

Гудзь О. Є.
доктор економічних наук, професор,
Державний університет телекомунікацій
Маковій В. В.
аспірант кафедри менеджменту
Державного університету телекомунікацій

Gudz Olena
Doctor of Economics, Professor,
State University of Telecommunications
Makovii Viktoria
Postgraduate Student
of the Department of Management
State University of Telecommunications

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Розроблено концептуальні основи формування інформаційної політики підприємств, зокрема уточнено сутність інформаційної політики та її особливості, визначено мету, функції, принципи, обґрунтовано напрями, завдання, етапи та заходи її формування. Запропонований підхід до розроблення концептуальних основ формування інформаційної політики підприємств урахує їхні інформаційно-комунікаційні можливості, різноманітні чинники впливу на їхні бізнес-процеси, що забезпечить генерування, поширення, ефективне використання та захист інформаційних потоків і ресурсів та, як наслідок, ухвалення ефективних управлінських рішень.

Ключові слова: інформація, політика, інформаційна політика, підприємства, концептуальні основи.

Вступ та постановка проблеми. Інформація та комунікаційні технології змінили розуміння часу, простору та діяльності у цілому, інформаційний складник функціонування сучасних підприємств переважає над усіма іншими його компонентами. Високі технології, економіка, управління, культура, знання й інформація стають взаємодоповнюваними. Від якості інформації став залежати сам розвиток підприємств та економічного простору загалом. Найголовнішим ресурсом розвитку суспільства є люди, їхні інтелектуальні, творчі, духовні здібності. Сьогодні найбільш обмежений і найдорожчий ресурс – знання й компетенції. Завдання суспільства – створити умови для реалізації потенціалу кожної людини за допомогою інформації, знань, інформаційно-комунікативних технологій [18]. Тобто стрімка глобалізація інформаційної сфери, якісне вдосконалення інформаційно-комунікаційних технологій помітно впливають на економічний, інноваційний, безпековий та інші складники розвитку підприємств, а інформаційні ресурси за таких умов стають системоутворюючим чинником їх функціонування. Тому важливим напрямом наукового пошуку постає необхідність визначення концептуальних основ формування інформаційної політики підприємств, спроможної забезпечити генерування, поширення, ефективне використання та захист інформаційних потоків і ресурсів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукові дослідження окремих теоретичних та практичних аспектів інформаційної політики знайшли висвітлення у наукових працях відомих вітчизняних учених, таких як В. Іванов, О. Литвиненко, А. Москаленко, Г. Почепцов, С. Чукут та ін. Проте слід зауважити, що в більшості сучасних теоретико-методологічних і прикладних наукових розвідках відсутній опис концептуальних основ формування інформаційної політики підприємств, що спричиняє різновекторність інформаційного забезпечення їхньої діяльності, неврахування їхніх інформаційно-комунікаційних можливостей, різноманітних чинників впливу на виконання

бізнес-процесів та, як наслідок, ухвалення неефективних управлінських заходів. Усе зазначене підтверджує доцільність подальшого дослідження й розроблення проблематики концептуальних основ формування інформаційної політики підприємств.

Метою даної роботи є розроблення концептуальних основ формування інформаційної політики підприємств, зокрема уточнення сутності інформаційної політики та її особливостей, визначення мети, функцій, принципів, обґрунтування напрямів, завдань, етапів та заходів її формування.

Результати дослідження. Інформаційні технології та комунікаційні засоби модернізувалися паралельно з розвитком світової економіки, вони проникли в усі інститути суспільства та сфери функціонування підприємств. За ствердженням О. Зернецької, природа нових глобальних трансформацій широко визначається тим фактом, що людство входить до нової ери розвитку – ери складних процесів революції комунікацій та інформаційного буму, які призводять до встановлення нового світового порядку [12]. Нині інформація як ресурс має великий попит, завдяки процесам інформаційної глобалізації й поширення Інтернету стерлися кордони для інформаційних потоків, підприємства можуть отримати актуальну інформацію у будь-який час та у будь-якому місці й скористатися нею для реалізації своїх бізнес-ідей та інтересів. «Реальна вартість компаній залежить більше від ідей і інформації ... ніж від вантажівок, заводського устаткування й інших матеріальних активів, якими вона може володіти» [16]. Інформаційна інфраструктура та сучасні інформаційні технології кардинально змінюють повсякденну діяльність мільйонів підприємств.

Уважається, що поняття «інформаційна політика» з'явилося порівняно недавно. У кінці минулого століття у зв'язку з визнанням вирішальної ролі інформації назріла необхідність понятійного визначення складників інформаційного менеджменту. Як наслідок, у структурі кате-

горіального апарату, що окреслює концептуальні основи про інформаційні процеси, а також формує методологію для їх вивчення, науковці почали використовувати поняття «інформаційна політика».

Щоб розібратися із сутністю цього поняття, спробуємо визначитися зі змістовим наповненням термінів «інформація» та «політика».

У словнику за редакцією Ю. Шемшученка «інформація» (від. лат. *informatio*) – це одна з трьох основних (поряд із матерією та енергією) субстанцій, що утворюють природний світ, у якому живе людина [8, с. 241]. Н. Вінер стверджує, що «інформація – це позначення змісту, який надходить із зовнішнього світу в процесі нашого пристосування до нього і пристосування до нього наших почуттів» [2, с. 31]. В. Бебик обґрунтовує, що «інформація» – це змістовне відображення об'єктивних і суб'єктивних процесів, явищ і предметів Всесвіту, себто всього, що оточує нас і міститься всередині нас [1, с. 25].

Ф. Махлуп зробив спробу узагальнити різні підходи до визначення поняття «інформація»:

інформація – процес передачі знань, сигналу чи повідомлення;

інформацією є поточні дані про перемінні величини в деякій галузі діяльності, систематизовані відомості щодо основних причинних зв'язків, які містяться у знанні як понятті більш загального класу, по відношенню до якого інформація є підлеглою;

інформація є знання, які передані кимось іншим чи набуті шляхом власного дослідження чи вивчення;

інформація є знання про якусь особу, подію, випадок чи щось подібне [9].

Таким чином, переконаємося, що переважно під інформацією вчені розуміють «будь-яке повідомлення (текст), яке вміщує якісь відомості (нове знання) відносно того чи іншого об'єкта (предмета повідомлення)» [10]. І що важливо: інформацію можна вважати продуктом, який має певні якісні ознаки, собівартість і ціну, оскільки його виробляють так само, як і будь-який інший продукт. Однак особливістю інформації як продукту є те, що вона виготовляється один раз, а далі може лише копіюватися, а також із часом не зникає, як інші матеріальні продукти, хоча може застарівати, тобто втрачати актуальність. У цьому контексті цікавою є позиція Д. Лайона, який особливу небезпеку для поінформованості суспільства вбачав у все більшому перетворюванні інформації на товар, який має приносити не знання, а прибуток власникам [7]. Навіть бібліотека Британського музею, за ствердженням Е. Тавокіна, перетворюється із джерела знань на джерело прибутків [14]. Наприклад, у США в інформаційній сфері задіяно 60% працездатного населення, а у сільському господарстві – лише 2,8% [3, с. 292–293].

Політика (від грец. *Πολιτική*) – діяльність самоуправління у полісі (місті-державі), а подалі – «мистецтво управління». Тобто це певна цілеспрямована діяльність, що пов'язана з ухваленням управлінських рішень та формуванням певної поведінки. Причому політика вважається управлінською діяльністю стратегічного рівня щодо внутрішніх та зовнішніх процесів і взаємодій. У широкому розумінні політику визначають як програму або напрям певної діяльності, сукупність засобів (інструментів, технологій) та методів для забезпечення стратегічних інтересів задля досягнення визначених завдань у певному соціально-економічному середовищі. Таким чином, поняття «політика» більшість учених розглядає як сукупність взаємоузгоджених та взаємозумовлених конкретних концептуальних ідей, що побудована з урахуванням інтересів та потреб громадян, підприємств, суспільства,

держави, організацій, установ у певній сфері життєдіяльності. Варто зауважити, що політика може відрізнятися своїми інструментами, об'єктами, суб'єктами, метою, завданнями і засобами. Так, зокрема, об'єктом інформаційної політики є інформаційна сфера з усіма її компонентами [15, с. 131].

Поняття «інформаційна політика» окреслюють як спосіб генерування, формування, використання інформаційних потоків і ресурсів із боку різних суб'єктів (окремих організацій, підприємств чи установ, які можуть мати свої інтереси в роботі з інформацією). В. Халіпов тлумачить інформаційну політику як «систему сучасних заходів, спрямованих на розвиток процесів формування, перетворення, зберігання, передачі й використання всіх видів інформації, ефективне розв'язання проблем створення, впровадження і використання засобів комп'ютерної і інформаційної техніки, засобів зв'язку і технічних носіїв запису, а також комплексного використання інформаційних систем в управлінській діяльності» [17].

Переважно науковці дають визначення державної інформаційної політики. Так Ю.М. Іванченко стверджує, що під нею слід розуміти сукупність основних напрямів і способів діяльності держави з отримання, використання, поширення та зберігання інформації [5]. Г. Почепцов відзначає, що інформаційна політика займається організацією процесів появи, розповсюдження і зберігання інформації в соціальних системах [11, с. 8].

Залежно від постановки проблеми про наочно-процесуальний і суб'єктно-об'єктний складники виокремлюють три підходи до визначення інформаційної політики: фундаментально-теоретичний, теоретико-прикладний і проблемно-прикладний [6].

Фундаментально-теоретичний підхід поняття «інформаційна політика» представляє як універсальну дефініцію, що претендує на використання її як наочної підстави науково-теоретичних досліджень і навчальних дисциплін [4].

Теоретико-прикладний підхід зорієнтований на розроблення методології для вирішення практичних завдань, зокрема у сфері державного або корпоративного управління. Проблемно-прикладний підхід передбачає визначення предмету, рішення конкретного управлінського завдання, тобто прихильницького підходу, не розкривають суть явища в певному контексті, а формують своє визначення і наповнюють його конкретним «прикладним» змістом. Фактично управлінець на основі інформації, яку він отримує з різних джерел, приймає управлінські рішення щодо стратегічної чи поточної діяльності підприємства, його економічної поведінки.

Переважно використання дефініції «інформаційна політика» орієнтується на опис і вирішення конкретного завдання, що стоїть перед суб'єктом, тобто таких елементів дійсності, які інформаційно зачіпають різні сфери певної проблеми і не окреслені чіткими контурами, не мають однотипних зв'язків та інших аналогічних параметрів.

Як і будь-яка діяльність, інформаційна політика формується і реалізується для досягнення певної мети. О.В. Соснін метою державної інформаційної політики вважає створення необхідних економічних і соціокультурних умов та правових і організаційних механізмів формування, розвитку й забезпечення ефективного використання національних інформаційних ресурсів у всіх сферах життя і діяльності громадянина, суспільства й держави [13].

Метою інформаційної політики підприємства слід уважати забезпечення ефективного досягнення його бізнесових завдань шляхом:

– інформаційної підтримки прийняття управлінських рішень;

– забезпечення співробітників підприємства актуальною, своєчасною, повною, достовірною, об'єктивною інформацією для вирішення конкретних посадових завдань;

– запобігання втраті, витоку, перекручуванню інформації;

– забезпечення швидкого підвищення рівня компетенції працівників до рівня, що дає змогу ефективно вирішувати поставлені завдання;

– забезпечення постановки завдань співробітникам з урахуванням рівня їхньої компетенції;

– підтримки інформаційного забезпечення взаємодіючих із підприємством дружніх і нейтральних контрагентів;

– інформаційної підтримки інтересів підприємства в органах державної влади;

– інформаційної протидії конкурентам.

Фактично під час формування інформаційної політики необхідно враховувати всі аспекти діяльності підприємства, починаючи з комунікаційно-інформаційних можливостей підприємства, регламентації доступу співробітників до конфіденційної інформації і закінчуючи системою безпеки та взаємодії зі ЗМІ.

Отже, основним призначенням інформаційної політики є формування системи дієвих інструментів, регламентів і правил, згідно з якими персонал підприємства зможе оцінити важливість інформації та буде її використовувати для бізнесових інтересів підприємства.

Інформаційна політика підприємства має формуватися відповідно до вимог законодавства України й статуту підприємства як внутрішня програма, що окреслює основні принципи комунікації та формування інформаційного простору підприємства і забезпечує необхідну конфіденційність, безпеку й підвищення іміджу підприємства.

Функціями інформаційної політики підприємства можна вважати:

– розроблення й прийняття рішень, регламентів, норм і правил щодо забезпечення системи управління інформаційними ресурсами та вдосконалення механізмів реалізації правових норм чинного законодавства;

– визначення і здійснення повноважень органів управління щодо стратегічного та оперативного управління (володіння, розпорядження, користування) інформаційними ресурсами;

– розроблення і реалізацію організаційних заходів і нормативно-методичного забезпечення структур у сфері формування та використання інформаційних ресурсів;

– розроблення і реалізацію фінансово-економічних засад регулювання процесів формування та використання інформаційних потоків;

– забезпечення повноти створення первинних і похідних інформаційних ресурсів на засадах використання інформації, що виникає (створюється) у процесі діяльності підприємств;

– уведення технологічно та методологічно єдиних засад оприлюднення інформації за результатами діяльності підприємства;

– забезпечення ефективного використання інформаційних ресурсів для діяльності підприємств;

– оптимізацію інформаційних потоків щодо забезпечення науково-технічних, виробничо-технологічних і організаційно-економічних умов створення та застосування інформаційних технологій, інших елементів інформаційної інфраструктури для формування, розвитку й ефективного використання інформаційних ресурсів та сприяння доступу до світових інформаційних ресурсів, глобальних інформаційних систем;

– забезпечення функціонування ефективно діючої комплексної системи захисту інформаційних ресурсів;

– забезпечення захисту від хибної, спотвореної та недостовірної інформації;

– забезпечення розроблення та застосування правових, організаційних і економічних механізмів стосовно форм та засобів обігу інформаційних ресурсів;

– регулювання інформаційного співробітництва, спрямованого на забезпечення рівноправного і взаємовигідного використання інформаційних ресурсів у процесі партнерського обміну;

– кадрове, технічне та технологічне забезпечення функціонування системи управління інформаційними ресурсами;

– інформаційно-аналітичне забезпечення прийняття управлінських рішень у сфері управління інформаційними ресурсами;

– контроль над установленим порядком і правилами формування, розвитку і використання інформаційних ресурсів;

– нагляд за додержанням законодавства у сфері формування, розвитку, використання інформаційних ресурсів [13].

Виходячи з функцій, інформаційна політика підприємства має формуватися на принципах відкритості та зрозумілості, рівноправності, послідовності, проактивності, своєчасності, об'єктивності, ефективності, оперативності, керованості, єдності, повноти, достовірності, доступності, передбачуваності, аполітичності, регулярності, збалансованості, децентралізації інформаційних потоків, захищеності, професіоналізму, конфіденційності і захисту бізнесових інтересів підприємства.

Інформаційну політику підприємства доцільно формувати за такими напрямками:

– розроблення цільових орієнтирів та критеріїв оцінки ефективності інформаційної політики;

– генерування, виробництво, накопичення і зберігання актуальної інформації для підприємства;

– сприяння постійному оновленню, збагаченню та зберіганню інформаційних ресурсів;

– адаптація, інтерпретація, впорядкування і визначення пріоритетності інформації;

– упорядковане тиражування і розповсюдження інформаційних потоків каналами комунікації;

– забезпечення координації комунікаційних каналів та ланцюгів;

– регулярна перепідготовка кадрів, задіяних в інформаційній сфері підприємства, та підвищення їхньої кваліфікації;

– розвиток інформаційного потенціалу;

– розроблення регламентів у галузі інформаційної діяльності;

– розвиток і зміцнення системи інформаційної безпеки;

– формування і розвиток інформаційних ресурсів;

– забезпечення ефективного використання інформації;

– отримання загальнодоступної інформації;

– створення загальної системи охорони інформації;

– проведення систематичного контролю ефективності інформаційної політики, що реалізується.

Завданнями інформаційної політики підприємства слід визначити:

– ідентифікацію інформаційних потоків і структури даних у технологічних контурах виробництва та споживання інформації;

– оцінка інформаційних об'єктів, розроблення інформаційних класифікаторів (рубрикаторів), правил, регла-

ментів і процедур, що визначають і забезпечують проведення інформаційної політики підприємства;

- побудова сучасної IT-інфраструктури підприємства;
- формування та підтримка інформаційних моделей основних бізнес-процесів та комунікаційних ланцюгів підприємства;
- оптимізація внутрішніх та зовнішніх інформаційних потоків;
- забезпечення створення, ведення та використання інформаційних ресурсів;
- інформаційне забезпечення робочих місць співробітників підприємства;
- оптимізація процедури введення, обробки, зберігання та подання інформації в інформаційній системі підприємства;
- система розмежування доступів до інформації та інформаційної безпеки;
- організація контролю виконання вимог інформаційної політики та усунення недоліків;
- формування лояльного інформаційного середовища;
- експертиза технічних і комерційних пропозицій щодо цифрової трансформації бізнес-процесів підприємства;
- координація зовнішніх і внутрішніх комунікацій підприємства;
- забезпечення цілісності та узгодженості публічної інформації про діяльність підприємства;
- створення системи стратегічних комунікацій;
- своєчасне оприлюднення достовірної інформації про діяльність підприємства;
- підвищення рівня відкритості та довіри у відносинах між підприємством та партнерами;
- сприяння створенню позитивного іміджу підприємства.

Формування та впровадження інформаційної політики підприємства повинно забезпечуватися шляхом реалізації окремих етапів, змістове наповнення яких залежить від особливостей функціонування підприємства та його галузевої спрямованості. Загальний алгоритм етапів формування інформаційної політики може бути таким:

- оцінка інформаційної політики підприємства;
- розроблення концепції інформаційної політики (визначення мети й завдань) та інформаційної стратегії (включаючи цифрову трансформацію);
- ідентифікація бізнес-процесів, інформаційних потоків та комунікаційних ланцюгів;
- розроблення основних класифікаторів (рубрикаторів) внутрішніх та зовнішніх інформаційних потоків з урахуванням ступеня конфіденційності, вартості і зміни характеристик інформації з плином часу;
- визначення функцій персоналу щодо проведення інформаційної політики підприємства;
- розроблення правил, регламентів та процедур, що забезпечують реалізацію інформаційної політики підприємства, вимог до інформаційного забезпечення робочих місць працівників підприємства;
- розроблення вимог до інформаційно-комунікаційного та технологічного забезпечення;
- розроблення концепції інформаційної безпеки;
- вибір систем автоматизації і підрядників на проведення робіт з впровадження програмного забезпечення згідно з розробленими вимогами до інформаційно-комунікаційного, технологічного та інформаційного забезпечення робочих місць;
- підготовка IT-інфраструктури (закупівля обладнання і базового програмного забезпечення);
- розроблення інформаційної стратегії підприємства;
- пілотне впровадження електронного проектного документообігу та інформаційної системи управління,

системи автоматизації контрольно-розпорядчої діяльності;

- поетапне впровадження систем електронного проектного документообігу, електронного візування й узгодження, автоматизації контрольно-розпорядчої діяльності, корпоративного словника термінів та визначень;
- проведення заходів щодо забезпечення інформаційної безпеки;
- розроблення документаційного забезпечення інформаційної політики та інформаційних моделей бізнес-процесів;
- організація контролю над проведенням інформаційної політики;
- організація процесів аналізу інформаційної політики та внесення оптимізаційних змін;
- виявлення шляхів удосконалення інформаційної політики підприємства.

Вказані етапи не є статичними і можуть змінюватися. Тобто етапи формування інформаційної політики підприємства детерміновані не тільки динамічністю економічного розвитку, а й розвитком ІКТ та вимогами державного регулювання інформаційних відносин.

Інформаційну політику підприємства має формувати керівництво спільно з топ-менеджерами. Інформаційна політика вважається обов'язковою для виконання усім персоналом підприємства і має передбачати своєчасне й точне оприлюднення інформації з усіх найважливіших питань, що стосуються діяльності підприємства, включаючи його фінансовий стан, власність та управління. Зокрема, оприлюднюється інформація щодо результатів фінансової та операційної діяльності підприємства (фінансовий план, баланс, звіт про прибутки і збитки, звіт про рух грошових коштів та додатки до фінансового звіту тощо), структура управління та власності, інформація про ключових посадових осіб підприємства, членів Наглядової ради, ради директорів, програми розвитку та навчання персоналу, суттєва інформація про заходи у сфері охорони довкілля, соціальній сфері, з прав людини та боротьби з корупцією тощо.

Канали реалізації інформаційної політики повинні забезпечувати рівноправний, своєчасний і не пов'язаний із надмірними витратами доступ користувачів до необхідної інформації, у тому числі мережею Інтернет. Підприємству доцільно використовувати такі канали реалізації інформаційної політики, як: внутрішня корпоративна мережа підприємства; публікація інформації на офіційному веб-сайті, на офіційних сторінках підприємства в соціальних мережах; випуск і розсилка прес-релізів; публікація інформації в засобах масової інформації; розміщення і розповсюдження фото- та відеоматеріалів про діяльність підприємства або її відокремлених підрозділів; вручення (пересилання) інформації на паперових та/або електронних носіях; публічні виступи менеджменту підприємства; проведення прес-конференцій, прес-турів, зустрічей, круглих столів, семінарів, прес-сніданків, прес-ланчів, експертних обговорень тощо за участю менеджменту підприємства; участь у роботі українських та міжнародних галузевих виставок, конференцій і форумів; надання інформації громадським організаціям; проведення PR-акцій та презентацій; розповсюдження інформаційно-іміджевої поліграфічної продукції (буклети, брошури, інформаційні папки, календарі тощо).

Висновки. Розроблено концептуальні основи формування інформаційної політики підприємств, зокрема уточнено сутність інформаційної політики та її особливості, визначено мету, функції, принципи, обґрунтовано напрями, завдання, етапи та заходи її формування.

Запропонований підхід до розроблення концептуальних основ формування інформаційної політики підприємств урахує їхні інформаційно-комунікаційні можливості, різноманітні чинники впливу на їхні бізнес-процеси, що

забезпечить генерування, поширення, ефективне використання та захист інформаційних потоків і ресурсів та, як наслідок, ухвалення ефективних управлінських рішень.

Список використаних джерел:

1. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшинз. Київ : МАУП, 2005. 440 с.
2. Винер Н. Кибернетика. Москва : Сов. радио, 1968. 31 с.
3. Грабельников А.А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий: итоги и перспективы. Москва : РИП-холдинг, 2001. 334 с.
4. Зуев С.Э. Измерения информационного пространства (политики, технологии, возможности). *Музеи будущего: информационный менеджмент* ; сост. А.В. Лебедев. Москва, 2001.
5. Іванченко Ю.М. Сутність, головні напрями та способи державної інформаційної політики в Україні. *Державне управління: теорія та практика*. 2005. № 2. URL : <http://www.academy.gov.ua/ej/ej2/>.
6. Кушнарев Ф.Ю. Информационная политика государственных органов управления как объект политического анализа : материалы Всерос. науч.-практ. конф. аналит. Работников. *Власть*. 2004. № 8. С. 50.
7. Лайон Д. Інформаційне суспільство: проблеми та ілюзії. *Сучасна зарубіжна соціальна філософія*. Київ, 1996. С. 362–380.
8. Політологічний енциклопедичний словник / упоряд. В.П. Горбатенко ; за ред. Ю.С. Шемшученка, В.Д. Бабкіна, В.П. Горбатенка ; 2-е вид., доп. і перероб. Київ : Генеза, 2004. 736 с.
9. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США. Москва, 1966. С. 36–37.
10. Массовая информация в советском промышленном городе: Опыт комплексного социологического исследования / Б.А. Грушин и др. ; под общ. ред. Б.А. Грушина, Л.А. О니кова. Москва : Политиздат, 1980. С. 20.
11. Почепцов Г.Г. Сучасні інформаційні війни. Київ : Києво-Могилянська академія, 2015. 497 с.
12. Різун В.В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій. Київ, 2011. URL : http://journalib.univ.kiev.ua/Nacherky_do_metodologiyi.pdf.
13. Соснін О.В. Державна інформаційна політика і національні інформаційні ресурси. URL : http://old.niss.gov.ua/book/D_r2.html.
14. Тавокин Е.П. Информационная политика: системный подход. *Государственная информационная политика: концепции и перспективы*. Москва : ПРАГС, 2001. С. 4–13.
15. Токар О. Державна інформаційна політика: проблеми визначення концепту. *Політичний менеджер*. 2009. № 5. С. 131–141.
16. Тоффлер Э. Третья волна. Москва : АСТ, 1999.
17. Халипов В.Ф. Власть. Основы кратологии. Москва, 1996. С. 220.
18. Tokyo Declaration «Asia-Pacific Renaissance through ICT In the 21st Century», APT Asia-Pacific Summit on the Information Society, 31 October – 2 November 2000, Tokyo. URL : <http://www.aptsec.org/infosummit/Summit%20WEB/Declaration-SOM-Final.htm>.

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация. Разработаны концептуальные основы формирования информационной политики предприятий, в частности уточнены сущность информационной политики и ее особенности, определены цели, функции, принципы, обоснованы направления, задачи, этапы и меры по ее формированию. Предложенный подход к разработке концептуальных основ формирования информационной политики предприятий учитывает их информационно-коммуникационные возможности, различные факторы влияния на их бизнес-процессы, что обеспечит генерирование, распространение, эффективное использование и защиту информационных потоков и ресурсов и, как следствие, принятие эффективных управленческих решений.

Ключевые слова: информация, политика, информационная политика, предприятия, концептуальные основы.

CONCEPTUAL BASES FOR THE FORMATION OF INFORMATION POLICY OF ENTERPRISES

Summary. Defining the conceptual foundations for enterprise information policy formation is an important area of scientific research since it can provide generation, distribution, efficient and effective use, as well as protection of information resources of enterprises. In the article the conceptual bases for the formation of information policy of the enterprises are presented, in particular, the essence of the information policy and its features are specified, the purpose, functions, principles, goals, stages, and measures of its formation are grounded. Determined that when forming information policy it is necessary to consider all aspects of the life of the enterprise, starting with the information and communication capabilities of the enterprise, regulating the access of employees to confidential information and ending with the security system and the interaction of the enterprise with the media. Found that the main purpose of information policy at the enterprise is to create a system of effective tools, regulations and rules, according to which the personnel of enterprises can evaluate the importance of information, and will use it for business interests of the enterprise. The basic approaches to the definition of information policy are substantiated depending on the statement of the problem of the visual-procedural and subjective-object components. Analyzed the channels of implementation of information policy. Determined that they should ensure that users have access to the necessary information in an equal, timely and unrelated way. Presented the general algorithm of the stages of formation and implementation of the information policy of the enterprise, the contents of which depends on the peculiarities of the functioning of the enterprise and its field of focus. The proposed approach to the development of conceptual foundations for the formation of the information policy of enterprises takes into account their information and communication opportunities, various factors of influence on their business processes which, as a result, will lead to the adoption of effective managerial decisions.

Key words: information, politics, information policy, enterprises, conceptual bases.