

## ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

УДК 330.1:338.4

### ПОНЯТТЯ «ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ»: ДИСЦИПЛІНАРНА РЕФЛЕКСІЯ ТА ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ

### THE TERM "INFORMATION ACTIVITY": DISCIPLINARY REFLECTION AND ECONOMIC ESSENCE

Агапова В.В.

аспірантка кафедри економіки та соціально-трудових відносин,  
Університет митної справи та фінансів

*Стаття відображає результати дослідження стану дисциплінарної рефлексії поняття «інформаційна діяльність» у роботах українських та закордонних учених. Виявлено особливості застосування поняття в зарубіжній та українській економічній традиціях. Наведено спробу економічно орієнтованої концептуалізації поняття, що дає змогу підвищити ефективність його застосування для опису і пояснення економічної реальності.*

**Ключові слова:** інформаційна діяльність, дисциплінарна рефлексія, інформаційні потреби, інформаційний продукт, інформація.

*Статья отражает результаты исследования состояния дисциплинарной рефлексии понятия «информационная деятельность» в работах украинских и зарубежных ученых. Выявлены особенности применения понятия в зарубежной и украинской экономической традициях. Приведена попытка экономически ориентированной концептуализации понятия, что позволяет повысить эффективность его применения для описания и объяснения экономической реальности.*

**Ключевые слова:** информационная деятельность, дисциплинарная рефлексия, информационные потребности, информационный продукт, информация.

*The article represents results of disciplinary reflection of the term "information activity" in Ukrainian and foreign research papers. The characteristics of the term usage in the foreign and Ukrainian economic traditions are revealed. The author's scheme of the "informational activity" system is developed. An attempt of economy-oriented conceptualization is undertaken in order to increase the effectiveness of the term application for describing and explaining economic reality.*

**Key words:** information activity, disciplinary reflection, information needs, information products, information

#### Постановка проблеми у загальному вигляді.

Розповсюдженість інформації в усіх сучасних економічних системах продукує невпинне зростання різних форм інформаційної діяльності, що висуває на перший план першочергове завдання їх опису в науковій літературі. Коректний опис економічного явища передбачає кропітку роботу з пошуку відповідних термінів та встановлення епістемологічних меж (застосовності) понять, які претендують на узагальнення наявних економічних практик. Проте більшість популярних серед науковців понять («інформаційна поведінка», «інформаційна практика», «інформаційна діяльність»...) запозичені з інших галузей та напрямів (наприклад, права, психології, бібліотекознавства тощо) та сформовані на іншому емпіричному

ґрунті, що може робити їх менш придатними для опису економічної реальності.

Таким чином, **проблемою**, що знаходиться в фокусі нашої уваги, є недостатній рівень економічної дисциплінарної рефлексії щодо практичного розмаїття інформаційної взаємодії економічних акторів. **Актуальність** дисциплінарної рефлексії зумовлена вочевидь сильним зворотним зв'язком між науковими категоріями та економікою [1; 2; 3], внаслідок чого підвищення рівня рефлексії повинно позитивно позначитися на прогресі економічної науки та її впливу на економіку.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою статті є здійснення дисциплінарної рефлексії поняття «інформаційна діяльність» та окреслення його економічної сутності.

### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Увага до англомовної та вітчизняної економічної літератури засвідчує наявність безлічі понять, що претендують на опис з тією чи іншою повнотою, окремих форм інформаційної взаємодії економічних агентів. Простіше за все це помітити на прикладі західної економічної науки з її великою кількістю релевантних досліджень, виконаних у межах розроблених і усталених парадигм. Пунктирно можна вказати на поведінкову економіку та досліджуване в цьому контексті поняття «information behaviour» [4; 5] або поняття «human-information interaction» [6] в системі досліджень інформаційної економіки. Крім того, низка досліджень стосуються певних видів діяльності, таких як «information seeking» [7], «information processing» [8], «information practices» [9] та ін. Схожа ситуація спостерігається в українській економічній науці, де паралельно з «інформаційною діяльністю» вживається ціла низка понять зі схожими функціями, від збирання інформації до її захисту, що, за визначенням законодавства України, є видами інформаційної діяльності (створення, збирання, одержання, зберігання, використання, поширення, охорона та захист інформації) [10].

На нашу думку, такий ідейний плюралізм та певна понятійна неусталеність свідчить як про процеси активного міждисциплінарного обміну, так і про пошук економістами категорій, які б якомога адекватніше описували саме економічний аспект досліджуваних явищ. Тож наша увага до «інформаційної діяльності» є відповідною спробою наповнити економічним змістом це поняття та зробити його ще більш придатним до опису процесів оперування інформацією економічними акторами.

Загалом можна виокремити дві риси вживання «інформаційної діяльності» в українській науковій традиції:

1. По-перше, домінування емпіричних досліджень, що вивчають окремі аспекти інформаційно-аналітичної діяльності підприємств.

Українські економісти зазвичай розглядають інформаційну діяльність на мікрорівні, безпосередньо пов'язуючи її з проблемами практики. Природно, що одним із пріоритетних напрямів є дослідження потреб у захисті інформації, чому присвячено низку робіт. Наприклад, О. Жабинець розглядає захист інформації в контексті забезпечення інформаційної безпеки страхових компаній [11], тоді як В. Шпак зосереджується на організації захисту облікової інформації в системі економічної безпеки підприємства [12]. Інший напрям – оптимізація управління підприємством. Якщо О. Рева та О. Смірнов вивчають загалом організацію інформаційної системи підприємства, що насамперед спрямована на задоволення внутрішніх потреб управління

[13], то інші автори досліджують окремі аспекти інформаційної діяльності. Так, В. Кузь присвячує увагу процесу здобуття та використання облікової інформації для прийняття управлінських рішень [14], а П. Родіонов на прикладі одного з авіаційного перевізників описує проблеми координації інформаційних та матеріальних потоків [15]. Водночас відсутні теоретичні праці вітчизняних економістів, що спрямовані на визначення поняття «інформаційної діяльності» на макрорівні.

2. По-друге, функціонування «інформаційної діяльності» в науковому полі здебільшого як поняття, що інтуїтивно осягається, що одночасно заважає його теоретичній концептуалізації.

За яскравий приклад недостатнього рівня рефлексії править поширена практика рідкісних і не завжди логічно коректних визначень «інформаційної діяльності» в дослідженнях, присвячених її опису/вивченню. Наприклад, з погляду П. Родіонова, «інформаційна діяльність [підприємства] є сукупністю дій, спрямованих на задоволення, з одного боку, його власних інформаційних потреб, а з іншого – інформаційних потреб споживачів послуг» [15, с. 109]. О. Цветкова та

О. Дмитракова визначають інформаційну діяльність як «процес активної взаємодії суб'єктів інформаційних відносин з інформацією, поданою в будь-якому вигляді, під час якого суб'єкт задовольняє свої інформаційні потреби» [16, с. 129]. Такого роду формулювання демонструють залежність від тавтологій (ключовий для розуміння природи діяльності інформаційний аспект визначається через інформаційні аспекти самої діяльності), а також ознаки анімістичного мислення: подібно до того, як дуб виростає через те, що жолудь хоче рости, так і інформаційна діяльність здійснюється через те, що люди хочуть її здійснити. Безумовно, вищевказані способи концептуалізації свідчать не стільки про дійсні недоліки логічної культури (українських) вчених<sup>1</sup>, скільки про відсутність усталеної та відрефлексованої термінології, що адекватним чином описує економічні реалії, які перебувають у процесі постійних змін.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** В цілому, аналіз фахової літератури дає змогу стверджувати необхідність подальшої рефлексії щодо поняття «інформаційної діяльності» як узагальнюючого поняття, що дає змогу концептуалізувати важливу сферу економіки, з огляду на формування та активний розвиток економіки постіндустріального типу. Проте слід зазначити невирішену епістемологічну проблему, обумовлену здебільшого «парасольковим» характером досліджуваного поняття як в англомовній, так й вітчизняній економічній традиціях. Наприклад, М. Порат до

<sup>1</sup> В одній зі своїх останніх робіт Дуглас Норт, Нобелівський лауреат з економіки (1993), справедливо зазначив, що невдача в теоретичному осягненні того чи іншого феномена не заперечує його практичного розуміння [17].

інформаційної діяльності відніс «ті специфічні галузі та організації, основною функцією яких є виробництво, обробка або передача економічно цінної інформації» [18, с. 1]. Тим самим економічний сенс інформаційної діяльності пов'язується з двома речами: специфічністю певних галузей, що надалі ніяк не розкривається, та певним типом інформації, якому іманентно притаманна економічна цінність.

Загадкова специфіка, постулат про щонайменше два типи інформації з сумнівним онтологічним статусом (що мають або не мають економічної цінності) та есенціалізм (у цьому разі – нехтування процесами взаємодії акторів) свідчить не так про незадовільний стан дисциплінарної рефлексії, як про ігнорування фундаментальних проблем. Зокрема, що є спільного і відмінного між вкрай різнорідними видами інформаційної діяльності? В якому сенсі ми можемо говорити про певний чистий тип інформаційної діяльності, що присутній в кожному явищі, яке емпірично спостерігається? І найголовніше, які аспекти чи елементи системи інформаційної діяльності розкривають її економічну сутність?

Отже, це дослідження є спробою розв'язати бодай частину цих проблем та зробити крок у напрямі ще більш коректного опису економічної реальності і можливості створення петлі зворотного зв'язку, що дає змогу економічній науці позитивно впливати на власний предмет.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** На підставі проведеного огляду літератури можна стверджувати, що взаємодія між людьми та інформацією (разом із виокремленням конкретних видів цієї взаємодії, від пошуку до обміну) та задоволення інформаційних потреб внаслідок цієї взаємодії становлять спільні моменти для західної традиції та українського розуміння інформаційної діяльності, попри розмаїття теоретичних перспектив. Отже, вихідною точкою для визначення поняття «інформаційна діяльність» з погляду економічної теорії можна обрати саме такий спільний для наукових підходів аспект, як задоволення (інформаційних) потреб через взаємодію. Однак з'ясування цього *modus vivendi* ще не означає здійснення економічної дисциплінарної рефлексії, оскільки всі види інформаційної діяльності передбачають взаємодію людини з інформацією, зумовлену певними чинниками. Взаємодія та потреби є важливими факторами інформаційної діяльності, проте не визначальними: не будь-яке оперування інформацією є інформаційною діяльністю в економічному сенсі. З нашого погляду, як Робінзон Крузо не міг стати власником острова, на якому він жив (попри інші аспекти ситуації), через те, що не

відбувся акт відчуження в економічному сенсі, так і інформаційна діяльність має місце в системі економічного досягнення лише в тому разі, коли її результатом стає продукт, який має споживчу вартість.

Інакше кажучи, економічним змістом поняття «інформаційна діяльність» наповнюється, коли ми акцентуємо увагу на процесі створення продукту зі споживчою вартістю. Далі слід взяти до уваги, що інформаційна діяльність може мати різні цілі – постачання інформації для прийняття рішень, приведення інформації до необхідної форми задля її подальшого використання. У будь-якому разі оперування інформацією здійснюється не заради самого процесу, а відповідно до попиту, зовнішнього чи внутрішнього. Інформаційне агентство, наприклад, існує не тому, що люди хочуть там працювати, а тому, що є попит на результати його роботи. Під результатами інформаційної діяльності з економічного погляду слід розуміти благо – інформаційний продукт, втілений у формі інформаційного товару чи надання інформаційної послуги, що задовольняють відповідні інформаційні потреби.

Наступний крок кларифікації досліджуваного поняття передбачає перехід від процесу (взаємодії) та її результатів (благо) до акторів та контексту їхньої діяльності. Себто мовиться про споживачів та виробників інформаційних продуктів, з одного боку, та класифікацію інформаційних потреб – з іншої.

В кожній з розглянутих економічних традицій зазначалось, що суб'єкти здійснюють певні дії з інформацією, яка залежно від сфери може мати специфічний характер, як от облікова інформація, маркетингова інформація, фінансова тощо. Водночас конкретним та/або специфічним рисам економічного суб'єкта майже не приділяється уваги. Це порушує безліч питань щодо особливостей конструювання не існуючого в природі (узагальнюючого) *homo economicus* та адекватності такої моделі, позбавленої будь-яких гендерних, культурних, етнічних, соціально-економічних, професійних, освітніх та інших ознак, до опису та пояснення економічних явищ, вкрай чутливих щодо відповідних матерій<sup>2</sup>. Проте, навіть залишаючись в окреслених межах, варто звернути увагу на декілька моментів, зокрема можливості віднесення до кола акторів, що безпосередньо беруть участь у процесі оперування інформацією, споживачів результатів цих процесів, тобто тих осіб, потреби яких задовольняються. На користь позитивної відповіді можна привести декілька аргументів. По-перше, інформаційна діяльність може бути спрямована не лише на створення продукту для зовнішнього використання, а й є частиною

<sup>2</sup> К. Лаваль дає приклад одного з останніх досліджень, присвячених моделі *homo economicus* [19], тоді як М. Грановеттер розвиває впливову альтернативу [20]. Невід'ємний вплив екзогенних чинників на економічні явища можна проілюструвати розглядом підприємництва, залежного від політичних [21], етнічних [22] та інших факторів.

внутрішньої системи підприємства (наприклад, створення бухгалтерської інформації (див. [14]), а отже, сам виробник інформаційного продукту є його споживачем. По-друге, замовник-споживач інформаційного продукту може мати суттєвий вплив на процес та характер роботи виробника з інформацією.

Отже, із сутнісного погляду до суб'єктів можна віднести продуцентів (виробників) інформаційних продуктів та їх консументів (споживачів). Подальша деталізація цього поділу можлива на підставі підходу С. Кулицького [23, с. 56] щодо суб'єктів інформаційних відносин. Мотивуючою обставиною віднесення інформаційної діяльності до сфери інформаційних відносин є міркування, згідно з яким у процесі інформаційної діяльності індивіди взаємодіють не лише з інформацією як своїм предметом та технікою як засобами цього процесу, а й з іншими людьми, тому виникають суспільні відносини. Тоді суб'єктами інформаційної діяльності є:

- населення (або домогосподарства), куди входять громадяни України та інших держав, а також особи без громадянства;
- комерційні організації, що є юридичними особами України та інших держав, включаючи приватних підприємців;
- некомерційні організації – юридичні особи України та інших держав;
- органи державної (центральної) влади та відповідного галузевого управління;
- органи місцевої влади, самоврядування та відповідного галузевого управління.

Що стосується інформаційних потреб, то середмножинності підходів до тлумачення змісту інформаційних потреб обирається підхід, відповідно до якого інформаційна потреба – «це усвідомлення користувачем необхідності вивчення комплексу даних, що доповнюють початкові знання, через які суб'єкт інформаційної взаємодії вирішує об'єктивну проблему, що виникла перед ним у процесі взаємодії з навколишньою дійсністю і розв'язання якої пов'язано з підтримкою його діяльності в усвідомлений проміжок часу на оптимальному рівні» [24, с. 225]. Прикладаючи загальну класифікацію потреб, прийняту в економічній теорії, можна виділити такі

види інформаційних потреб за способом задоволення, а також із певним застереженням виділити рівні інформаційної діяльності:

- індивідуальні інформаційні потреби;
- колективні інформаційні потреби;
- суспільні інформаційні потреби.

Загалом інформаційну діяльність можна описати як процес, за якого суб'єкти, усвідомлюючи відповідні потреби, реалізують сукупність дій з інформацією (інформаційними ресурсами на «вході» та інформаційними благами на «виході» – у вигляді інформаційного товару чи послуги) і спрямовують її споживачам на визначених умовах (рис. 1).

При цьому, взявши за основу підхід М. Пората, можна уточнити процес і подати його в декількох аспектах:

- інформаційна діяльність, спрямована на створення ринкового інформаційного продукту, тобто для зовнішнього споживання (здебільшого це сфера роботи інформаційних агентств, консалтингових компаній, рейтингових агентств, комунікативні підрозділи органів державної влади, комерційні наукові розробки та ін.);
- інформаційна діяльність, спрямована на обробку інформації (наприклад, телекомунікаційні компанії);
- інформаційна діяльність, спрямована на внутрішнє споживання інформаційних продуктів (сфера роботи відділів маркетингу компаній, частина компетенцій відділів обліку та аудиту, сфера функціонування відділів внутрішніх комунікацій та ін.).

З погляду форм інформаційну діяльність в контексті економічних процесів можна розглядати як:

- діяльність індивідуальних акторів, спрямовану на задоволення індивідуальних інформаційних потреб;
- підприємницьку діяльність з метою отримання соціально-економічного ефекту – діяльність фізичних та юридичних осіб, основним продуктом яких є інформація та форми її переробки, наприклад знання;
- підприємницьку діяльність з метою отримання соціально-економічного ефекту, для якої інформація є субпродуктом;

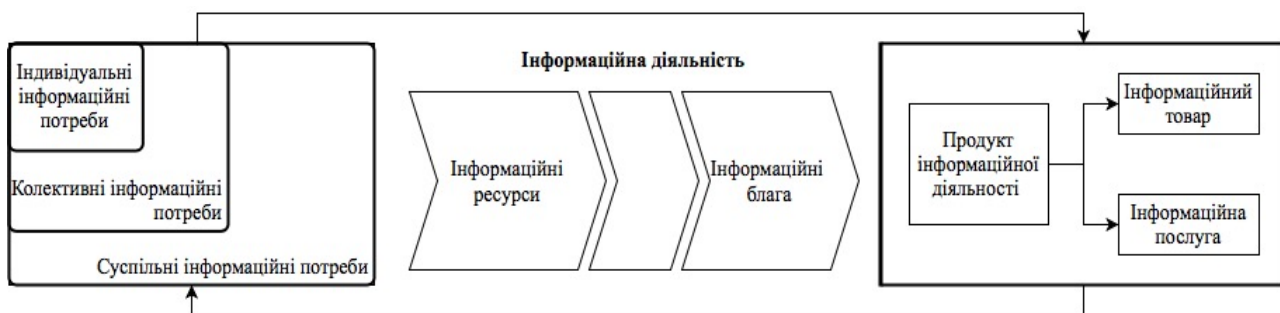


Рис. 1. Абстрактна система інформаційної діяльності

Джерело: розроблено автором



– складову частину роботи підприємства у ролі внутрішньої системи, що забезпечує та обслуговує функціонування основної діяльності;

– діяльність держави у ролі державних органів, спрямовану на задоволення інформаційних потреб індивідуальних, колективних суб'єктів, суспільства загалом, у тому числі в контексті зростання та розвитку національної економіки, захисту державних та національних інтересів.

**Висновки з цього дослідження.** В економічному сенсі автор пропонує розглядати поняття «інформаційна діяльність» як процес оперування інформацією, виробництва інформаційного продукту у вигляді інформаційного товару чи інформаційної послуги з метою задоволення інформаційних потреб.

У цьому дослідженні автор визнає рівними елементи системи інформаційної діяльності: суб'єкти, процес, засоби, інформаційні ресурси та інформаційні продукти, потреби. Водночас такий підхід є спрощеною моделлю, оскільки в реальності окремі елементи можуть мати більший вплив на результат діяльності чи взагалі бути відсутніми, однак при цьому не відбувається руйнації процесу виробництва інформаційного продукту. Визначення точної міри важливості кожного із запропонованих елементів становить один із напрямів покращення моделі та наближення її до економічних реалій.

До того ж, у цій роботі можливість економічно орієнтованої концептуалізації поняття «інформаційна діяльність» розглядається з погляду створення інформаційного продукту, що має споживчу вартість, тобто має власти-

вість задовольняти певний вид економічних потреб (інформаційних). І хоча автор розглядає категорію потреб як дещо універсальне, абстрагуючись від можливих специфічних рис, потреби є більшою мірою культурно зумовленими. У результаті можна спостерігати різницю в їх значущості для розвинених країн та тих, що розвиваються, чи найменш розвинених.

Водночас розглянутий підхід не є аксіоматичним і абсолютно не вичерпує можливість досліджень, обираючи вихідними інші положення. Так, відправним пунктом можна обрати такий елемент системи інформаційної діяльності, як суб'єкти, тоді вивчення інформаційної діяльності зсувається у площину людського капіталу та його впливу на місце інформаційної діяльності в системі національної економіки. Інший приклад зміни ракурсу економічної концептуалізації – дослідження інформаційної діяльності з погляду створення додаткової та доданої вартості інформації та інформаційних продуктів. Хоча останньому питанню західні науковці присвячують увагу ще з початку 1980-х років (див. наприклад [25]), українські вчені дещо менш активні в розробленні наукових положень цієї тематики. Крім того, перспективними напрямками подальших досліджень є відповіді на такі питання: яка частина ВВП створюється інформаційною діяльністю? Яким чином її виміряти та як вона впливає на економічний розвиток національних економік? Для пошуку відповідей на ці питання не менш важливим є визначення інституційних форм інформаційної діяльності. Дослідженню окресленої проблематики автор планує присвятити подальші роботи.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Долфсма В. Провали государства. Общество, рынки и правила. Пер. с англ. Москва: Изд-во Института Гайдара, 2017. 256 с.
2. Боулз С. Моральная экономика. Почему хорошие стимулы не заменяют хороших граждан. Пер. с англ. Д. Шестакова. Москва: Изд-во Института Гайдара, 2017. 336 с.
3. Акерлоф Джордж, Шиллер Роберт. Spiritus Animalis, или Как человеческая психология управляет экономикой и почему это важно для мирового капитализма / Пер. с англ. Д. Прияткина, под научн. ред. А. Суворова, вступ. ст. С. Гуриева. М.: Юнайтед Пресс, 2011. 273 с.
4. Thivent E. Information seeking and use behaviour of economists and business analysts. Information Research. 2005. Vol. 4, № 4. URL: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1082013.pdf> (дата звернення: 29.07.2018).
5. Nussbaumer P., Slembeck I., Lueg C., Mogicato R., Schwabe G. Understanding information seeking behaviour in financial advisory. ISI. 2009. URL: [https://www.zora.uzh.ch/id/eprint/25264/2/Understanding\\_Information\\_Seeking\\_Behaviour\\_in\\_Financial\\_Advisory\\_FINALV.pdf](https://www.zora.uzh.ch/id/eprint/25264/2/Understanding_Information_Seeking_Behaviour_in_Financial_Advisory_FINALV.pdf) (дата звернення: 30.07.2018).
6. Albers M.J. 2015. Human–Information Interaction with Complex Information for Decision-Making. Informatics. Vol. 2. P. 4–19. DOI: 10.3390/informatics2020004. URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/9b42/f4296b461d44230d03789efc9735cc7d0829.pdf> (дата звернення: 30.07.2018).
7. Warwick C., Rimmer J., Blandford A., Gow J., and Buchanan G. Cognitive economy and satisficing in information seeking: A longitudinal study of undergraduate information behavior. J. Am. Soc. Inf. Sci. Technol. 2009. Vol. 60, № 12. P. 2402–2415. DOI: [doi.org/10.1002/asi.21179](https://doi.org/10.1002/asi.21179).
8. Nonaka I., Umemoto K., Senoo D. (1996). From information processing to knowledge creation: A paradigm shift in business management. Technology in Society, 18. 2 SPEC. ISS. P. 203–218. DOI: 10.1016/0160-791X(96)00001-2.
9. Gellman R. Fair Information Practices: A Basic History. Ssrn. 2014. DOI: 10.2139/ssrn.2415020.
10. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 № 2657-XII / Верховна Рада України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> (дата звернення: 20.07.2018).
11. Жабинець О.Й. Захист інформації та інформаційна безпека страхових компаній. Економічний часопис-XXI. 2014. № 7-8(2). С. 32–35. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecchado\\_2014\\_7-8\(2\)\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecchado_2014_7-8(2)_9) (дата звернення: 25.07.2018).

12. Шпак В.А. Організація захисту облікової інформації. Бухгалтерський облік, аналіз та аудит: проблеми теорії, методології, організації. 2015. № 2. С. 181–187. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/boaa\\_2015\\_2\\_27](http://nbuv.gov.ua/UJRN/boaa_2015_2_27) (дата звернення: 25.07.2018).
13. Рева О.М., Смірнов О.О. Організація інформаційної діяльності підприємства. Збірник наукових праць Кіровоградського національного технічного університету. Техніка в сільськогосподарському виробництві, галузеве машинобудування, автоматизація. 2010. № 23. С. 29–33. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpkntu\\_2010\\_23\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpkntu_2010_23_8) (дата звернення: 25.07.2018).
14. Кузь В.І. Бухгалтерський облік як інформаційна складова процесу прийняття управлінських рішень. Регіональна бізнес-економіка та управління. 2014. № 3. С. 100–107. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Rbetu\\_2014\\_3\\_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Rbetu_2014_3_17) (дата звернення: 25.07.2018).
15. Родіонов П.Ю. Інформаційна діяльність підприємства. Вісник соціально-економічних досліджень. 2016. № 2. С. 101–113. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed\\_2016\\_2\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed_2016_2_14) (дата звернення: 18.07.2018).
16. Цветкова О.М., Дмитракова О.О. Оптимізація засобів автоматизації інформаційної діяльності підприємства. Інформаційні технології в освіті, науці та виробництві: зб. наук. праць. 2014. № 5 (10). С. 126–132. URL: [http://sbornik.college.ks.ua/downloads/sbornik5\\_10/pdf/15.pdf](http://sbornik.college.ks.ua/downloads/sbornik5_10/pdf/15.pdf) (дата звернення: 25.07.2018).
17. Норт Д.К. Понимание процесса экономических изменений / Пер. с англ.: К.К. Мартынов, Н.В. Эдельман; науч. ред.: А.В. Смирнов. М.: Издательский дом ГУ-ВШЭ, 2010.
18. Porat M.U. The Information Economy: Definition and Measurement. Foundation, National Science. 1977. DOI: 10.1016/B978-0-7506-7058-6.50012-0.
19. Лаваль К. Человек экономический. Эссе о происхождении неолиберализма. Пер. с фр. С. Рындина. М.: Новое литературное обозрение, 2010. 432 с.
20. Грановеттер М. Экономическое действие и социальная структура: проблема укоренённости. Пер. М. Добряковой. Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики. М.: РОССПЭН, 2004. С. 131–158.
21. Волков В.В. Силовое предпринимательство, XXI век: экономико-социологический анализ. Изд. 3-е, испр. и доп. СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2012. 352 с.
22. Уолдинггер Р., Олдрич Х., Уорд Р. Этнические предприниматели / В сб.: Радаев В.В. (сост. и науч. ред.). Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики. М.: РОССПЭН; 2004. С. 340–365.
23. Кулицький С.П. Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: навч. посібник. К.: МАУП, 2002. 224 с.
24. Августин Р.Р., Богач Ю.А. Управління інформаційними зв'язками: навч. посібник. Тернопіль: ТНЕУ, 2013. 240 с.
25. Taylor R.S. Value-Added Processes in the Information Life Cycle. Journal of the American Society for Information Science. 1982. Vol. 33, № 5. P. 341–346. DOI: 10.1002/asi.4630330517.