

ردیف	عنوان مقاله	نویسنده
۱	بررسی تطبیقی نقش‌های مدیران در سازمان‌های دولتی و خصوصی	علیرضا شاکری
۲	تحلیل سازه‌ای مدل‌های نظری مدیریت	علیرضا شاکری
۳	بررسی تطبیقی نقش‌های مدیران در سازمان‌های دولتی و خصوصی	علیرضا شاکری
۴	تحلیل سازه‌ای مدل‌های نظری مدیریت	علیرضا شاکری
۵	بررسی تطبیقی نقش‌های مدیران در سازمان‌های دولتی و خصوصی	علیرضا شاکری
۶	تحلیل سازه‌ای مدل‌های نظری مدیریت	علیرضا شاکری
۷	بررسی تطبیقی نقش‌های مدیران در سازمان‌های دولتی و خصوصی	علیرضا شاکری
۸	تحلیل سازه‌ای مدل‌های نظری مدیریت	علیرضا شاکری
۹	بررسی تطبیقی نقش‌های مدیران در سازمان‌های دولتی و خصوصی	علیرضا شاکری
۱۰	تحلیل سازه‌ای مدل‌های نظری مدیریت	علیرضا شاکری
۱۱	بررسی تطبیقی نقش‌های مدیران در سازمان‌های دولتی و خصوصی	علیرضا شاکری
۱۲	تحلیل سازه‌ای مدل‌های نظری مدیریت	علیرضا شاکری
۱۳	بررسی تطبیقی نقش‌های مدیران در سازمان‌های دولتی و خصوصی	علیرضا شاکری
۱۴	تحلیل سازه‌ای مدل‌های نظری مدیریت	علیرضا شاکری
۱۵	بررسی تطبیقی نقش‌های مدیران در سازمان‌های دولتی و خصوصی	علیرضا شاکری
۱۶	تحلیل سازه‌ای مدل‌های نظری مدیریت	علیرضا شاکری
۱۷	بررسی تطبیقی نقش‌های مدیران در سازمان‌های دولتی و خصوصی	علیرضا شاکری
۱۸	تحلیل سازه‌ای مدل‌های نظری مدیریت	علیرضا شاکری
۱۹	بررسی تطبیقی نقش‌های مدیران در سازمان‌های دولتی و خصوصی	علیرضا شاکری
۲۰	تحلیل سازه‌ای مدل‌های نظری مدیریت	علیرضا شاکری
۲۱	بررسی تطبیقی نقش‌های مدیران در سازمان‌های دولتی و خصوصی	علیرضا شاکری
۲۲	تحلیل سازه‌ای مدل‌های نظری مدیریت	علیرضا شاکری
۲۳	بررسی تطبیقی نقش‌های مدیران در سازمان‌های دولتی و خصوصی	علیرضا شاکری
۲۴	تحلیل سازه‌ای مدل‌های نظری مدیریت	علیرضا شاکری
۲۵	بررسی تطبیقی نقش‌های مدیران در سازمان‌های دولتی و خصوصی	علیرضا شاکری
۲۶	تحلیل سازه‌ای مدل‌های نظری مدیریت	علیرضا شاکری
۲۷	بررسی تطبیقی نقش‌های مدیران در سازمان‌های دولتی و خصوصی	علیرضا شاکری
۲۸	تحلیل سازه‌ای مدل‌های نظری مدیریت	علیرضا شاکری
۲۹	بررسی تطبیقی نقش‌های مدیران در سازمان‌های دولتی و خصوصی	علیرضا شاکری
۳۰	تحلیل سازه‌ای مدل‌های نظری مدیریت	علیرضا شاکری
۳۱	بررسی تطبیقی نقش‌های مدیران در سازمان‌های دولتی و خصوصی	علیرضا شاکری
۳۲	تحلیل سازه‌ای مدل‌های نظری مدیریت	علیرضا شاکری
۳۳	بررسی تطبیقی نقش‌های مدیران در سازمان‌های دولتی و خصوصی	علیرضا شاکری
۳۴	تحلیل سازه‌ای مدل‌های نظری مدیریت	علیرضا شاکری
۳۵	بررسی تطبیقی نقش‌های مدیران در سازمان‌های دولتی و خصوصی	علیرضا شاکری
۳۶	تحلیل سازه‌ای مدل‌های نظری مدیریت	علیرضا شاکری
۳۷	بررسی تطبیقی نقش‌های مدیران در سازمان‌های دولتی و خصوصی	علیرضا شاکری
۳۸	تحلیل سازه‌ای مدل‌های نظری مدیریت	علیرضا شاکری
۳۹	بررسی تطبیقی نقش‌های مدیران در سازمان‌های دولتی و خصوصی	علیرضا شاکری
۴۰	تحلیل سازه‌ای مدل‌های نظری مدیریت	علیرضا شاکری
۴۱	بررسی تطبیقی نقش‌های مدیران در سازمان‌های دولتی و خصوصی	علیرضا شاکری
۴۲	تحلیل سازه‌ای مدل‌های نظری مدیریت	علیرضا شاکری
۴۳	بررسی تطبیقی نقش‌های مدیران در سازمان‌های دولتی و خصوصی	علیرضا شاکری
۴۴	تحلیل سازه‌ای مدل‌های نظری مدیریت	علیرضا شاکری
۴۵	بررسی تطبیقی نقش‌های مدیران در سازمان‌های دولتی و خصوصی	علیرضا شاکری
۴۶	تحلیل سازه‌ای مدل‌های نظری مدیریت	علیرضا شاکری
۴۷	بررسی تطبیقی نقش‌های مدیران در سازمان‌های دولتی و خصوصی	علیرضا شاکری
۴۸	تحلیل سازه‌ای مدل‌های نظری مدیریت	علیرضا شاکری
۴۹	بررسی تطبیقی نقش‌های مدیران در سازمان‌های دولتی و خصوصی	علیرضا شاکری
۵۰	تحلیل سازه‌ای مدل‌های نظری مدیریت	علیرضا شاکری

چکیده

پژوهش حاضر بر آن است تا تأثیر جهانی شدن را به عنوان عاملی تأثیرگذار، آن گونه که در اقتصاد جهانی به کار رفته است بررسی کند. در این مقاله ضمن بیان تعاریفی از جهانی شدن، به اثرات این مفهوم بر اقتصاد و اطلاعات و رابطه‌ای که میان آنها وجود دارد پرداخته شده است، سپس با توجه به رویکرد خاص مقاله و نقشی که اطلاعات می‌توانند در اقتصاد داشته باشند، به «جهانی شدن اطلاعات و اثر آن بر اقتصاد» و به یک مفهوم، به «اقتصاد اطلاعات» پرداخته می‌شود.

کلیدواژه: جهانی شدن، اطلاعات، اقتصاد اطلاعات.

در این مقاله به بررسی تأثیر جهانی شدن بر اقتصاد و اطلاعات پرداخته می‌شود. در ابتدا تعاریفی از جهانی شدن ارائه می‌دهیم و سپس به اثرات این مفهوم بر اقتصاد و اطلاعات می‌پردازیم. در ادامه، رابطه بین این دو حوزه را بررسی می‌کنیم و نشان می‌دهیم که چگونه اطلاعات می‌تواند در اقتصاد نقش مهمی ایفا کند. در نهایت، به یک مفهوم جدید، «اقتصاد اطلاعات» می‌پردازیم که ترکیبی از این دو حوزه است. در این مقاله، سعی داریم تا با استفاده از رویکردهای مختلف، به درک عمیق‌تری از این پدیده برسیم و نشان دهیم که چگونه می‌توانیم از مزایای جهانی شدن بهره‌مند شویم و در عین حال، چالش‌های آن را مدیریت کنیم. در ادامه، به بررسی نقش اطلاعات در اقتصاد می‌پردازیم و نشان می‌دهیم که چگونه می‌توانیم از مزایای این حوزه بهره‌مند شویم. در نهایت، به یک مفهوم جدید، «اقتصاد اطلاعات» می‌پردازیم که ترکیبی از این دو حوزه است. در این مقاله، سعی داریم تا با استفاده از رویکردهای مختلف، به درک عمیق‌تری از این پدیده برسیم و نشان دهیم که چگونه می‌توانیم از مزایای جهانی شدن بهره‌مند شویم و در عین حال، چالش‌های آن را مدیریت کنیم.

جهانی شدن و اقتصاد اطلاعات

تاریخچه

جهانی شدن به معنای فرآیندی است که در آن مرزهای ملی و منطقه‌ای بین کشورهای مختلف کاهش می‌یابد و به یک جامعه جهانی تبدیل می‌شود. این فرآیند از دهه ۱۹۷۰ میلادی آغاز شد و به سرعت در حال توسعه است. یکی از دلایل اصلی این فرآیند، پیشرفت‌های فزاینده در فناوری‌های ارتباطی و حمل و نقل است. این فناوری‌ها به کشورهای مختلف امکان می‌دهد تا به راحتی با یکدیگر در ارتباط باشند و به یکدیگر نزدیک شوند. در نتیجه، اقتصادهای کشورهای مختلف به یکدیگر وابسته‌تر می‌شوند و به یک اقتصاد جهانی تبدیل می‌شوند.

اقتصاد اطلاعات به معنای بخشی از اقتصاد است که در آن اطلاعات نقش مهمی ایفا می‌کند. این بخش از اقتصاد شامل صنایع مختلفی است که به تولید، توزیع و مصرف اطلاعات وابسته هستند. این صنایع شامل صنایع فناوری اطلاعات، خدمات، بازرگانی و غیره می‌شوند. اقتصاد اطلاعات به سرعت در حال توسعه است و به یکی از بخش‌های مهم اقتصاد جهانی تبدیل شده است. در این مقاله، به بررسی نقش اطلاعات در اقتصاد می‌پردازیم و نشان می‌دهیم که چگونه می‌توانیم از مزایای این حوزه بهره‌مند شویم.

جهانی‌شدن و اقتصاد اطلاعات

ثریا ضیایی^۱

مقدمه

انسان‌ها مدتی است که بیشتر احساس و درک می‌کنند که برای تأمین احتیاجات اولیه و ثانویه خود در معرض انتخاب‌های گوناگون قرار دارند و حدود مرزهای جغرافیایی، این دایره انتخاب را محدود نمی‌سازد. امروزه بشر در خوراک و پوشاک، سفر، آموزش، ارتباط، تفریح، و زبان گفت‌وگو و مکاتبه محدود به مرزهای ملی و منطقه‌ای نیست و ذهن جستجوگر و طبع نوظلب، بشر را به حوزه‌های جهانی برای انتخاب سوق می‌دهد. این مهم، جوهره مفهوم جهانی‌شدن است و بروز و ظهور این واقعیت موجب شد که اندیشمندان بیندیشند که این چه اتفاقی است که بشر را احاطه کرده و هر روز جلوه‌های نوینی می‌یابد. با انقلاب اطلاعات و ظهور اینترنت، ماهواره، فن‌آوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطی، مفهوم جهانی‌شدن مهم‌تر و حساس‌تر شده و مسئولیت بشر را برای درک و شناخت این واقعیت بیرونی و تنظیم دیگر شئون با این واقعیت بیشتر کرده است.

در سال‌های اخیر واژه‌هایی چون «اقتصاد دیجیتال»، «اقتصاد مجازی»^۲، «اقتصاد اطلاعات» که همگی در بیان افزایش و غلبه دانش در اقتصاد یا دانش‌بر شدن آن هستند،

۱. دانشجوی دکتری کتابداری
دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و
تحقیقات

2. Virtual Economy

زیاد مطرح گردیده است. از طرفی واژه‌هایی چون اقتصاد جهانی یا جهانی‌شدن اقتصاد نیز رواج یافته‌اند.

جهانی‌شدن، عواملی چون آزادسازی بیشتر اقتصاد جهانی، یکپارچگی بازارها در پهنه‌ای جهانی و حرکت به سوی دنیایی بدون مرز را دربردارد. یکی از دلایل آن پیشرفت‌های تکنولوژیکی بوده است که به طرز شگفت‌انگیزی موجب کاهش هزینه‌های پردازش داده، ذخیره‌سازی و بازیافت اطلاعات گردیده است (اینتریلیگیتور^۱، ۲۰۰۴).

مفهوم جهانی‌شدن

یکی از موضوعاتی که ذهن متفکران امروز را به خود مشغول کرده است مفهوم واقعیت جهانی‌شدن و تأثیرات آن بر دیگر شئون حیات بشری است که گواه آن حجم انبوه همایش‌ها، مقاله‌ها، مطالعات وسیع و مانند آنهاست، که این حاکی از پیچیده بودن و همه جانبه بودن جهانی‌شدن است. در زیر برخی تعاریف مرتبط با موضوع مقاله مطرح می‌گردد. کاستلز^۲ (۱۹۹۸)، با اشاره به عصر اطلاعات^۳، جهانی‌شدن را ظهور نوعی جامعه شبکه‌ای می‌داند که در ادامه حرکت سرمایه‌داری، پهنه اقتصاد، جامعه و فرهنگ را دربر می‌گیرد.

جهانی‌شدن ترکیب جهانی توافقات تجارت آزاد، شبکه جهانی و یکپارچگی بازارهای مالی رقابتی است که مرزها و فاصله‌ها را پاک کرده و دنیا را به عنوان یک واحد کل متحد ساخته است (رابرتسون، ۱۳۷۹، ص ۱۱).

«جهانی‌شدن» به فرآیندی اطلاق می‌شود که طی آن، جریان آزاد اندیشه، اطلاعات، کالا، خدمات و سرمایه در سراسر دنیا میسر می‌گردد و موجبات رفاه و سعادت بیشتر شرکت‌کنندگان در این فرآیند فراهم می‌شود. «جهانی‌شدن» موجب افزایش درآمدها و ارتقای سطح زندگی در بیشتر نقاط دنیا گردیده و دسترسی کشورهای کمتر توسعه یافته را به تکنولوژی پیشرفته و پیچیده میسر می‌سازد (هاشمی، ۱۳۸۳، ص ۲۵).

هرچند جهانی‌شدن در نهایت به ادغام و یکپارچگی مؤسسات اقتصادی اشاره می‌کند و بیشترین یکپارچگی از طریق مجراهای فن‌آوری اتفاق می‌افتد، واژه اطلاعات‌گرایی نیز در کنار آن مطرح می‌شود؛ فرآیندی که در آن فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات، گفتمان‌های فرهنگی و مدنی جامعه بشری را تشکیل می‌دهند و نه تنها کامپیوترها و اینترنت بلکه سایر فن‌آوری‌های مرتبط را نیز شامل می‌شود که انتقال

1. Intriligator
2. Castells
3. The Information Age

اطلاعات به‌عنوان یکی از شاخص‌های ابتدایی آن به‌شمار می‌رود. پیش‌تر قرن‌ها طول می‌کشید تا یک ایده در جهان اشاعه پیدا کند اکنون این کار در کمترین زمان ممکن به وقوع می‌پیوندد. جهانی‌شدن موجب باروری فن‌آوری‌های اطلاعات شده و بازار جهانی و انگیزش‌های استراتژیک شفاف‌تری برای پذیرش فن‌آوری‌های اطلاعات ایجاد می‌کند (کلور^۱، ۲۰۰۰).

جهانی‌شدن پیشرفت جدیدی نیست، بلکه گام‌های آن در نتیجه پیشرفت فن‌آوری‌های نوین به‌ویژه در عرصه ارتباطات از راه دور سریع‌تر شده است (جهانی‌شدن^۲، ۲۰۰۲).

نوآوری‌های صورت گرفته در زمینه ارتباطات و تکنولوژی اطلاعات، هم‌چنین ظهور فرهنگ رسانه‌ای جمعی، که به فاصله کهکشان گوتنبرگ تا کهکشان مک لوهان روی داده است، سبب ایجاد یک کهکشان جدید ارتباطی شده است که جز در پاره‌ای نقاط جهان در همه جا به راحتی قابل مشاهده است (کاستلز، ۱۹۹۸، ص ۳۳۰).

لی خوا و پن شین پینگ^۳ (۲۰۰۱)، در کتاب خود بر این عقیده‌اند که ملل جهان در قرن بیست و یکم با شرایط و اوضاع و احوال جدیدی روبه‌رو خواهند بود که در آن همه منابع، سرمایه‌ها، علوم و فنون و نیروی انسانی کشورها در بازاری واحد به کار می‌افتد و همه تئوری‌های سنتی دربارهٔ زمان و مکان بی‌اعتبار می‌شود. در جهان قرن ۲۱، اطلاعات عامل اصلی توسعه و پیشرفت اقتصادی خواهد بود. انقلاب اطلاعاتی و گسترش نقش اینترنت باعث تسریع مبادله اطلاعات در عصر جهانی‌شدن خواهد بود و برنده واقعی کسی است که بتواند اطلاعات بیشتری را در کمترین زمان ممکن به دست آورد (امیدوارنیا، ۱۳۸۱، ص ۵۸۶).

جهانی‌شدن و تأثیر آن بر اقتصاد

بی‌شک «جهانی‌شدن» مهم‌ترین و بارزترین وجه تمایز اقتصاد «امروز» و «دیروز» جهان است. مقولهٔ جهانی‌سازی اقتصاد، مرزهای جغرافیایی را مقدم بر معاملات تجاری، مبادلات تحقیقات علمی، و القای ارزش‌های فرهنگی، بین‌المللی و آرزوهای شخصی تغییر داده است. اینترنت و ارتباطات راه دور سبب ایجاد انقلاب در ابزارهایی شده‌اند که از آن طریق، مبادلات تجاری، ارتباطات، تولید، دریافت، کوتاه‌سازی، تحلیل، و اشاعهٔ اطلاعات به انجام می‌رسد.

1. Kluver
2. Globalization
1. Li Heihu & Panshinping

در دهه ۱۹۹۰، بسیاری از مدیران تجاری، سرمایه‌گذاران، روزنامه‌نگاران، و سیاست‌مداران به‌طور حتم ملزم شدند راجع به این حقیقت که اقتصاد جهانی دستخوش یک تغییر ساختار اساسی سوگرفته توسط دو عامل جهانی شدن و انقلاب در فن‌آوری‌های اطلاعات و ارتباطات است، فکر کنند. ساختار پذیرفته شده اقتصاد نوین، برخاسته از نتیجه این دو عامل یعنی جهانی شدن و فن‌آوری‌های اطلاعات و ارتباطات همراه با انتشارات تجاری است. حقیقتاً استدلال ساده‌ای بود که یک شرکت تجاری، صنعتی یا اقتصادی بتواند، با موفقیت به دور از این گرایش‌های جهانی رقیبان خود را در عمل از میدان رقابت خارج کند و واقعاً، این شاهد مهمی برای اقتصاد نوین در سطحی بالا است (پویولا^۱، ۲۰۰۲، ص ۱۳۴). از جمله ویژگی‌های جهانی شدن در بُعد اقتصادی، اقتصاد بدون مرز است. توسعه فعالیت‌های اقتصادی مبتنی بر سرمایه‌داری در تمام دنیا بسط یافته و اقتصادی به واقع جهان‌گستر به وجود آورده است. عملاً «جهانی بدون مرز» در بازارهای مالی و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی وجود دارد و منطبق با بازار جهانی به شکل فزاینده نسبت به این مسئله که یک کالا یا خدمات دقیقاً کجا و توسط کدام کشور تولید می‌شود بی‌تفاوت شده است، و از طریق کاربرد رویه‌های کاری انعطاف‌پذیر و فن‌آوری برتر حتی روابط اجتماعی تولید هم به تدریج دگرگون می‌شوند. فرایندهای تولیدی، سرمایه‌گذاری، توزیع، و بازاریابی و مبادله به صورت مشترک بین ملت‌ها در جهان صورت می‌گیرد. تجارت جهانی^۲ گسترش یافته و مرزهای تجاری و موانع صادرات و واردات حذف می‌شود. اقتصاد در عصر جهانی شدن در فازهای تولید، توزیع، بازار فروش، سیاست‌های اعتباری و جهانی، تبلیغات بازرگانی، و سیاست‌های مالی و پولی منحصر به مرزهای ملی و حاکمیتی نیست؛ و به عبارت دیگر، اهمیت زمان و مکان رویدادها کاهش یافته است.

جهانی شدن اقتصاد به تشدید جریان کالا، خدمات، اطلاعات، سرمایه‌گذاری، و عوامل تولید در سطح بین‌المللی دلالت دارد که منجر به یکپارچگی اقتصادی جهان می‌شود.

کوآ^۳ (۱۹۹۹) عقیده دارد جهانی شدن با ادغام اقتصاد ملی کشورها در یکدیگر پیش می‌رود. برخلاف دوران‌های قبل، اقتصاد جهانی مبتنی بر کشاورزی یا صنعتی نیست بلکه در عصر حاضر جهانی شدن اقتصاد، فعالیتی غالب است که بی‌وزن و نامحسوس است. «اقتصاد بی‌وزن» از ویژگی‌های محصول جهانی شدن اقتصاد است، این محصول مبتنی بر اطلاعات، مانند نرم‌افزار رایانه، رسانه و محصولات سرگرمی، تفریح و

1. Pohjola
2. World Trade
3. Quah

خدمات اینترنتی است و این شرایط جدید اقتصادی با استفاده از اصطلاحات زیادی از قبیل جامعه فراسنتی، عصر اطلاعات، و عموماً امروز با دانش اقتصادی توضیح داده می‌شود (بهرنگی نیا، ۱۳۸۵، ص ۶۲).

جهانی‌شدن در هیچ حوزه‌ای به اندازه حوزه اقتصادی پیشرفت نداشته است (برتون و پانتون^۱، ۱۹۹۶). این جهانی‌شدن خود عمدتاً پیامد انفجاری تکنولوژیک است که هم‌زمان در کامپیوتری کردن امور، ارتباطات راه دور، و حمل و نقل سریع مشاهده می‌شود (تائرز، ۱۳۷۵، ص ۳۲-۳۸). در نتیجه این امر می‌توان تأثیرات عمده جهانی‌شدن بر اقتصاد را در موارد زیر برشمرد:

۱. افزایش رقابت

افزایش رقابت در سطح اقتصاد بین‌الملل یکی از مهم‌ترین دستاوردهای جهانی‌شدن اقتصاد است. امروزه با کاهش هزینه حمل و نقل و رشد تکنولوژی اطلاعات و تجارت الکترونیکی، نقش مرزها به حداقل رسیده، بنگاه‌های اقتصادی همه کشورهای جهان را بازار و صحنه رقابت خود داشته و با افزایش رقابت در این زمینه کارایی سیستم اقتصاد بین‌المللی افزایش می‌یابد. در این رابطه ادوارد چراهام^۲ (۱۹۹۸) عقیده دارد که هدف سیاست‌های رقابتی در کارایی بیشتر است.

۲. وابستگی بیشتر اقتصاد کشورها

از دیگر دستاوردهای جهانی‌شدن، وابستگی بیش از پیش اقتصاد کشورهای جهان به یکدیگر است. در عرصه جهانی‌شدن اقتصاد، هرچه رقابت بنگاه‌های اقتصادی بیشتر شود (از دیدگاه اقتصاد خرد)، وابستگی اقتصاد کشورها (از دیدگاه کلان) به هم بیشتر می‌شود. در این عرصه، برنده شدن یکی به معنی شکست کامل طرف دیگر نیست، بلکه اقتصادها در عرصه جهانی چنان به هم پیوند خورده‌اند که بروز یک بحران در کشورهای کوچک دامنگیر سایر کشورها نیز می‌شود.

۳. به چالش کشاندن دولت‌ها

جهانی‌شدن از آنجا که از قدرت کنترل دولت‌ها بر اقتصادهای ملی می‌کاهد، موجب می‌شود دولت‌ها در رابطه با اقتصاد ملی و بازارها دچار چالش شوند؛ زیرا با بروز این

1. Brelherton & Panton
2. Chraham

پدیده، قوانین و مقررات ملی رفته رفته جای خود را به قوانین و مقررات بین‌المللی می‌دهند و به تبع آن سازمان‌های بین‌المللی عهده‌دار بسیاری از وظایف سازمان‌های ملی در کشورها خواهند شد.

۴. گسترش تقسیم کار بین‌المللی

با از میان برداشتن موانع تجاری در زمینه نقل و انتقالات سرمایه و منابع مالی، قطعاً تقسیم کار بین‌المللی گسترش خواهد یافت که این خود به افزایش کارایی اقتصاد بین‌المللی کمک شایانی خواهد نمود (سیدنورانی، ۱۳۷۹، ص ۱۶۰).

در مطالعه فرایند جهانی‌شدن اقتصاد، عوامل و عناصر مختلفی یافت می‌شوند که هر یک به توبه خود در ایجاد و تداوم این فرایند مؤثر واقع شده و می‌شوند. اما به‌طور کلی، چهار عنصر اساسی و بنیادین که به‌طور ملموس چرخ‌های جهانی‌شدن اقتصاد به‌شمار می‌روند و سایر پدیده‌ها و عوامل جهانی‌شدن را تحت تأثیر قرار داده‌اند، عبارتند از: رشد فن‌آوری، تجارت جهانی، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، و ادغام بازارهای مالی و سرمایه‌ای.

در جهانی‌شدن اقتصاد که حاصل رشد فن‌آوری، انقلاب اطلاعاتی، و افزایش روزافزون ارزش بازار علم و دانش است، این تحول برای بسیاری بدین معناست که اقتصادی جدید پدید آمده است که افزایش بهره‌وری آن سریع‌تر است. آنها معتقدند که این انقلاب اطلاعاتی دوره‌ای از رشد بالا و پایدار را در سراسر جهان در پی خواهد داشت. به نظر استیگلیتز^۱ (۲۰۰۱)، جهانی‌شدن نه تنها حذف موانع تجارت آزاد و یکپارچگی نزدیک‌تر اقتصادهای مالی، بلکه هم‌چنین ارتباطات نزدیک‌تر و کنش‌های متقابل سریع‌تر بین مردم جهان است. جریان‌ات نامحدودتر و شتابان‌تر میان کشورها و مردمان، تنها شامل کالاها، خدمات، سرمایه و افراد نمی‌شود، بلکه دانش و ارزش‌ها را نیز دربرمی‌گیرد؛ از جمله علل و عوامل جهانی‌شدن، هزینه کاهنده حمل و نقل و ارتباطات فرامرزی و تقلیل موانع مصنوعی چون موانع تجاری، محدودیت‌های مهاجرت، و حقوق مالکیت فکری است.

جهانی‌شدن و تأثیر آن بر اطلاعات

کاستلز (۱۹۹۸) می‌گوید: عصر اطلاعات، جبر تکنولوژیک است. جهانی‌شدن و اطلاعات پردازی، ساختارهای بنیادین جوامع ما در سرتاسر جهان هستند، فضای مجازی هم اکنون این قلمرو همگانی را پدید آورده است. بنابراین، مؤثرترین ابزاری که

I. Stiglitz

روند جهانی شدن را شتاب بخشیده پیشرفت‌هایی است که در صنعت ارتباطات و تکنولوژی کامپیوتر روی داده است.

تغییراتی که فن‌آوری اطلاعات به وجود آورده می‌توان به این ترتیب برشمرد:

- فن‌آوری اطلاعات قوه تفکر انسان را توسعه داده است.
- فن‌آوری اطلاعات تمام جهان را به هم مرتبط کرده است.
- فن‌آوری اطلاعات مردم جهان را به یکدیگر نزدیک ساخته است.
- فن‌آوری اطلاعات از پیچیدگی‌های دنیا کاسته است.

ادعای اصلی جهانی شدن حذف موانع و مرزهای موجود بر سر راه انتقال کالاها و خدمات و کوتاه کردن فاصله زمانی و مکانی میان مبادلات انسانی است.

اینترنت و فضای وب سایت وسیله‌ای است جهت برقراری تماس با مشتریان و آشنا کردن آنها با محصولات و خدمات. در این معنا، اینترنت رسانه‌ای است که یک پیغام می‌تواند از طریق آن منتقل شود. در معنای دیگر، اینترنت روش توزیع به حساب می‌آید که از طریق آن، کالاها و خدمات در ابتدا به خریدار نمایش (اطلاع‌رسانی) و سپس تحویل مشتری می‌گردد.

بنابراین، اینترنت نوعی زیرساختار مناسب برای ارتباطات و امید در روابط دو طرفه بین طرفین معامله یا طرفین درگیر در همکاری تجاری از راه دور برقرار می‌کند. در واقع، تولیدکنندگان، صنعت‌گران و در یک کلام جامعه می‌تواند از ویژگی‌های کلیدی اینترنت به‌عنوان ابزاری برای رفع نیاز اطلاعاتی خود و هم‌چنین دسترسی سریع به آنچه می‌خواهد استفاده کند؛ از جمله دسترسی ۲۴ ساعته، چند رسانه‌ایی بودن، حضور در همه جا، جهانی بودن، و دو سویه بودن.

جهانی شدن اطلاعات و اثر آن بر اقتصاد

هال واریان^۱ (۱۹۹۶) اقتصاددان معروف عقیده دارد که پیشرفت کامپیوتر و شبکه‌های اطلاعاتی باعث شده که هر فردی در هر کجا و هر زمان به اطلاعات دسترسی داشته باشد. جهانی شدن اطلاعات، سبب توجه به اهمیت و ارزش اطلاعات در عرصه اقتصادی شده است که در نتیجه آن «شفاف بودن اطلاعات» مطرح می‌گردد. در صورت شفاف نبودن اطلاعات، رانت^۲ اطلاعاتی مطرح می‌شود که در واقع یکی از رانت‌های اقتصادی است.

1. Hal Varian

۲. رانت، دریا فنی حاصل از فعالیت‌های غیر مولد است.

اما مسئله «شفافیت اطلاعات» که تاکنون کمتر در مورد آن بحث شده است و تنها برخی اقتصاددانان مانند ارو و نورث^۱ در این مورد تحلیل‌هایی ارائه کرده‌اند. بحث شفافیت اطلاعات را با کمی تلاش می‌توان «تقارن اطلاعات^۲» تعریف کرد. تقارن اطلاعات بدین معناست که؛ طرفین مبادله‌کننده به یک اندازه از کیفیت کالای مورد مبادله در بازار اطلاع داشته باشند. به عبارت دیگر، توزیع ناهمسان اطلاعات میان طرفین، عدم تقارن اطلاعات است.

این عدم تقارن، دو حیطة گسترده و تقریباً مستقل دارد:

۱. مبادلات اقتصادی

۲. تصمیم‌گیری‌های اجرایی

۱. عدم تقارن اطلاعات در مبادلات اقتصادی

با حرکت از جامعه سنتی به سوی جامعه مدرن میزان عدم تقارن اطلاعات افزایش می‌یابد؛ زیرا با تقسیم کار بیشتر و تخصصی‌تر شدن کارها، هر فرد، تنها در موارد معدودی از فعالیت‌ها اطلاع دارد. این عدم تقارن اطلاعات در بسیاری از موارد مبادله کالا یا خدمات می‌تواند باعث ایجاد رانت برای ارائه‌کننده کالا یا خدمات باشد.

۲. عدم تقارن اطلاعات در تصمیم‌گیری‌های اجرایی

با توجه به اینکه تصمیمات اجرایی، پیامدهای اقتصادی به دنبال دارد، لذا دسترسی و اطلاع سریع‌تر از آن تصمیمات، دارای ارزش اقتصادی خواهد بود (میرزایی‌نژاد، ۱۳۸۴).

منابع عدم تقارن اطلاعات

استیگلیتز (۲۰۰۲) عقیده دارد، نخستین پرسشی که باید در این فرایند پاسخ‌گفته شود: منشأ این عدم تقارن اطلاعات است. در واقع، تصور اطلاعات کامل در اقتصاد ناممکن است و بیشتر تحقیقات بر مسئله عدم تقارن متمرکز است. نکته اینجاست، افراد مختلف چیزهای متفاوتی را می‌دانند، این مسئله از خصوصیات اصلی بازار غیر متمرکز است. اقتصاددانان نیز به مسئله عدم تقارن در فضای اقتصادی بسیار اندیشیده‌اند، اما هرگز بر اینکه «چگونه خلق شده است» و «چه نتایجی می‌تواند داشته باشد» متمرکز نبوده‌اند.

برخی از این عدم تقارن‌ها، ذاتی است؛ هرکسی در مورد خودش بیش از دیگران می‌داند. برخی به‌طور طبیعی خارج از فرایند اقتصادی قرار می‌گیرند، کارفرمای بالفعل

1. Bero & North

2. Information Asymmetry

بیش از کارفرمای بالقوه دارای اطلاعات است؛ و برخی از عدم تقارن‌ها به صورت غیرقابل اجتناب در حال گسترش است که به دلیل ساختار و عملکرد بازارها ایجاد شده‌اند (شاه حسینی، ۱۳۸۵، ص ۳۰۶).

پیشگیری از رانت حاصل از عدم تقارن اطلاعات

منظور از رانت اطلاعاتی یعنی در اختیار داشتن اطلاعاتی بیش از آنچه که دیگران در اختیار دارند و در نتیجه امکان دستیابی به منافع بیشتر است و در کنار آن عدم دسترسی به اطلاعات مورد نیاز می‌تواند زمینه زیان دیدن یک فرد یا بنگاه اقتصادی را فراهم نماید. در این زمینه، گروهی «تزریق اطلاعات» به جامعه را پیشنهاد می‌کنند. مسلماً هر قدر اطلاعات افراد بیشتر باشد، امکان رانت‌جویی کاهش خواهد یافت. اما، اولاً هرچند که عصر کنونی «عصر انفجار اطلاعات» نامیده می‌شود اما این افزایش اطلاعات بیشتر در خدمت افزایش تخصص و تقسیم کار است که خود، عامل پیدایش عدم تقارن اطلاعاتی معرفی می‌شود. ثانیاً؛ آسیب اطلاعات یا تزریق آن هزینه‌های مبادله را افزایش می‌دهد به نحوی که گاهی اوقات هزینه آسیب آن به اندازه‌ای است که مبادله‌کننده از آن صرف‌نظر می‌کند (میرزایی‌نژاد، ۱۳۸۴).

فن‌آوری اطلاعات امکان گردآوری، پردازش، و انتشار اطلاعات محیط سازمان را به شکل بی‌سابقه‌ای، در اختیار سازمان‌ها نهاده است و خود باعث افزایش سرعت واکنش به تحولات و دگرگونی‌های بازار شده است. نظام‌های رایانه‌ای موسوم به پشتیبان تصمیم‌گیری و نظام‌های خبره به یاری مغز مدیران شتافته‌اند اما باز هم کوچک‌ترها سریع‌ترند و این دنیای اقتصادی پر از چالش، تنها برای سریع‌ترها جا دارد. از طرفی قدرت‌های تبلیغاتی و مانورهای تجاری در برابر قدرت بازار و قدرت دانش سر تسلیم فرو آورده‌اند.

رایانه‌ها پردازش اطلاعات تجاری را صدها برابر ارزان‌تر نموده‌اند و ارتباطی دیجیتال گویا گوشه‌گوشه جهان، تجارت را از راه ابریشم به سراسر گیتی کشانده است. ثروت تولید و انبار می‌شود و خطوط فیبرنوری مرزهای جغرافیایی را درمی‌نوردد. در نهایت باید گفت که با ظهور اینترنت، اقتصاد اطلاعات به طور کامل به وضعیتی که امروز شاهد آن هستیم تحقق یافته است.

اقتصاد اطلاعات

مچلاپ^۱ (۱۹۶۲) متوجه شد که از سال ۱۹۵۹، مشاغلی که منتج به ایجاد اطلاعات

می‌گردند از لحاظ تعداد، نسبت به سایر مشاغل فزونی یافته است. پس از آن در سال ۱۹۷۳، نویسندگانی مانند دانیل بل و رابین^۱ (۱۹۷۳) به اقتصادهای نوپا به‌عنوان فراصنعتی^۲ اشاره کردند. در سال ۱۹۷۷، پورات^۳ مقاله‌ای دربارهٔ اندازه‌گیری، برآورد محدوده و اندازهٔ این اقتصاد ارائه داد و آن را به‌عنوان «اقتصاد اطلاعات» توصیف کرد (ورزولا^۴، ۲۰۰۶). استیگلیتز (۲۰۰۱) عقیده دارد از لحاظ تاریخی نزدیک به دو‌یست سال است که «اقتصاد اطلاعات» زیر شاخه‌ای از اقتصاد شده است (شاه‌حسینی، ۱۳۸۵، ۳۰۱).

در بحث «اقتصاد اطلاعات»، واژهٔ اطلاعات در گسترده‌ترین و در عین حال تخصصی‌ترین شکل خود مورد استفاده قرار می‌گیرد و عبارت از هر چیزی است که بتواند رقمی (دیجیتال) گردد و در قالب سری‌هایی از صفر و یک کدبندی شود. نتایج مسابقات فوتبال، کتاب‌ها، بانک‌های اطلاعاتی، مجلات، فیلم‌ها، موزیک، نرخ سهام در بورس، و بالاخره صفحات وب همه کالاهای اطلاعاتی به حساب می‌آیند. می‌توان به‌عنوان مثال حداقل در بدو بحث این نکته را مطرح کرد که تولیدات اطلاعاتی از دیدگاه مصرف‌کنندگان دارای چه نوع ارزش متفاوتی با دیگر اطلاعات است. یک واقعیت اطلاعاتی می‌تواند منبع تفریح و تفنن برای گروهی و منبع سود برای گروهی دیگر باشد. به عبارت دیگر، همگان آماده نیستند که هر بهایی را برای یک واقعیت اطلاعاتی بپردازند. کارشناسان اطلاعات همه به این نکته عقیده دارند که مصرف‌کنندگان مختلف به یک پدیدهٔ اطلاعاتی ارزش‌های بسیار متفاوتی می‌دهند (محسنی، ۱۳۸۰، ص ۱۶۴). پورات (۱۹۷۷) بخش اطلاعات را به دو گروه بخش اطلاعات اولیه و ثانویه^۵ طبقه‌بندی می‌کند. کارکنان بخش اطلاعاتی اولیه شامل افرادی می‌شوند که مرتبط با ایجاد یا کاربرد آن اطلاعات هستند. مانند دانشمندان، نویسندگان، کتابدارها و غیره. کارکنان بخش اطلاعاتی ثانویه آن کسانی هستند که در جهت اقلام غیر اطلاعاتی کار می‌کنند اما کارشان مرتبط با کار اطلاعاتی است. در واقع، کارکنانی هستند که در شرکت‌های غیر اطلاعاتی کار می‌کنند و اطلاعاتی را برای تولید کشاورزی و صنعت تولید می‌کنند (ورزولا، ۲۰۰۶).

پورات هم‌چنین موارد زیر را در طبقه اطلاعاتی اولیه قرار می‌دهد:

۱. تولید دانش و اختراع (R&D^۶ و سرویس‌های اطلاعاتی)
 ۲. توزیع و انتقال اطلاعات و ارتباطات (آموزش، سرویس‌های اطلاعات عمومی و ارتباطات راه دور)
 ۳. مدیریت ریسک (بیمه و صنایع مالی)
1. Daniel Bell & Rubin
 2. Post-industrial
 3. Porat
 4. Verzola
 5. Primary information sector & secondary information sector
 6. Research & Development

۴. جست‌وجو و هماهنگی (واسطه‌گری و تبلیغات)
۵. پردازش اطلاعات و سرویس‌های انتقال اطلاعات (پردازش‌های اطلاعاتی مبتنی بر کامپیوتر و زیرساخت ارتباطات راه دور)
۶. کالاهای اطلاعاتی (ماشین حساب‌ها، نیمه هادی‌ها، کامپیوترها)
۷. برخی فعالیت‌های دولتی (آموزش و سرویس‌های پستی)
۸. تسهیلات پشتیبانی (ساختمان‌ها و وسایل اداری)
۹. عمده‌فروشی و خرده‌فروشی در خدمات و کالاهای اطلاعاتی

در مفهوم محدود، اقتصاد دانش^۱، به اقتصاد اطلاعات اشاره دارد، که در آن فن‌آوری اطلاعات نقش اساسی در تعیین مزیت‌های رقابتی ملت‌ها بازی می‌کند و به عنوان ابزاری برای توضیح اقتصاد نوین^۲ با سطح بالایی رشد و سطح پایین قیمت‌ها مطرح است. (حسینی و چهارم‌حالی بیغش، ۱۳۸۴، ص ۶۱).

اقتصاد اطلاعات، آن بخش از اقتصاد است که به بهره‌وری و کسب سود از طریق روش‌های اطلاع‌رسانی، ارتباطی، و اطلاعات به صورت بعضاً الکترونیکی در جهت فروش و عرضه محصول و خدمات - غیر از روش‌های سنتی - برای جامعه مخاطبان خود می‌پردازد. در جهان امروز این نوع اقتصاد، که بعضاً به اقتصاد سبیرنتیکی نیز بیان می‌شود، به دنبال کسب و کار الکترونیکی در اقتصاد است (آقازمانی، ۱۳۸۴).

این اقتصاد با توجه به اطلاعاتی که در قالب‌های الکترونیکی در اختیار می‌گیرد استراتژی تولید، عرضه خدمات، و محصولات متنوعی را در محیط‌های الکترونیکی یا نیمه الکترونیکی فراهم می‌کند تا مخاطبان خود، با استفاده از ابزارهای فن‌آوری اطلاعات به سیستم‌های عرضه مبتنی بر اقتصاد اطلاعات فروشنده متصل شوند.

بارلو^۳ (۱۹۹۴) در مقاله خود بر این نکته تأکید کرد که هر چقدر اطلاعات مأنوس‌تر شود ارزش آن افزایش می‌یابد؛ برعکس، کالاهای فیزیکی که هر چقدر نادر و کمیاب باشند، بیشتر ارزشمند هستند.

پورات (۱۹۷۷) تعریفی را ارائه نمود که در آن تفاوت‌های دامنه دو اقتصاد را تشخیص داد: دامنه اطلاعات را بخش اطلاعاتی و دامنه ماده و انرژی را که شامل کشاورزی و صنعت است بخش کشاورزی و صنعتی نامید. بخش اطلاعات مرتبط است با انتقال آن از یک الگو به الگویی دیگر، زمانی اقتصاد به اقتصاد اطلاعات تبدیل می‌شود که اطلاعات یک رشته کاری به رشته‌های کاری دیگر مرتبط می‌شود (ورزولا، ۲۰۰۶).

در حال حاضر، تکنولوژی اطلاعات و شبکه جهانی اینترنت، تجارت و دادوستد جهانی را

1. Knowledge Economy
2. New Economy
3. Bartlow

وارد عصر جدیدی به نام EC (تجارت الکترونیک) کردند که با سرعت زیادی درحال گسترش است. دیگر در این عصر از ارسال کاتالوگ و بروشور که امری نسبتاً پرهزینه و وقت‌گیر است فقط بازرگانان و شرکت‌های سنتی استفاده می‌کنند و موفقیت از آن‌هایی است که برای ارائه خدمات سریع‌تر و پاسخگویی با هزینه کمتر به تکنولوژی جدید و اینترنت رو آورده‌اند.

کسب و کار اینترنتی این امکان را فراهم می‌سازد تا اطلاعات از مشتریان جمع‌آوری و از طریق وب سایت، بازاریابی و فروش انجام شود؛ اگرچه این اطلاعات در مورد سفارشات است، اما می‌توان در مورد اینکه مشتریان چه کسانی هستند، محصولات را به کجا منتقل می‌کنند، روش نقل و انتقال، و مصرف آنها اطلاعاتی به دست آورد.

شاید مهم‌ترین نیروی پیش‌برنده جهانی‌شدن اقتصاد اطلاعات؛ انقلاب در تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات است، که هزینه‌های ارتباط از راه دور را کاهش داده و از این‌رو اهمیت فاصله را در فعالیت‌های اقتصادی به حداقل رسانده است. فعالیت‌های اقتصادی شامل خرید و فروش کالا، خدمات و نیز سایر معاملات مالی را می‌توان با کمک شبکه‌های ارتباطی از راه دور هدایت کرد.

رابرت کوهن و جوزف نای^۱ (۲۰۰۰) در این باره می‌گویند «انقلاب اطلاعات در مرکز جهانی‌شدن اقتصادی و اجتماعی است. تفاوت واقعی در سرعت ارتباطات فردی نیست، بلکه در کاهش هزینه ارتباطات است» (فرسای، ۱۳۷۹، ص ۳۸۱).

ورزولا (۲۰۰۶) در مقاله خود به‌طور کلی مفاهیم زیر را در رابطه با اقتصاد اطلاعات مطرح می‌کند:

۱. اقتصاد اطلاعات اقتصادی است که بخش اطلاعات آن برجسته و نمایان‌تر از بخش صنعتی یا کشاورزی اقتصاد شده است.

۲. بخش اطلاعات جزئی از اقتصاد است که با ایجاد، پایش^۲، پردازش^۳، انتقال، توزیع و کاربرد و استفاده از اطلاعات ارتباط دارد به‌طوری‌که اطلاعات باعث کاهش درصد عدم اطمینان^۴ می‌شود. عدم اطمینان واحدی است برای مقایسه احتمالات مختلف. اطلاعات، عدم اطمینان بین دو خروجی که دارای شانس مساوی هستند را حل می‌کند. کوچک‌ترین واحد اطلاعات بیت است که عدم قطعیت بین نتیجه دو تساوی ممکن است. اطلاعات موجودیتی غیرمادی است. انرژی هم نیست و شکل فیزیکی آن فقط در یک واسط فیزیکی مانند هارد دیسک و یا شکل فیزیکی آن در ارتباطات (به‌عنوان سیگنال رادیویی) نمود می‌یابد.

۳. براساس این تعریف، اطلاعات شامل نرم‌افزار، بانک اطلاعاتی، موسیقی، فیلم، محتویات

1. Robert Khohane & Joseph Nye
2. Manipulation
3. Processing
4. Uncertainty

کتاب، طراحی، اطلاعات عمومی، حافظه‌های زیستی و انسانی، و دیگر موجودیت‌هایی است که ممکن است به نمایش درآید و از طریق بیت ذخیره و ارتباط داده می‌شوند. همهٔ اینها ممکن است کالاهای اطلاعاتی^۱ نامیده شوند. اما میزان اطلاعاتی که در آنها به کار رفته به گونه‌ای است که قسمت اعظم قیمت این کالاها را تشکیل می‌دهند. کالاهای اطلاعاتی شامل کالاهایی می‌شود که به طور خالص اطلاعات نیستند اما ماهیت و مقدار اطلاعات مشتعل به گونه‌ای است که بیشترین سهم قیمت کالا را رقم می‌زند. از جمله کالاهای اطلاعاتی می‌توان به پروتکل‌های اینترنت، اشکال، استانداردها و افلامی مشابهی که در تسهیلات و تجهیزات اطلاعاتی استفاده می‌شوند اشاره کرد.

۴. اقتصاد اطلاعات هم‌چنین شامل تجهیزات و تسهیلات فیزیکی برای تولید و پردازش اطلاعات نیز می‌شود؛ اگرچه این تجهیزات خارج از محدودهٔ اقتصاد اطلاعات تولید شوند. از جملهٔ این ابزارهای فیزیکی می‌توان کامپیوترها، تجهیزات ارتباطی، ایستگاه‌های کاری، کتابخانه‌ها، سینماها، و سایر ابزارهای مشابه را نام برد.
۵. علاوه بر این، اقتصاد اطلاعات شامل افراد درگیر تولید و توزیع اطلاعات نیز می‌شود.
۶. در مورد ویژگی‌های اقتصادی اطلاعات می‌توان گفت، اطلاعات موجودیتی است که نه ماده است و نه انرژی. ماده و انرژی فقط در زمانی نیاز است که اطلاعات نیاز به ذخیره یا انتقال دارد. درحالی‌که فرآوری اطلاعات در حال پیشرفت است، روش‌های ذخیره و ارتباطی اطلاعات که ماده و انرژی کمتری استفاده می‌کنند رو به افزایش می‌رود. بنابراین، هزینهٔ تولید مجدد اطلاعات به سمت صفر میل می‌کند (مانند کپی برداری).
۷. کالای اطلاعاتی ممکن است مقدار قابل توجهی ماده و انرژی را برای ایجادش به خود اختصاص دهد، اما هزینه‌ای برای تولید مجدد ندارد. بنابراین، اقتصاد آن به‌طور ویژه متفاوت با اقتصاد کالاهای فیزیکی است (به‌عنوان مثال کالاهایی که در واحد، شامل مقادیر ثابتی از ماده و انرژی مصرف شده هستند که با ناچار در هزینه این کالاها منعکس خواهد شد). کالاهای اطلاعاتی در عمل ممکن است بدون هیچ هزینه‌ای تولید شوند (هزینهٔ تفاضلی نزدیک به صفر دارند) که به این معنی است یک‌بار ایجاد می‌شود و کمبود این کالا بدون هیچ‌گونه هزینه‌ای مرتفع گردد. بنابراین، مطالعهٔ اقتصاد اطلاعات نه تنها مستلزم مطالعهٔ متعارف اقتصاد کمبودها^۲ است بلکه مطالعهٔ اقتصادی فراوانی^۳ را می‌طلبد.
۸. کالاهای اطلاعاتی می‌توانند از طریق (IPR^۴) تحت مالکیت قرار گیرند که قوانین انحصاری کپی را شامل می‌شود. IPR کمبودی مصنوعی ایجاد می‌کند. این کار، پتانسیل فراوانی یک کالای اطلاعاتی را که فقط یک‌بار ایجاد می‌شود بلا اثر می‌کند.

1. Information goods
2. Economic of scarcity
3. Economics of abundance
4. Intellectual property rights

دارندگان مالکیت‌های اموال معنوی به‌طور مصنوعی قیمت کالاهای اطلاعاتی را به شکل علی‌الرأس تعیین می‌کنند. اقتصاد اطلاعاتی، که به چنین مکانیسم‌های انحصاری استناد می‌کند ممکن است اقتصاد اطلاعات انحصاری^۱ نامیده شود. در آینده ممکن است اقتصاد اطلاعات غیر انحصاری را مشاهده کنیم. وقتی که فعالیت‌های معنوی از طریق راه‌های غیرانحصاری کسب منافع نمایند و مردم از مزایای اقتصاد فراوانی در رابطه با کالای اطلاعاتی برخوردار شوند. تجهیزات و تسهیلات با وجودی که شامل مالکیت انحصاری هستند ولی قیمت آنها براساس عرضه و تقاضا است، همانند تجهیزات صنعتی و زمین. در اقتصاد اطلاعات انحصاری، پرداخت برای استفاده از کالاهای اطلاعاتی و تجهیزات و تسهیلات اطلاعات، مستلزم انتقال و مالکیت نیست بلکه فقط دربردارندهٔ اجازه‌ای موقتی برای استفاده از آن است. این پرداخت‌ها شکلی از اجاره به نظر می‌رسد؛ بنابراین، مالک کالاهای اقتصادی ممکن است مالک فضای مجازی یا مالک مجازی نامیده شوند.

مآخذ

- آقازمانی، علی محمد (۱۳۸۴). بر بال اقتصاد اطلاعات. قابل دسترسی در: <http://aftab.ir/articles/computer-internet-information-technology/information-technology/c14c1132572128p1.php>
- امیدوارنیا، محمدجواد (۱۳۸۱). جهانی‌شدن اقتصاد و چالش‌هایی که چین با آن روبه‌رو است، معرفی کتاب. فصلنامه سیاست خارجی، سال ۱۶، ص ۵۸۵ - ۵۸۹.
- بهرنگی‌نیا، ناصر (۱۳۸۵). جهانی‌شدن اقتصاد و ساز و کارهای بین‌المللی. ماهنامه بررسی‌های بازرگانی، سال ۳، ش ۱۷، ص ۵۸ - ۶۸.
- نانرز، مایکل (۱۳۷۵). جهانی‌شدن اقتصاد. ترجمه مجید ملک‌ان، فرهنگ توسعه، ش ۲۳.
- حسینی، سیدشمس‌الدین و چهارم‌حالی بیغش. اکبر (۱۳۸۴). اقتصاد دانش و شکاف توسعه در ایران. فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین، سال اول، ش ۱، ص ۵۵ - ۸۲.
- رابرتسون، خ. (۱۳۷۹). «گفتمان‌های جهانی‌شدن». ترجمه رضا استاد رحیمی هریسی. اندیشه امروز، چهارشنبه ۱۷ اردیبهشت، ص ۱۱.
- سیدنورانی، محمدرضا (۱۳۷۹). جهانی‌شدن کشورهای درحال توسعه و ایران. ماهنامه سیاسی - اقتصادی، ش ۱۵۵ - ۱۵۶، ص ۱۵۸ - ۱۶۳.

- شاه‌حسینی، سعید (۱۳۸۵). اقتصاد اطلاعات و ضعف اقتصاد متعارف. راهبرد یاس، ش ۵، ص ۳۰۱ - ۳۱۴.
- کوهن، رابرت و نای، جوزف (۱۳۷۹). جهانی‌شدن: تازه‌ها و دیرینه‌ها. ترجمه شهرام فرسای. فصلنامه سیاست خارجی، ش ۲، ص ۳۷۵ - ۳۸۳.
- میرزایی‌نژاد، محمدرضا (۱۳۸۴). رانت اقتصادی. قابل دسترس در: <http://aftab.ir/articles/economy-marketing-business/economic-science/c2c112610165>
- هاشمی، ف.م (۱۳۸۳). «ملاحظات در باب جهانی‌شدن». ماهنامه صنعت سیمان، شماره ۷۱، ص ۲۵ - ۲۹.
- Barlow, John Perry (2006), "The economy of ideas". [online] Available: www.wired.com/wired/archive/2.03/economy.ideas.html.
- Bretherton, Charlotte & Panton, Geoffrey (1996). *Global Politics*. London: Basil black well.
- Castells, Manuel (1998). *The network society*. London: Blackwell.
- Chraham, Edward (1998). *The role of competition policy & corporate governance*. Managing Asia Financial Sector Recove.
- Globalization. (2002). [online] Available: <http://canadianeconomy.gc.ca/english/economy/globalization.html>.
- Intriligator, Michael (2004). "Globalization of the world economy: Potential benefits and costs and a net assessment". [online] Available: www.mgimo.ru/filesserver/2004/.../konf-2-12-05/globaliz-costs-benefits.pdf
- Kluser, R. (2000). "Globalization, information and intercultural communication". [online] Available: <http://acjurnal.org/holdings/vol3>
- Machlup, f. (1962), *The Production and Distribution of Knowledge in the United States*, (Princeton University Press, Princeton, NJ).
- Pohjola, Matti (2002). "The new economy: facts, impacts and policies"., *Information Economics and policy*, 14 (2): 133-144.
- Varian, Hal R (1996). The information economy. *Educom Review*; 31 (1): 44.
- Verzola, Roberto (2006). "Information Economy". [online] Available: <http://www.vccam.org/article724.html>