Kibernoziegumu tirgus kļuvis par trešo lielāko ekonomiku pasaulē

Sagaidāms, ka visā pasaulē arvien pieaugs kibernoziegumu skaits un arī mazumtirdzniecības nozarei jābūt gatavai atvairīt šos uzbrukumus. Kamēr jaunās tehnoloģijas, tajā skaitā mākslīgais intelekts, risina tirdzniecībā aktuālās problēmas, piemēram, darbaspēka trūkumu un izmaksu kāpumu, to arvien veiklāk izmanto arī kibernoziedznieki. Pasaulei mainoties, arī tirgotājiem jāapzinās, ka dati ir "jaunā nafta" – jāprot tos gan izmantot, gan pasargāt, konferencē "Baltic Retail Forum" atzina kiberdrošības eksperts, uzņēmuma "Truesec" pārstāvis Peters Falstroms. Pēc viņa teiktā, ja pašreizējo kibernoziegumu tirgu salīdzinātu ar valstu ekonomikām, tas ieņemtu trešo vietu pasaulē aiz Ķīnas un ASV ekonomikas.

Kā uzsvēra viedo tehnoloģiju uzņēmuma "StrongPoint" reģionālais vadītājs Latvijā un Igaunijā, arī Latvijā kiberuzbrukumu skaits saskaņā ar kiberincidentu novēršanas institūcijas CERT.LV datiem pēdējo divu gadu laikā pieaudzis par 40%. Lielākās daļas kiberuzbrukumu mērķi ir valsts institūcijas un kritiskā infrastruktūra, taču uzņēmumi mēdz kļūt par kiberuzbrucēju mērķi ne tikai gadījumos, kad uzbrucējus ir ieinteresējuši uzņēmuma resursi vai finanses, bet nereti uzbrucēji izraugās uzņēmumus kā "vārtus", lai piekļūtu valsts iestādēm vai būtisku pakalpojumu sniedzējiem, kas ir šo uzņēmumu klienti, skaidro U.Začs. Tas nozīmē, ka pastiprinātu uzmanību kiberdrošībai ir jāpievērš ne tikai publiskajam sektoram, bet arī privātā sektora uzņēmumiem, lai saglabātu augstu valsts kopējo kiberdrošības līmeni un turpinātu nodrošināt iedzīvotājiem pakalpojumus bez pārtraukumiem.

"Šodien, lai veiktu kibernoziegumu nav nepieciešamas nekādas zināšanas, nav jāiegulda nekādas pūles. Kibernoziegumu var vienkārši nopirkt – pasūtīt. Noziedznieki piedāvā iespēju piekļūt

dažādām organizācijām un attīsta īpašu programmatūru, kas izmanto šo organizāciju sistēmu ievainojamību," skaidroja P.Falstroms. Viņš uzsvēra, ka 95% kibernoziegumu ir oportūnistiski – tie meklē ievainojamību uzņēmumu un organizāciju sistēmās un, ja to atrod, izmanto, lai veiktu uzbrukumu. Visbiežāk, lai veiktu naudas izspiešanu.

Eksperts kā piemēru minēja uzbrukumu veikalu tīklam "Coop" Zviedrijā. Šis uzbrukums apturēja ap 700 šīs ķēdes veikalu darbību – tajos nebija iespējams veikt nekādas transakcijas. Viņš skaidroja, ka "Coop" šajā situācijā izvēlējās atklātību, nepakļāvās noziedzieku, kuru mērķis bija izspiest naudu, prasībām un skaidri paziņoja, ka noticis kiberuzbrukums. Sabiedrība bija atbalstoša un pat konkurējošās veikalu ķēdes iesaistījās "Coop" atbalstīšanā izvietojot viņu preces savos veikalos. Rezultātā "Coop" no šīs situācijas iznāca kā ieguvēji – viņu popularitāte pieauga.

Lai mazinātu kiberuzbrukumu riskus P.Falstroms aicināja mazumtirdzniecības uzņēmumus apzināties, ka viņu dati ir ļoti vērtīgi un veidot pret potenciāliem kiberuzbrukumiem vērstas aizsardzības sistēmas.

Mazumtirdzniecības nozare gan Baltijā, gan citur pasaulē piedzīvo arī būtiskus izaicinājumus saistībā ar darbaspēka izmaksu pieaugumu un darbaspēka pieejamību. Visas šīs izmaksas novirzīt uz patērētājiem nav iespējams, tāpat nav sapratīgi pieļaut pakalpojumu kvalitātes kritumu. Šī iemesla dēļ mazumtirgotāji mērķtiecīgi iegulda jaunās tehnoloģijās, tai skaitā mākslīgā intelekta (MI) risinājumos, lai ar to palīdzību spētu piedāvāt ātru un kvalitatīvu apkalpošanu un samērīgas cenas, skaidroja konferencē "Baltic Retail Forum" atzina viedo risinājumu uzņēmuma "StrongPoint" pārstāvis.

"Trīs galvenās jomas, kur strauji attīstās MI risinājumi, ir pircēju vecuma noteikšana, produktu atpazīšana un iztrūkumu novēršana," skaidroja U.Začs.

Tāpat tiek meklēti risinājumi, kā novirzīt uz pašapkalpošanās kasēm klientus ar daudz pirkumiem, piemēram, ar MI palīdzību atpazīstot un

ļaujot vienlaicīgi skanēt vairākas preces. Aktīvi notiek darbs, lai veikalos patstāvīgi varētu iepirkties arī cilvēki ar īpašām vajadzībām, kas saistīts ar Eiropas Savienības (ES) prasībām par vides pieejamību.

Uzņēmuma "StrongPoint" pārstāvis pastāstīja, ka jau drīz pašapkalpošanās kasē, uzliekot preci, piemēram, augļus uz svariem, MI automātiski atpazīs konkrēto augļu veidu – klientam tie vairs nebūs pašam jāmeklē un jāatzīmē preču katalogā. Tas būtiski paātrinās iepirkšanās procesu un mazinās arī iespēju pircējiem kļūdīties vai mēģināt ļaunprātīgi preču katalogā izvēlēties nepareizo augļu vai dārzeņu šķirni.

Savukārt veikala darbiniekiem vairs nebūs jāvēršas pie vadītāja, lai noskaidrotu savu nākamo uzdevumu – tas tiks atsūtīts telefonā, kad darbinieks būs "atķeksējis", ka iepriekšējo uzdevumu pabeidzis. "Ir noskaidrots, ka 16 gadus veci jaunieši labprātāk saņemtu instrukcijas telefonā nevis personīgi no vadītāja. Tas viņiem mazina nepatīkamo sajūtu, ka viņus kāds izrīko," skaidroja "StrongPoint" eksperts.

Tāpat jauni risinājumi tiks piedāvāti ātrākai interesējošo produktu atrašanai veikalā – tos izmantos gan klienti, gan darbinieki. Svarīga būs datu ievākšana – ar MI palīdzību, piemēram, apģērbu veikalā būs iespēja apkopot informāciju, cik bieži konkrētais apģērba gabals tiek uzmērīts attiecībā pret to, cik bieži uzmērīšanai seko pirkums, stāstīja U.Začs.

Plašāka informācija:

Zaiga Dūmiņa
"StrongPoint" komunikācijas konsultante
Tel.28696688
Zaiga.Dumina@ka.lv