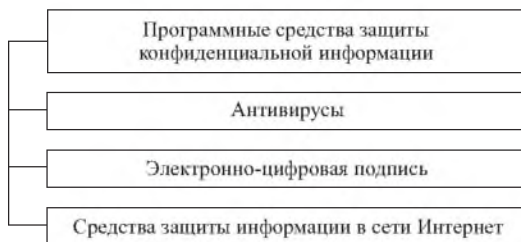


взятых на себя обязательств перед третьей стороной; моральный и материальный ущерб от дезорганизации в работе всей организации.

Одним из основных источников утечки коммерческой информации в последнее время стала кибератака. С января по февраль 2020 г. количество фишинговых атак выросло на 510 %.

Видим целесообразным для организаций уделить особое внимание рекомендуемым программным средствам защиты конфиденциальной коммерческой информации, представленным на рисунке.



Программные средства защиты конфиденциальной информации

Источники: собственная разработка.

Однако следует отметить, что свести риск потерь к минимуму можно при комплексном подходе к вопросам защиты информационной безопасности.

Мы считаем, что следует учитывать мировой опыт по защите коммерческой информации. В разных странах существуют различные приоритетные направления защиты коммерческой информации (коммерческой тайны). Так, в Германии преобладают законодательные меры, в США и Франции наряду с ними предпочтение отдается организации собственных служб безопасности организаций, для Японии характерен корпоративный дух и долгосрочная занятость в организации, в Великобритании защита обеспечивается договорными обязательствами.

**Ю. С. Кукса, В. А. Ботнарь**  
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **Л. С. Климченя**, канд. экон. наук, доцент

## **ДОПОЛНЕННАЯ РЕАЛЬНОСТЬ В ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛЕ: ПРАКТИКА И ПОТЕНЦИАЛ**

Поскольку интернет-магазины продолжают внедрять инновации с использованием новых технологий, они создают новые способы

взаимодействия людей с киберпространством. Не исключено, что скоро дополненная реальность станет частью нашей повседневной жизни. Количество субъектов электронной торговли растет высокими темпами в течение долгого времени, и этот процесс ускорила глобальная пандемия. Огромный рост товарооборота субъектов электронной торговли в значительной степени связан с более высокой скоростью интернета и улучшенной логистикой, что позволяет гарантировать доставку на следующий день. Однако не все технологии, применяемые в электронной торговле, удовлетворяют потребности онлайн-покупателей, и множество из них все еще отказываются от своих заказов. Организации, которые осуществляют электронную торговлю товарами (услугами), находятся в постоянном поиске новых технологий, маркетинговых приемов и способов работы, которые помогут снизить количество отказов.

Дополненная реальность — одна из новых технологий, которую организации электронной торговли планируют использовать, чтобы способствовать будущему росту и превращать больше посетителей в клиентов. В связи с актуальностью применения дополненной реальности команда белорусских разработчиков создала стартап Wannaby. Wannaby разрабатывает технологии компьютерного зрения и рендеринга (визуализации объекта), которые позволяют пользователям «примерять», представлять и персонализировать различные товары в дополненной реальности. В компании описывают свою сферу деятельности выражением AR-commerce.

Первое приложение компании, Wanna Nails, дает возможность «примерять» лаки для ногтей, экспериментировать с их цветами в зависимости от освещения, цвета кожи и стиля, а также покупать их. Сейчас в приложении доступны товары с Amazon.

Следующей разработкой компании Wannaby выступил продукт Wanna Kicks, который позволяет примерять обувь с помощью смартфона. Например, можно оценить любую понравившуюся модель кроссовок.

На примере проекта Wannaby можно сделать вывод, что благодаря развитию дополненной реальности можно облегчить и сделать более интересным процесс покупки в интернете. Покупателям больше не придется упускать из виду элементы, которые делают покупки в обычных розничных магазинах отличными. И как показатель актуальности и успеха — молодой компании удалось получить 2 млн дол. инвестиций.

Нет сомнений в том, что универсальные цели брендов электронной торговли могут быть достигнуты, если дополненная реальность станет нормой для покупок в интернете.