

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ НА РЫНКЕ ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ

Д. В. Сокол

*кандидат экономических наук, Белорусский государственный университет,
экономический факультет г. Минск, Республика Беларусь, e-mail: SokolDI@bsu.by*

Защита частной жизни и сохранность персональных данных стали серьезной глобальной проблемой. В статье проанализирована экономическая ценность конфиденциальности для пользователя и бизнеса. Приводится оценка мер усиления экономической безопасности по защите и раскрытию личной информации.

Ключевые слова: конфиденциальность; личные данные; технофеодализм.

ECONOMIC SECURITY IN THE PERSONAL DATA MARKET

D. V. Sokol

*PhD in Economics, Associate Professor, Belarusian State University,
Faculty of Economics, Minsk, Republic of Belarus, e-mail: SokolDI@bsu.by*

The protection of privacy and the safety of personal data have become a serious global problem. The article analyzes the economic value of privacy for the user and business. Measures to improve economic security for the protection and disclosure of personal information are evaluated.

Keywords: privacy; personal data; technofeudalism.

Введение. В последние годы защита частной жизни в Интернете стала серьезной глобальной проблемой. Наиболее знаковым событием стал скандал с Cambridge Analytica, которая получила персональные данные 50 миллионов пользователей Facebook и использовала их для персонализированной политической рекламы и/или распространения «фейковых новостей» на президентских выборах в США в 2016 году и референдуме Великобритании о выходе из Европейского союза. Этот скандал заставил людей осознать размеры персональных данных, хранящихся на онлайн-платформах, и огромное влияние, которое может оказать ненадлежащее использование таких данных.

Бизнес-модель онлайн-платформ, которые собирают и монетизируют огромные объемы персональных данных, также оказалась под пристальным вниманием. Например, пользователи социальных сетей публи-

куют фотографии с текстом и тегами, чтобы общаться со своими друзьями, но за кулисами провайдеры используют эти фотографии в качестве помеченных графических данных для обучения алгоритмов искусственного интеллекта (ИИ). Эту систему иногда называют технофеодализмом, так как онлайн-платформы оказывают полезные и приятные информационные услуги, получая при этом всю прибыль от предоставленных потребителями данных.

Но, какова цена конфиденциальности? В исследовании Куммера и Шульте (2019) проведенном на основе данных о примерно 300 000 приложениях для смартфонов из Google Play Store за период с 2012 по 2014 год установлено, что требование доступа к конфиденциальной информации сокращает количество установок на 25 % со стороны спроса и значительно снижает цену со стороны предложения [1].

Основная часть. Исследование Принса и Уолстона попыталось выявить денежную ценность, которую потребители придают своей конфиденциальности [2]. Они спросили потребителей, сколько денег они потребовали бы, чтобы позволить платформе делиться определенными типами персональных данных о них с третьими лицами. Опрашивались респонденты из Аргентины, Бразилии, Колумбии, Мексики, Германии и США.

Обнаружилось, что люди больше всего ценят конфиденциальность своей финансовой и биометрической информации. Следующими наиболее ценными типами данных были текстовые сообщения и контактная информация, за которыми следовали история посещенных страниц и данные голосовых отпечатков. Наименьшее значение участники придавали данным о своей сети и о местоположении.

В частности, в долларах США по паритету покупательной способности платформе пришлось бы платить пользователям за месяц: 8,44 доллара за предоставление информации о банковском балансе, 7,56 доллара за предоставление информации об отпечатках пальцев, 6,05 доллара за чтение электронной почты и текстовых сообщения отдельных лиц и 5,80 долларов за обмен информацией о снятии наличных. Для сравнения, людям платят всего 1,82 доллара за раскрытие своего местоположения, и практически ничего за SMS рекламу [2].

Интересно, что немцы, участвовавшие в исследовании, придавали большее значение своей конфиденциальности по сравнению с участниками из Южной Америки и США. Женщины и пожилые участники также уделяли больше внимания конфиденциальности, чем мужчины и молодые участники, соответственно.

Вопросы экономической безопасности приобретают все большее значение. Регулирующие органы серьезно обеспокоились наведением порядка в экономике конфиденциальности. Например, Европейский союз

в мае 2018 года ввел Общий регламент по защите данных (GDPR), который требует информированного согласия субъектов персональных данных на обработку данных. Калифорнийский закон о конфиденциальности потребителей (CCPA), который строго регулирует обработку личной информации потребителей, вступил в силу в январе 2020 года.

В целом правила конфиденциальности предоставляют потребителям больший контроль над их личной информацией и помогают защитить их права на неприкосновенность частной жизни. Согласно GDPR потребители имеют право потребовать, чтобы компании удалили их личную информацию.

В исследовании Аридора, Че и Залца была предпринята попытка изучить влияние, которое внедрение GDPR оказало на отслеживание потребителей [3]. В частности, было установлено, что с вступлением в силу GDPR число пользователей, которых фирмы могли отслеживать, значительно сократилось из-за того, что пользователи воспользовались своим правом отказаться. Однако это оказало неожиданное влияние на доходы и качество данных. С одной стороны, компании потеряли доход из-за того, что не смогли собирать данные о таком количестве пользователей, как раньше. С другой стороны, средняя стоимость оставшихся потребителей увеличилась, поскольку сохраняемые ими данные о потребителях, которые не отказались от подписки, были более чистыми, и стало легче отслеживать тех, кто продолжал подписываться.

Заключение. Таким образом, как объяснили исследователи, отказавшийся потребитель, который пользуется преимуществами защиты конфиденциальности, предоставляемой GDPR, «делает оставшихся потребителей, которые делятся своими данными, более отслеживаемыми и, возможно, более предсказуемыми для фирм». Можно сделать вывод, что потребители, заботящиеся о конфиденциальности, действительно выигрывают от таких законов, как GDPR и CCPA.

Библиографические ссылки

1. *Uno Y., Sonoda A., Bessho M.* The Economics of Privacy: A Primer Especially for Policymakers: 21-E-11 // Bank of Japan Working Paper Series. Bank of Japan. 2021.
2. *Prince J. T., Wallsten S.* How much is privacy worth around the world and across platforms? // Journal of Economics & Management Strategy. 2022. Vol. 31, № 4. P. 841–861.
3. *Aridor G., Che Y.-K., Salz T.* The Effect of Privacy Regulation on the Data Industry: Empirical Evidence from GDPR: 26900 // NBER Working Papers. National Bureau of Economic Research, Inc. 2020.