. 2021. С. 5283–5287.
- 12 Шалайкин Р.Н., Клейменова Е.Ю. К вопросу медицинского страхования в условиях пандемии // Заметки ученого. 2021. № 5–1. С. 470–473.
- 13 Кудлаев Д.В. Анализ сферы страхования жизни в России в период всемирной пандемии // Новая экономика, бизнес и общество: мат. апр. науч.-практ. конф. молодых учёных. Владивосток, 2021. С. 383–389.
- 14 Байбуродов А.С., Цуцова Т.У. Особенности страхования от коронавируса // Социально-экономическое развитие России: проблемы, тенденции, перспективы. Сб. науч. статей 19-й Междунар. науч.-практ. конф. Курск, 2020. С. 50–53.
- 15 Авакян А.М. Проблемы правового регулирования личного страхования при инфекционном заболевании COVID-19 // Юридический вестник Кубанского государственного университета. 2020. № 2. С. 12–16.
- 16 Свиридов О.Ю., Некрасова И.В. Мисселлинг как основная форма недобросовестных продаж финансовых продуктов в России: причины и способы противодействия // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2018. № 4.
- 17 Кошкина Ю. Страховщики сочли незначительными доходы от «коронавирусных» полисов // РБК. 2020. URL: <https://clck.ru/YiSNc>
- 18 Кондрацкая Т.А., Хоавило Д.С. Клиентский сервис в страховых компаниях // Baikal Research Journal. 2017. Т. 8. № 2. doi: 10.17150/2411–6262.2017.8(2).28.
- 19 Хитрова Е.М., Попова Е.С. К вопросу оценки эффективности маркетинговой деятельности страховой организации // Известия Байкальского государственного университета. 2017. Т. 27. № 1. С. 50–58. doi: 10.17150/2500–2759.2017.27(1).50–58.
- 20 Hay L.J. Do insurers have COVID-19 covered? URL: <https://home.kpmg/XX/en/home/insights/2020/03/do-insurers-have-covid-19-covered.html>

References

- 1 Dedeeva S.A., Kozyrev S.N. Features of the insurance market in the conditions of the COVID-19 pandemic. Symbol of Science: International Scientific journal. 2020. no. 12–1. pp. 102–105 (in Russian).
- 2 Klishina Yu. E., Uglitskikh O.N., Glyva D.I. The state of the insurance market during the pandemic. Finance and accounting policy. 2021. no. 2 (24). pp. 15–21. (in Russian).
- 3 Lyubarskaya O., Shkreba A., Yanin A. The Russian insurance market: despite the pandemic. Expert News Agency. Available at: https://raexpert.ru/researches/insurance/ins_market_2021/ (in Russian).
- 4 Expert RA Conference: How the pandemic has changed the insurance market and insurers. Online publication. Available at: <https://clck.ru/YiQKM> (in Russian).
- 5 Kukina E.E. The social role of insurance in a pandemic. Creative Economy. 2021. vol.15. no. 8. pp. 3315–3328. doi: 10.18334/ce.15.8.112479. (in Russian).
- 6 Suslyakov N.N. The role of insurance in countering the consequences of the pandemic. Kaluga Economic Bulletin. 2021. no. 1. pp. 16–19. (in Russian).
- 7 Khitrova E.M., Plakhotnikov M.A. Assessment of the degree of compliance of consumer expectations with the offers of insurance companies (on the example of insurance from COVID-19). System Analysis and Mathematical Modeling. 2020. vol. 2. no. 2. pp. 90–99. (in Russian).
- 8 Grishina T. Coronavirus turned into an accident. Kommersant. 2020. no. 46/P. Available at: <https://www.kommersant.ru/doc/4290956> 16.03.2020 (in Russian).
- 9 Tserkasevich L.V., Makarenko E.A. Development of insurance against infectious diseases in Russia. Scientific works of the Free Economic Society of Russia. 2020. vol. 224. no. 4. pp. 386–401. (in Russian).
- 10 Rusakova O.I., Golovan S.A. Development of Investment Life Insurance in Russia. Izvestiya Baikal'skogo gosudarstvennogo universiteta. Bulletin of Baikal State University. 2020. vol. 30. no. 3. pp. 402–411. doi: 10.17150/2500–2759.2020.30(3).402–411. (in Russian).
- 11 Denisenko. A. Insurance in the conditions of the COVID-19 pandemic. International Scientific and Technical conf. of young scientists of V.G. Shukhov BSTU: mater. conf. Belgorod, 2021. pp. 5283–5287. (in Russian).
- 12 Shalaikin R. N., Kleimenova E.Yu. On the issue of health insurance in a pandemic. Notes of the scientist. 2021. no. 5–1. pp. 470–473. (in Russian).
- 13 Kudlaev D.V. Analysis of the sphere of life insurance in Russia during the global pandemic. New economy, business and society: mat. Apr. scientific-practical conference of young scientists. Vladivostok, 2021. pp. 383–389. (in Russian).

14 Bayborodov A.S., Ktsoeva T.U. Features of coronavirus insurance. Socio-economic development of Russia: problems, trends, prospects. Collection of scientific. articles of the 19th International Scientific and Practical Conference. Kursk, 2020. pp. 50–53. (in Russian).

15 Avakian A.M. Problems of legal regulation of personal insurance in case of infectious disease COVID-19. Legal Bulletin of Kuban State University. 2020. no. 2. pp. 12–16. (in Russian).

16 Sviridov O.Yu., Nekrasova I.V. Misseling as the main form of unfair sales of financial products in Russia: causes and methods of counteraction. State and municipal administration. Scientific notes. 2018. no. 4. (in Russian).

17 Koshkina Y. Insurers considered insignificant income from "coronavirus" policies. RBC. 2020. Available at: <https://clck.ru/YiSNc> (in Russian).

18 Kondratskaya T.A., Khoavilo D.S. Customer service in insurance companies. Baikal Research Journal. 2017. vol. 8. no. 2. doi: 10.17150/2411–6262.2017.8(2).28. (in Russian).

19 Khitrova E.M., Popova E.S. Revisiting the assessment of the effectiveness of marketing efforts of an insurance company. Izvestiya Baykal'skogo gosudarstvennogo universiteta. Bulletin of Baikal State University. 2017. vol. 27. no. 1. pp. 50–58. doi: 10.17150/2500–2759.2017.27(1).50–58. (in Russian).

20 Hay L.J. Do insurers have COVID-19 covered? Available at: <https://home.kpmg/XX/en/home/insights/2020/03/do-insurers-have-covid-19-covered.html>


Сведения об авторах

Марина Н. Степанова к.э.н., доцент, кафедра финансов и финансовых институтов, Байкальский государственный университет, ул. Ленина, 11, г. Иркутск, 664003, Россия, emarina77@list.ru

 <https://orcid.org/0000-0001-9776-1129>

Information about authors

Marina N. Stepanova Cand. Sci. (Econ.), associate professor, finance and financial institutions department, Baikal State, Lenin st., 11, 6640003, Russia, emarina77@list.ru

 <https://orcid.org/0000-0001-9776-1129>

Вклад авторов

Марина Н. Степанова написала рукопись, корректировала её до подачи в редакцию и несет ответственность за плагиат

Contribution

Marina N. Stepanova wrote the manuscript, correct it before filing in editing and is responsible for plagiarism

Конфликт интересов

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interest

The author declares no conflict of interest.

Поступила 20/09/2021	После редакции 11/10/2021	Принята в печать 02/11/2021
Received 20/09/2021	Accepted in revised 11/10/2021	Accepted 02/11/2021