

УДК 368.9

DOI: 10.17586/2310-1172-2022-15-1-55-62

Научная статья

## **Ограничения как характеристика страховых продуктов, формируемых в ответ на эпидемиологическую ситуацию**

*Канд. экон. наук* **Степанова М.Н.** emarina77@list.ru

**Морозова М.С.** valkirya282000@yandex.ru

*Байкальский государственный университет*

*664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11*

*Ухудшение эпидемиологической ситуации в стране и мире способствовало развитию нового сегмента рынка страховых услуг, представленного в настоящее время тремя основными направлениями страховой защиты – страхованием риска заражения новой коронавирусной инфекцией, страхованием на случай поствакцинальных осложнений и страхованием на случай необходимости реабилитации после перенесенного заболевания. Несмотря на ожидаемую высокую социальную значимость, страховые программы, представленные на рынке, имеют ряд условий, направленных на установление допустимых пределов страховой защиты. Цель исследования – выявить и обобщить основные виды ограничений, устанавливаемые страховыми организациями при формировании страховых продуктов, формируемых в ответ на развитие неблагоприятной эпидемиологической ситуации в стране и мире. Объект исследования – страховые продукты, представленные в сегменте рискованного личного страхования российского рынка страховых услуг, страховое обеспечение по которым связано с риском заражения коронавирусной инфекцией и его последствиями. В работе представлены наиболее распространенные условия программ, имеющие специфические ограничительные свойства. Выявлено, что их составляют ограничения, определяющие потенциальную возможность страхования и ограничения, влияющие на объем и качество страхового покрытия. Одни снижают доступность страховой защиты, а другие – ее потребительскую ценность. Сделан вывод о допущении фактов формального формирования условий страховых программ, несоответствии рыночных предложений базовым ожиданиям населения. Поставлена под сомнение полнота реализации социальной функции страхования в сегменте, общественная значимость которого связывалась с функциональными и финансовыми возможностями страховщиков быть полезными в ситуации обоснованного повышенного спроса на защиту со стороны широких слоев населения.*

*Ключевые слова:* страхование COVID-19, страховой рынок, ограничения в страховании, ассортимент страхового рынка, страховые продукты, страхование здоровья, страхование на случай заболеваний, личное страхование, страховой рынок, страховой спрос.

Scientific article

## **Limitations as a characteristic of insurance products formed in response to the epidemiological situation**

*Ph.D.* **Stepanova M.N.** emarina77@list.ru

**Morozova M.S.** valkirya282000@yandex.ru

*Baikal State University*

*664003, Irkutsk, st. Lenina, 11*

*The deterioration of the epidemiological situation in the country and in the world contributed to the development of a new segment of the insurance market. It is represented by three main areas of insurance coverage: insurance against the risk of contracting a new coronavirus infection, insurance in case of post-vaccination complications, insurance in case of need for rehabilitation after an illness. Despite the expected high social significance, insurance programs have conditions aimed at establishing acceptable limits of insurance coverage. The purpose of the study is to identify and summarize the main types of restrictions imposed by insurance organizations in the formation of insurance products formed in response to the development of an unfavorable epidemiological situation in the country and the world. The*

*object of the study is insurance products presented in the segment of risky personal insurance of the Russian insurance market, insurance coverage for which is associated with the risk of contracting coronavirus infection and its consequences. The paper presents the most common program conditions with specific restrictive properties. It was revealed that they are constituted by restrictions that determine the potential of insurance and restrictions that affect the volume and quality of insurance coverage. Some reduce the availability of insurance coverage, while others reduce its consumer value. The conclusion is made about the assumption of the facts of the formal formation of the conditions of insurance programs, the inconsistency of market offers with the basic expectations of the population. The completeness of the implementation of the social function of insurance in the segment, the social significance of which was associated with the functional and financial capabilities of insurers to be useful in a situation of justified increased demand for protection from the general population, was questioned.*

**Keywords:** COVID-19 insurance, insurance market, insurance restrictions, insurance market range, insurance products, health insurance, health insurance, personal insurance, insurance market, insurance demand.

## Введение

Рынок страховых услуг достаточно быстро отреагировал на ухудшение эпидемиологической ситуации появлением новых продуктов [1-4]. Также быстро происходящие на нем процессы заинтересовали исследователей: появилось достаточно много работ со схожим посылом – представить разнообразие страховых программ, связанных с новой коронавирусной инфекцией COVID-19, раскрыть их содержание [4, 5]. Также однообразно эти работы ограничивались описанием предоставляемых в их рамках видов страхового обеспечения и ценовых условий. Вместе с тем, справедливо определяя актуализацию социальной роли страхования [4] в современных условиях, особое значение необходимо уделять и тем свойствам страховых программ, которые могут снизить потребительскую ценность предлагаемого продукта. Если отдельные аспекты этого вопроса находят свое отражение в тематических публикациях [6, 7], то целостная картина, дающая представление о всех существующих ограничениях продуктов, формируемых в ответ на современную эпидемиологическую ситуацию, еще не сложена. Но даже они характеризуют значимость проблемы влияния ограничений на интересы страхуемых лиц: признается, что ценовой барьер снижает возможности обеспечения себя защитой всех нуждающихся в ней [2, с.96]; входное ограничение по возрасту принимаемых на страхование лиц «явно нарушает права некоторых категорий населения» [6, с.14], а чрезмерное количество оснований для отказов в выплате «увеличивает уровень потребительских рисков» [3, с.463].

**Цель исследования** – выявить и обобщить основные виды ограничений, устанавливаемые страховыми организациями при формировании страховых продуктов, формируемых в ответ на развитие неблагоприятной эпидемиологической ситуации в стране и мире. В задачи исследования входило изучение ассортимента российского рынка страховых услуг в сегменте личного страхования на предмет соответствующих предложений, связанных с риском распространения коронавирусной инфекции и ее предупреждением; критический анализ условий страховых продуктов, представленных на рынке в рамках существующих предложений и систематизация присущих им ограничений.

**Объект исследования** — страховые продукты, представленные в сегменте рискованного личного страхования российского рынка страховых услуг, страховое обеспечение по которым связано с риском заражения коронавирусной инфекцией и его последствиями. **Предмет исследования** — ограничения, как свойства страховых продуктов.

**Научная новизна исследования** состоит в выявлении явных и скрытых ограничений, ухудшающих потребительские свойства страховых продуктов, изначально определяемых как социально ориентированные предложения, формируемые в ответ на изменение эпидемиологической ситуации в стране и мире.

**Теоретическая значимость исследования** связывается с формированием более полных представлений о современном рынке личного страхования, развитием теории потребительской полезности страховых продуктов. Практическая значимость исследования состоит в том, что представленные в ней результаты могут способствовать формированию целесообразного потребительского предпочтения в конкретном целевом сегменте и дальнейшей адаптации страховых продуктов под трансформируемый на этом фоне спрос.

**Методология.** Для целей исследования был проведен анализ ассортимента российского рынка личного страхования с дальнейшим выделением сегмента страховых услуг, предусматривающих покрытие рисков, связанных с заражением новой коронавирусной инфекцией COVID-19 и их профилактикой. Представленные на нем страховые продукты подлежали распределению по определенным классам, в рамках которых выявлялись и описывались наиболее типичные ограничения, влияющие на потребительскую ценность продукта и качество предоставляемого покрытия. На следующем этапе исследования полученные результаты сопоставлялись с данными проведенного социологического опроса, целью которого являлось выявление наиболее общих ожиданий потенциальных получателей страховых услуг от страхования на случай заражения новой коронавирусной

инфекцией. Выборочную совокупность составили 96 опрошенных, из которых 75 % – женщины, 25 % – мужчины. 72,9 % респондентов относится к возрастной категории от 18 до 25 лет, 9,4% – от 26 до 35 лет, 10,4 % – от 36 до 45 лет, 7,3 % – от 46 и выше. Валидность результатов опосредована максимальным приближением соответствия структуры выборки приоритетной структуре клиентской базы в сегменте личного страхования.

В большей мере в работе применялись такие общенаучные методы исследования, как анализ и синтез, методы индуктивного и дедуктивного умозаключения. Информационную базу исследования составили условия программ и правила страхования, размещенные на официальных сайтах действующих страховых организаций, включенных в Единый государственный реестр субъектов страхового дела, а также результаты авторского анкетирования.

## Результаты

В ответ на запросы внешней среды страховые организации разрабатывают и реализуют новые страховые продукты, соответствующие актуальным экзогенным вызовам. При этом обстоятельства, запускающие ажиотажный спрос, находят у страховщиков моментальный отклик – это наиболее выгодные для них условия, не требующие серьезных маркетинговых усилий, в том числе связанных с продвижением страховых услуг, но при этом обеспечивающие определенный объем продаж и расширение страхового поля. Именно это продемонстрировал рынок личного страхования в ситуации распространения коронавирусной инфекции. По мнению наблюдателей, «скорость реакции страховых компаний на сложившуюся эпидемиологическую обстановку» подкреплялась именно «нарастающим беспокойством населения» [2, с.97]. – пандемия изменила не только «привычное состояние, но и ожидания потребителей» [8, с.17]. Однако, дефекты, допускаемые при формировании страховых продуктов, «приводили к невозможности получить возмещение в ситуации, когда люди думали, что оно будет выплачено» [9]. Эксперты признавали факт того, что основные проблемы этого сегмента «были связаны с большим количеством исключений из правил страхования» [9] и связывали их лишь с первым этапом вывода программ на рынок. Однако, анализ актуальных условий программ показал, что проблема не была нивелирована полностью – по-прежнему имеет место быть не только разнообразие форм, но и количества оснований для отказа от акцепта в отношении лиц и обстоятельств, по которым предоставление страховой защиты представляется страховщикам нецелесообразным. Более того, данный сегмент постепенно трансформируется – страхование рисков, связанных с заражением новой коронавирусной инфекцией, проходя пик своего жизненного цикла (стадию зрелости), постепенно выходит на этап спада, что требует серьезной инновации продуктов или альтернативных вариантов, соответствующих развитию ситуации с эпидемиологическим окружением. Отдельные страховщики расширили страховое покрытие за счет включения в условия программ процедур, связанных с диагностикой и реабилитацией, а также дополнительные сервисные составляющие; другие – предложили новые страховые продукты, связанные с риском поствакцинальных осложнений. Однако это не избавило их от ранее заданного свойства иметь определенные ограничения, оправданные с точки зрения андеррайтинга, но при этом снижающие потребительскую ценность страхования как обеспечительного инструмента. Своеобразный конфликт интересов в данном сегменте сохранен до сих пор. Для получателей страховых услуг он усугубляется тем, что отдельные страховщики просто предпочли покинуть данный сегмент [10, с.18], чем заметно сократили выбор страховых программ.

В результате проведенного анализа было установлено, что в настоящее время на российском рынке страховых услуг страхование от рисков, связанных с заражением новой коронавирусной инфекцией оформлено в качестве самостоятельного продукта только 26 компаниями (то есть лишь 17,5% страховых организаций). Еще 7 страховщиков включают соответствующие риски в классические программы (например, страхования жизни или выезжающих за рубеж), делая на этом акцент, столь необходимый с точки зрения психологии клиента, для которого подобное условие является определяющим при выборе из однотипных по основному наполнению программ. Внутри этой совокупности были выявлены и обобщены в отдельные классы следующие группы ограничений, свойственные соответствующим предложениям.

1) Ограничения, определяющие потенциальную возможность страхования. С точки зрения страховой компании – это компоненты первичной селекции, закладывающей основы рентабельности будущих страховых операций, с позиций носителей риска – условия, блокирующие возможность его трансферта. Их составляют требования к возрасту страхуемого лица; первичным входным характеристикам состояния его здоровья и условиям жизнедеятельности.

Возрастные ограничения выдвигают все компании, представленные в данном сегменте. Большая часть страховых продуктов, покрывающих риск заражения Covid-19, предназначена для людей допенсионного возраста. Предложения для лиц повышенной зоны инфекционного заражения единичны и даже в этом случае имеют верхнюю границу ограничений: 70 лет («Югория Жизнь»), 75 лет («БАСК»), 90 лет («Ак Барс-Мед»). Таким образом, люди пожилого возраста, течение заболевания которых отягощено риском неблагоприятных побочных

эффектов и имеет повышенную вероятность летального исхода, в большинстве случаев остаются за пределами целевой аудитории страховых компаний. Треть страховых продуктов не предусматривает возможность страхования детей до 18 лет.

Аналогичная ситуация наблюдается в отношении лиц с ограниченными возможностями, а также тех, кто имеет основания для назначения инвалидности. В качестве исключения можно представить условия страхования, предлагаемые компанией «Ак Барс Страхование», которая дает возможность обеспечения страховой защитой на случай заражения коронавирусной инфекцией инвалидов III группы, а также детей-инвалидов. Отягощенный медицинский анамнез – одно из основных препятствий для заключения договора страхования в отношении лиц, нуждающихся в определенном виде медицинской помощи или обращающихся по ее поводу в прошлом. В некоторых случаях ограничений, устанавливаемых страховщиками так много, и они столь разнообразны, что для получателей страховых услуг создают впечатление иметь возможность быть застрахованным только в случае идеального здоровья. Например, в перечне лиц, не принимаемых на страхование, встречаем:

находящихся на стационарном, амбулаторном лечении или обследовании;

нуждающихся в постоянном уходе по состоянию здоровья;

страдающих в настоящее время или *страдавших ранее* такими заболеваниями, как обструктивная болезнь легких, стенокардия, ишемическая болезнь сердца, гипертоническая болезнь, вторичная гипертензия, инфаркт миокарда (в анамнезе), дистрофия миокарда, нарушения ритма и проводимости сердца, ревматическая болезнь сердца, стеноз/недостаточность клапанов сердца, дилатационная кардиомиопатия, ревматизм, рак, инсульт, любая форма паралича, нервные и психические заболевания или расстройства, цирроз печени, болезнь Крона, язвенный колит, хроническая почечная недостаточность, поликистоз почек, гепатит, сахарный диабет;

лиц, у которых имеются или *были выявлены ранее* родинки, сопровождаемые болезненностью, изменением цвета или увеличением в размере, полип толстой кишки, любые предраковые состояния и т.д.

Исходя из доли населения РФ, страдающих или страдавших ранее отмеченными заболеваниями, а также находящихся на обследовании, вне зависимости от причин и поводов для него, можно прийти к выводу о том, что реальной возможностью воспользоваться услугой по страхованию риска заражения коронавирусной инфекцией располагает крайне ограниченная совокупность – в основном, здоровое трудоспособное население. Однако, и в данной совокупности установленные страховыми организациями рамки выводят за пределы страховой защиты значительную категорию лиц, например:

проходящих службу в вооруженных силах;

работающих в профессиональной или непрофессиональной авиации, занятых в охранной деятельности, в работах со взрывчатыми веществами, работающих водолазами, пожарными, скалолазами;

работников ядерной промышленности, шахтеров;

медицинских работников, а также оказывающих любые услуги тем, у кого диагностирована коронавирусная инфекция и т.п. (отметим, что 80,2 % опрошенных считает это недопустимым).

Логического и экономического обоснования вывода из списка страхуемых лиц определенных профессий, например, пожарных, скалолазов или водолазов, не находится – повышенный уровень профессионального риска не имеет корреляционной зависимости с риском инфекционного заражения. Более того, если бы в основу профессионального риска закладывался фактор высокого уровня социальных контактов, то и в этом случае перечень страхуемых был заметно трансформирован. Таким образом, анализ условий соответствующих программ позволяет прийти к выводу о том, что в некоторых случаях имеет место формальный подход к формированию страховых продуктов, допускающий ограничения в отношении субъектов и факторов, которые не имеют прямого отношения к обстоятельствам, увеличивающим вероятность реализации страхуемого риска или степень тяжести заболевания. В частности, в рамках страхования на случай заражения коронавирусной инфекцией отдельными компаниями не принимаются на страхование лица:

находящиеся на испытательном сроке, в отпуске по уходу за ребенком, не осуществляющие трудовую деятельность на условиях полной рабочей недели и полного рабочего дня;

обладающие информацией о возможном предстоящем прекращении трудового контракта;

не имеющие постоянную работу на основании бессрочного контракта;

являющиеся фигурантами, участниками (истцами, ответчиками, третьими лицами и т.п.) гражданско-правовых или уголовных споров и т.п.

Даже предварительная оценка доли населения, попадающего под данные ограничительные меры (включая почасовиков и лиц, работающих на условиях срочного контракта) позволит сделать вывод о степени сужения границ страховой совокупности до критических с точки зрения потребителей границ. Подобные условия ставят под сомнение не только социальную ответственность страхового бизнеса, допускающего ограничения в отношении лиц, финансовая защита которых наоборот должна выходить на первый план, но и содержание общественной и социальной функции института страхования, а в некоторых случаях дают основания усматривать факты «страховой дискриминации». На этом фоне опыт страховых организаций, выходящих за ставшие стандартными

ограничения принимают свойство уникальных практик: например, компания «Югория» запустила особый продукт «AntiCOVID», обеспечивающий страховой защитой лиц, в силу своей профессиональной деятельности вынужденных контактировать с заболевшими – для российского рынка он является уникальным решением со значимой социальной составляющей.

2) Ограничения, влияющие на объем и качество страхового покрытия. Они могут быть представлены двумя подгруппами условий, направленных на установление допустимых пределов страховой защиты:

а) опосредованные этапом формирования страховых отношений – как минимум в нее включены количество лиц, в отношении которых возможно формирование одной сделки; страхуемые риски; период и территория страхования; размеры страховой суммы и ее сублимитов;

б) опосредованные этапом реализации страхуемых рисков – в нее входят перечень событий, признаваемых страховыми случаями; сроки предъявления претензий, их урегулирования и предоставления страхового покрытия.

95 % компаний, работающих в данном сегменте, исключают возможность семейного страхового обеспечения, поскольку ориентированы исключительно на индивидуальное страхование. Лишь пятая часть страховщиков, реализующих страхование на случай заражения коронавирусной инфекцией в качестве самостоятельного продукта, предоставляет страхователям возможность оформить страховую защиту в отношении всех членов домохозяйства одновременно, однако реализуется это по-разному – либо в рамках общего договора (пример СК «Согласие»), либо – отдельных (пример СК «Ренессанс Страхование»). На рынке представлено лишь 4 продукта, не имеющих ограничений по территории покрытия. 81 % страховых компаний в качестве таковой определяют исключительно границы Российской Федерации, одна организация – границы города (СК «Гайде»).

Период страховой защиты практически всех программных предложений стандартный – 1 год, однако некоторыми компаниями он укорочен до 3, 4, 6 месяцев. При этом ключевым аспектом клиентских отношений является и дата вступления договора страхования в силу: между уплатой страховой премии и датой принятия страховой организацией ответственности по риску может пройти от 4 до 15 дней, что сокращает срок страхования, а вместе с ним и лишает страховой защиты тех, кто имел бессимптомный характер начала течения болезни или находился в стадии ее инкубационного развития.

Ограничения программ по опции «страховая сумма» разновариантны: от минимальной в 30 тыс руб. («Ак Барс-Мед») до максимальной 2500 тыс руб. («Ингосстрах Жизнь»). Однако, для получателей страховых услуг они не носят характер абсолютных, поскольку не исключают возможности расширить объем страхового покрытия за счет одновременного наличия нескольких программ, в том числе приобретенных у разных страховщиков – в отношении личного страхования это допустимо в силу закона. Гораздо более важное влияние на несоответствие исхода страховой сделки и финансовых ожиданий страхователей и выгодоприобретателей может оказывать непонимание разницы между содержанием трех разных с точки зрения страхования категорий: 1) риском заражения коронавирусной инфекцией и его последствиями; 2) страхуемым риском; 3) страховыми событиями, с наступлением которых у страховой организации возникнет обязанность по предоставлению страхового обеспечения. Именно в этой зоне возникает наибольшее число конфликтов, связанных с явным несопадением интересов страхователя и страховщика, устанавливающего ряд условий, существенно занижающих пределы страховой защиты. Объектами ограничений могут быть:

- частота заболевания;
- степень тяжести заболевания;
- причины летального исхода;
- клинические варианты и проявления COVID-19;
- продолжительность этапа стационарного оказания медицинской помощи;
- применяемые методы диагностики;
- сочетание рисков внутри программы.

В частности, представленные на рынке страховые продукты могут исключать возможность обеспечения на случай вторичного инфицирования, легкого и среднетяжелого течения COVID-19, развития мультисистемного воспалительного синдрома; при отсутствии рентгенологического подтверждения диагноза или факта отягощения анамнеза атипичной пневмонией и т.п. Между тем, например, ограничения по страхованию на случай повторного заражения инфекцией считают недопустимыми 79,2 % опрошенных, а общая картина ожиданий населения от страхового обеспечения кардинально не совпадает со структурой предложений на рынке:

- для 67,7% опрошенных имеет значение минимизация любых затрат, связанных с лечением заболевания;
- для 65,1 % – покрытие затрат, связанных с приобретением лекарственных препаратов;
- для 46,9 % – компенсация затрат, связанных с диагностикой заболевания.

Примечательно то, что ни один респондент не отметил в качестве ожиданий от страхового покрытия по COVID-19 возможность получения выплаты по факту постоянной утраты трудоспособности, связанной с заболеванием или смертью застрахованного лица, при том, что именно они в настоящее время составляют основу большей части страховых предложений.

В рамках данного исследования хотелось бы также обратить внимание на устанавливаемые временные границы страхового покрытия – не всегда они определяются рамками полного цикла инфекционного процесса при COVID-19, ограничиваясь в большинстве случаев 21 днем, таким образом исключая период реконвалесценции (период формирования исходов). Это актуализирует проблему страхового обеспечения на время медицинской реабилитации пациентов с COVID-19. В настоящее время она решается лишь на уровне единичных компаний, хотя для 75 % опрошенных страховое покрытие на случай возможных осложнений и период восстановления имеет действительно важное значение – оно дало максимальный уровень социальных откликов. По нашему мнению, это наиболее перспективная ниша страхования, формируемая в ответ на эпидемиологическую ситуацию: рынок страхования риска заражения коронавирусной инфекцией в его настоящем состоянии с учетом выявленных дефектов предлагаемых продуктов, постепенного снижения потребительского спроса требует объективных трансформаций, в том числе за счет максимального расширения объема принимаемой на себя страховщиками ответственности, вплоть до комплексного страхования на случай любых инфекционных заболеваний. Это подтверждают и результаты опроса, который показал, что несмотря на готовность 56,3 % опрошенных обратить свое внимание на страхование риска заражения коронавирусной инфекцией, 72,9 % опрошенных предпочли бы общий страховой полис «от любых инфекционных заболеваний» и лишь для 10,4 % респондентов это не является принципиальным.

### Заключение, выводы

В результате проведенного исследования мы пришли к следующим выводам:  
реальной возможностью воспользоваться услугой по страхованию риска заражения коронавирусной инфекцией располагает крайне ограниченная совокупность – в основном, здоровое трудоспособное население;

в некоторых случаях имеет место формальный подход к формированию страховых продуктов, допускающий ограничения в отношении лиц и факторов, не имеющих прямого отношения к обстоятельствам, увеличивающим риск или степень тяжести его последствий;

общая картина ожиданий населения от страхового обеспечения кардинально не совпадает со структурой предложений на рынке;

ситуация с чрезмерным количеством вводимых ограничений на исследуемом сегменте страхового рынка ставит под сомнение не только социальную ответственность страхового бизнеса, допускающего ограничения в отношении лиц, финансовая защита которых должна выходить на первый план, но и содержание общественной и социальной функции института страхования.

Отметим, что нами были представлены лишь основные группы ограничений, являющихся по сути характеристикой продуктов и программ, формируемых в отдельном сегменте рынка. Между тем, они представляют собой лишь часть возможных ограничений, сопровождающих отношения сторон страховой сделки [11], что подчеркивает глубину и масштаб данного явления прежде всего для стороны спроса.

Анализ содержания страховых продуктов, формируемых страховщиками в ответ на изменение эпидемиологической ситуации, доказывает небезосновательность имеющих место довольно резких реплик о том, что в отдельных случаях наблюдаем «чистый маркетинг» [12, с.5285], используемый «на волне хайпа» [13, с.405]. Там, где условия внешней среды «могли быть инструментом не только выживания, но и формирования долгосрочного потенциала фирмы, работающей в условиях конкуренции» [14], страховщики ставили краткосрочные цели, далекие от представлений о социальной ответственности перед обществом. Не отрицая важности задач по «сосредоточению на сохранении рентабельности страхового бизнеса в экономически неблагоприятных условиях» [15], необходимо заботиться и о ожиданиях клиентов. В этом отношении профессором кафедры социологии и антропологии Карлтонского университета (Оттава, Канада) Аароном Дойла дано очень тонкое замечание: «...Договоры страхования и полисы ограничивают, а не развивают ожидания, порожденные рекламными обещаниями. Исходные доверительные отношения подвергаются риску сразу, как только содержание обещания неожиданно ограничивается контрактом, содержащим пункты и условия, о которых потребитель не знает [16, с.123].

### 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. *Хитрова Е.М., Плехотников 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.

3. Шалайкин Р.Н., Евтихова В.С. Актуальные вопросы договора личного страхования в современных условиях // Аллея науки. 2021. Т. 1. № 5 (56). С. 461-464.
4. 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.
5. Кобелева М.А., Ахмедова К.А.К., Алиева И.Б.К. Страхование от COVID-19. Топ 6 страховых компаний России // Бенефициар. 2020. № 87. С. 26-31.
6. Авакян А.М. Проблемы правового регулирования личного страхования при инфекционном заболевании COVID-19 // Юридический вестник Кубанского государственного университета. 2020. № 2. С. 12-16.
7. Церкасевиц 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.
8. 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.
9. Конференция «Эксперт РА»: как пандемия изменила страховой рынок и страховщиков. Сетевое издание «Выберу.ру» // URL: <https://clck.ru/YiQKM> (дата обращения: 06.11.2021).
10. Суслякова О.Н. Роль страхования в противодействии последствиям пандемии // Калужский экономический вестник. 2021. № 1. С. 16-19.
11. Степанова М.Н. Ограничения в страховании и их влияние на интересы сторон страховой сделки // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2020. Т. 9. № 1 (30). С. 326-330.
12. 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.
13. 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.
14. 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.
15. Жигас М. Г. Перспективы развития страхования в условиях кризиса в экономике // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). 2015. Т. 6, № 1. URL : <http://eizvestia.isea.ru/reader/article.aspx?id=19951>. DOI: 10.17150/2072-0904.2015.6(1).1.
16. Doyle A. Introduction: Insurance and Business Ethics // Journal of Business Ethics 103(1):1-5. (April 2012). DOI:10.1007/s10551-012-1219-4. URL: [https://www.researchgate.net/publication/227451370\\_Introduction\\_Insurance\\_and\\_Business\\_Ethics](https://www.researchgate.net/publication/227451370_Introduction_Insurance_and_Business_Ethics). (дата обращения: 13.11.2021).

## 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. 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).
3. Shalaikin R.N., Evtikhova V.S. Topical issues of the personal insurance contract in modern conditions // Alley of Science. 2021. Т. 1. no.5 (56). S. 461-464. (In Russian).
4. 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).
5. Kobeleva M.A., Akhmedova K.A.K., Alieva I.B.K. COVID-19 insurance. Top 6 insurance companies in Russia // Beneficiary. 2020. no. 87. S. 26-31. (In Russian).
6. 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).
7. 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).
8. 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).
9. Expert RA Conference: How the pandemic has changed the insurance market and insurers. Online publication // URL: <https://clck.ru/YiQKM> (accessed: 06.11.2021). (In Russian).
10. 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).
11. Stepanova M.N. Restrictions in insurance and their impact on the interests of the parties to an insurance transaction // Azimuth of scientific research: economics and management. 2020. Vol. 9. no. 1 (30). S. 326-330.

12. 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).
13. 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).
14. 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).
15. Zhigas M.G. Prospects for the development of insurance in a crisis in the economy // News of the Irkutsk State Economic Academy (Baikal State University of Economics and Law). 2015. Т. 6, No. 1. URL: <http://eizvestia.isea.ru/reader/article.aspx?id=19951>. DOI: 10.17150 / 2072-0904.2015.6 (1) .1. (In Russian).
16. Doyle A. Introduction: Insurance and Business Ethics // Journal of Business Ethics 103(1):1-5. (April 2012). DOI:10.1007/s10551-012-1219-4. URL: [https://www.researchgate.net/publication/227451370\\_Introduction\\_Insurance\\_and\\_Business\\_Ethics](https://www.researchgate.net/publication/227451370_Introduction_Insurance_and_Business_Ethics). (accessed: 13.11.2021).

*Статья поступила в редакцию 02.02.2022 г*  
*Received 02.02.2022*