



## WIEDZA I ŹRÓDŁA INFORMACJI W ZARZĄDZANIU PRZEDSIĘBIORSTWEM

Małgorzata Łęgowik-Małolepsza, Sylwia Łęgowik-Świącik,  
Sylwia Kowalska, Marcin Stępień

Politechnika Częstochowska  
Wydział Zarządzania

**Streszczenie:** Celem artykułu jest poznanie i ocena źródeł informacji oraz wiedzy w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Praca składa się z dwóch części. W pierwszej części artykułu, w oparciu o studia literaturowe, zdefiniowano informację i wiedzę oraz terminy bliskoznaczne. W drugiej części, realizując cel pracy poprzez studia literaturowe, zidentyfikowano źródła informacji w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Wykazano, iż spośród opisanych źródeł informacji za najbardziej efektywne źródło należy uznać Internet.

**Słowa kluczowe:** informacja, wiedza, zarządzanie informacją i wiedzą

**DOI:** 10.17512/znpcz.2017.2.03

### Wprowadzenie

Umiejętność wykorzystania posiadanej wiedzy oraz dostęp do bieżących informacji bezpośrednio wiąże się z efektami zarządzania przedsiębiorstwem. Wiedza, jaką pracownicy zdobywają na przestrzeni pracy zawodowej, która może być utożsamiana z doświadczeniem, pozwala na przeprowadzanie dogłębnych analiz, a tym samym stanowi wartość dodaną dla przedsiębiorstwa (Turek 2010, s. 209-217). Według K. Perechudy „pracownik wiedzy jest niezależnym nomadą wchodzącym w interakcje sieciowe mające na celu wspólne odczytywanie obrazów rzeczywistości gospodarczej” (Perechuda 2007, s. 139). Inwestowanie w wiedzę pracowników oraz umożliwianie im dostępu do powszechnych informacji wpływa korzystnie na zarządzanie przedsiębiorstwem.

Celem artykułu jest poznanie i ocena źródeł informacji oraz wiedzy w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Zastosowaną metodą badawczą są studia literaturowe. Opracowanie stanowi autorskie spojrzenie na problem, a dobór literatury został podporządkowany postawionemu celowi.

### Wiedza i informacje jako czynniki niezbędne do zarządzania przedsiębiorstwem

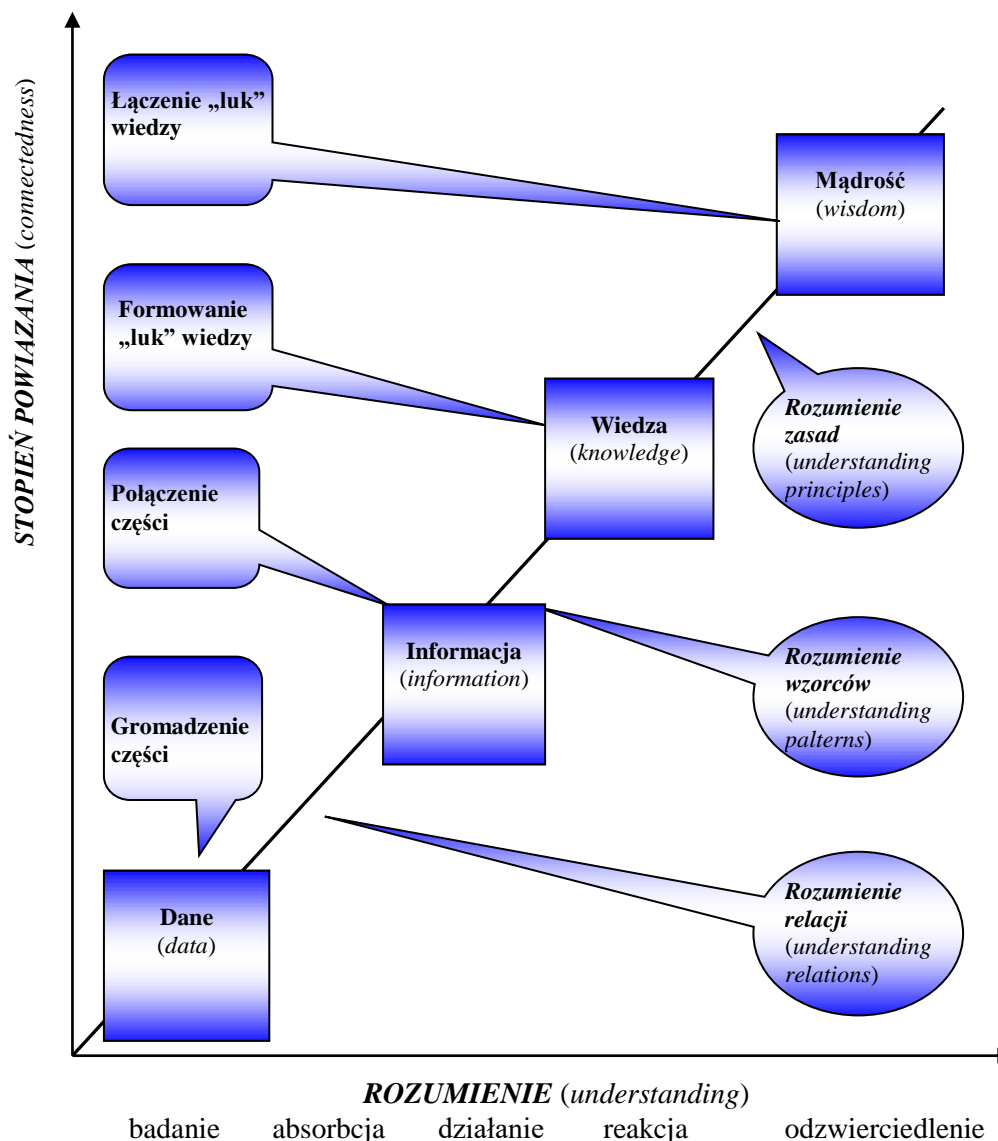
Wiedza stała się podstawowym narzędziem konkurencji (Krok 2007, s. 172-236). Jest wynikiem uczenia się, które definiuje się jako „nabywanie nowej informacji, czyli tworzenie w układzie nerwowym wewnętrznych reprezentacji, odwzorowań doznań zewnętrznych” (Kiełtyka 2002, s. 85). A. Stabryła, definiując

wiedzę, podkreśla, że jest ona: „usystematyzowanym zbiorem wiadomości będącym uniwersalnym lub wyspecjalizowanym materiałem faktograficznym, jaki wykorzystuje się w procesach pracy, czy szerzej w działaniu” (Stabryła 2010, s. 36). Zarządzanie wiedzą definiowane jest jako „kształtowanie czynników pobudzających pracowników do tworzenia wiedzy i wykorzystania jej w wyznaczonym kierunku [...], wypracowanie metod i technik umożliwiających efektywny przebieg procesów jej tworzenia, gromadzenia i wykorzystania” (Laskowski 2003, s. 197).

Informacja od zawsze była siłą przetargową między nabywcami i odbiorcami. R. Griffin uważa, iż informacja „to dane przedstawione w sposób mający jakieś znaczenie” (Griffin 2000, s. 676). Według J. Madeja informacja to „wszystkie papierowe i elektroniczne bazy danych, kartoteki, dokumenty oraz dyspozycje ustne, które są generowane, przekazywane i gromadzone w systemie informacyjnym przedsiębiorstwa” (Madej 2002, s. 138). Pojęcie informacji ściśle wiąże się z takimi terminami, jak: dane, wiedza, zarządzanie wiedzą, uczenie się oraz komunikowanie (Jelonek 2011, s. 120-128). Jak twierdzi P. Soja, dane „są to wiadomości, których decydent podejmujący decyzje dotyczące problemów marketingowych nie ocenił jeszcze pod względem ich przydatności do rozwiązania określonego problemu” (Soja 2003, s. 87).

Przytoczone definicje odnoszące się do zależności między danymi – informacjami – wiedzą trafnie podsumowuje następujący cytat: „Dane stanowią poziom niższy w stosunku do informacji. Terminy te nie mogą więc być stosowane zamiennie, jako synonimy. Poziom jeszcze wyższy tworzy wiedza. A nad nią dominuje mądrość” (Stefanowicz 2004, s. 28). Graficznie zależność tę przedstawiono na *Rysunku 1*.

Zdaniem M. Molędy-Zdziech „pojęcie komunikowania zawiera w sobie dwa skrajne znaczenia: szerokie, zgodnie z którym wszelkie ludzkie działanie to komunikowanie, oraz węższe, używające tego terminu tylko do aktów werbalnych” (Molęda-Zdziech 2004, s. 147). K. Kelly opisuje, iż „[...] komunikacja jest podstawą społeczeństwa, kultury, człowieczeństwa, jednostkowej tożsamości i wszelkich systemów gospodarczych. Dlatego właśnie sieci są takie ważne. Komunikacja jest tak bliska kulturze i społeczeństwu, że efekty jej technologizacji wykraczają daleko poza samą technikę. Komunikacja, wraz ze swoimi sojusznikami, czyli komputerami, odgrywa szczególną rolę w historii gospodarczej. Nie dlatego, że jest obecnie modnym i wiodącym sektorem gospodarki, ale dlatego, że jej kulturowe, technologiczne i konceptualne wpływy sięgają samych podstaw życia” (Kelly 2001, s. IX). Rozwój technik komunikacyjnych – telefonii, radia, telewizji, Internetu czy systemów informatycznych – przyczynił się do wzrostu znaczenia i wpływu informacji na działalność gospodarczą społeczeństwa.



**Rysunek 1. Zależność: dane – informacja – wiedza – mądrość**

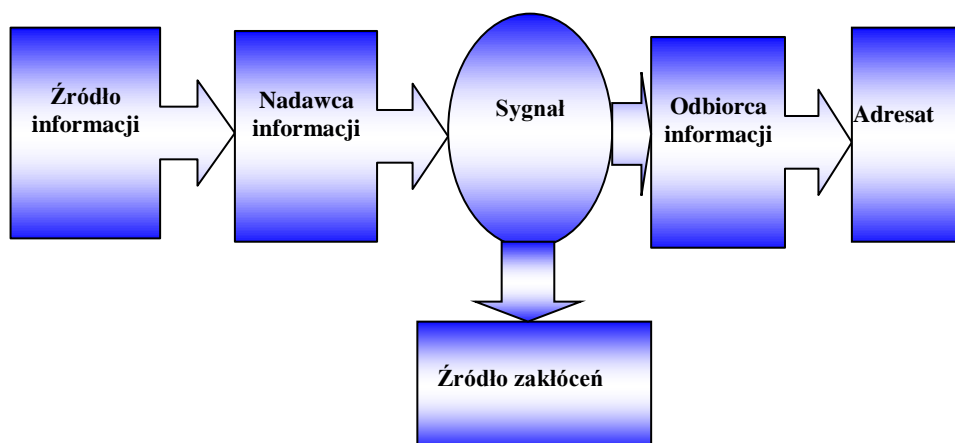
Źródło: Opracowanie własne na podstawie (Siuta-Tokarska 2010, s. 108; Mroczo, Stańkowska 2010, s. 152)

Według W. Brzezina (Brzezina 1998, s. 55) komunikacja w rozumieniu przekazywania informacji wymaga, aby:

- „istniał związek informacyjny między partnerami,
- partnerzy byli gotowi do przekazywania i odbioru informacji,

- przestrzegali określonych zasad porozumiewania się, a przede wszystkim posiadali wiedzę o znakach i języku, w którym dokonuje się proces przekazywania informacji,
- w sposób przemienny pełnili rolę nadawcy, a innym razem odbiorcy informacji (dialog)”.

Na Rysunku 2 przedstawiono model przekazywania informacji C.E. Shannona i W. Weavera. Zarządzanie informacją ma na celu uzyskanie wartości dodanej, którą P. Laskowski definiuje jako „różnica między uzyskanym poziomem zasobów informacji, wiedzy i doświadczenia a poziomem tych zasobów przed ich przetworzeniem” (Laskowski 2003, s. 197).



**Rysunek 2. Model przekazywania informacji (model komunikacji) C.E. Shannona i W. Weavera**

Źródło: (Shannon, Weaver 1949, s. 14)

Obok pojęcia informacji i wiedzy zdefiniowania wymagają terminy pokrewne, wśród których na uwagę zasługują:

- Pseudoinformacje – „są to informacje dostarczane przez formalnie różne komunikaty, lecz opisujące ten sam obiekt” (Stefanowicz 2002, s. 23); mogą to być informacje pochodzące z różnych źródeł i zawierające różną treść, ale odnoszące się do tego samego faktu.
- Metainformacje – jest to szczególny przypadek informacji, gdyż są to informacje o informacji (Oleński 1997, s. 18).
- Dezinformacje – „pojęcie to wiąże się z pojawieniem się komunikatu zawierającego dane niezgodne ze stanem faktycznym” (Stefanowicz 2002, s. 23); są to wszelkiego rodzaju informacje oparte na kłamstwie, oszustwie i fałszerstwie.
- Parainformacje – „są to informacje subiektywne, wynikające z mylnej interpretacji treści zawartych w komunikatach nadawanych przez nadawcę i odbieranych przez odbiorcę, czyli przez dwie różne osoby” (Stefanowicz 2002, s. 24);

są to informacje powstające w drodze błędnego odczytywania komunikatów bądź nadinterpretacji zjawisk.

Definiując terminy pokrewne związane z informacją, przytoczono definicje dwóch dziedzin wiedzy związanych z informacją. Pierwszym omówionym terminem jest informatyka, definiowana jako „zespół dyscyplin naukowych i technicznych, zajmujących się przetwarzaniem danych, zwłaszcza przy użyciu środków automatycznych” (Stefanowicz 2002, s. 15). Informatyka ma ścisły związek z pojęciem informacji, gdyż większość procesów związanych z szeroko rozumianym przepływem informacji realizowanych jest za pośrednictwem metod i technologii informatycznych. Technologie sprzętu komputerowego umożliwiają nieograniczone sposoby przetwarzania danych, a systemy informacyjne wspomagające funkcje zarządzania stały się nieodzownym elementem współczesnego zarządzania nowoczesnym przedsiębiorstwem. Zatem rozwój wiedzy o informacji bez jednoczesnego wspomaganie metodami i technikami informatycznymi byłby niemożliwy.

Drugą dziedziną wiedzy jest subdyscyplina informatyczna, kluczowa spośród dyscyplin zajmujących się tworzeniem informacji, zwana infologią. Jest ona traktowana jako „podstawa teorii zajmującej się problematyką informacji, przyczyniającą się do pełniejszego poznania tego pojęcia i sformułowania odpowiednich metod jej gromadzenia, przechowywania i przetwarzania w systemach informacyjnych z pełnym wykorzystaniem współczesnych technologii informatycznych” (Stefanowicz 2002, s. 132). Do głównych zadań infologii zaliczyć można analizę i określanie funkcji pełnionych przez informację, jej cech charakterystycznych oraz własności, badanie jej użyteczności, jakości i wartości. Dotychczas nie została sformułowana jedna podstawowa definicja informacji stanowiąca fundament nauki o informacji, stąd celem infologii jest też właściwe zdefiniowanie terminu informacji w aspekcie użytkowym, jak również identyfikacja potrzeb i żądań informacyjnych użytkowników oraz sposobów i metod ich zaspokajania.

Potrzeba stworzenia nauki zajmującej się zagadnieniami związanymi z pojęciem informacji pojawiła się w 1985 roku, kiedy C.J. Tully wydał artykuł opisujący 11 warunków, jakie powinna spełniać dyscyplina wiedzy zajmująca się informacją. Zdaniem Tully’ego głównym zadaniem tej dyscypliny powinno być stworzenie teorii, wewnętrznie spójnej i użytecznej, skupiającej się na istocie informacji w odniesieniu do działalności człowieka oraz w oparciu o systemy informacyjne (Tully 1985, s. 206-210).

W powyższej części artykułu, w oparciu o studia literaturowe, zaprezentowano ogólny zarys tematyki związanej z pojęciem wiedzy i informacji, przybliżone zostały elementarne definicje i terminy, ze wskazaniem roli oraz funkcji, jakie informacja pełni w działalności przedsiębiorstwa. Następnie omówiono model przekazywania informacji, a dalej uwaga została zwrócona na miejsce informacji w zależności: dane – informacja – wiedza – mądrość, zdefiniowano także terminy pokrewne informacji. W dalszej części pracy przedstawione zostaną źródła informacji w działalności przedsiębiorstwa.

## **Źródła informacji w zarządzaniu przedsiębiorstwem**

Studia literaturowe nad źródłami informacji w zarządzaniu przedsiębiorstwem rozszerzono o analizę opisową przedstawioną w pracach A. Kameli-Sowińskiej (Kamela-Sowińska 2014, s. 107-115) i P. Klimas (Klimas 2014, s. 118). Firmy doradcze, jako wyspecjalizowane źródło dostarczania informacji, to firmy konsultingowe zajmujące się świadczeniem na szeroką skalę usług doradczych w zależności od zapotrzebowań zleceniobiorców. Aktualnie firmy takie cieszą się dużym uznaniem na polskim rynku, o czym świadczy stale rosnąca ich liczba. Duże zapotrzebowanie na usługi tych firm wiąże się ze świadczeniem usług przez wyspecjalizowany personel, z wykorzystaniem wysokiej jakości sprzętu oraz korzystaniem z szerokiego dostępu do informacji. Wysoka wiarygodność przeprowadzanych na wyłączność klientów badań, analiz i opracowań znajduje swoje odzwierciedlenie w wysokich kosztach pozyskanych informacji.

Kolejną obszerną grupą instytucji wyspecjalizowanych w dostarczaniu informacji są media. Środki masowego przekazu są podmiotami, które na bieżąco podają określone ilości informacji w zależności od różnych regulacji. Informacje pochodzące z tych źródeł charakteryzują się tym, iż ich nadawcy sami określają ich zakres. Trudno jest jednoznacznie wypowiedzieć się na temat wiarygodności informacji dostarczanych przez środki masowego przekazu. Powszechnie znane jest dążenie do konfrontacji różnych stanowisk w celu uatrakcyjnienia odbioru przekazu.

Do najbardziej znanych środków masowego przekazu informacji zaliczamy radio i telewizję. Są to takie źródła informacji, które same docierają do odbiorcy, w takim sensie, że włączony odbiornik radiowy bądź telewizor o określonej godzinie, w zależności od operatora, emituje swój zbiór informacji odpowiednio zatytułowany. Zakres tematyczny dana stacja określa sama, odbiorca nie ma tutaj możliwości wyboru. Informacje pochodzące z radia i telewizji mają specyficzny, ulotny charakter. Oczywiście, można je nagrać i później odtworzyć, aczkolwiek łatwiej odszukać je w razie potrzeby „na piśmie” za pomocą Internetu. Trudno jest też zaimportować taką informację do systemu informacyjnego przedsiębiorstwa. Osobom, które regularnie korzystają z radia i telewizji jako źródła informacji, łatwiej jest wyszukać istotne ze swojego punktu widzenia informacje niż osobom, które przypadkowo odsłuchają jednego wydania przekazu informacji. Zaletą tego źródła informacji jest jego szybkość, z tego samego powodu, czyli ze względu na ograniczony czas, informacje mogą być znacznie uproszczone. Inaczej sytuacja wygląda w przypadku tematycznych programów lub reportaży. Wówczas zakres tematyczny jest z góry zaplanowany, czas przeznaczony na dany temat jest na pewno dłuższy, pozostaje jedynie ulotny charakter. Aktualność informacji jest w tym przypadku wysoka, a koszt pozyskiwania niski.

Środkiem masowego przekazu informacji jest prasa. Informacje pochodzące z prasy charakteryzują się większą szczegółowością od tych z radia i telewizji. Są też mniej ulotne, ponieważ druk informacji musi być uwieczniony na papierze. Zakres tematyczny wymienionych źródeł jest porównywalny, tak samo jak wiarygodność – trudna do zdefiniowania. W przypadku niektórych źródeł występują pewne opóźnienia, na przykład artykuły publikowane przez miesięczniki i kwartal-

niki. Dostępność informacji z prasy jest większa niż z radia i telewizji, zwłaszcza w przypadku prasy, która emituje swoje publikacje również poprzez Internet. Koszt pozyskiwania tego typu informacji jest niski.

Obecnie najobszerniejsze źródło masowego przekazu informacji stanowi Internet, który w swoich zasobach jest nieograniczonym źródłem informacji, zawiera większość lub może nawet prawie wszystkie informacje z wymienionych w tym rozdziale źródeł informacji. Jednakże, jak zauważa J. Wolarski, „bogactwo źródeł internetowych, będące wielką zaletą sieci, stwarza jednocześnie niebezpieczeństwo tak zwanego szumu informacyjnego” (Wolarski 2003, s. 142). Spośród nieograniczonej liczby zalet Internetu jako źródła informacji przykładowo wymienić można: szybki i wygodny dostęp do informacji, niski koszt uzyskania informacji, globalny zasięg czy ogólnodostępność. Z kolei spośród możliwości zastosowania Internetu do przepływu informacji w zakresie handlowym wymienić można następujące (Brilman 2002, s. 155):

- „szybkość przesyłania informacji, a zwłaszcza zamówień klientów, dzięki poczcie elektronicznej,
- organizacja procesów planowania sprzedaży dzięki elektronicznemu zarządzaniu siecią punktów sprzedaży,
- wewnętrzne katalogi dla sprzedawców, na bieżąco informujące ich o produktach i cenach,
- organizacja wirtualnych spotkań sprzedawców w celu wymiany informacji, opinii o rynku itp.,
- zarządzanie projektami i tworzenie zespołów projektowych,
- przekazywanie raportów, haseł, zamówień,
- animowanie sieci sprzedaży,
- nowe usługi”.

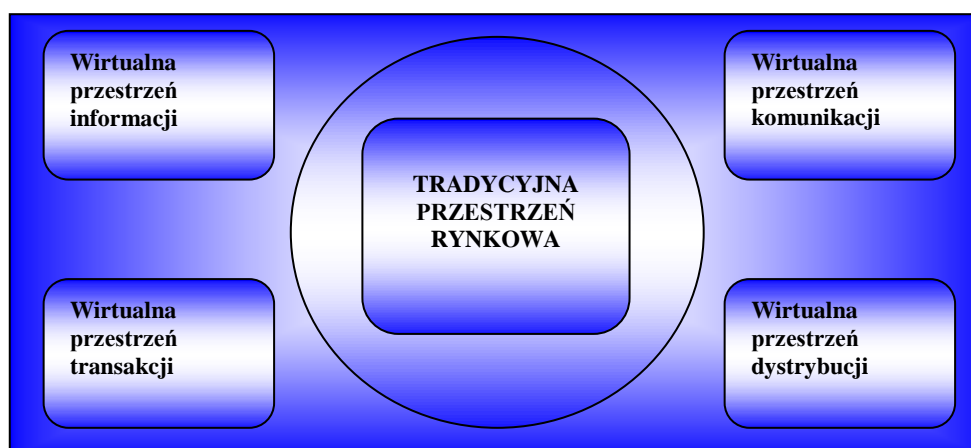
Omawiając rolę Internetu (Pawłoszek-Korek 2008, s. 35-44) jako źródła informacji, należy zwrócić uwagę na jego udział w poszerzeniu przestrzeni rynkowej. Poszerzenie to rozumiane jest jako „stworzenie nowych obszarów, w których firmy zawierające między sobą transakcje mogą wymieniać informacje, komunikować się, prowadzić dystrybucję produktów i usług oraz inicjować formalne transakcje gospodarcze” (Paszta 2010, s. 363). O wpływie Internetu na rozbudowę przestrzeni rynkowej, a przez to na rozwój przedsiębiorstw i ich konkurencyjności, mówi model IKDT. Istotą tego modelu jest poszerzenie za pomocą Internetu tradycyjnej przestrzeni rynkowej o dodatkowe cztery przestrzenie wirtualne. Wśród przestrzeni wirtualnych wyróżnić można (Adamczewski 2001, s. 49):

- Wirtualną przestrzeń informacji – za pomocą Internetu przedsiębiorstwa mogą łatwo, szybko i tanio pozyskiwać oraz wymieniać informacje o swoich klientach czy konkurentach, o produktach konkurencyjnych lub ich ofertach.
- Wirtualną przestrzeń komunikacji – Internet daje możliwość nieograniczonej komunikacji, która stanowi podstawę funkcjonowania globalnych przedsiębiorstw.
- Wirtualną przestrzeń dystrybucji – za pomocą Internetu realizowana jest nie tylko dystrybucja produktów niematerialnych, takich jak programy komputerowe

we. Dystrybucja wielu przedsiębiorstw logistycznych obsługiwana jest za pomocą sieci.

- Wirtualną przestrzeń transakcji – w ramach tej przestrzeni realizowane są elektroniczne płatności czy fakturowanie.

Aktualnie konkurencyjne przedsiębiorstwa wykorzystują możliwości, jakie daje Internet poprzez korzystanie z jego wirtualnych przestrzeni w ramach realizacji codziennych zadań (Adamczewski 2001, s. 48). Niektóre organizacje całą swoją działalność realizują za pomocą Internetu, a obsługiwane przez nie przestrzenie mogą być jeszcze bardziej rozbudowane. Zależności między informacją, komunikacją, dystrybucją a transakcjami (IKDT) realizowane za pomocą Internetu tworzą zintegrowany proces świadczący o wszechstronności zastosowania Internetu. Omówiony powyżej model IKDT został graficznie zaprezentowany na *Rysunku 3*.



**Rysunek 3. Idea modelu IKDT**

Źródło: (Adamczewski 2001, s. 48)

Klasyfikacja zewnętrznych źródeł informacji wynika z charakteru otrzymywanych informacji z poszczególnych źródeł. Informacje pochodzące od uczestników rynku zwykle mają postać surowych danych, które ze względu na dużą niejasność muszą być poddane dalszej obróbce i analizie. Wiarygodność tych informacji jest często niepewna, a ilość nieadekwatna do zapotrzebowania, podczas gdy informacje pochodzące z wyspecjalizowanych instytucji stanowią już kwintesencję informacji gotowej do wykorzystania w procesie podejmowania decyzji. Są to informacje wiarygodne, pewne i w ilości odpowiadającej zapotrzebowaniu.

W powyższej części artykułu zaprezentowano i omówiono głównych uczestników procesu przepływu informacji i wiedzy, a tym samym wskazano źródła informacji w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Uwaga została zwrócona na rolę i działalność firm konsultingowych oraz instytucji wyspecjalizowanych w dostarczaniu informacji dla różnych podmiotów gospodarczych. Następnie zaprezentowano



środki masowego przekazu informacji, do których zaliczamy radio, telewizję i prasę, ze szczególnym uwzględnieniem roli Internetu jako źródła informacji.

## Podsumowanie

Korzystając z literatury przedmiotu, w artykule zwrócono uwagę na definicje, terminy oraz pojęcia związane z szeroko pojętą wiedzą i informacją w odniesieniu do działalności przedsiębiorstwa. Następnie opisano model przekazywania informacji, a także wskazano miejsce informacji w zależności: dane – informacja – wiedza – mądrość. Dalej zdefiniowano terminy pokrewne informacji. Celem artykułu było poznanie i ocena źródeł informacji w zarządzaniu przedsiębiorstwem, czego dokonano, wykorzystując metodę badawczą w postaci studiów literaturo- wych jako identyfikację źródeł informacji w działalności przedsiębiorstwa. Spośród opisanych powyżej głównych uczestników procesu przepływu informacji i wiedzy, jako źródeł informacji w zarządzaniu przedsiębiorstwem, uwaga została zwrócona na firmy konsultingowe, instytucje wyspecjalizowane w dostarczaniu informacji dla różnych podmiotów gospodarczych, środki masowego przekazu informacji, do których zaliczamy radio, telewizję i prasę oraz Internet. Wszystkie wskazane źródła informacji są skutecznym narzędziem pozyskiwania informacji, jednak za najbardziej efektywne źródło informacji uznaje się Internet, z uwagi na jego nieograniczone możliwości, pomimo pewnych wad, takich jak na przykład dostęp do niepewnych, zniekształconych lub nieaktualnych informacji.

## Literatura

1. Adamczewski P. (2001), *Internet w praktyce biznesu*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań.
2. Borowiecki R., Jaki A., Misiólek K., Rojek T. (2005), *Nadzór korporacyjny w procesie kreowania wartości i rozwoju przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Abrys, Kraków.
3. Brilman J. (2002), *Nowoczesne koncepcje i metody zarządzania*, PWE, Warszawa.
4. Brzezin W. (1998), *Ogólna teoria rachunkowości*, wyd. 2 zmienione i poprawione, Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa.
5. Flakiewicz W. (2005), *Pojęcie informacji w technologii multimedialnej*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa.
6. Griffin R.W. (2000), *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
7. Jelonek D. (2011), *Menedżer wobec problemu nadmiaru informacji*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu”, nr 187, s. 120-128.
8. Kamela-Sowińska A. (2014), *Od rachunkowości do opisu gospodarczego*, „Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości”, nr 77(133), s. 107-115.
9. Kelly K. (2001), *Nowe reguły nowej gospodarki*, WIG-Press, Warszawa.
10. Kiełtyka L. (2002), *Komunikacja w zarządzaniu, Techniki, narzędzia i formy przekazu informacji*, Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa.
11. Kiełtyka L. (2006), *Kapitał intelektualny przedsiębiorstwa*, [w:] Kiełtyka L., Nazarko J. (red.), *Metody i procesy usprawniania zarządzania przedsiębiorstwem. Wybrane zagadnienia*, Wydawnictwo Menedżerskie PTM, Warszawa.
12. Klimas P. (2014), *Sieci innowacji: implikacje bliskości organizacyjnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice.

13. Krok E. (2007), *Zarządzanie wiedzą*, [w:] Szewczyk A. (red.), *Spółeczeństwo informacyjne – problemy rozwoju*, Difin, Warszawa.
14. Laskowski P. (2003), *Zarządzanie informacją finansową w jednostkach samorządu terytorialnego pozyskujących środki z funduszy Unii Europejskiej*, [w:] Borowiecki R., Kwieciński M. (red.), *Monitorowanie otoczenia. Przepływ i bezpieczeństwo informacji. W stronę inteligencji przedsiębiorstwa*, Kantor Wydawniczy Zakamycze, Kraków.
15. Madej J. (2002), *Polityka bezpieczeństwa i system ochrony informacji w przedsiębiorstwie*, „Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie”, nr 604, s. 137-154.
16. Molęda-Zdziech M. (2004), *Informacja w działalności lobbingowej*, [w:] Haber L.H. (red.), *Spółeczeństwo informacyjne – wizja czy rzeczywistość?*, t. 2, Uczelniane Wydawnictwa Naukowo-Dydaktyczne AGH, Kraków.
17. Mroczko F., Stańkowska M. (2010), *Informacja jako kluczowy zasób współczesnych organizacji*, [w:] Borowiecki R., Czekaj J. (red.), *Zarządzanie zasobami informacyjnymi w warunkach nowej gospodarki*, Difin, Warszawa.
18. Oleński J. (1997), *Standardy informacyjne w gospodarce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
19. Paszta E. (2010), *Internet w działalności informacyjnej i komunikacyjnej przedsiębiorstw*, [w:] Borowiecki R., Czekaj J. (red.), *Zarządzanie zasobami informacyjnymi w warunkach nowej gospodarki*, Difin, Warszawa.
20. Pawełoszek-Korek I. (2008), *Internet jako źródło wiedzy – perspektywa badawcza*, [w:] Nowicki A., Jelonek D. (red.), *Wiedza i technologie informacyjne w biznesie*, Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa.
21. Perechuda K. (2007), *Dyfuzja wiedzy w przedsiębiorstwie sieciowym*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław.
22. Shannon C.E., Weaver W. (1949), *The Mathematical Theory of Communication*, The University of Illinois Press, Urbana.
23. Siuta-Tokarska B. (2010), *Zarządzanie wiedzą jako czynnik rozwoju współczesnej organizacji*, [w:] Borowiecki R., Czekaj J. (red.), *Zarządzanie zasobami informacyjnymi w warunkach nowej gospodarki*, Difin, Warszawa.
24. Soja P. (2003), *Systemy informacyjne w marketingu*, „Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie”, nr 547.
25. Stabryła A. (2010), *Kierunki badań nad rozwojem systemów informacji menedżerskiej*, [w:] Borowiecki R., Czekaj J. (red.), *Zarządzanie zasobami informacyjnymi w warunkach nowej gospodarki*, Difin, Warszawa.
26. Stefanowicz B. (2002), *Definicje i interpretacje*, [w:] Rokicka-Broniatowska A. (red.), *Wstęp do informatyki gospodarczej*, wyd. 2 zmienione, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa.
27. Stefanowicz B. (2004), *Informacja*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa.
28. Tully C.J. (1985), *Information, Human Activity and the Nature of Relevant Theories*, „The Computer Journal”, Vol. 28, No. 3, s. 206-210.
29. Turek T. (2010), *Rola nauczania technologii informacyjnej w kształtowaniu sylwetki współczesnego menedżera*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. Informatyka Ekonomiczna”, nr 17(118), s. 209-217.
30. Wolarski J. (2003), *Wpływ właściwości Internetu na odbiór informacji (studium przypadku)*, [w:] Krzemińska W., Nowak P. (red.), *Studia nad językiem, informacją i komunikacją*, Instytut Językoznawstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza, Zakład Komunikacji Społecznej, SORUS Wydawnictwo i Drukarnia, Poznań.
31. Zacher L.W. (2004), *Od społeczeństwa informacyjnego do społeczeństwa wiedzy (dylematy tranzycyjne: między informacją, wiedzą i wyobraźnią)*, [w:] Haber L.H. (red.), *Spółeczeństwo informacyjne – wizja czy rzeczywistość?*, t. 1, Uczelniane Wydawnictwa Naukowo-Dydaktyczne AGH, Kraków.

## **KNOWLEDGE AND SOURCES OF INFORMATION IN ENTERPRISE MANAGEMENT**

**Abstract:** The aim of the article is to know and evaluate sources of information and knowledge in enterprise management. The work consists of two parts. In the first part of the article, based on literature studies, information, knowledge and synonymous were defined. In the second part of the paper, the sources of information in the management of the enterprise was identified. It has been shown that among the information sources described in the paper as the most effective source of information should be consider the Internet.

**Keywords:** information, knowledge, knowledge management