

– компрометация систем дистанционного банковского обслуживания (СДБО) клиентов в рамках социальной инженерии (злоумышленники получают данные доступа к СДБО);

– мошенничество по токенам (злоумышленники с использованием методов социальной инженерии выманивают у держателей не только номер карточки и 3-D Secure пароль);

– рассылка в социальных сетях уведомлений о выигрышах (держатели сами вводят реквизиты карточек для получения приза/выигрыша);

– присутствие фактов «friendly fraud» («дружеского») мошенничества.

Таким образом, мошенничество с использованием платёжных инструментов смещается в сферу электронной коммерции, при этом наблюдается рост мошенничества с использованием методов социальной инженерии, что требует разработки и реализации адекватных мер обеспечения безопасного проведения платежей с использованием платёжных карточек, повышения финансовой грамотности населения.

Литература

1 Отчет о тенденциях и случаях мошенничества в сфере платёжных инструментов и сервисов за 2020 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://nrc.by/>. – Дата доступа : 14.03.2021.

М. Я. Гурбанов

Науч. рук. Т. И. Иванова,

ст. преподаватель

КРИТЕРИИ ВЫБОРА КЛИЕНТАМИ БАНКА-ПАРТНЁРА

Одной из важнейших проблем при организации взаимоотношений субъектов хозяйствования с банковской системой является выбор банка-партнёра. Сегодня совершенно очевидно, что такие традиционные конкурентные преимущества банков, как тесное долговременное сотрудничество с клиентом и наличие развитой филиальной сети, во многом теряют свое значение. Современный клиент предпочитает пользоваться услугами Internetbanking, чем традиционными каналами связи, которые предоставляются филиальной сетью. Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ), активно внедряемые в банковскую сферу, обеспечивают виртуальное интерактивное общение банка с клиентом и, тем самым, заменяют личное общение с ним посредством филиала. ИКТ устраняют информационную асимметрию, повышают степень прозрачности как кредитного рынка, так и рынка товаров и услуг, делают более доступной информацию о партнёрах.

Исследование современных проблем построения и развития долгосрочных взаимоотношений между банковской системой и реальным сектором экономики на примере ОАО «Труд» позволило сделать вывод, что эти отношения должны основываться на взаимовыгодном сотрудничестве, основу которого составляет разработка и предложение клиентам современных банковских продуктов, соответствующих меняющейся рыночной конъюнктуре и отвечающих требованиям бизнеса.

В целом же, при выборе банка-партнёра клиенты, по нашему мнению, должны руководствоваться рядом объективных и субъективных критериев. Основными из них являются: история банка; его репутация и имидж; рейтинги банка; уровень обслуживания; надежность; спектр предоставляемых услуг, их цена и качество; представление банка в средствах массовой информации и его реклама; отзывы клиентов.

Принимая решение о сотрудничестве с банком, потенциальному клиенту необходимо учитывать и специфику своего бизнеса: отраслевая принадлежность; доступность к бюджетному финансированию; среднее количество операций по пополнению расчетного счета и др. Выбранное финансовое учреждение должно быть удобным как с точки зрения оперативности решаемых проблем, так и с позиций финансовой целесообразности.

Критерии, которые можно в некоторых случаях рассматривать, но они не должны определять окончательный выбор обслуживающего банка: количество филиалов и отделений банка; месторасположение офисов (близость к дому или офису); рекомендации друзей (у всех разный бизнес и стартовые условия); опыт работы с банком по открытию депозита, оформлению кредита и т. д.; масштабность рекламы банка; предоставление бесплатных, но бесполезных услуг [1]. Руководствуясь выбранными критериями, используя рейтинговый способ на основе расчета интегрального показателя, нами установлено, что наиболее соответствующим по всем критериям для ОАО «Труд» является ОАО «Белинвестбанк».

Литература

1 Основные критерии выбора банка клиентами [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://yandex.by/>. – Дата доступа : 22.04.2021.

А. Н. Дудко

*Науч. рук. А. Г. Казарян,
ассистент*

COVID-19 И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ СТРАН СНГ

Пандемия затронула каждую отрасль государств постсоветского пространства. Существенные перемены ощутили на себе следующие сферы: транспортная, розничная торговля, культура, туризм, отдельные секторы промышленности, снизился уровень занятости.

Каждое государство СНГ входило в карантинный режим с различными ограничениями. Следовательно, пакеты мер поддержки экономики принимались в разные сроки. В России было принято три федеральных пакета мер поддержки общим объемом 2,9 трлн. российских рублей или почти 3 % ВВП. Примерно в таких же масштабах по расходам проводилась политика поддержки в большинстве стран ближнего зарубежья. На общем фоне выделяются Казахстан, где было выделено на поддержку населения и бизнеса 3,4 трлн. тенге (т. е. 8 млрд. долл. США), или 5 % ВВП, и Азербайджан – 3,3 млрд. манатов (4,1 % ВВП) [1].

В России были временно снижены взносы в Фонд страхования вкладов – до конца 2020 года они составили 0,1% вместо 0,15%. Также до 1 сентября Центральный банк РФ снизил тарифы за эквайринг в сфере интернет-торговли и для аптечных сетей. Однако были и исключения. Так, Центральный банк Узбекистана не менял требований к капиталу, ликвидности и нормам резервирования банков, а в Молдове нормы резервирования в конвертируемой валюте были повышены до 21%, тогда как в национальной валюте они были снижены до 34% [2].

Многим организациям пришлось сократить часть сотрудников, а некоторым и вовсе пришлось закрыться. Выход из сложившейся ситуации – перевод сотрудников на удаленную работу, переход из офлайн работы в онлайн, производство востребованной