

исследование доступных с зараженного компьютера сегментов локальной сети банка и установка доступа к контроллеру домена с целью получения паролей администраторов сети;

поиск в сети финансового учреждения представляющих интерес рабочих станций и серверов, в первую очередь компьютера или сервера с доступом в подсеть, в которой находятся банкоматы или иные сегменты сети, например в сегмент процессинга банковских платежных карточек;

установка на банкоматах вредоносного программного обеспечения для выдачи финансовой наличности посредством удаленной команды.

После установления контроля над банкоматом к процессу подключаются соучастники, задача которых – непосредственное присутствие у подконтрольного банкомата в условленное время для получения денег. После успешного изъятия наличности вредоносное программное обеспечение, как правило, с банкоматов деинсталлируется.

Большинство вредоносных программ создаются и распространяются в целях получения несанкционированного доступа к финансовым системам для хищения учетных данных пользователей, рассылки спама, шифрования жестких данных на диске с последующим вымогательством денежных средств за расшифровку.

Необходимо упомянуть и о такой деятельности злоумышленников, как социальная инженерия, – одной из главных угроз кибербезопасности.

Представляется возможным выделить ряд особенностей, присущих правонарушениям в банковской сфере с применением информационных технологий: применение компьютерной техники, высокая латентность, умышленная корыстная направленность, высокая степень организованности.

В связи с тем что банковские и иные финансовые учреждения принимают меры для защиты своей инфраструктуры, а также финансов и транзакций клиентов, киберпреступники постоянно повышают свою квалификацию.

Для успешного предотвращения кибератак на банковский сектор необходимо принятие финансовыми учреждениями следующих мер:

использование соответствующих аппаратных, программных и программно-аппаратных комплексов средств защиты информации;

мониторинг событий безопасности;

постоянное повышение квалификации работников, отвечающих за информационную безопасность;

обучение работников банков основам информационной безопасности;

поддержание здорового климата в коллективе, поскольку не имеющих претензий работник с меньшей долей вероятности осознанно навредит организации, в которой работает;

информирование клиентов банков и обучение их финансовой и цифровой грамотности;

разработка пакета нормативной документации, регламентирующей сферу информационной безопасности в банке;

создание команды по расследованию инцидентов информационной безопасности;

скрупулезный подбор персонала в банковские организации с учетом профессиональных, нравственных и моральных качеств специалистов;

взаимодействие банков, правоохранительных органов и организаций, осуществляющих помощь в борьбе с киберугрозами.

УДК 346.7

*В.С. Гальцов*

#### **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НОРМАТИВНОГО ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ КАК НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Цифровая экономика – система социальных, экономических и технологических отношений между государством, бизнес-сообществом и гражданами, функционирующая в глобальном информационном пространстве посредством широкого использования цифровых информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), генерирующая цифровые виды и формы производства и продвижения к потребителю продукции и услуг, которые приводят к непрерывным инновационным изменениям методов управления и технологий в целях повышения эффективности социально-экономических процессов (Головенчик Г.Г. Цифровизация белорусской экономики в современных условиях глобализации. Минск, 2019. С. 30).

Понятие «цифровая экономика» имеет несколько аспектов. Она рассматривается:

на государственном уровне как экономическая политика, целью которой является повышение эффективности за счет перехода государственного управления и экономических отношений на цифровую основу, т. е. цифровая экономика = национальная экономика + ИКТ.

на отдельных предприятиях как использование ИКТ для автоматизации хозяйственной деятельности, создания или реализации продукции (например, интернет-торговля);

в обществе как использование автоматизированных информационных систем для обеспечения жизнедеятельности и для потребления

продуктов сферы ИКТ (например, оплата коммунальных и других услуг через интернет);

в научной среде как симбиоз экономических, правовых и информационных знаний.

Как мы видим, из содержания понятия «цифровая экономика» вытекает то, что интернет-торговля является ее полноценной составляющей. О значимости развития торговли посредством сети Интернет говорят следующие показатели. С 2000 по 2018 г. количество пользователей интернета выросло в 15 раз, объем розничной торговли через интернет – более чем в 8 раз, общий объем розничных продаж по всему миру – на 3,3 %, а объем электронной торговли – на 18 % (до 2,86 трлн долл. США) (Головенчик Г.Г. Становление и развитие цифровой экономики в современных условиях глобализации : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.14. Минск, 2019).

При анализе приведенных и других данных закономерно возникает вопрос об определении преимуществ интернет-торговли, которые обуславливают ее бурное развитие. К таким преимуществам относятся: широкий ассортимент товаров, как правило, по ценам ниже, чем цены в розничной сети; возможность приобрести товар не выходя из дома, с доставкой на дом; широкая программа привлечения покупателей через систему акций, скидок, накопительных баллов; возможность провести сравнительный анализ цен и характеристик желаемого товара с его аналогами, ознакомиться с отзывами предыдущих покупателей о товаре и интернет-магазине; возможность приобрести товары из разных населенных пунктов, других стран без посещения их; возможность снижения конечной стоимости товаров продавцами за счет отсутствия объектов розничной торговли, штата продавцов и консультантов, а также другие особенности.

Говоря о положительных моментах цифровой экономики, также следует обозначить и обратные процессы, а именно отрицательные стороны, интернет-торговли. Недостатки ее заключаются в следующем:

невозможно лично осмотреть товар, определить качество его материалов, функциональность и т. п.;

продавцы на сайтах под видом покупателей оставляют недобросовестные или заказные отзывы о товаре или интернет-магазине;

общение с продавцами-консультантами происходит на удаленном обезличенном доступе, т. е. они практически не несут ответственности за предоставленную информацию;

затруднительно получить качественную консультацию о товаре, так как на широкий спектр товаров предусмотрено ограниченное количе-

ство консультантов и, соответственно, отсутствует узкая специализация продавцов. Обычно сведения о товарах предоставляются только в общих чертах;

реквизиты продавца, проставленные в сопроводительных документах, не совпадают с данными интернет-магазина, поскольку доставлен товар не фирменной сетью. Нередки случаи, когда заказ делается в интернет-магазинах с фирменным наименованием, а товар доставляется другим продавцом;

заказываемый товар в случае отсутствия на складе может быть закуплен интернет-магазином у другого продавца, т. е. возникают затруднения с гарантийными обязательствами или предъявлением претензий к качеству товара;

товар, приобретаемый из другой страны, как правило, не сертифицирован и не имеет гарантийных обязательств производителя, возврат товара не возможен;

трудно подать жалобу, предъявить претензии, так как местонахождение администрации интернет-магазина неизвестно;

возможно совершение мошеннических действий, связанных с доставкой товара: он или не доставляется, или доставляется намного более низкого качества либо другой номенклатуры с одинаковым названием и т. п.;

имеет место противоправное поведение покупателей, которые аккуратно вскрывают упаковку, достают товар, затем упаковку запечатывают обратно и заявляют, что упаковка пришла без товара, чтобы требовать возврата денег.

По нашему мнению, описанные выше отрицательные черты интернет-торговли требуют пристального внимания юристов к обеспечению соблюдения законодательства в данной сфере.

В целом в Республике Беларусь создана развитая правовая основа в сфере торговли и общественного питания, которую составляют Законы «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь», «О защите прав потребителей», Правила продажи товаров при осуществлении розничной торговли по образцам, утвержденные постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 15 января 2009 г. № 31, и другие нормативные правовые акты. Однако следует отметить, что указанные правовые акты в большей степени ориентированы на традиционные виды торговли и носят национальный характер, не касаясь продажи белорусского товара за границу посредством сети Интернет. Например, в соответствии с п. 19 Правил продажи отдельных видов товаров и осуществления общественного питания, утвержденных постановлением Совета Министров Республики Бела-

