

## ПОРТАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ОБЕСПЕЧЕНИЮ БЕЗОПАСНОСТИ В МАРКЕТИНГОВЫХ ИТ-ПРОЕКТАХ

**Чайковская Марина, PhD,**

доцент кафедры маркетинга и бизнес-администрирования

Одесский НУ имени И.И.Мечникова

г. Одесса, Украина

[e-mail: chmp@ukr.net](mailto:chmp@ukr.net)

orcid id: 0000-0002-9490-5112

**Abstract.** The article describes global digital transformations and their relationship with the evolution of marketing models. Trends in the growth of volumes and speed of mobile traffic, the main problematic issues of the implementation of marketing IT projects, the impact of the COVID-19 pandemic on the organization of marketing activities are analyzed. The advantages of the portal approach to the management of marketing IT projects are considered. The problems of developing an effective security system are highlighted, the sources of threats and methods of protection are analyzed. The effects of the application are considered, current trends and classification signs, an analysis of the Ukrainian VPN market is carried out.

**Keywords:** marketing IT projects, portal approach, IT project management, security system, VPN (Virtual Private Network).

Digital трансформации общества на сегодняшний день являются мощнейшим катализатором не только экономического развития, но и эффективности маркетинговых

взаимодействий. Так, согласно исследованиям компания Huawei, рост индекса сетевого взаимодействия страны на пункт может иметь своим следствием рост конкурентоспособности (на 2,1%), результативности инноваций (2,2%), производительности во всех секторах экономики (на 2,3%). К 2025 глобальные цифровые трансформации принесут 30 млрд. евро добавленной стоимости при помощи новых цифровых продуктов и сервисов [1, с.289].

По прогнозам компании Cisco [2] в ближайшие годы объем мирового IP-трафика почти утроится, при этом темпы его прироста составят 22%. К 2022 году 60 процентов населения мира будут пользователями Интернета. Более 28 млрд. устройств будут подключены к сети. Средняя глобальная скорость фиксированного широкополосного доступа увеличится почти вдвое (до 75,4 Мбит / с.), а мобильных подключений более чем в три раза (до 28,5 Мбит / с.).

В 2020 году количество новых функций 5G увеличилось как в области сети, так и в области устройств, количество глобальных подписок на 5G составило 175 миллионов. К концу 2026 года прогнозируется 3,5 миллиарда подписок на 5G, на них будет приходиться более 50 процентов мобильного трафика данных [3].

Кроме ускоренных количественных трендов роста числа мобильных пользователей, наблюдаются качественные трансформации, связанные с изменением стратегической роли облачной модели ИТ-инфраструктуры в реализации маркетинговых проектов. С одной стороны открываются новые возможности осуществления глобальных сетевых мультимедийных персонализированных взаимодействий в виртуальной среде. Но с другой стороны, переход к новому этапу развития маркетинга приводит к возникновению ряда проблем как концептуального, так и технологического характера, усиливая критичность ряда угроз, концентрирующихся в области информационной безопасности.

Трансформация форм и методов маркетинговой деятельности в эру мобильной диджитализации выражается с одной стороны в омниканальности внешнего маркетинга, с другой стороны в децентрализованности внутренних взаимодействий [4, с. 60].

Экспоненциальные темпы роста мирового и украинского рынка мобильных технологий приводят к кросс-платформенности подключения в сети Интернет, структурных сдвигов в каналах привлечения посетителей или трафика на сайт компании. В таких условиях для повышения эффективности реализации маркетинговых проектов необходимо обеспечить в первую очередь доступ к агрегированной информации по реализуемым маркетинговым проектам; во-вторых оперативно отслеживать и детально анализировать запросы потребителя из разных источников.

Анализируя основные проблемы реализации современных маркетинговых ИТ-проектов, следует выделить в первую очередь многомерную не интегрируемость информации и функциональную несинхронизированность на технологическом уровне. Так в Украине исторически традиционной является модель “лоскутной автоматизации” предприятий, следствием которой является информационная разрозненность, несинхронизированность источников информации для реализации маркетинговых проектов, избыточность, дублирование или неполнота информации для осуществления маркетинговых кампаний.

Кроме того, для эффективного достижения стратегических маркетинговых целей необходимо функциональное системное согласование маркетинговых инструментов, в маркетинговом комплексе с учетом углубления процессов клиентоориентированности и перехода к массовой индивидуализации и перефрагментации рынков.

И наконец, революционные цифровые изменения маркетинговой деятельности организаций и реализации маркетинговых ИТ-проектов активизируются вследствие развития пандемии COVID-19. К таким изменениям относятся и ускоренная трансформация коммуникаций в он-лайн (как благодаря переходу на дистанционные формы труда сотрудников, так и рост веса взаимодействия отделов маркетинга с потенциальными клиентами через Интернет), и рост доли мобильного трафика и изменения моделей

лояльности потребителей к товарам из-за перебоев в цепи поставок, снижение покупательной способности через экономические кризисы.

Методологической основой формирования эффективной маркетинговой digital экосистемы является глобальный эволюционный процесс трансформации моделей WEB от поискового и социального этапов к мобильному и облачному. А технологической платформой - порталный подход к управлению маркетинговыми проектами на базе современного инструментария Cloud Computing, который позволяет объединить разрозненные инструменты автоматизации и смоделировать отлаженную сквозную информационную систему по поддержке эффективного управления маркетинговыми проектами. Стандартизированные бизнес-процессы моделируют регулярные маркетинговые активности, в то время как модули управления задачами и проектами применяются для реализации уникальных проектных задач [5, с. 168].

В то же время, одним из наиболее важных аспектов среды для функционирования на базе порталного подхода является архитектура ИТ-инфраструктуры. С ростом объема обрабатываемых данных повышается значимость Big Data Management. Происходит замена компьютерных сетей глобальными облачными технологиями, обеспечивающими динамический доступ к информации в любой точке мира. Такие технологические модификации обеспечивают масштабируемость систем обработки и хранения данных, эффективный доступ и обработку информации, многообразие точек доступа; скорость, централизованное управление, эффективность затрат, однако, усиливают проблему информационной безопасности. В типичной облачной среде пользователь взаимодействует с системой через набор пользовательских интерфейсов (UI) или интерфейсов прикладного программирования (API). Именно интерфейсы становятся наиболее уязвимыми поверхностями атаки, так как большинство команд и взаимодействий проходят через них. Для разработки эффективной системы безопасности важно понимать источники и природу угроз и осуществить выбор правильного метода. Согласно исследованиям, Cloud Security Alliance основными угрозами в облаке являются Уязвимые интерфейсы (29% всех сбоев в облачной безопасности), Потеря и утечка данных (25%), Сбой физической инфраструктуры (10%) [6].

Для снижения рисков потери и утечки данных наиболее эффективны многофакторная аутентификация, шифрование, фрагментация, VPN (Virtual Private Network). Рост популярности VPN как эффективного инструмента защиты приватности и данных связан с одной стороны усилением критичности вопросов безопасности, с другой стороны появлением и распространением высокоскоростного соединения [7, с.59].

Применение VPN позволяет не только избежать различных сбоев физической инфраструктуры, но и создает каналы, защищенные от хакерских атак. Кроме того в условиях дистанционной работы и глобализационных взаимодействий позволяет организовать работу приложения из различных зон, обеспечить доступ к общей сети, получить высокую скорость соединения. В 2020 году наблюдался более 50% рост скачиваний мобильных приложений VPN . на конец года в мире зарегистрировано более 480 млн. В Украине этот показатель составляет 6,38 [8]. Анализ украинского рынка VPN целесообразно проводить по следующим классификационным признакам: - по типу доступа (выделяют следующие модели: удаленный доступ, объединение различных сетей Site-to-site и Client/Server, как наиболее универсальная модель, при которой происходит интеграция нескольких сетей, с передачей информации по сетям внутреннего типа к общему клиентскому серверу); - по уровню защиты; - по способу реализации (программный /интегрированный); - по типу протокола (TCP/IP, IPX и AppleTalk); - по доступности: (платные/бесплатные, которые охватывают более 80% установок). Лидерами украинского рынка являются: VPN Unlimited (10,5 млн.), Solo VPN (8,5 млн.), Best Ultimate VPN (6,2).

Таким образом, диджитализация влияет не только на производительность, уровень эффективности использования ресурсов, но и формирует новые бизнес-модели на базе инновационных технологических платформ, таких как мобильность, виртуализация, Big Data. Портальный подход в реализации информационной поддержки маркетинговых ИТ-проектов формирует единое информационное пространство для общения всей компании, сочетает управления процессами и проектами, является основой для внутреннего и внешнего маркетинга. Эффективным подходом к обеспечению безопасности в мобильном Big Data Management является только адаптивный, динамичный, всеобъемлющий, который включает в себя все известные принципы безопасности компьютерной системы и поддерживает непрерывность функционирования проектно-процессной модели организации маркетинговой деятельности предприятия.

#### **Библиография:**

1. Chaikovska M. Trendy marketingowe i wyzwania technologiczne transformacji cyfrowych / Innowacje w dobie technologii IT. Obszary-koncepcje-narzędzia / Malara Zbigniew, Malgorzata Rutkowska (red.). Politechniki Wrocławskiej, Wrocław, 2020. 289-297.
2. Cisco Predicts More IP Traffic in the Next Five Years Available: <https://newsroom.cisco.com/press-release-content?type=webcontent&articleId=1955935>
3. Ericsson Mobility Report Available: <https://www.ericsson.com/en/press-releases/2020/11/more-than-1-billion-people-will-have-access-to-5g-coverage-by-the-end-of-2020>
4. Levitskaia A. Chaikovska M., Development of mobile marketing IT projects: opportunities for Moldova and Ukraine. Theoretical and Scientific journal. Economy and Sociology. № 2/ 2020, Moldova, Chisinau, P.59-69.
5. Чайковська М. П. Особливості портального підходу в управлінні маркетинговими проектами. Матеріали 75-ї звітної наукової конференції ЕПФ ОНУ імені І. І. Мечникова/відп. ред. А. В. Смітюх. Одеса : Фенікс, 2020. с. 168-170.
6. Software-Defined Perimeter Zero Trust Charter. Available: <https://cloudsecurityalliance.org/artifacts/>
7. Global Mobile VPN Report 2019 Available: <https://www.top10vpn.com/global-mobile-vpn-report/>