

БЕЗОПАСНОСТЬ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

К. И. Жуковская¹⁾, У. С. Рыбчинская²⁾

¹⁾ студент, Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь,
e-mail: jksswsu@gmail.com

²⁾ студент, Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь,
e-mail: ulanarybcinskaa7@gmail.com

Научный руководитель: Н. И. Шандора

*старший преподаватель, Белорусский государственный университет,
экономический факультет, г. Минск, Беларусь, e-mail: shandor@bsu.by*

Цель статьи заключается в изучении сути интернет-маркетинга и безопасности в интернет-маркетинге. Основное внимание в работе уделяется вопросу утечки данных. Также, обращается внимание на возможность защиты персональных данных и последствия от некачественной защиты данных. Работа нацелена на ознакомление и предупреждение о серьезности вопроса работы с персональными данными.

Ключевые слова: интернет-маркетинг; персональные данные; утечка; шифрование; информация; наказание.

SECURITY OF INTERNET MARKETING ON THE INTERNET

K. I. Zhukovskaya¹⁾, U. S. Rybchinskaya²⁾

¹⁾ Student, Belarusian State University, Minsk, Belarus, e-mail: jksswsu@gmail.com

²⁾ Student, Belarusian State University, Minsk, Belarus,
e-mail: ulanarybcinskaa7@gmail.com

Supervisor: N. I. Shandora

*Senior Lecturer, Belarusian State University, Faculty of Economics, Minsk, Belarus,
e-mail: shandor@bsu.by*

The purpose of the article is to study the essence of Internet marketing and security in Internet marketing. The main focus of the work is on the issue of data leakage. Also, attention is drawn to the possibility of protecting personal data and the consequences of poor data protection. The work is aimed at familiarizing and warning about the seriousness of the issue of working with personal data.

Keywords: internet marketing; personal information; a leak; encryption; information; punishment.

В данной работе рассматривается интернет-маркетинг, как актуальный в настоящее время способ осуществления предпринимательской деятельности. Особое внимание уделяется вопросу безопасности и защиты персональных данных при осуществлении покупок в Интернете. Тема достаточно актуальна, так как сейчас происходит активное развитие покупок в Интернете, расширение и улучшение онлайн-платформ, а онлайн-шоппинг медленно, но уверенно вытесняет обычный.

Интернет-маркетинг – практика использования существующих средств офлайн-маркетинга в Интернете, ставящая перед собой цель продать услугу или продукт клиентам и управлять взаимоотношениями с ними. Другими словами, интернет-маркетинг – это действие, направленное на продвижение товаров и услуг в Интернете.

Цель интернет-маркетинга – превратить случайных посетителей сайта (или интернет платформы) в покупателей.

Интернет-маркетинг – это огромная сфера торговли. Она включает в себя маркетинг в поисковых системах, продвижение в социальных сетях, email маркетинг, оптимизация сайта для поисковых систем, входной маркетинг, партнёрский маркетинг и другие виды.

Существует четыре основных преимущества, отличающие интернет-маркетинг от классического: веб-аналитика; экономия; интерактивность; таргетирование [2].

Несмотря на все достоинства, онлайн-маркетинг также имеет свои недостатки. Главный недостаток – неполное обеспечение безопасности в Интернете.

Вопросы безопасности актуальны и для компаний, и для потребителей, участвующих в онлайн-бизнесе. Основная опасность связана с персональными данными, их утечкой и незаконном использовании. Люди опасаются покупать товары в Интернете из-за неуверенности в конфиденциальности своих личных данных.

Если фирма серьезно подходит к онлайн-бизнесу, в первую очередь ей стоит удостовериться в защите данных потребителей. Для обеспечения конфиденциальности передаваемых в интернете данных используется шифрование.

Шифрование является основным методом обеспечения безопасности и конфиденциальности информации в интернете. Суть заключается в обратимом преобразование информации. Основная цель – скрыть данные от неавторизованных лиц с предоставлением в это же время авторизованным пользователям доступа к ней. Метод обеспечивает три состояния безопасности информации: конфиденциальность – скрытие информации от неавторизованных пользователей при передаче или при хранении; целостность – предотвращения изменения информации при передаче или

хранении; идентифицируемость – аутентификации источника информации и предотвращения отказа отправителя информации от того факта, что данные были отправлены именно им [1].

В Беларуси уже давно существуют нормы о защите персональных данных. Однако в настоящее время происходит активное развитие Интернета и электронного маркетинга. Это означает, что нормы о защите персональной информации надо усиливать. 15 ноября 2021 года в Беларуси вступил в силу закон «О защите персональных данных», в котором вся информация консолидирована, а требования к обработке и хранению персональных данных значительно расширены. Закон подразумевает не только административную, но и уголовную ответственность за нарушение норм защиты персональных данных [3].

Исходя из вышеизложенного материала, можно сделать вывод о том, что размещение персональных данных на интернет-платформах не всегда безопасно, и может привести к их утечки. Поэтому, при использовании интернет-ресурсов, которые запрашивают личную информацию, следует убедиться в их надежности.

Библиографические ссылки

1. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] // Википедия. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki> (дата обращения: 01.10.2022).
2. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] // Studref.com. URL: <https://studref.com/492171/ekonomika/internet-marketing> (дата обращения: 01.10.2022).
3. Закон «О защите персональных данных» [Электронный ресурс] // pravo.by. URL: <https://pravo.by> (дата обращения: 01.10.2022).