

4. Абдукаримов В. И. Оценка труда и контроль исполнения поручений в системе менеджмента. Вестник ТГУ. – 2011. – № 12 (104). С. 524-528.

5. Вениг С. Б., Соловьева В. А. Трансформация образовательного пространства под влиянием информационных технологий. Информатизация образования и науки – 2017. – № 1(33). – С. 73-88.

УДК 004.056.5

А.И. Демиденко, доц., к.т.н.; Е.П. Николаенко, магистрант 2 курса  
(БГТУ, г. Брянск)

### **ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ НА ИНФОРМАЦИОННУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Цифровая экономика всё активнее заменяет старый уклад во многих сферах деятельности. Благодаря этому повышается эффективность всех отраслей, ведь использование современных информационных технологий активно этому способствует.

Информационная безопасность как одна из важнейших составляющих общей безопасности определяет экономическую и общую безопасность на всех уровнях.

Сегодня руководство любого промышленного предприятия имеет дело с корпоративной информацией, которая должна соответствовать требованиям актуальности, целостности, достоверности, структурированности, и, при необходимости, конфиденциальности.

Такая информационная зависимость привела к существенному увеличению влияния уровня безопасности информационных систем на успешное ведение бизнеса, а иногда и просто возможность его функционирования. Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что безопасность информационных систем является одним из важнейших аспектов, который имеет огромный интерес для аналитиков, инженеров и других специалистов в области информационной безопасности.

В рекомендациях стандарта ГОСТ Р ИСО/МЭК 27005-2010 отмечается, что для оценки рисков можно использовать как существующие, так и разрабатывать новые методики. В связи с этим, изучив достоинства и недостатки существующих методик, была разработана новая методика оценки рисков.

Основная задача данной методики заключается в том, чтобы определить численный показатель рисков ИБ с целью принятия эффективных мер по защите информации и других критически важных активов организации. Предлагаемая методика оценки рисков позволяет

выполнить полноценный анализ и оценку рисков без привлечения высококвалифицированных специалистов.

При определении вероятности реализации угрозы необходимо учитывать, что если существует несколько средств нейтрализации, и их эффективности имеют разный уровень, то эффект нейтрализации не суммируется, а берется в итоге равный самому эффективному средству.

Высокий темп роста развития технологий передачи и обработки информации позволило рассматривать её в разрезе ценнейших ресурсов. Тяжело оспорить тот факт, что сегодня информация обладает уникальной ценностью, при этом являясь одним из критически важных для человека ресурсов, ведь это и коммерческие и производственные тайны, новые идеи и т.д. Это затронуло и сферу ведения бизнеса. Информация активно применяется для принятия весомых стратегических заключений и от результата, т.е. от того насколько она будет являться достоверной, правдивой и актуальной, будет зависеть дальнейшая работоспособности представленной компании. Потеря конфиденциальности информации: разглашение или утечка коммерческой тайны могут повлечь значительные убытки для предприятия, в том числе и финансовые, а также негативно отразиться на имидже компании. Устранение одного или же нескольких информационных ресурсов может на длительный срок остановить работу всего промышленного предприятия. Важность вопроса обеспечения информационной безопасности уже не вызывает сомнений, в ближайшее время вопросы управления рисками информационной безопасности будут являться ключевыми проблемами бизнеса.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Демиденко А.И., Лазуткин А.Н. оценка затрат на внедрение системы обеспечения информационной безопасности предприятий // Материалы II Международной научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава, магистров и студентов факультета экономики и управления. Брянск, БГТУ, 2015, 215-218 с.

2. Кваша Е.П. Управление ИТ-инфраструктурой как сервис // Материалы международной мультидисциплинарной научно-практической конференции студентов, магистрантов и аспирантов "ЭМПИ - экономика, менеджмент, прикладная информатика и новые яркие идеи и решения". Брянск, БГТУ, 2016, 349-353 с.

3. Лазуткин А.Н., Демиденко А.И. Построение эффективной системы информационной безопасности // Материалы международной научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава. Брянск, БГТУ, 2017, 557-562 с.

4. Лазуткин А.Н., Демиденко А.И. экономические аспекты защиты информации на предприятии // Материалы III Всероссийской научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава и магистрантов факультета экономики и управления. Брянск, БГТУ, 2017, 173-177 с.

5. Демиденко А.И., Кваша Е.П. Управление рисками информационной безопасности предприятий // РОССИЙСКАЯ НАУКА: АКТУАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ. Сборник научных статей V Всероссийской научно-практической конференции: в 2 частях. Самара, 2018, 18-21 с.

УДК 659.18

А.В. Крамарь, студ.; А.И. Демиденко, доц., канд. техн. наук  
(БГТУ, г. Брянск)

## **ОДНОСТРАНИЧНЫЙ САЙТ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ КОМПАНИИ**

В цифровом мире бизнесы стремятся продавать товары и услуги через Интернет. Пользователи делают заказы с помощью смартфона где и когда им удобно. Продавать в Интернете – тренд. Поэтому появляется конкуренция. Обратиться на себя внимание пользователя становится сложнее. Предпринимателям приходится улучшать свой сайт. Чтобы покупателю требовалось меньше действий и раздумий для совершения покупки. Люди не привыкли тратить время на поиск нужной информации. Если пользователям необходимо поискать ответы на вопросы на сайте, они уходят.

Для того, чтобы продвигать компанию, необходимо рекламировать себя. Каким образом? Давать объявления, размещать баннеры на сайтах, рекламировать себя в выдаче по запросам. В рекламе используется ссылка, которая ведет пользователя на сайт.

Компании продают группы товаров и на каждую из них необходимо делать рекламу. Реклама ведет на страницу с товаром, который ищет покупатель. То есть под разные заголовки рекламы разные товары. Было бы непрактично добавлять для каждого рекламного объявления странички на сложные сайты, которые пишут программисты. Зачастую этот процесс занимает 2 месяца. И за это время рекламная компания может стать неактуальной.

Таким образом, одностраничные сайты становятся эффективным и удобным инструментом для продвижения информации об услугах и предложениях компании.

Что такое одностраничный сайт?

Это современный сайт, состоящий из одной страницы и направ-