

УДК 004.738.5:330.101

О. В. Смолянюк,
аспірант, Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана

ІНТЕРНЕТ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

У статті розглянуто особливості формування Інтернет-простору та Інтернет-економіки як одного з його важливих проявів. Вказано на особливості розвитку вітчизняної Інтернет-сфери та причини відставання України з питань розбудови інформаційного суспільства.

In the article the features of forming of Internet-space and Internet-economy are considered as one of his important displays. It is indicated on the feature of development of domestic Internet-sphere and reason of lag of Ukraine on questions re-erecting of informative society.

Ключові слова: Інтернет-простір, Інтернет-економіка, Інтернет-технології, електронна економіка, електронна комерція, інформаційне суспільство.

Key words: Internet-space, Internet-economy, Internet-technologies, electronic economy, electronic commerce, informative society.

ВСТУП

Інтернет у найбільш загальному розумінні являє собою світову комп'ютерну мережу, яка об'єднує сотні тисяч локальних, державних, корпоративних, громадських, освітніх і домашніх мереж на основі стандартних угод про способи обміну інформацією та єдиної системи адресації [1]. Інтернет-технології, швидко розвиваючись в межах регіональних співтовариств та інших організацій, відкрили принципово новий вимір розвитку людства — "кіберпростір", який має невичерпні інформаційні ресурси та до кінця неусвідомлені перспективи коригування цивілізаційної траєкторії розвитку людства.

Інтернет-тематику доцільно визначити як міждисциплінарну. Різні аспекти розвитку Світової павутини досліджують фахівці з масових комунікацій, соціології, політології, психології, державного управління, військових наук, технічних наук тощо. Не стали винятком економічні науки, де також чітко простежується накопичення інтелектуальної продукції, присвяченої Інтернет-феномену у різних іпостасях його впливу на діяльність учасників еко-

номічного життя — від невеликих господарюючих суб'єктів до великих держав та транснаціональних корпорацій.

В Україні різні питання взаємодії та взаємовпливу Інтернету й економіки досліджували Аветісян К.П., Дубовик О.В., Іванов М.М., Іщенко А.Ф., Кожухівська Р.Б., Корж Р.В., Лебеденко М.С., Литовченко І.А., Макарова М.В., Мартовой А.В., Полетаєва Г.Н., Попович З.О., Стельмах О.О. та ін. Разом з тим, динаміка розвитку Інтернет-простору, Інтернет-технологій, Інтернет-ресурсів, ускладнення схем їхньої взаємодії з різними гранями людського буття заперечує саму можливість вважати цю тематику змістовно вичерпаною.

ЗАДАЧІ СТАТТІ

Автор ставить перед собою наступні цільові орієнтири: вказати на основні напрямки розвитку Інтернет-економіки, варіативні конструкції щодо усвідомлення її сутності, описати етапність ствердження Інтернет-економічного простору, окреслити коло держав-лідерів з питань практичного втілення в економічне життя Інтернет-можливостей, деталізувати місце

України в загальноцивілізаційному процесі ствердження Інтернет-економіки.

При підготовці статті застосовувалися загальнонаукові методи, які визначили системність дослідження та його внутрішню логіку; метод системного аналізу, який забезпечив збалансоване усвідомлення позитивних та негативних проявів процесу становлення Інтернет-економіки в світі та в Україні; порівняльний та історичний методи, які дали змогу простежити генезис Інтернету, починаючи з кінця ХХ ст.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Інтернет на перетині ХХ і ХХІ ст. стрімко поширився практично у кожній сфері людського існування. Не стала винятком й економіка, яка однією з перших постала перед необхідністю розробки принципово нових підходів з питань використання інформаційного середовища, побудованого на основі Інтернет-технологій. Миттєво виникло поняття Інтернет-економіки (Internet economy), яка означає розвиток бізнесу за допомогою кібертехнологій, широке застосування зацікавленим суб'єктом економічної діяльності сучасних інформаційних технологій. Останнє стосується не лише відкриття сайтів або віртуальних магазинів, а й використання електронної реклами й маркетингу, широке впровадження електронного документообігу.

Альтернативно Інтернет-економіка визначається як середовище, у якому будь-яка компанія або індивід, що знаходяться в будь-якій точці економічної системи, можуть контактувати легко та з мінімальними витратами з будь-якою іншою компанією чи індивідом з приводу спільної роботи, торгівлі, обміну ідеями і ноу-хау або просто для задоволення [2].

Як вважає А. Шемет, Інтернет-економіку цілком можна вважати основним елементом ієрархічної структури новітньої економіки світу. Причому стосовно неї у фаховій літературі будується цілий синонімічний ряд: "цифрова економіка", "електронна економіка", "мережева економіка" тощо [3].

Визначення електронної економіки дають В. Царьов та А. Кантарович, які вважають її мережевою, системно організованою просторовою структурою відносин між економічними суб'єктами. Вона включає індустрію створення та використання нових інформаційних технологій і продуктів, телекомунікаційні послуги, електронний бізнес, електронну комерцію, електронні ринки, телебанкінг та інші складові компоненти [4].

Інтернет рішуче змінює методи роботи компаній, що намагаються бути економічними лідерами. Причому це стосується не лише сфери високих технологій. Останнім часом Інтернет стрімко змінює економічні галузі, створені ще в індустріальну епоху — машинобудування, хімічне виробництво, нафтогазодобування тощо. Завдяки Інтернету фінансові й фондові ринки також видозмінились до стану, що вимагає абсолютно нових підходів з питань їх організації, кадрового забезпечення, створення необхідної інфраструктури. Причому традиційні операції купівлі-продажу через Інтернет являють собою лише вершину айсберга. Якщо деякі компанії дійсно намагаються використати Інтернет з метою оперативного прямого виходу на замовників, то інші використовують Інтернет-можливості задля інтенсифікації широкого спектру взаємин з торговими партнерами, що спираються на всі відомі способи виробництва — від традиційного аграрного до високотехнологічного постіндустріального.

Інтернет дозволяє компаніям вийти зі своєю продукцією не лише на локальні місцеві або регіональні, а й світові ринки, значно знижувати витрати у побудові ланцюгів попиту й пропозицій, обслуговувати замовників на рівні кращих світових стандартів, створювати нові ринки праці й капіталу, нові потоки прибутків, нарешті, переглядати характер економічної діяльності. Отже, перед нами принципово нове явище — електронний бізнес, який також має низку відмінних тлумачень.

Вважається, що електронний бізнес входить до поняття Інтернет-економіки (електронної економіки) та є однією з її складових. Вперше це поняття ввів у обіг президент ІВМ Л.Гестнер (1993 р.). На його думку, електронний бізнес (E-business) — це підприємницька діяльність, заснована на використанні інформаційних і телекомунікаційних технологій, що забезпечують взаємодію суб'єктів економічної діяльності в комп'ютерних мережах з метою отримання прибутку. Впровадження сучасних комунікаційних технологій змінює сутність бізнес-моделей — базових процесів створення продуктів і послуг виробниками та надання їх кінцевим користувачам. Перетворення основних бізнес-процесів за допомогою Інтернет-технологій, згідно з визначенням фахівців компанії ІВМ, і становить сутність електронного бізнесу (Е-бізнесу). Отже, будь-яка ділова активність, при здійсненні якої використовуються можливості інформаційної мережі для модифікації внутрішніх і зовнішніх зв'язків фірми з метою створення прибутку, охоплюється поняттям Е-бізнесу [5].

Іншими словами, електронний бізнес — це перетворення основних бізнес-процесів за допомогою інформаційних технологій, сукупності бізнес-моделей, які побудовані на основі інформаційних технологій в електронному середовищі. Фактично електронний бізнес — це автоматизація традиційного бізнесу на основі інформаційних систем (ІС), якими є: ІС управління ресурсами підприємства, ІС управління взаємодією з клієнтами, ІС збору, аналізу та подання бізнес-інформації, ІС управління інформацією та документами на підприємстві, ІС управління персоналом, ІС управління ланцюгами поставок тощо.

Використаний вище латинський префікс "Е-" також має декілька значень: *economical* (у перекладі з англійської "економічний"); *extendent business* ("бізнес без кордонів") та *electronic* (у перекладі з латинського — "швидкий"). Або: електронна комерція є швидким та економічним видом бізнесу, який не знає кордонів.

Інтернет "запустив" процес створення принципово нових компаній, зокрема, метою діяльності яких є рекламний бізнес. Термін "принципово нові" у даному контексті означає подолання фізичних перешкод поширенню свого кінцевого продукту, вихід на планетарні масштаби життєдіяльності. Ці інформаційні посередники створюють надфективні електронні ринки (кіберринки) товарів і послуг, замикаючи в єдиний виробничо-споживчий цикл географічно віддалених суб'єктів економічного життя, які тисячоліттями залишалися ізольованими один від одного.

О. Царенко з цього приводу більш докладно зазначає, що процес використання Internet-технологій для оптимізації інформаційних і комерційних процедур, які відбуваються в рамках глобальних процесів соціальної комунікації, обумовив появу цілого ряду нових способів отримання прибутку за допомогою мережі Інтернет. Вкажемо на найбільш поширені з них [6].

1. Реклама. Багатомільйонна аудиторія мережі Internet дозволяє привернути масову увагу до продукції, що продається, або послуг.

2. Маркетинг. Розміщення в Internet інформації презентаційного характеру дозволяє компаніям заявити про себе і свою діяльність. Крім цього, Internet дозволяє в умовах жорсткої конкуренції здійснювати так званий індивідуальний маркетинг, тобто пропонувати товари і послуги, максимально адаптовані до потреб конкретного споживача.

3. Зв'язок з філіями і мобільними співробітниками. За допомогою Web-вузлів підприєм-

ства та організації можуть розширити можливості звичайної електронної пошти Internet, надавши можливість авторизованим користувачам (співробітникам, клієнтам, постачальникам та ін.) права доступу до найсвіжіших корпоративних даних.

4. Публікація інформації. Internet має незаперечні переваги перед іншими засобами масової інформації, надаючи можливість в будь-який час і з будь-якої точки земної кулі надавати новини, огляди, довідкові дані, електронні бібліотеки, аудіо- та відеодані.

5. Спрощення бізнес-процесів. У рамках Internet і Web-технологій існує можливість організації Intranet-мереж, які є гнучким і конкурентоспроможним засобом, що дозволяє підприємствам більш ефективно використати свій інформаційний потенціал і свою інформаційну інфраструктуру.

6. Електронна комерція. Купівля і продаж різноманітних продуктів і послуг за допомогою глобальної мережі Інтернет.

Вражають масштаби електронної комерції, які, здається, вбирають в себе усі відомі форми економічної діяльності. Так, на думку А. Юрасова [7], до електронної комерції можуть бути віднесені наступні процеси й бізнес-операції: встановлення контакту між потенційним замовником і постачальником; обмін комерційною інформацією; передпродажна підготовка та післяпродажна підтримка (надання детальної інформації про товари та послуги, консультування замовників та ін.); організація систем повного циклу супроводу клієнтів і постачальників; забезпечення маркетингових досліджень ринку; реклама, пропаганда торговельних марок й просування товарів та послуг; торгівля фізичними товарами й послугами, а також електронними матеріалами; здавання в оренду; надання ліцензій.

Сюди ж необхідно віднести взаєморозрахунки (включаючи електронний переказ грошей, кредитних карток, електронних чеків та грошей); закупки; розповсюдження (управління доставкою як фізичних товарів, так і товарів, що можуть розповсюджуватись електронним шляхом); рекрутинг; факторинг; рейдинг; лізинг; консалтинг; інжиніринг; інвестування; страхування; банківські послуги; використання автоматизованих систем управління ресурсами підприємств; адміністрування бізнесу (концесії, податки, митниця та ін.); бухгалтерський облік; управління персоналом; бізнес-процеси, що спільно керуються компанією та її бізнес-партнерами (аутсорсінг, спільна розробка продукту, розподіл спільного виробнич-

тва); арбітраж; інші форми комерційної співпраці (наприклад, продаж і бронювання білетів на перевезення вантажів і пасажирів повітряним, морським та залізничним транспортом) тощо.

Як зазначають А. Голубєв та О. Коваль, в еволюції Інтернет-економіки й електронного бізнесу можна виділити кілька етапів.

1 етап. Створення Web-сторінки (1994—1995 рр.). Підприємство створює в Інтернеті власну Web-сторінку. Інтернет використовується підприємством як механізм публікації інформації, що діє в одному напрямку, для інформування користувачів про свої можливості, зокрема для реклами. Однак реально працюючих інформаційних структур поки немає. Немає пошукового механізму, немає можливостей для користувача вступити в контакт з ким-небудь із представників підприємства.

2 етап. Створення Web-сайту (приблизно 1995—1996 рр.). В Мережі відбивається вся інформація про підприємство, можливий обмін посланнями споживачів зі співробітниками підприємства. Підприємства починають налагоджувати діалог зі своїми клієнтами.

3 етап. Електронна комерція (приблизно 1996—2000 рр.). Підприємство починає займатися електронною комерцією, торгує в Мережі товарами, інформацією, але система продажу працює повільно, є недостатньо захищеною, затратною. Очікуваної вигоди від бізнесу ще немає.

4 етап. Електронний бізнес (приблизно 2000—2005 рр.). Підприємство має вихід в Інтернет. Можливе одержання інформації з інформаційної системи підприємства та використання захищених протоколів обміну даними між підприємством і споживачами, між підприємством і партнерами. Істотно знижуються витрати, електронний бізнес починає приносити прибуток.

5 етап. Розширення електронного бізнесу (приблизно 2005—2008 рр.). За допомогою будь-якого пристрою (стільникового телефону, електроніки автомобіля) клієнти можуть отримувати доступ до даних підприємства, передавати й одержувати необхідну для електронного бізнесу інформацію.

6 етап. Глобальний електронний бізнес (приблизно з 2008 р.). Усі комп'ютерні мережі поєднуються, створюючи один гігантський інформаційний ресурс. Можливий обмін інформацією будь-якого типу на об'єктно-орієнтованому рівні. У наявності величезні інформаційні додатки. Користувач може навіть не знати,

звідкіля приходить відповідь на його запит рішення проблеми.

Країною-лідером з питань розвитку Інтернет-економіки за підсумками першого десятиріччя нового віку стала Великобританія, де "пакетно" використовуються практично всі відомі технології просування державних, корпоративних, приватних та ін. економічних інтересів з використанням кібер-технологій у глобальному кібер-просторі [8].

За даними дослідницького центру Boston Consulting Group (BCG), частка Інтернету в економіці цієї країни за підсумками 2010 р. склала 8,3%, що значно більше, ніж в інших країнах Великої двадцятки (G-20) - груп найбільших 20 економік світу. Обсяг Інтернет-економіки цієї країни оцінено в 121 млрд фунтів (приблизно 191,5 млрд доларів), що становить більше 2 тис. фунтів на людину.

Web-сектор в економіці Великобританії з великим відривом випереджає охорону здоров'я, освіту і будівельний сектор. Частка онлайн-торгівлі у Великобританії набагато вища, ніж у будь-якій країні з розвиненою економікою. 13,5% всіх покупок у Сполученому Королівстві у 2010 р. були зроблені через Інтернет. Як прогнозують аналітики, до 2016 р. ця цифра зросте до 23%.

У дослідженні відзначено швидке зростання британського Інтернет-бізнесу. Передбачається, що в найближчі чотири роки він зростатиме на 11% за рік.

Як вказують аналітики BCG, до 2016 р. Інтернет-економіка групи G-20 виросте з 2,3 трлн дол. (2010 р.) до 4,2 трлн. Очікується, що найбільш привабливою Всесвітня павутина стане для жителів розвинених країн: 70% з них будуть користуватися Інтернетом, у тому числі робити покупки та спілкуватися в соцмережах.

Як один з проявів глобалізації, людство з цікавістю спостерігатиме активне вторгнення в Інтернет-простір (відповідно, і в Інтернет-економіку) населення країн, що розвиваються [9]. Якщо два роки тому на ринки країн, що розвиваються, припадало менше чверті обсягу всієї Інтернет-економіки, то вже через чотири роки їх частка зросте до 34%. Прогнозується наступна статистика: до 2016 р. майже половина населення Землі стане користувачами Мережі: їх число зросте з 1,9 млрд до 3 млрд; майже 70% користувачів Інтернету будуть з ринків країн, що розвиваються (у 2010 р. — 56%). Один лише Китай нараховуватиме близько 800 млн користувачів — приблизно стільки ж, скільки Франція, Німеччина, Індія, Японія, Великобританія і США, разом узяті.

Фахівці BCG формулюють макроекономічне узагальнення: компанії, що демонструють підвищену Інтернет-активність, зростають швидше, ніж ті, які ігнорують Мережу або ж використовують її недостатньо. Згідно з опитуваннями, впродовж 2012—2016 рр. у США підприємства з середнім або високим рівнем присутності в Інтернеті очікують 17% зростання, тоді як інші компанії зростуть лише на 12%.

Чому лідерство з питань стрімкого поширення Інтернет-економіки захопила Великобританія за умови її активної співпраці зі Сполученими Штатами Америки? Варіант відповіді на це запитання може звучати наступним чином.

Великобританія (а також інший складник глобального англосаксонського домінування — США), використовуючи цілком легальні механізми світової співпраці за допомогою контрольованих ними міжнародних фінансових і торговельних організацій (МВФ, Світовий банк, СОТ тощо), а також військових блоків (НАТО), володіють найбільш повною інформацією про економічний, фінансовий, військовий, технологічний тощо розвиток практично кожної країни світу. Це відкриває перед ними практично необмежені переваги у формуванні та реалізації глобальних стратегій. У даному випадку — стратегії просування Інтернет-економіки 10

Як один із результатів осмислення англосаксонської моделі організації світової економіки, усталеним у науковій літературі став термін "інформаційний імперіалізм". Він означає залежність світового співтовариства від Сполучених Штатів, на частку яких за даними ЮНЕСКО на початку ХХІ ст. припадало 65% світового комунікаційного потоку інформації [11]. Нова формула світового панування зараз цілком могла б звучати "хто володіє інформацією, той володіє світом". Б. Гейтс взагалі вважає, що якщо тебе немає у світових електронних мережах, то ти не існуєш.

Використовуючи астрономічні інформаційні ресурси, Великобританія та США посідають лідерські позиції у світі з питань концентрації інтелекту у сфері бізнесу. Професія аналітика є однією з найбільш високооплачуваних на їхніх ринках праці. Кілька статистики з цього приводу. У Британії на початку ХХІ ст. у вигляді некомерційних або громадських організацій діяло 283 "мозкові центри", що становило 24% від їх загальної кількості у Західній Європі.

Одним з цільових орієнтирів таких центрів є "інтелектуальна реклама" англосаксонського За-

ходу, насамперед популяризація у світовому масштабі соціально-економічних, політичних, культурологічних, військово-технологічних та інших ідей, розроблених англосаксами [12]. Ці ж дві країни лідирують у сфері університетської освіти та наукового потенціалу практично в усіх академічних дисциплінах. У США сконцентровано 4,5% "світової науки", успіхи якої періодично демонструється світові у вигляді чергової плеяди Нобелівських лауреатів, що працюють в американських дослідних центрах та лабораторіях.

На англосаксонському тлі Інтернет-позиції України (як у бізнес-середовищі, так і загалом) виглядають далекими від стандартів інформаційного суспільства. Це пояснюється явищем більш високого порядку: розвиток інформаційних технологій в Україні в цілому страждає від низького проникнення мобільного та фіксованого широкосмугового Інтернет-доступу 13

Відповідно до даних Міжнародного союзу електрозв'язку (МСЕ) (звіт "Вимірювання інформаційного суспільства"), у 2011 р. цими послугами в країні користувалися лише 4,4% і 7% населення відповідно. Низьке забезпечення населення Інтернет-доступом стало основною причиною зниження позицій України у цій сфері порівняно з іншими країнами. Зокрема, в загальному рейтингу країн за рівнем розвитку інформаційних технологій Україна за підсумками 2011 р. змістилася з 65-го на 67-е місце, пропустивши вперед Ліван і Бразилію.

Доцільно конкретизувати, що МСЕ розраховує індекс розвитку інформаційно-комунікаційних технологій на основі трьох критеріїв: доступу населення до технологій, рівня їхнього використання та розвитку навичок з їх використання.

За останнім показником Україна має доволі високі позиції в рейтингу: завдяки практично 100%-й грамотності населення та доступності середньої та вищої освіти країна посідає 11-е місце. Однак за рівнем доступності інформаційних технологій Україна опустилася з 69-го на 71-е місце, що й обумовило її загальний регрес у даному напрямі.

Конкретніше це проявилось наступним чином. За рік число абонентів фіксованої телефонії скоротилося (з 28,5 до 28,1 користувача на 100 чоловік населення), а середня пропускна здатність міжнародних Інтернет-каналів знизилася (з 11 Кбіт/с до 9,6 Кбіт/с на одного користувача). Разом з тим, за 2011 р. зросла кількість домогосподарств, які мають Інтернет-доступ (з 22,2% до 26,2%) та домашній комп'ю-

тер (з 25,2% до 30,7%). Частка активних користувачів Інтернету в Україні сягнула 30% населення. Останній показник близький до розрахунків вітчизняних аналітичних центрів. Наприклад, за даними дослідження Інтернет-асоціації України, Інтернетом щодня користуються 12,2 млн українців без урахування дітей.

Наведені вище аргументи пояснюють відставання України з питань побудови інформаційного суспільства, впровадження інформаційних технологій в усіх сферах суспільного життя, в тому числі розвитку Інтернет-економіки. Найновіша статистика знову не на користь України. Так, за глобальним індексом конкурентоспроможності 2011—2012 (WEF Global Competitiveness Index) ми посідаємо 82-ге місце зі 142 країн. За індексом технологічної готовності 2011—2012 (WEF Technological Readiness Index) — 82-ге місце зі 142 країн. За індексом мережевої готовності 2011-2012 (WEF Networked Readiness Index) — 75-е місце зі 142 країн, за Е-готовністю уряду (Government readiness) — 122-е місце зі 138 країн, використанням урядом ІКТ (Government usage) — 75-е місце зі 138 країн, індексом електронного уряду ООН 2012 (UN e-Government Index) — 68-е місце зі 193 країн [14].

ВИСНОВКИ

Інтернет-економіка в Україні тільки заявила про себе. Сподіватися на системну корекцію національного економічного комплексу за допомогою Інтернет-технологій у напрямі його структурної оптимізації та технологічного удосконалення поки що передчасно.

Головна проблема "випадання" України з кола Інтернет-"освічених" країн полягає у відсутності довгострокової національної стратегії розвитку інформаційного суспільства, яка б стосувалася всіх сфер діяльності та пов'язувала їх між собою (електронний уряд, електронний бізнес, електронна освіта). Без такої стратегії національна економіка залишатиметься "вічно вчорашньою", немодерною. Таке становище є тим більше дивним, що всі розвинені країни світу мають подібні стратегії. Існують вони і в амбітно налаштованих державах. Так, у Китаї подібний документ розрахований до 2100 року, у Росії — до 2050-го.

Українська державницька еліта традиційно мислить часовими горизонтами "від виборів до виборів". Подібну формулу неможливо віднести до механізмів перспективного планування, здатних забезпечити прискорений розвиток, а тим більше регіональне лідерство країни. Більш того, багаторічна зосередженість вітчизняно-

го політикуму на локальних проблемах (а поточні вибори є саме такими) поступово формує системні передумови витіснення України на периферію європейських та регіональних економічних процесів.

Література:

1. Дубас О.П. Інформаційно-комунікативний простір: культурно-політичні детермінанти: монографія. — К.: Генеза, 2011. — 256 с. — С. 200.
 2. Telework 1997, European [Електронний ресурс] // Commission Report, 1997. — Режим доступу: <http://www.nbuu.gov.ua/>
 3. Шемет А.Д. Теоретичні підходи до визначення сутності понять електронної комерції у складі цифрової економіки [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.nbuu.gov.ua/> 2012 1
 4. Царев В.В. Электронная коммерция / В.В. Царев, А.А. Кантарович. — СПб.: Питер, 2002. — 320 с.
 5. Шемет А.Д. Теоретичні підходи до визначення сутності понять електронної комерції у складі цифрової економіки [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.nbuu.gov.ua/> 2012 1
 6. Царенко О.М. Економіка розвитку [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.nbuu.gov.ua/> 14940511
 7. Юрасов А.В. Электронная коммерция: учеб. пособ. / А.В. Юрасов. — М.: Дело, 2003. — 480 с.
 8. Див.: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://24tv.ua/home/showSingleNews->
 9. Див.: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.rbc.ua/ukr/finance/show/> 20
 10. Шнипко О.С. Економічна влада в системі соціальних координат. — К.: Академія фінансового управління, 2012. — С. 83.
 11. Дергачев В.А. Информационный империализм: геополитический словарь-справочник / В.А. Дергачев. — К.: КНТ, 2009. — С. 194.
 12. Неурядові аналітичні центри в Україні: можливості, виклики, перспективи (аналітична доповідь Центру Разумкова) // Національна безпека і оборона. — 2007. — № 6. — С. 6.
 13. Див.: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/news/> 2012 10 15 339512
 14. Онищенко О. Броунівський рух інформаційних технологій // Дзеркало тижня. — 2012. — 26 жовтня.
- Стаття надійшла до редакції 02.11.2012 р.