

затрат, достаточно незначительно увеличить количество обязанностей, возлагаемых на перечисленных специалистов. Кроме того, по постановлению Совета министров Республики Беларусь от 01.04.2014 № 299 застройщик перечисляет на специальный счет денежные средства в размере 0,5 процента стоимости строительных, специальных, монтажных работ, выполненных подрядчиком в периоде, принятом за расчетный, и принятых заказчиком [2]. То есть 0,5 процента значительной суммы средств не может быть получено организацией для того, чтобы были определенные ресурсы для устранения возможного брака. Эти средства могут быть использованы не по целевому назначению по истечению срока гарантийного обслуживания, если брак не был выявлен. Предложенный нами бизнес-процесс значительно снизит риск выявления брака клиентом, что повысит шанс возврата и использования данных денежных средств организацией.

Для внедрения данной модели предлагаем в систему менеджмента качества предприятия ввести процесс контроля качества строительно-монтажных работ, с разработкой детализированного паспорта процесса.

Список цитированных источников

1. Горбунова, О.Н. Методология анализа бизнес-процессов в системе сбалансированных показателей предприятия: статья [Электронный ресурс] / О.Н.Горбунова. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodologiya-analiza-biznes-protsessov-v-sisteme-sbalansirovannyh-pokazateley-predpriyatiya/viewer>. – Дата доступа: 09.04.2024.

2. Постановление Совета министров Республики Беларусь от 01.04.2014 № 299 (ред. от 23.08.2021) «Об утверждении положения о порядке резервирования подрядчиком средств для обеспечения устранения результата строительных, специальных, монтажных работ ненадлежащего качества, выявленного в период гарантийного срока эксплуатации объекта строительства, их учета, расходования, в том числе перечисления в местный бюджет».

УДК 368.04

Кузьмич Е. В.

Научный руководитель: ст. преподаватель Семенюк Е. В.

ПЕРСПЕКТИВЫ СТРАХОВАНИЯ ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Информационное общество характеризуется постоянно растущим объемом и скоростью передачи, а также доступностью данных. Это ведет к возникновению ряда рисков, связанных с получением третьими лицами информации, не предназначенной им. Управление этими рисками – цель страхования персональных данных. В работе исследуется практика вида страхования персональных данных и возможность его введения на белорусский рынок, а также проводится разработка возможного варианта страхового продукта.

В соответствии с Законом Республики Беларусь «О защите персональных данных», персональные данные – это любая информация, относящаяся к идентифицированному физическому лицу или физическому лицу, которое может быть идентифицировано [1].

Как правило, на практике под персональными данными понимают биометрические данные: отпечатки пальцев, ладоней, радужная оболочка глаза,

характеристика лица и др., данные официальных документов: паспорта, водительских прав, трудовой книжки и др., реквизиты банковских счетов, информацию о местоположении и проживании и другую достоверную и объективную информацию, относящуюся к лицу, которая может быть сохранена на носителях.

С полученными третьими лицами персональными данными может осуществляться ряд нежелательных противоправных действий, но ведущим является мошенничество.

Мошенничество посредством кражи персональных данных – использование персональных данных жертвы для открытия банковских счетов и кредитных карт, мошеннических платежей или подачи налоговых деклараций. Существует множество различных типов мошенничества, осуществляемого с неправомерно полученными персональными данными, но все они начинаются с того, что преступник получает доступ к персональным данным:

- Путем кражи или иного получения физических документов. Многие случаи кражи личных данных являются результатом потери или кражи кошелька, кредитной карты, паспорта или другого физического документа.

- Путем кражи или получения оборудования. Ваш ноутбук, флэш-накопители и другие электронные устройства хранения данных являются богатым источником вашей личной информации.

- Получение персональных данных обманным путем. Такие пути включают запросы на получение персональных данных по телефону, электронной почте, в онлайн-переписках, через поддельные сайты. Преступник в таких случаях может выдавать себя за знакомого, представителя торговой онлайн-площадки, финансового учреждения или другой организации.

- Получение персональных данных посредством кибератак. Кража личных данных является потенциальной проблемой, когда компьютерные серверы в крупных учреждениях подвергаются взлому, а также при онлайн-покупках или передаче данных на других веб-сайтах, которые не имеют мер безопасности.

Последнее особенно актуально в настоящее время в связи с возрастающим объемом персональных данных, передаваемых в сети. По данным Банковского процессингового центра, более 70 % преступлений, совершаемых в области кражи персональных данных, в 2023 г. приходилось на мошенничество в сети Интернет.

Получив доступ к информации, преступники могут продать персональные данные или использовать их самостоятельно, чтобы выдать себя за жертву.

В зависимости от серьезности ущерба, нанесенного мошенничеством с кражей личных данных, процесс восстановления (включая исправление кредитной истории) может занять от нескольких недель до нескольких лет. В то же время жертвы часто остаются с более низким кредитным рейтингом и могут испытывать трудности с получением кредитов, оформлением ипотеки, открытием бизнеса и в некоторых случаях даже с поиском работы.

Страхование персональных данных – это рискованный вид страхования, обеспечивающий минимизацию последствий потери или хищения персональных данных, а также безопасность и конфиденциальность личной информации.

Цель страхования персональных данных заключается в минимизации неблагоприятных последствий, связанных с утечками или несанкционированным

доступом к личным данным, а также в обеспечении безопасности и конфиденциальности личной информации. Это дает физическим лицам и предпринимателям уверенность в том, что их данные защищены и что существует финансовая защита в случае возникновения их утечки.

Страховыми случаями в страховании персональных данных являются:

- Хищение или другое противоправное получение третьими лицами физических носителей персональных данных: официальных документов, персонального компьютера, мобильного телефона, запоминающих устройств.

- Несанкционированные списания с банковских счетов в результате противоправных действий третьих лиц с использованием неправомерно полученных третьими лицами персональных данных страхователя.

- Неправомерное оформление кредита на имя страхователя: возникновение убытков в размере суммы кредитов (займов) и процентов по ним; оформление кредитных карт, налоговых деклараций на имя страхователя в результате противоправных действий третьих лиц с использованием неправомерно полученных третьими лицами персональных данных страхователя.

- Получение страхователем судебных исков в связи с использованием похищенных персональных данных для совершения преступлений. Так, преступник может использовать персональные данные для того, чтобы выдать себя за страхователя и использовать личность для дальнейшего ведения мошенничества: запрашивать денежные средства у знакомых, клиентов и др.

Затраты, покрываемые страхованием персональных данных:

- Юридические услуги и судебные издержки. Они включают уплату государственной пошлины при обращении в суд, расходы на оплату услуг представителя (включая расходы на составление искового заявления и иных документов, связанных с судебным разбирательством) и иные необходимые судебные расходы и издержки.

- Нотариальные и почтовые расходы.

- Расходы по восстановлению официальных документов. Возмещаются расходы по восстановлению паспорта, водительских прав, других документов.

- Комиссии финансовых учреждений. Это может включать возмещение комиссий, взимаемых со счета в результате операций по счетам, осуществляемым преступниками.

- Потеря заработной платы. Если страхователю необходимо взять отпуск на работе, чтобы принять меры по возмещению ущерба в случае кражи личных данных (например, встретиться с адвокатом), потерянный доход возмещается.

- Уход за детьми. Это покрытие помогает оплачивать услуги по уходу за детьми дошкольного возраста, пока страхователь предпринимает необходимые действия для восстановления своей личности.

Страховой продукт может включать ряд дополнительных услуг. Так, служба кредитного мониторинга будет следить за кредитной историей и обнаруживать возможное мошенничество. Если будет обнаружена подозрительная активность, страхователю будет отправлено предупреждение. Также возможно отслеживать активность в даркнете – глубинной сети, где существуют источники обмена файлами, форумы и другие источники, где похитители личных данных покупают и продают персональные данные. По запросу страхователя могут

осуществляться консультации со специалистом по кибербезопасности для минимизации риска утечки данных.

Для расчета страхового тарифа имеются следующие ограничения, снижающие точность: отсутствуют применимые к Республике Беларусь систематизированные данные о среднем выплаченном страховом возмещении по данному виду страхования, а также о средней страховой сумме. В связи с этим основная часть страхового тарифа приравнена к вероятности возникновения страхового случая, за которую взято отношение числа случаев мошенничества с данными банковскими карт за 2023 г. к числу операций с банковскими картами за 2023 г. [3].

Основная часть нетто-тарифа составила 0,001084997 % при числе операций по банковским картам 2527196500 единиц и количестве случаев мошенничества 27420 случаев за 2023 год [2].

Для определения рискованной надбавки использовалась формула, адаптированная к недостатку данных о дисперсии сумм страхового возмещения. Число заключенных договоров страхования было приравнено к числу эмитированных в Республике Беларусь в 2023 г. банковских карт [2].

Рискованная надбавка по предлагаемому виду страхования составила 0,000278763 %.

Таким образом, нетто-тариф, рассчитанный как сумма основной части и рискованной надбавки, равен 0,00136376 %.

Для определения брутто-тарифа использовалась доля нагрузки в страховом тарифе f , средняя для страховых организаций Республики Беларусь, по данным Белорусской ассоциации страховщиков [4]. Брутто тариф при нагрузке 22,5 % составил 0,001759691 %.

Значение выражено в процентах от страховой суммы, на условные 25000 белорусских рублей страховой суммы страховой взнос составляет 43,99 белорусских рублей, что является низким значением в связи со сравнительно низкой вероятностью страхового случая. Заметим также, что целесообразна дифференциация тарифа в зависимости от выбранных страхователем дополнительных услуг, обуславливаемая необходимостью возмещения расходов по их оказанию, таких как содержание мониторинговых служб и привлечение технических специалистов.

Страхование персональных данных более актуально для определённых групп лиц, более часто становящихся целью мошенничества, связанного с личными данными. Например, люди, которые работают удаленно, ведут бизнес в Интернете, имеют ценные активы или редко проверяют свои кредитные отчеты, как правило, более уязвимы. Если вы попадаете в одну или несколько из этих категорий, страхование от кражи личных данных может стоить быть сопряжено с дополнительными расходами или повышенными тарифами.

Список цитированных источников

1. О защите персональных данных [Электронный ресурс] : Закон Республики Беларусь 7 мая 2021 г. № 99-З : [принят Палатой представителей 2 апреля 2021 г. : одобрен Советом Республики 21 апреля 2021 г.] : с изм. и доп. от 1 июня 2022 г. № 175-З. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=H12100099>. – Дата доступа: 12.04.2024.

2. Основные показатели развития рынка банковских платежных карточек в Республике Беларусь [Электронный ресурс] // НБРБ. – Электронный ресурс. – Режим доступа: https://www.nbrb.by/payment/plasticcards/state_of_the_market_of_bank_payment_cards. – Дата доступа: 17.04.2024.

3. Мошенничество в сфере платежных инструментов и сервисов в 2023 году: общая статистика и тенденции [Электронный ресурс] : отчёт на основе данных банковского процессингового центра. – Режим доступа: <https://nrc.by>. – Дата доступа: 11.04.2024.

4. Страховой рынок Республики Беларусь в 2022 году: научное издание / сост. Е. М. Шанина, Н. Г. Шавлюга; под общ. ред. генерального директора Белорусской ассоциации страховщиков И. В. Мерзляковой. – Минск : ИВЦ Минфина, 2023. – 107 с.

УДК 339.138:004.032.26

Кушнирчук М. Н.

Научный руководитель: к. т. н., доцент Надеина Н. Г.

НЕЙРОННЫЕ СЕТИ И ИНКЛЮЗИВНЫЙ МАРКЕТИНГ

В современном мире, где активно транслируются идеи поддержания индивидуальности людей, поддержки социально-уязвимых групп, включая инклюзивные группы общества, маркетинг не может оставаться в стороне. Важность учета этих аспектов в рекламных кампаниях и стратегиях продвижения продуктов становится очевидной и набирает всё большие и большие обороты. Данная тема является актуальной и для белорусского рынка, так как вопрос отношения к инклюзивным группам общества начинает играть всё более заметную роль в общественном дискурсе среди населения стран СНГ. Вместе с этим, развитие искусственного интеллекта и нейронных сетей позволяет маркетологам изучать и использовать новые технологии для создания более персонализированных и включающих маркетинговых стратегий.

В данной статье показывается, как нейронные сети могут способствовать развитию инклюзивного маркетинга в Беларуси; проводится анализ результатов проведённого онлайн-анкетирования, которое помогло выяснить отношение белорусов к инклюзивным группам и инклюзивности в маркетинге.

Инклюзивный маркетинг — это подход, при котором учитываются потребности, интересы и ожидания широкого круга потребителей, включая людей с ограниченными возможностями, представителей различных культур, социальных слоев и других групп. Цель инклюзивного маркетинга – создать рекламные кампании и маркетинговые сообщения, которые будут отражать разнообразие общества и предоставлять равные возможности для всех [1].

Развитие искусственного интеллекта (ИИ) и нейронных сетей открывает новые горизонты для маркетинга, предлагая инструменты для анализа больших объемов данных о потребителях, автоматизации создания контента и персонализации маркетинговых сообщений. Нейронные сети могут помочь в создании рекламных материалов, которые будут отражать разнообразие потребителей и их уникальные потребности.

Автором в ходе исследования было проведено онлайн-анкетирование, в котором приняли участие 165 респондентов разного возраста, пола, социального положения. Анкетирование проводилось для того, чтобы выяснить отношение респондентов к людям, принадлежащим той или иной инклюзивной группе, а также отношение к инклюзивности в рекламе и маркетинге.

После анализа результатов проведённого онлайн-анкетирования были сформулированы следующие утверждения: