

اقتصاد مجلات علمی

دیوید و. لوئیس

مترجم: علی اصغر شیری

مجلات اتفاق نظر ندارند. کتابداران به بهره‌وری کار خود می‌اندیشند و ناشران نیز تعبیری نادرست از این جریان دارند. به نظر می‌رسد هیچ کدام از آنها دیدگاه طرف مقابل را درنیافته است. لاقلاً بخشی از این عدم شناخت از آن روست که کتابداران اطلاع دقیقی از اقتصاد انتشار مجلات علمی ندارند. اگر کتابداران به تعیین خط مشی معقول و مستدلی در توزیع اطلاعات علمی دست زنند، وضعیت کنونی متحول می‌گردد. مجلات علمی یکی از ابزار اشاعه اطلاعات علمی به شمار می‌آید، اما اگر به اقتصاد آن واقف باشیم میتوانیم دیدگاههای خود را در سطحی کلان به کار بگیریم. این مقاله به بررسی اقتصاد مجلات علمی، روش قیمت گذاری دوگانه

□ این مقاله به بررسی جنبه های نظری اقتصاد مجلات علمی می پردازد و نتیجه می گیرد که این همان جنبه ای است که اقتصاد دانان از آن به عنوان انحصار طبیعی یاد می کنند. انحصارهای طبیعی زمانی پا به عرصه ظهور می گذارد که قیمت متوسط کالا بر میزان تقاضا سرشکن شود و اگر دولت امنیت مالی ننماید، کالا به میزانی که حداکثر جامع از آن بهره مند گردند، تولید نخواهد شد. الگوی انحصار طبیعی مجلات علمی، مسئله قیمت گذاری دو گانه را روشن ساخته بدین نکته می پردازند که نشر علمی چگونه می تواند بعنوان حرفه ای بسیار سودمند تلقی گردد.

به دلیل آنکه اجرای حمایت مالی در نظامهای الکترونیکی ساده تر می نماید از این رو این راه می تواند ابزاری موثرتر برای تبادل علمی فراهم آورد.

سالیان دراز است که کتابداران و ناشران جماعات علمی بر سر قیمت

و نیز تحولات ناشی از نظام‌های الکترونیک می‌پردازد.

ابتدا به بررسی ویژگی‌های تولید مجلات علمی و ماهیت تقاضای مجلات علمی به عنوان کالایی در بازار می‌پردازیم. برای این منظور به مثالی ساده می‌پردازیم تا این ویژگی‌ها و تاثیرات متقابل مجلات علمی را بر کتابخانه‌ها، محققان و ناشران روشن کنیم. همان‌گونه که در اینجا نیز مصداق پیدا می‌کند. هر گاه الگوهای ساده برای نمایاندن واقعیتی پیچیده مورد استفاده قرار می‌گیرد برخی از جزئیات و بافت موضوع مورد مسامحه قرار می‌گیرد، اما در عوض این فرصت را خواهیم داشت که به وضوح روابطی را ببینیم که جز این راهی برای دیدنشان ندادیم.

عرضه

کالاهای مختلف به روش‌های گوناگون ساخته می‌شوند. اقتصاددانان برای توصیف تفاوت‌ها، عملکردهای تولید را مطرح می‌نمایند که از این طریق - در مورد کالایی خاص - چگونگی تبدیل مواد خام به محصول بیان می‌شود. کار

تولید مجلات علمی دو لایه دارد. یکی هزینه ثابت اولیه عمده که ناشران آن را «هزینه نسخه اول» اطلاق می‌کنند. این هزینه برای انتخاب و ویرایش مقالات، صفحه‌آرایی و رسیدگی به سیاهه مشترکان و نظام توزیع ضروری است. پرداخت این هزینه صرف نظر از تعداد نسخه‌های فروخته شده مجله اجتناب‌ناپذیر است. هزینه چاپ و توزیع هر واحد مجله پس از پرداخت این هزینه‌های اولیه نسبتاً کمتر است. در مورد مثال ما، فرض کنید که هزینه‌های ثابت یک سال تولید مجله ای فرض 10000 دلار و هزینه هر عدد برای اشتراک 10 دلار است. هزینه کلی تولید میان 10 و 1000 عدد از این مجله در جدول 1 نشان داده شده است. همچنین هزینه متوسط - یعنی هزینه کلی تقسیم بر تعداد مشترکها - هزینه نهایی نیز در جدول دیده می‌شود. هزینه نهایی، هزینه اضافی تولید یک واحد بیشتر از محصول به شمار می‌آید؛ در مثال ما، هزینه نهایی چاپ و توزیع همیشه 10 دلار است. همین اطلاعات به صورت نموداری در شکل 1 نشان داده شده

است. لازم به ذکر است که از هزینه متوسط به محض آنکه حجم تولید افزایش یابد به سرعت کاسته می شود. هر چه تعداد بیشتری تولید شود، به هزینه نهایی نسبتاً کمتری خواهیم رسید. اما هزینه متوسط هر گز کمتر از هزینه نهایی نخواهد شد. اهمیت این شاخص کارکرد تولید به طور خلاصه مطرح خواهد شد.

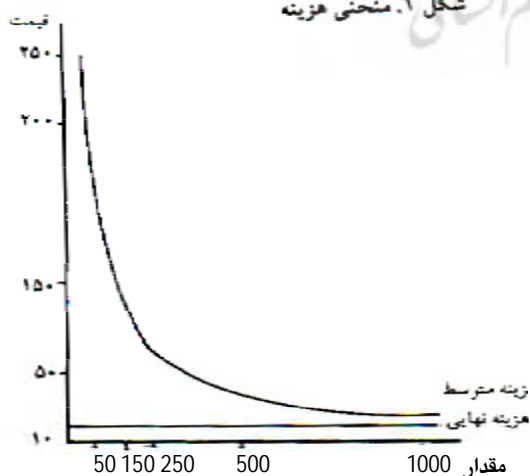
■ هنگامی که مجلات علمی از شهرت و هیات تحریر برجسته برخوردار شدند، این مجلات بسیار کند موفقیت خود را از دست می دهند. به همین دلیل است که مجلات، کالاهای ویژه به شمار آمده و ناشران آنها دارای قدرت انحصار می گردند.

تقاضا

کتابخانه و اشخاص، متقاضیان مجلات علمی به شمار می آیند. البته این تقاضاها بسیار متفاوت است. کتابداران عموماً بیشتر از اشخاص به خرید مجلات تمایل دارند. اگر چه تامل و توجه به ندرت به عنوان عامل اساسی در تصمیم برای خرید یک عنوان مجله به شمار می آید، متر اتفاق می افتد که کتابخانه ها به دلیل نوسان قیمت‌ها،

مجلات را مشترک شده و یا اشتراک آنها را لغو نمایند. معمولاً هر کتابخانه مجلات مهم را انتخاب نموده و در حد توان خود بیشتر مجلات را خریداری می کند. هنگامی که مجله ای را مشترک می شویم معمولاً اشتراک آن بدون بازنگری جدی ادامه می یابد مگر آنکه بحران مالی رخ نماید. کتابخانه ها هنگام افزایش قیمت‌ها اشتراک خود را با تردید لغو می کنند حتی اگر این به معنای خرید تعداد کمتری کتاب و کاستن سایر هزینه ها باشد نوسان قیمت‌ها تاثیر نسبتاً کمتری بر عملیات خرید کتابخانه ها می گذارد. به زبان اقتصادی، تقاضای کتابخانه برای مجلات علمی تغییر ناپذیر است. مثالی که اغلب در درسنامه ها مورد استفاده قرار می گیرد تقاضای تغییر

شکل ۱. منحنی هزینه



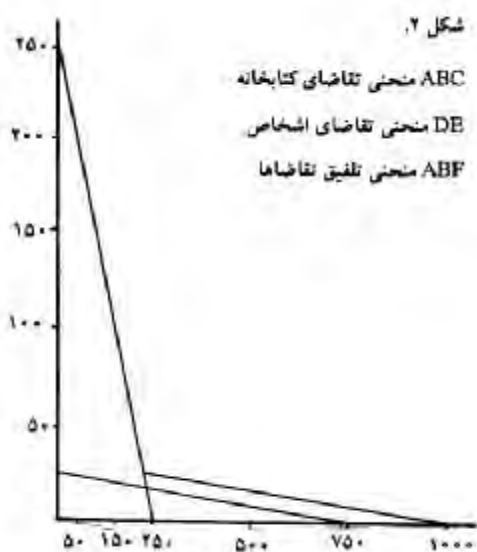
ناپذیری برای دیالیز کلیه است. کتابخانه ها مانند بیماران کلیوی ممکن است از قیمتها شکوه داشته باشند ولی به هر حال بابت آن پول می پردازند.

جنبه عمده دیگر تقاضای کتابخانه، محدود بودن قابلیت جایگزین مجلات علمی است. مجلات امور خارجی (1)، اوربیس (2)، سیاست خارجی (3) مجلات مهمی هستند که مسائل مربوط به روابط بین الملل را در بر می گیرند. اما کتابخانه به سختی می تواند تنها بر مبنای قیمت، مجله ای را جایگزین دیگری کند. از دیدگاه کتابدار این سه عنوان، سعی کالای متفاوت تلقی می شوند. این دیدگاه عمدتاً دلالت بر این مسئله دارد که مجلات علمی در بازار کتابداری کالاهای انحصاری به حساب می آیند و ناشران آنها نیز به عنوان قدرتهای انحصاری تلقی می شوند. همانگونه که ادوارد ماهرانه خاطر نشان می سازد، کلیه ناشران آثار حق چاپ محفوظ انحصارگرا هستند. با این حال این نگرش ساده می نماید. مجلاتی که عناوین آنها ذکر شد کالاهایی متفاوت هستند، البته نه

به خاطر آنکه حق چاپ آنها محفوظ است بلکه به خاطر آن که استفاده کنندگان کتابخانه های دانشگاهی، به ویژه اعضای هیات علمی، که مطالب مبسوطی برای ارائه در این زمینه دارند، عموماً هنگامی که در جستجوی مقاله ای در مجله امور خارجی هستند مقاله مجله اوربیس را نمی پذیرند. این نکته بسیار مهم است. می توان مانند مالکم گتز بر این عقیده بود که «امکان وارد شدن عناوین جدید ناشران دیگر در بازار مجلات، محدودیت بیشتری را برای قیمت مجلات به وجود می آورد». مجلات علمی جدید، وارد بازار شده و در برخی موارد جایگزین مجلات علمی دیگر میگردند. اما بر این باورم که در موارد معمول بیشتر شبیه همان نظری است که گتز در ادامه نظرات خود بیاتن می دارد: «هر قدر مجله ای خاص، توام کسب شهرت و جایگاه ویژه انتشار مقالات مهم را داشته باشد مجلات و ورود کمتر می توانند آن را تهدید کنند».

سازندگان مولانبا توجه به تعدادی از مجلات منتشر شده به تفاوتی عمده در قیمت مجلات رسید. این یافته ها که

ممکن است در ابتدا پیچیده به نظر آید، هنگامی که مجلات به عنوان کالاهای انحصاری به شمار می آیند، به سادگی قابل استنباط است. نکته مهم آنکه هنگامی که مجلات علمی از شهرت و هیات تحریریه برجسته برخوردار شدند، این مجلات بسیار کند موفقیت خود را از دست می دهند. به همین دلیل است که مجلات، کالاهای ویژه به شمار آمده و ناشران آنها دارای قدرت انحصاری می گردند.



بازار رقابت جدی به وجود می آید که بر آگهی ها به عنوان کمک مالی انتشارات تکیه می ورزد.

از آنجا که کتابخانه حداقل برای برخی از اشخاص امکان داشتن مجلات را فراهم می آورد، آن اشخاص محدودیت کمتری برای پرداختن قیمت بالای مجله ای مورد نظر داشته و بیشتر خریدهای خود را هنگام نوسان قیمتها تنظیم می نمایند. تقاضای اشخاص برای مجلات علمی از تقاضای کتابخانه منعطف تر است.

برای مثال، فرض کنیم 250 مشترک فرضی کتابخانه ای وجود دارد و غالب آنها مایلند برای مجلات ما هر ساله 250 دلار بپردازند. برای سهولت کار فرض

مجلات عامه پسند وضعیت متفاوت دارند. برای نمونه ممکن است کتابخانه ای قصد اشتراک مجله ای در مورد کامپیوترهای مکینتاش را داشته باشد و می تواند یکی از سه مجله را انتخاب نماید. ممکن است قیمت به عنوان عاملی مهم مطرح باشد و قیمت عنوان انتخابی نیز به طور ناگهانی دو برابر شود، در این صورت تردیدی نیست که کتابخانه اشتراک آن عنوان خاص را لغو نموده و مجله ارزانتر را مشترک می شود. در اینجا، حتی در مورد آثار حق چاپ محفوظ و تقاضای انعطاف پذیر نیز جایگزین مشاهده می شود. نتیجه آنکه

می کنیم تقاضا، تابعی خطی است. معادله این تابع خواهد بود.

تعداد مجلات خریداری شد توسط کتابخانه = 250 دلار (قیمتی که کتابخانه پرداخته است).

این تابعی است که خط ABC در شکل 2 را توصیف می نماید.

اگر به همین قیاس فرض کنیم که 750 مشترک فردی وجود دارد و قالب آنها مایل به پرداخت 25 دلار در سال

هستند، بار دیگر تقاضای تابعی خطی خواهد بود و تقاضای شخصی از طریق تابع نشان داده می شود.

تعداد مجلات خریداری شده توسط اشخاص = (قیمتی که اشخاص پرداخته اند $\times 30$) - 750

اگر برای یافتن تقاضای بازار کلی دو منحنی تقاضا را به هم متصل نمایم، منحنی خواهیم داشت که اگرچه خطی است اما دارای خمیدگی است. در بالای قیمت 25 دلار منحنی تقاضای کتابخانه وجود دارد در حالی که افراد مجله خریداری نمی کنند. در زیر قیمت 25 دلار باید منحنی تقاضای کتابخانه ای و شخصی به یکدیگر ببیوند. تابع تلفیق

تقاضاها آنست که اگر قیمت بیش از 25 دلار باشد پس داریم:

تعداد مجلات خریداری شده = قیمت - 250
اگر قیمت کمتر یا مساوی 25 دلار باشد پس داریم:

تعداد مجلات خریداری شده = (قیمت $\times 21$) - 1000

این تابع توصیف گر خط ABF در شکل 2 است.

عرضه و تقاضا

هنگامی که منحنی عرضه و تقاضا را کنار هم قرار می دهیم، می توان ماهیت بازار مجلات علمی را باز شناخت. منحنی عرضه و تقاضا در شکل 3 نشان داده است. در بازار رقابتی در نقطه ای موازنه برقرار می گردد که منحنی هزینه نهایی، منحنی تقاضا را قطع کند. در این نقطه، هزینه تولید به گونه ای خواهد بود که مصرف کننده مایل به پرداخت خواهد بود. این امر به قیمت گذاری هزینه نهایی می انجامد.

مقدار کالایی که در این نقطه تولید شده کافی بوده و قیمتی که در نظر گرفته می شود نیز قیمتی واقعی است. تولید در این

نقطه و با این قیمت بیشترین منفعت را برای جامعه خواهد داشت. در مثال ما، با هزینه نهایی 10 دلار تعداد تقاضا 690 اشتراک خواهد بود. با این حال مشکلی وجود دارد. در این نقطه در آمد حاصل از فروش 690 واحد به مشترکان 6900 دلار خواهد شد. یعنی 10 دلار برای هر مشترک که 690 مشترک وجود دارد. هزینه تولید این تعداد مجله برای مشترکان 16900 دلار خواهد بود که 10000 دلار هزینه های ثابت و 10 دلار هزینه متغیر برای هر یک از 690 مشترک است، در اینجا ناشر 10000 دلار ضرر خواهد کرد.

اقتصاد دانان این وضعیت را انحصار طبیعی اطلاق می کنند. انحصار طبیعی زمانی رخ می دهد که هزینه متوسط، از کل میزان تقاضا کمتر شود. بروز این موقعیت معمولاً زمانی است که هزینه های اولیه مهم، هزینه های نازل هر واحد کالا و محدودیت جایگزینی کالا وجود دارد. ایم مسئله بیانگر وضعیت مجلات علمی است. عمده ترین توجیه انحصار طبیعی آن است که هیچ شرکت غیر انتفاعی بدون کمک دولت نمی تواند

انتشار مجله و قیمت گذاری هزینه نهایی را ادامه دهد. در واقع، حتی اگر قیمتی بالاتر از قیمت نهایی پیشنهاد شود، ضرر به دنبال خواهد داشت. برای مثال اگر قیمت اشتراک 20 دلار بود، 380 مشترک وجود خواهد داشت، در آمد 7600 دلار، هزینه ها 13800 دلار و ضرر 6200 دلار خواهد بود. سودی نیز می تواند عاید شود اما فقط به قیمتی که منحنی هزینه متوسط بالاتر از منحنی تقاضا باشد. در مثال ما، این نقطه که تساوی هزینه و درآمد است، قیمت اشتراک 64 دلار و تعداد مشترکان 186 است. و این قیمت و تعداد مشترکان از قیمت واقعی و میزان تقاضای واقعی مشترکان به دور است.

بحث انحصار طبیعی مجلات علمی گسترده است. حال در می یابیم که چرا انگیزه قوی برای پایین نگه داشتن هزینه های اولیه و یافتن راههایی برای حمایت مالی انتشار مطرح می گردد. بدین منظور است که ویراستار مجلات علمی به رایگان و مولفان بدون دریافت وجهی به فعالیت‌های خود ادامه می دهند. هم ویراستاران و هم مولفان مایل به انجام

چنین کاری هستند چون علاوه بر کمک به پیشرفت دانش، از اعتبار علمی در بلند مدت بر خوردار می گردند. تلاش برای پایین نگه داشتن هزینه ها ممکن است تعداد صفحات انتشار را محدود سازد که این امر به نوبه خود به بازنگری دقیقتر و خط مشی های قبول مقاله می انجامد. نهایتا اگر هدف توزیع گسترده باشد، باید راهی برای حمایت مالی نشریه یافت. اغلب نهادهای دانشگاهی یا انجمنهای علمی این حمایت را بر عهده می گیرند. در غیر اینصورت کسری از طریق پذیرش آگهی قابل تامین است. نکته مهم و قابل تامل آنکه ماهیت تولید و تقاضا برای مجلات علمی این وضعیت را به وجود می آورد. چشمداشت مالی ناشران تنها علت به شمار نمی آید، اگر چه همان طور که بعد خواهیم دید فرصتهایی وجود دارد که افراد سودجو می توانند از این وضعیت بهره برداری کنند.

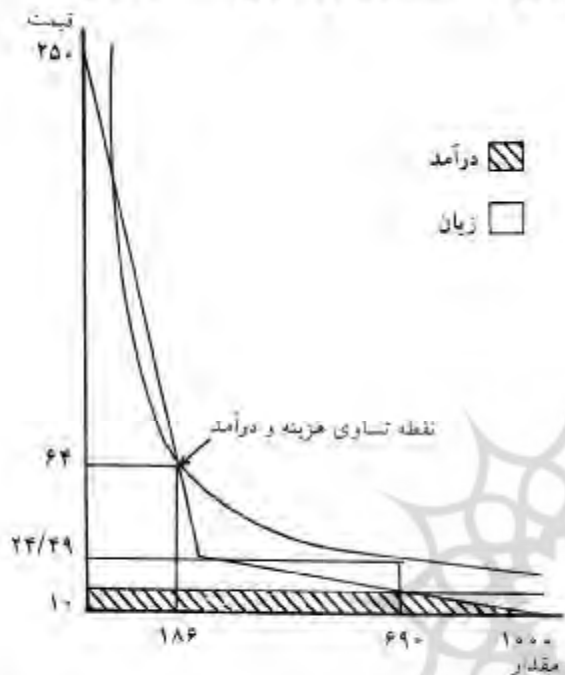
نکته مهم دیگر پرهیز از تصور نادرست است. تقاضای تغییر ناپذیر کتابخانه ها تنها علت افزایش قیمت مجلات به شمار نمی آید بلکه تاثیر

متقابل این تقاضا با روند تولید مجلات علمی از علل اساسی به شمار می آید. حتی اگر کتابخانه ها به طریقی ماهیت تقاضاهای خود را طوری تغییر دهند که منعطف تر باشد قیمت مجلات علمی کاهش نخواهد یافت بلکه مجلات از عرصه تجارت خارج خواهد شد. چون مجلات علمی انحصارهای طبیعی هستند، اگر قرار باشد که به میزان کافی منتشر شوند نیاز به حمایت مالی دارند. بدون انعطاف پذیری تقاضای کتابخانه ها، این مجلات به هیچ روی منتشر نخواهد شد. سوال مهم و مشکل، چگونگی فراهم کردن حداکثر حمایت مالی است.

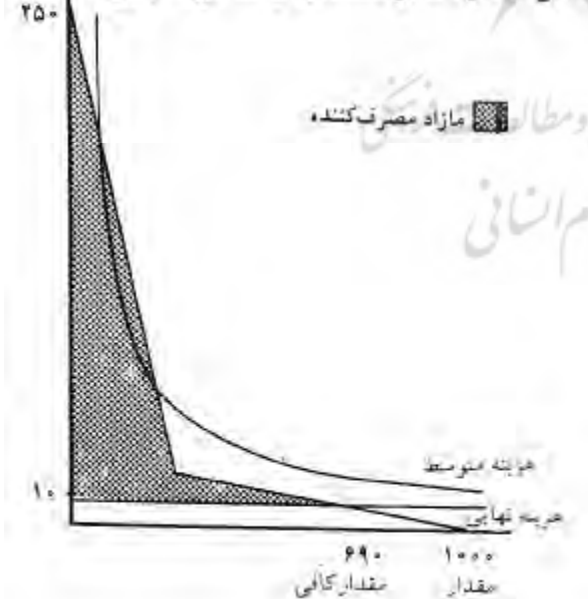
مازاد به عنوان معیار منفعت اجتماعی قبل از ادامه بحث باید انحصارهای طبیعی را بهتر بفهمیم. ممکن است چنین تصور کنیم که انحصارهای طبیعی که برمبنای هزینه های نهایی قیمت گذاری می شوند، به دلیل عدم سود آوری کمیاب باشند. چرا ما قیمت یا سطح تولید را به میزان واقعی و کافی خواهیم یا می پذیریم؟ چرا خواهان معامله ای هستیم که با ضرر همراه است؟ پاسخ

دریافت می کند. لازم است هم مقدار را اندازه گیری کنیم و هم چگونگی تقسیم آن را بررسی نماییم.

شکل ۳. قیمت گذاری هزینه نهایی انحصار طبیعی



شکل ۴. مازاد مصرف کننده با قیمت هزینه نهایی



دو نوع مازاد وجود دارد، مازاد تولید کننده و مازاد مصرف کننده شناخت

ساده است: همه منافع کسب شده بر مبنای سود یا زیان تولید کننده سنجیده نمی شود. همه تا این مطلب را می دانیم و اثبات آن با مثالهایی چون مالیات، پروژه فعالیتهای عمومی از پلها و متروها گرفته تا کتابخانه های عمومی مشکل نمی نماید. هیچ یک از این کارها - طلبد - متضمن سود و زیان نیست. این طرحها هر ساله با حمایت عمومی پیوسته و یا قبول تعهدات اجرا می گردد. حتی اگر سودی درکار نباشد، یا اجرای این طرحها جامعه در کل سودمند خواهد شد.

اقتصاددانان منافع اجتماعی ر با توجه به افزایش هزینه مازاد می نامند. یا نگاهی دقیقتر به این مفهوم و نیز مرور اجتماعی آن و نیز زیان بسیار سنگین حاصله می توان به دیدگاههایی در مورد عدم کارایی نظام کنونی مجلات علمی برسیم و نیز بحرانهای سیاستگذاری را که حین تلاش برای ایجاد تحول با آنها روبرو می شویم باز شناسیم. تفکیک دو مسئله در اینجا حائز اهمیت است. اول میزان مازاد و دوم آنکه چه کسی آن را

مازاد تولید کننده آسانتر است. در واقع مازاد تولید کننده تفاوت هزینه تولید و درآمد دریافت شده است که این در واقع بود یا زیان اقتصادی تولید کننده است. در مثال ما، در قیمت گذاری بر اساس هزینه نهایی مازاد تولید کننده منفی است. مازاد مصرف کننده اندکی نامشخص است. این در حقیقت تفاوت میان منحنی تقاضا و هزینه کالای مصرف کننده است. یکی از روشهای تامل در این قضیه این است که کتابخانه ای که مجله فرضی ما را مشترک است و مایل است بابت آن 250 دلار بپردازد در نظر بگیریم و فرض کنیم که این 250 دلار نمایانگر ارزش این مجله خاص برای کتابخانه است. اما چون قیمت بر مبنای هزینه نهایی است، کتابخانه فقط 10 دلار می پردازد. تفاوت 240 دلار، مقیاس سودی است که کتابخانه دریافت می کند ولی در قبال آن پولی نمی پردازد. اگر نظری بیاندازیم به کلیه مصرف کنندگانی که برای مجله ارزشی بیش از آنچه می پردازند قائلند، مازاد کامل مصرف کننده را خواهیم داشت. در مثال ما، قیمت گذاری هزینه نهایی در

شکل 4 در قسمت سابه نشان داده شده است. با مقایسه شکل 3 و شکل 4 می توان مشخص نمود که مازاد مصرف کننده جبران می گردد. این مازاد 32175 دلار می شود. در مثال ما حتی اگر ناشر متضرر شود، به نفع کل جامعه است. میزان این سود، مازاد کل 22175 دلار خواهد بود. در زمان بروز مازاد پیش گفته، قیمت گذاری هزینه نهایی بیشترین مجموع مازاد را موجب می شود بدین دلیل است که میزانی که در این نقطه تولید می شود میزان کافی اطلاق می گردد.

این اصل عام در مورد پلها و متروها مصداق دارد. اما مجلات علمی با اینها تفاوت دارند. کارهای، عمومی بر عهده دولت است. به بیان ساده تر نقش دولت جمع آوری پول کافی از طریق اخذ مالیات از افراد سودبر و از کل جامعه است تا از این طریق جبران ضرری را که برای منافع اجتماعی متحمل می شود بنماید. دولت به عنوان عامل انتقال عمل می نماید و امکان عملکرد انحصار طبیعی را با نظر به قیمت گذاری هزینه نهایی فراهم می سازد. ایفای این نقش توسط

دانشگاهها و مجامع علمی بستگی به میزان انتشار مجلات علمی آنها دارد. یکی دیگر از ساز و کارهای حمایت مالی مجلات، دریافت مقالات رایگان است. اما هنگامی که نظام مجلات علمی تحت سیطره شرکتهای تجاری است، فعالیتهای عمدتاً بدون عامل انتقال صورت می گیرد.

پیش از به پایان بردن بحث مازاد، باید مفهوم زیان کامل را نیز مطرح نماییم. زیان کامل، در واقع میزان سود اجتماعی از دست رفته است، به عبارت دیگر میزان کاهش سهم عامه برای محاسبه زیان کامل، میزان مازاد بر حسب قیمت گذاری هزینه نهایی رامحاسبه نموده سپس میزان مازاد را در نظام قیمت گذاری دیگر از آن کسر می کنیم. در نتیجه میزان زیان کامل بدست می آید.

قیمت گذاری دوگانه

همان طور که در پیش دیدیم، برای شرکت خصوصی تولید مجله علمی و فروش آن به قیمت هزینه نهایی کاری زیان آور است. بنابراین درک این مسئله آسان است که چرا ناشران به دنبال راههای دیگر هستند. یکی از روشها در

بازار مجلات علمی، قیمت گذاری متفاوت است. کتابداران معمولاً به این کار، قیمت گذاری دوگانه می گویند.

تولید کنندگان می توانند بر مبنای قیمت تشخیص دهند که آیا دارای قدرت انحصار هستند، آیا دو یا چند بخش مجزا با تقاضاهای مختلف در بازار وجود دارد و آیا امکان متمرکز کردن کار بر دو گروه وجود دارد. بازار مجلات علمی این شرایط را برآورده می سازد. دوگونه بازار با تقاضاهای مختلف وجود دارد و معاملات مربوط به فروش مجدد به بازار جدید نیز بدین ترتیب محدود می شود. اگر به کنایه مطرح نماییم، کتابخانه ها هستند که موانع عمده در کار بازار ایجاد می نمایند و آیین نامه کتابخانه و نیاز به رسیدهای مطمئن، معامله را مشکل می سازد و معمولاً کارایی عملیاتی، مهمتر از تخفیف قیمتهای اشتراک تلقی می شود.

برای نشان دادن کیفیت عملکرد تفاوت قیمت، ناشری را در نظر بگیرید که برای افراد 10 دلار قیمت گذاری نهایی می کند. اما این ناشر تصمیم گرفته است برای کتابخانه قیمت 100 دلا

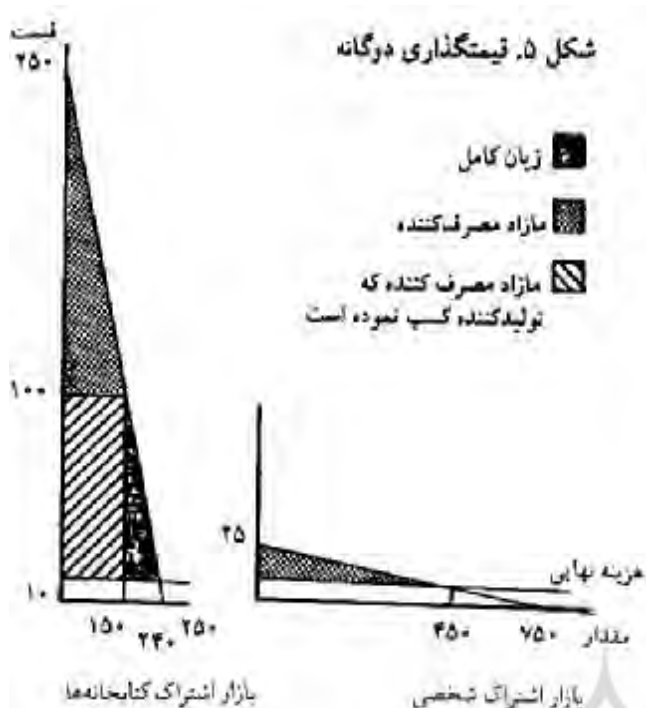
را در نظر بگیرید (به شکل 5 نگاه کنید) با قیمت 100 دلار، 150 کتابخانه مشترک شده اند. همچون قبل، با قیمت، اشتراک فردی 10 دلار، 450 اشتراک شخص خواهیم داشت در مجموع 600 مشترک وجود خواهد داشت که 90 اشتراک کمتر از قیمت گذاری هزینه نهایی است. کلیه مشترکان از دست رفته کتابخانه هستند، هزینه های تولید 1600 دلار و درآمد 19/500 دلار است. ناشر 3500 دلار سود کسب می کند و برنامه های بلندمدت آتی مجله را به میزان قابل توجهی بهبود کیفی می بخشد. مازاد مصرف کننده 14625 دلار است که بسیار کمتر از قیمت گذاری هزینه نهایی است اما مازاد تولید کننده به 13/500 دلار افزایش یافته و جهش منفی آن از 10000 دلار به 3500 دلار بوده است. مازاد کلی 18/125 دلار و زیان کامل 4050 دلار یا حدود 18 درصد است.

نوسان این نوع قیمت گذاری نیز شایان ذکر است فرض کنید انجمنی علمی ناظر است و هدفش افزایش تعداد اشتراک شخصی بوده و از لحاظ مالی طالب سود یا زیان نیست. قیمت مجله

برای افراد به نصف، یعنی 5 دلار، خواهد رسید و اگر نرخ 100 دلار کتابخانه حفظ شود، هزینه های نیز جبران می گردد. بنابراین 750 مشترک وجود خواهد داشت: 600 مشترک شخصی و 150 نفر با قیمت بیش از 10 دلار و 150 اشتراک کتابخانه ای. بدین ترتیب هزینه های 17/500 دلار و درآمد 18000 دلار خواهد بود. مازاد تولید کننده نیز 50 دلار می شود. مازاد مصرف کننده 17/250 دلار و مازاد کلی 17/750 دلار خواهد شد. زیان هنگفت بدین ترتیب 4/425 دلار است. این حالت مطلوب خواهد بود چون وقتی که مازاد مصرف کننده افزایش می یابد و نیز منافع جامعه به دلیل آنکه اطلاعات موجود در مجله در سطح گسترده تر توزیع می شود تامین شده است، زیان کامل، بیش از زمانی است که قیمت اشتراک شخصی 10 دلار بوده و تعداد اشتراک شخصی 150 باشد.

از سوی دیگر اگر هدف ناشر به حداکثر رساندن سود باشد، قیمتها به گونه ای متفاوت تعیین خواهد شد. صاحب انحصاری که در جستجوی به

حداکثر رساندن سود برده به میزانی تولید می کند که درآمد نهایی با هزینه نهایی برابر شود. یعنی نقطه ای که هزینه های تولید آخرین واحد کالا با درآمد حاصل از آخرین فروش برابر باشد. اگر این روند در دو بازار دنبال شود، قیمت برای کتابخانه 135 دلار تعیین می شود که بدین ترتیب 115 اشتراک کتابخانه ای وجود خواهد داشت. قیمت اشتراک شخصی 22/50 دلار و تعداد مشترکان فردی 75 است. در مجموع 190 مشترک، هزینه 11900 دلار و درآمد 17212/50 دلار خواهد بود. ناشر به 312/50 دلار سود اقتصادی که مازاد تولید کننده محسوب می شود نیز رسیده است. اگر کل مازاد 3206/25 دلار باشد مازاد مصرف کننده 7893/75 دلار خواهد بود. بدین ترتیب زیان کامل 8968 دلار یا 40 درصد خواهیم داشت و از دیدگاه مصرف کننده و جامعه به طور کل این نامطلوبترین حالتی است که تاکنون بررسی کردیم اما برای ناشر این مطلوب ترین حالت است. راهبردهای دیگر قیمت گذاری، میزان تولید در دو بازار و سود حاصله در



جدول 2 نشان داده شده است. جدول 3 نیز مازاد تولید شده در هر مورد را نشان می دهد.

اگر نگرشی همه جانبه به فرایند تبادل علمی داشته باشیم، ممکن است دو مثال اول در مورد تفاوت قیمت را بپذیریم.

کتابخانه ها افراد را حمایت مالی می کنند اما نتیجه فراگیری مجله در سطحی گسترده است که امکاناتی را برای تداوم پایه های مالی قوی فراهم آورد. ممکن است در حالت دوم به گونه ای دیگر واکنش نشان دهیم. و باز کتابخانه ها هستند که زمینه های توفیق مجلات را فراهم می سازند اما این بار به جای نیل

به توزیع گسترده اطلاعات، تنها شمار معدودی توانایی اشتراک مجله را دارند. سود این تجارت متوجه ناشر بوده و نفعی برای جامعه علمی ندارد. شاخصهایی وجود دارد که نشان می دهد ناشران مجلات علمی از هر دو راهبرد استفاده می کنند. بررسی دلایل از مجلات اقتصادی و بازرگانی بدین نتیجه رسید که ناشران خصوصی بیشتر مایل به قیمت گذاری متفاوت بوده اند و تفاوت قیمت آنها بیش از انتشارات دانشگاهی و انجمنهای حرفه ای اس و بررسی جامع از و نظام یافت تری توسط پاتریک جویس و توماس مرز نتایج مشابهی را در حوزه های مختلف آشکار ساخت.

مشکل

آنچه از این مثالهای مهم می نماید این است که ما باید نگران اهداف ناشر و روشی که برای قیمت گذاری متفاوت اتخاذ میکند باشیم و نه صرف تفاوت قیمتها، هنگامی که به تفاوت قیمتها نظر می فکنیم پیش از آنکه بخواهیم دست به قضاوت بزینم باید اهداف خود را در

مقابل نظام مجلات علمی روشن سازیم. ممکن است بخواهیم مازاد کلی یا مازاد مصرف کننده را به حداکثر برسانیم. اگر سهمی در شرکت انتشاراتی داشته باشیم می توانیم مازاد تولید کننده را به حداکثر برسانیم. اگر بخواهیم جانب اعتدال را رعایت کنیم باید ضمن به حداکثر رساندن مازاد، ناشران توانایی ماندن در بازار تجارت را داشته باشند. همچنین باید بدانیم که چون با انحصار طبیعی سروکار داریم و بسیاری از تولیدکنندگان شرکتهای خصوصی هستند، نمی توانیم این هر دو را در زمانی واحد محقق سازیم. این بازار امکانات تحول لازم هم برای به حداکثر رساندن مازاد و هم فعالیتهای انتشارت خصوصی پایدار راندارد و این علت بنیادی مشکل مجلات علمی است.

عدم کارایی ایکس

همان طور که نمونه های روشنی از ناشران مجلاتی که برای افزایش سود در بازار فعالیت می کنند وجود دارد، بدیهی است ناشران متعددی نیز وجود دارند که اهداف مهمتری را دنبال می

کنند. اما حتی کسانی که عمدتاً با اشاعه گسترده اطلاعات علمی سروکار دارند از شرایط بازار نیز متاثرند. برای یافتن علت این مسئله خوب است که از مفهوم اقتصادی عدم کارایی ایکس استفاده کنیم.

عدم کارایی ایکس زمانی بروز می کند که کالایی با حداکثر هزینه ممکن تولید شود. این واقعه زمانی رخ می دهد که شرکتی دارای قدرت انحصاری است و باعث آن - در مثال معمول - مدیرانی هستند که برای خودشان امکانات غیر ضروری مانند ضیافت‌های پرهزینه و میزهای ماهون گرانقیمت در دفتر کارشان قائل می شوند. همان طور که در پی خاطر نشان ساختیم مجلات علمی - لاقلاً در کتابخانه ها - دارای قدرت انحصاری قابل توجهی هستند اما همان طور که در پیش آنها بسیاری از ویراستاران و نویسندگان مجلات علمی یا افتخاری کار می کنند یا وجه اندکی دریافت می کنند. بنابراین پیش شرطهایی غیر ضروری کدامها هستند؟ باید نگاهی دقیق به اهداف مجلات علمی بیفکنیم.

یکی از اهداف مجلات علمی اشاعه اطلاعات علمی و نیز ایجاد آرشیوی از دانش منسجم بشری توسط کتابخانه ها است. اما برای بسیاری، هدف دوم و مهمتری وجود دارد همان طور که به طور خلاصه در پیش مطرح کردیم نشر یکی از ابزارهای است که محققان از طریق آن می توانند هم رشتگان خود را بشناسند. این شناسایی به نوبه خود موجب پیشبرد، تعهد و نیز پاداش نقدی است. در واقع هدف دوم است که موجبات عدم کارایی ایکس را فراهم می آورد.

شکی نیست که محققان مجبور به چاپ مطالب هستند و نیز تردیدی نیست که نسبت مشخصی از این انتشارات زائد بوده یا از کیفیت پاینتری برخوردارند. بسیاری از این وضع انتقاد می کنند اما این وضع ادامه داشته و بدتر نیز می شود. چگونه می توان نظام ارزیابی و بررسی کارشناسانه را در این مورد اعمال نمود؟ پاسخ ساده است. همان تقاضای تغییر ناپذیر کتابخانه ها برای مجلات علمی که به ناشر امکان می دهد که حداکثر سود را کسب کند، به

ویراستاری که مایل است تعداد مقالات

منتشر شده در مجله خود را به حداکثر

جدول 1. هزینه های تولید

واحد تولید شده	کل هزینه (دلار)	هزینه متوسط (دلار)	هزینه نهایی (دلار)
10	10100	1010	10
25	10250	410	10
50	10500	210	10
150	11500	77	10
250	12500	50	10
500	15000	30	10
1000	20000	20	10

برساند نیز امکان چنین کاری را می دهد.

سودها راهی بانک نمی شود بلکه برای

افزایش حجم مجله مورد استفاده قرار

می گیرد. مجله حجمتر اعتبار علمی

بیشتر را به دنبال دارد و ویراستار می

تواند مقالات بیشتری را که توسط

دوستان خود و دانشجویان پیشین یا

افرادی که دیدگاههای علمی مشترک یا

او دارند نوشته شده، منتشر سازد.

نتیجه آنکه حجم و قیمت مجله

فرونی گرفته و میزان توزیع آن کاهش

می یابد. برای محققان یا تجربه ای که

عده دار امور مجلات هستند مهیا

کردن زمینه برای کسب شهرت علمی

اهمیت دارد و نه اشاعه اطلاعات

علی، و محققان با تجربه برای اشاعه

اطلاعات به ابزارهایی چون کنفرانسها،

نسخه های آماده چاپ و ارتباط با هم

رشتگان متوسل می گردند.

جدول 2. استراتژیهای قیمتگذاری، سطوح اشتراک و سوده های حاصله

قیمت نهایی	قیمت هزینه دوگانه (1)	قیمت دوگانه (2)	قیمت دوگانه (3)
10 دلار	1000 دلار	100 دلار	135 دلار
240	150	150	115
2400 دلار	15000 دلار	15000 دلار	15525 دلار
10 دلار	10 دلار	5 دلار	22/50 دلار
450	350	600	75
4500 دلار	4500 دلار	3000 دلار	1687/50 دلار
690	600	750	190
6900 دلار	19500 دلار	18000 دلار	17212/50 دلار
16900 دلار	16000 دلار	17500 دلار	11900 دلار
10000 دلار	3500 دلار	500 دلار	5312/50 دلار

به منظور روشن شدن بحث

تقاضای کتابخانه ها را برای مجله

فرضی ما در نظر بگیرید. همان طور که

روشن ساختیم نقه تساوی هزینه و

درآمد در سطح قیمت 64 دلار قرار

داشته و 186 مشترک وجود دارد که

جدول 3. استراتژی قیمتگذاری و مازاد حاصله

قیمت نهایی	قیمت هزینه دوگانه (1)	قیمت دوگانه (2)	قیمت دوگانه (3)
32175 دلار	14625 دلار	17250 دلار	7893/75 دلار
10000 دلار	3500 دلار	500 دلار	5312/50 دلار
22175 دلار	18125 دلار	17750 دلار	13206/25 دلار
—	4050 دلار	4425 دلار	8968/75 دلار
—	18%	20%	40%

مجله به آنها فروخته خواهد شد. در اینجا مازاد تولید کننده نداریم و مازاد مصرف کننده 17298 دلار است. از این ارقام به عنوان نقطه پایه استفاده می کنیم. اکنون در نظر بگیرید سردبیر تصمیم بگیرد برای افزایش تعداد صفحات مجله قیمت 64 دلار را به 120 دلار افزایش دهد. به نوبه خود ایم تغییر قیمت تعداد مشترکان را به 130 تقلیل می دهد. و دوباره مازاد تولید کننده نداریم و مازاد مصرف کنند 7800 دلار خواهد بود. میزان زیان کامل 9498 دلار است. شکل 6 این وضعیت را نشان می دهد. اما چیزی در اینجا کاملاً روشن نیست. زیان کامل بدین معناست که جامعه متضرر شده است، اما در این حالت لااقل قسمتی از مازادی که آن را زیان می شماریم به سردبیر و مولفان می رسد. این وضعیت در شکل 6 قسمت سایه تیره مشخص شده است. البته همه سود از دست نمی رود اما چون برخی از مقالات حاشیه ای هستند روشن است که این تنها راه برای استفاده جامعه از منابع نیست. منطقه سیاه رنگ در شکل نشانگر زیان کامل است. به زبان ساده

می توان گفت نتیجتاً 56 کتابخانه مجله ای را که افزایش قیمت یافته خریداری نمی کنند.

اقتصاد پنهان

تاکنون نگاهی به نظامهای رسمی تبادل علمی انداخته و دیدیم انحصار طبیعی به میزان کافی کالا تولید نمی کند. به نظر می رسد ضرر اصلی متوجه جامعه است. پس چرا فقط کتابداران و کمی نیز ناشران به این وضع اعتراض شدید دارند؟ پاسخ روشن است. بسیاری از محققان عمدتاً خارج از بازار رسمی فعالیت دارند. معاملات آنها پنهانی است، بدین معنا که آنها به ارتباطات شخصی با دانشگاههای نامرئی تکیه نموده تا بتوانند بیشتر اطلاعاتی را که نیاز دارند تهیه نمایند. این ارتباطات فردی مجموعاً لی از تقاضا و کارهای تولیدی متفاوت داشته و نیز افراد با قیمت‌های مختلفی روبه رو هستند. اشتراک یکی از روشهایی است که محققان می توانند از طریق آن مجموعه های شخصی مقالاً محلات خود را افزایش دهند. آنها اغلب نسخه های آماده

چاپ مقالات و یا تجدید چاپ مقالات همکاران خود را بازیافت می کنند و همیشه می تو انند به کتابخانه محله خود رفته و نسخه ای از مقاله مورد نظر را تهیه کنند با دانشجویان فارغ التحصیل خود را برای این منظور می فرستند. ذکر این نکته مهم است که در هر دو حالت فوق، قیمتی که محققان می پردازند با قیمت اشتراک مجلات متفاوت است. قیمتی که محقق می پردازد زمانی است که برای نگارش مجدد مقاله با رفتن به کتابخانه برای یافتن مقاله صرف می شود و یا چند سنتی که برای فتوکپی هزینه می شود.

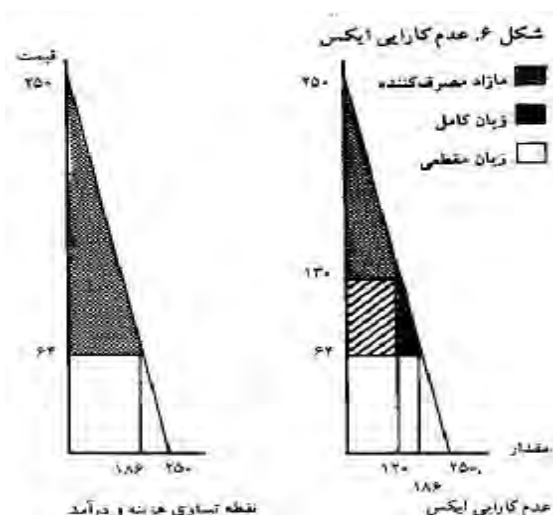
هزینه نهایی تنها هزینه ای است که محققان باید پردازند. هزینه های اولیه چندان اهمیت ندارد.

حق چاپ، که در واقع ساز و کاری با هدف امکان برگشت سرمایه ناشر برای جبران هزینه های اولیه است، نیز نادیده انگاشته می شود. اموی نسخه برای نیز با این استدلال که استفاده مناسب صورت گرفته توجیه می شود. برای تحقق، نظام مجلات مانند پروژه کارهای عمومی است و سرمایه گذاری مجلات

توسط مجامع علمی و کتابخانه های دانشگاهی بسیار شبیه سرمایه گذاری دولت برای پلهاست. در انجام چنین کاری محققان کالایی عمومی که مجلات علمی باشد تولید میکنند و هر کسی در صورت تمایل از آن استفاده می کند. محققان به طرفی فعالیت میکنند که اختلالات بازار مجلات علمی پیش گفته را کاهش می دهد.

سوال مهم این است که آیا نارساییهای نظام کنونی - یعنی تلفیق قیمت بالای مجلات و فراهم آوردن فیر رسمی مقالات مجلات توسط محققان - آنچنان است که در درجه اول جامعه در شرایط اقتصادی مطلوب بتواند حمایت مالی لازم را برای قیمت هزینه نهایی بنماید. راه آسانی برای دانستن آن وجود ندارد اما روشن است که هزینه های استفاده از کتابخانه های دانشگاهی از لحاظ گرفتاری و صرف زمان بسیار خواهد بود. این بخش از اقتصاد پنهان، پرهزینه است. بسیاری از مطالعات مربوط به دسترس پذیری مدرک نشان می دهد که استفاده کننده معمولی کتابخانه دانشگاهی فقط 50 تا

60 درصد شانس یافتن منبعی را که جستجو می کند دارد. حتی اگر محققان هم خود را با شرایط وفق دهند تا به راحتی بتوانند از کتابخانه استفاده نمایند، نظام کنونی مجلات علمی کارآمد نخواهد بود.



آیا نظامهای الکترونیک راه گشاست؟

هنگامی که به آینده نظر می افکنیم، شناخت ما از اقتصاد مجلات علمی حائز اهمیت است. چون به نظر می رسد که میان کتابداران این تصور رایج است که ظهور ارتباطات علمی الکترونیکی مشکل مجلات علمی را خواهد گشود. نوشته های جان لوبانز در این زمینه مشهور است:

به بیان ساده، وجود مجلات الکترونیکی بدین معناست که دیگر کتابخانه ها هزینه اولیه اشتراک را نمی پردازند. هر قدر که ما از اطلاعات بانکهای اطلاعاتی ناشران استفاده کنیم به همان مقدار هزینه می پردازیم. هزینه درونداد و ذخیره اطلاعات را در نظر بگیرید. ناشران معمولاً فایلها یا «سیاهه های» پیشین و حجم خود را نگهداری

نمی کنند. افزون بر این، ناشران حتی ممکن است فقط انگیزه «انتشار» اطلاعات کاملاً جدید را داشته و اطلاعاتی را که کمک مشخصی نمی نمایند رد کنند.

لوبانز پس از تامل در مورد نظر خودچنین نتیجه می گیرد که بدین ترتیب سود کمتری عاید خواهد شد. نهایت آنکه از طریق نشر الکترونیکی می توانیم با صرفه جویی در فضا نفع بیشتری کسب کنیم. این مسئله در مورد بودجه ها صدق نمی کند. ناشران حتی اگر تعداد «صفحات» کمتری «در کامپیوترهای عظیم منتشر سازند از منافع خود چشم نمی پوشند. اگر چه آرزوی محال برقراری پایگاههای اطلاعاتی عظیم در آسمان و دیدگاه خود پسندانه بهره جویی مداوم راه حل های ساده ای می

نمایند اما هر دو نظر اقتصاد بنیادی اشاعه اطلاعات را در نظر نمی گیرند.

حال در مورد اقتصاد اطلاعات الکترونیکی چه می توان گفت؟ در ابتدا باید گفت نظامهای پیوسته (on line) (لااقل همان گونه که امروزه مطرح هستند، دارای ساختار هزینه ای مشابه با مجلات علمی است. هزینه های ثابت اولیه برای سردبیری و ارتقاء سطح مجله باقی است. اما احتمالاً به دلیل آنکه مولفان نسخه خود را به اشکال ماشین

خوان تهیه می کنند هزینه کاهش می یابد. افزون بر این هزینه های ثابت کنترل نظام توزیع، کامپیوتر و شبکه های ارتباطی نیز مطرح است. احتمالاً هزینه های متغیر تولید هر واحد برون داد نازلتر از هزینه چاپ و توزیع فعلی هر شماره از مجله است. و نهایتاً باید به هزینه زمان واحد پردازش مرکزی و هزینه های ارتباطات اشاره نمود.

نظامهای پیوسته همچون مجلات علمی انحصارهای طبیعی هستند. تنها راه بقای شرکت خصوصی در این وضع آن است که قیمتها را بالاتر از قیمت واقعی در نظر گرفته و دستیابی را به شمار معدودی

محدود نماید. که مایل به پرداخت مبالغ بیشتری هستند. با این حال می توان از فرصتهایی برای بهبود این وضع استفاده نمود. همان طور که هزینه های سردبیری کاهش می یابد، میزان حمایت مالی لازم برای تولید به مقدار کافی نیز تنزل می کند. مهمتر آنکه دانشگاهها دارای کامپیوترهای بزرگ و شبکه های ارتباطی هستند و چنین تجهیزاتی به سهولت حمایت موثر را بر عهده می گیرند.

انتظارات استفاده کنندگان نظامهای الکترونیکی نیز متحول می شود. محققان فقط هزینه نهایی اندک را خواهند پرداخت و نه هزینه اولیه را. آنها واقعدند که چرا دستیابی پیوسته به اطلاعات تجاری هزینه بالایی می طلبد. ممکن است در محیط الکترونیکی، هزینه نهایی اشاعه اطلاعات علمی به صفر نزدیک باشد. و محققان انتظار خواهند داشت که دستیابی به این اطلاعات باید مانند کالای عمومی امکان پذیر باشد. آنها مایلند از طریق کامپیوترهای شخصی خود به کل جهان دانش دسترسی داشته باشند.

تاثیر قابل پیش بینی دیگر اطلاعات دیجیتال آن است که اقتصاد پنهان اطلاعات گسترده تر از امروز خواهد شد. چنانکه تئودور نلسون مبدع فرامتن (Hypertext) بیان نموده است:

وقتی که منابع به دست استفاده کننده می رسد نمی توان گفت که چه رخ می دهد. ممکن است استفاده کننده آن را بر روی صفحه نمایش بخواند، از آن چاپ کاغذی تهیه کند یا بر روی صفحه نمایش بخواند، از آن چاپ کاغذی تهیه کند یا بر روس دیسک ذخیره نماید و روش مناسبی وجود ندارد که از این کار جلوگیری شود یا گفته شود که به چه دلیل چنین کاری را انجام داده است. بنابراین باید این حقیقت را بپذیریم که هنگامی که برون داد اطلاعاتی در خطوط ارتباطی سیر می کند نمی توان استفاده از آن را کنترل کرد.

این مسئله ناشران را هراسناک کرده و هراس آنها نیز قابل توجیه است. در گذشته حق چاپ، حقوق انحصاری را به دنبال داشت و ناشران می توانستند هزینه های اولیه خود را جبران نمایند.

هنگامی که کتابخانه ها هستند که موانع عمده در کار بازار ایجاد می نمایند. آیین نامه کتابخانه و نیاز به رسیدهای مطمئن، معامله رامشکل می سازد. کنترل چاپ اثر امکان پذیر نباشد اهمیت حق چاپ یا حمایت از تملک فکری نسبت به دستیابی محدود کاهش خواهد یافت. اما آیا هر انحصار معقولی موثر تواند بود؟ علاوه بر این، نکته مهم فروش اطلاعات است و نه یکجا جمع کردن آن. سهولت تاثیر انواع اطلاعات دیجیتال دال بر این است که اگر افزایش قیمت اطلاعات در بازار مجاز ادامه یابد اقتصاد پنهان اطلاعات الکترونیکی نیز پدید می آید.

نظریه دیگری وجود دارد که می گوید نیازی به ناشران و کتابخانه هانیست. شبکه میان محققان که پست الکترونیکی (Electronic Mail). صفحات آگهی (Bulletin Board)) را به هم می پیوند می تواند از طریق خطوط شبکه ای دانشگاه نامرئی ایجاد کند.

■ کتابخانه ها هستند که موانع عمده در کار بازار ایجاد می نمایند. آیین نامه کتابخانه و نیاز به رسیدهای مطمئن، معامله را مشکل می سازد

و در نهایت هر محقق ناشر خود می شود. ممکن است محققان هزینه ای برای قراردادن مطالب خود در شبکه پردازند و هر بار که اثر آنها مورد استفاده قرار گیرد مستقیماً حقوق استفاده از آن اثر را دریافت نمایند. و لازم است هزینه های کامپیوتر و مخابرات پرداخته شود اما همان طور که در پیش اشاره شد سازوکار ارزشیابی کارشناسانه است.

رسانه های الکترونیکی می توانند از هزینه های تولید بکاهند و تا اندازه ای ناشران و کتابخانه ها را از دور خارج سازند، اما مزیت واقعی نظامهای الکترونیکی این است که به نهادها این امکان را می دهند تا از طریق حمایت مالی داخلی خدمات اطلاع رسانی، قیمت های نهایی را برای اعضای خود تنظیم نمایند.

نشر علمی به شیوه الکترونیکی همچنان به عنوان انحصار طبیعی باقی است و به ویژه هنگامی که شرکت های تجاری تولید کننده هستند، الگوهای قیمت گذاری و توزیع همانند مجلات علمی خواهد بود. آنچه با ظهور اطلاعات

الکترونیکی متحول می شود این است که اعمال سازوکارهای حمایت مالی بسیار آسانتر می گردد. اگر کتابخانه ای نظام الکترونیک را انتخاب نماید، می تواند اطلاعات خود را مجدداً در سازمان مادر خود با قیمت نهایی توزیع نماید، همیشه عادت کتابخانه ها این بوده است که روشهای برای فراهم آوری اطلاعات گرانقیمت یافته و با کمترین هزینه زمانی، مالی و بدون گرفتاری آنها را به طور گسترده در اختیار استفاده کنندگان خود قرار دهند. در جهان اطلاعات کاغذی اگرچه این امر غیر ممکن نبود ولی مشکل می نمود. در جهان الکترونیک تصور این کار دشوار، بسیار سهلتر است. این امر نیازمند ایجاد زیر ساخت فنی، مذاکره با ناشران در مورد توزیع مجدد، ایجاد ساختارهای قیمت گذاری داخلی و نظامهای حسابداری است. که اگر چه مشکل می نماید ولی مهیا کردن تمامی این شرایط امکان پذیر است.

راه حلها

اغلب چنین است که شناخت اقتصاد یک مسئله لزوماً راه حل های آسان فراهم

نمی سازد، بلکه راههای مختلف را معرفی می نماید، اما، بایان حال، علایق متفاوت. سوداگران گوناگون دارای خط مشهائی مختلف اند. اما لاقلاً ما تصویر بهتری از روشهای ممکن و نیز چگونگی کاهش سود خواهیم داشت. همانگونه که دیدیم اشاعه اطلاعات انحصار طبیعی است. بدین معنا که بدون وجود حمایت مالی، نظام اشاعه به طور کارا قادر به فعالیت نخواهد بود. بنابراین دو سوال مهم مطرح می گردد. آیا اشاعه اطلاعات آن قدر اهمیت دارد که حمایت مالی را توجیه نماید؟ و اگر اهمیت دارد چگونه و چه کسانی باید مورد حمایت مالی قرار گیرند؟ اگر به سوال اول پاسخ مثبت دهیم بامبارزات سیاسی روبهرو خواهیم شد که سربلند بیرون آمدن از آن تنها بررسی دقیق پاسخ به سوال دوم را می طلبد.

حتی اگر تحولاتی در تقاضای کتابخانه ها برای مجلات علمی رخ دهد، که وقوع آن در زمانی کوتاه بعید می نماید، عملکرد تولید اطلاعات علمی موجب خواهد شد که ساختار بازار قیمتها به صورتی که هم اکنون وجود

دارد باقی بماند. موثرترین راه حل، حمایتهای مالی دولت از اشاعه دانش است، اما بدون تحولات زیر بنایی در سیاستهای اطلاعاتی دولت این امر محقق نخواهد شد. در نظام کاغذی روشهایی برای کاهش هزینه اشاعه از اطلاعات در محدوده سازمان وجود دارد، می توانیم کتابخانه ها را ترغیب نماییم. تا به سهولت خدمات تحویل مدرک (document delivery) و اشاعه اطلاعات گزینیه (Selevtive issemination of information) را مورد استفاده و در دسترس قرار دهند. اما، به دلیل آنکه نسخه برداری از یک اثر چاپ شده ماهیتا کاری دشوار است و نیز مسائل حق چاپ عمدتاً لاینحل باقی مانده این امکانات محدود می شود.

اطلاعات الکترونیکی فرصتهای بیشتری را برای سازمانها فراهم می آورد تا اطلاعات خود را در داخل مجدداً اشاعه نمایند. اعمال سازوکارهای حمایت مالی نیز سهلتر خواهد بود. چونمی تواند مازاد را در داخل سازمان به حداکثر رساند. فراهم آوردن بودجه برای حمایت مالی خدمات اطلاع رسانی

یادداشتها :

Lewis David w. Economics of
scholarly Journal. college and
Reseqrch Libries Nov.(1989) , pp. 674-
688

- 1.Foregn AFFAIRS
2. Orbis
3. Foreign policy

- یامسئله مالیات - نیز هنوز به عنوان
کاری دشوار است و نیز مسائل حق
چاپ عمدتا لاینحل باقی مانده این
امکانات محدود می شود.

اطلاعات الکترونیکی فرصتهای
بیشتری را برای سازمانها فراهم میآورد
تا اطلاعات خود را در داخل مجددا
اشاعه نمایند. اعمال سازوکارهای
حمایت مالی نیز سهلتر خواهد بود. چون
می توان مازاد را در داخل سازمان به
حداکثر رساند. فراهم آوردن بودجه
برای حمایت مالی خدمات اطلاع رسانی
- یا مسئله مالیات - نیز هنوز به عنوان
کاری دشوار باقی است. یکی از مباحثی
که طرح آن ضروری می نماید افزایش
مازاد نهادی از طریق حمایت مالی زیر
ساخت و خدمات اطلاع رسانی است.
اهمیت الگوی انحصار طبیعت تبادل علمی
به واسطه آن است که مزایای حاصل از
این سرمایه گذاری روشن می گردد و
اگر از این الگو استفاده نکنیم در نتیجه
روند نارسایها مجلات علمی ادامه خواهد
داشت.