

اتصال اطلاعات

○ حسین پشایی زاد
کارشناس ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی



○ بروس آر کینگما Kingma, Bruce R. ،
اقتصاد اطلاعات: راهنمای تحلیل اقتصادی و
هزینه سودمندی برای کارشناسان اطلاعات،
ترجمه محمد حسین دبانی، مشهد:
سقا پیرمرد، کتابخانه رایانه‌ای،
چاپ اول ۱۳۸۰، ۲۱۹ ص، وزیری، شمیز،
۱۵۰۰ نسخه، قیمت ۱۱۰۰۰ ریال

است و درک این تفاوت برای مدیران اطلاعاتی با اهمیت می‌باشد، تأکید دارد. برای مثال، اطلاعات افرادی را که به طور مستقیم مصرف‌کننده یا تولیدکننده اطلاعات نیستند تحت تأثیر قرار می‌دهد. بسیاری افراد می‌توانند از نوشته یا اخبار خبرگزاری‌ها بدون کاهش ارزش یا قیمت آنها، مشترکاً استفاده کنند، غالباً کالاها و خدمات اطلاعاتی دارای هزینه‌های ثابت برای تولید و هزینه‌های نهایی پایین برای بازتولید هستند. افزون بر این، قانون حق مؤلف و پروانه ثبت اختراع، صاحبان اصلی دارایی فکری را مورد حمایت قرار می‌دهند و این مالکان را به

این کتاب که توسط یک اقتصاددان نوشته شده است، خواننده را با مقدمه اقتصاد و تحلیل هزینه-صنعت آشنا می‌سازد و به ویژه برای مدیران

عرضه‌کننده انحصاری اطلاعات تبدیل می‌کند. کتاب به سه بخش و سیزده فصل تقسیم شده است. بخش اول که شامل فصل‌های ۱ تا ۴ می‌شود، مقدمه‌ای بر تحلیل اقتصادی فراهم می‌کند. فصل اول، مقدمه بر اقتصاد به عنوان یک علم و یک روش تحلیل است. این فصل همچنین به بحث درباره تفاوت بین هزینه‌های اقتصادی و هزینه‌های مالی (حسابداری) می‌پردازد. در بخشی از این فصل آمده است: «اقتصاد - یا به بیانی دقیق‌تر تحلیل هزینه - منفعت - مجموعه‌ای از ابزارهای نظری و تجربی لازم برای بهترین گزینش در هریک از این موقعیت‌ها فراهم می‌آورد. در هر مورد، مدیر، سرپرست سیاستگذار می‌باید وزن هزینه‌ها و منافع هر بدیل برای دخیل در موقعیت را تعیین کند. اگر منافع بدیلی فراتر از هزینه‌های آن باشد آن بدیل، بدیلی با کارایی اقتصادی است.»

خدمات اطلاعاتی در کتابخانه‌های دانشگاهی، عمومی و اختصاصی سودمند خواهد بود. این کتاب همچنین برای افرادی که فاقد دانش اقتصادی هستند و بر آنند تا در مورد ارزش و هزینه اطلاعات تحقیق کنند مفید می‌باشد. مؤلف در پیشگفتار خود انگیزه‌هاش را از تألیف این کتاب اینگونه بیان می‌کند:

فصل ۲ خواننده را با تئوری مصرف‌کننده و مفهوم تقاضا آشنا می‌کند و نحوه اندازه‌گیری منفعت از مصرف را نشان می‌دهد.

نظریه رفتار مصرف‌کننده در بردارنده تعدادی ابزار اقتصادی است که ما را به ارائه تعریف و اندازه‌گیری تأثیر قیمت، درآمد، قیمت‌های سایر کالاها، و تغییرات در سلیق مصرف‌کننده به تقاضا برای کالاها و خدمات یاری می‌رساند. کشش قیمتی تقاضا تأثیر قیمت بر مقدار درخواست کالا و خدمات را می‌سنجد و پاسخ‌دهی مصرف‌کننده به تغییرات در قیمت هر محصول را نشان می‌دهد. همچنین این نظریه در بردارنده ابزاری برای سنجش ارزش کالاها و خدمات به مصرف‌کنندگان است. منفعت نهایی، منفعت کل، و اضافه مصرف‌کننده راه‌های مفیدی برای تعیین مقدار ارزش تک تک مصرف کالاها و خدمات است. با ترکیب هزینه تولید این کالاها و خدمات، این ابزارهای رفاه اقتصادی این امکان را فراهم می‌آورد تا درباره اینکه چه مقدار از یک کالا باید

دانشجویان کارشناسی ارشد رشته‌های مدیریت بازرگانی، مدیریت عمومی و مدیریت سازمان‌های غیرانتفاعی باید درس اقتصاد را بگذرانند ولی تعداد اندکی از دانشجویان کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی به مطالعه اقتصاد واداشته می‌شوند که چندان خوشایند به نظر نمی‌رسد زیرا افراد زیادی با درجات تحصیلات تکمیلی در کتابداری و اطلاع‌رسانی به عنوان مدیران کتابخانه‌ها و سیاستگذاران اطلاعاتی که موقعیت کاری آنها به دانش عملی از اقتصاد اطلاعات نیاز دارد بکار اشتغال دارند. این کتاب با ارائه مقدمه‌ای از علم اقتصاد برای کتابداران و شاغلان در حرفه کتابداری زمینه لازم را برای رفع آن کمبود فراهم آورده است.

ابزارهای اقتصادی ارائه شده مدیران اطلاعاتی و سیاستگذاران را در اتخاذ تصمیمات یاری خواهد کرد. پس از مطالعه این کتاب، خواننده درک بهتری از بازار اطلاعات خواهد داشت؛ تحقیق اقتصادی در انواع موضوعات اطلاعاتی را درک خواهد کرد؛ و به مهارت‌های انجام تحلیل‌های مقدماتی هزینه منفعت کالاها و خدمات اطلاعاتی دست خواهد یافت.

مباحث این کتاب براساس یادداشت‌های خاص پنج سال تدریس در کلاس «مدیریت اقتصاد اطلاعات» برای دانشجویان دوره‌های تحصیلات تکمیلی در مدرسه علوم و سیاستگذاری اطلاعاتی دانشگاه ایالتی نیویورک واقع در منطقه آلبانی شکل گرفته است. این کتاب بر اقتصاد کالاها و خدمات اطلاعاتی که به طور قابل ملاحظه‌ای از انواع دیگر کالاها و خدمات متفاوت

تولید شود، چه نوع خدماتی باید ارائه شود و کدام مصرف‌کنندگان به بیشترین رفاه از خریدش می‌رسد، قضاوت کنیم.

فصل سوم تئوری عرضه را توصیف می‌کند و نحوه اندازه‌گیری منفعت از مصرف را نشان می‌دهد. با این شرط که محاسبات به دورهای از زمان محدود شود، هزینه تولید یک کالا یا خدمات را می‌توان به هزینه‌های ثابت و متغیر تقسیم کرد. این مفاهیم مربوط به هزینه را می‌توان برای تعریف هزینه نهایی - هزینه هر واحد اضافی - و هزینه متوسط - هزینه سرانه هر واحد - بکار برد. افزایش هزینه‌های نهایی موجب می‌شود تولیدکننده به مقداری که قیمت افزایش می‌یابد عرضه را افزایش دهد.

این مورد بر کمیت عرضه به بازار که براساس قیمت بازار و با مفهوم کشش قیمتی عرضه شناخته می‌شود اثر می‌گذارد. این مورد که قیمت بازار بر کمیت عرضه مؤثر است کشش قیمتی عرضه تعریف می‌شود. فصل ۴ تئوری‌های عرضه را برای تحلیل چگونگی انتخاب قیمت و کیفیت بازار ترکیب می‌کند و اندیشه اقتصادی یا بازارهای کارآی اجتماعی را معرفی می‌کند. مباحث اصلی این فصل عبارتند از: تعادل در بازار، کشش عرضه و تقاضا، کارآیی اقتصادی، بازارهای رقابتی به کارآیی اجتماعی و نارسایی بازار.

فصل ۵ درباره عوامل بیرونی هزینه‌ها، منافع کسب شده توسط افرادی که مستقیماً مصرف‌کننده یا تولیدکننده کالاها نیستند بحث می‌کند. غالباً کالاها و خدمات اطلاعاتی یا دارای آثار بیرونی مثبت یا منفی هستند و یا انگیزه اصلاح نارسایی بازار را می‌نمایانند. چون از اطلاعات می‌توان با هزینه نسبتاً کمی به صورت اشتراکی استفاده کرد، می‌تواند برای افراد به غیر از خریداران اصلی - سود و هزینه در برداشته باشد. چون ممکن است اطلاعات با ارزش توسط افرادی غیر از خریداران اصلی مورد استفاده قرار گیرد. بنابراین تأثیر بیرونی مثبت دارد. در صورتی که اطلاعات غلط، افتراآمیز یا اطلاعات منفی دارای آثار بیرونی منفی برای افرادی که تحت تأثیر آنها می‌باشند.

فصل ۶ الگوهای اطلاعاتی را به عنوان کالای مصرفی که توسط چندین مصرف‌کننده به طور همزمان استفاده می‌شود ارائه می‌دهد. الگوسازی اطلاعاتی به عنوان کالایی عمومی به روش مالی جامع که در آن همه مصرف‌کنندگان کالا جهت پوشاندن هزینه‌های خود مبلغ منصفانه‌ای پرداخت می‌کنند نیازمند است. اطلاعات یک کالای عمومی است. کالای عمومی می‌تواند همزمان توسط بیش از یک مصرف‌کننده مورد استفاده قرار گیرد بدون اینکه مصرف یک فرد تأثیری منفی در مصرف دیگران داشته باشد.

در فصل ۷ بازارهای غیررقابتی اطلاعات که در آن فروشنده کالا یا خدمات اطلاعاتی تنها فراهم آورنده است و می‌تواند قیمت را آنقدر بالا برد که مانع دستیابی بازار به کارآیی اقتصادی شود، ارائه شده‌اند. این بازارهای غیررقابتی اطلاعات می‌تواند حاصل قوانین حق مؤلف یا ثبت پروانه اختراعات که مالکیت انحصاری بوجود می‌آورد باشد. هزینه‌های ثابت کلان و هزینه‌های نهایی کم بازچاپ موجب می‌شود که بیشتر کالاها و خدمات دارای منحنی‌های هزینه متوسط نزولی باشند. در حالی که این امر ممکن است به انحصار طبیعی بینجامد، هزینه نهایی پایین بازچاپ، صاحبان دارایی فکری را از استفاده این بازارها به دلیل اینکه می‌توانند یک واحد از کالا را خریداری و نسخه‌های آن را به قیمت پایین‌تر از هزینه متوسط نویسنده و یا مخترع بفروشند باز می‌دارد.

فصل ۸ به توصیف مسائل اطلاعات ناقص که در آن یا مصرف‌کننده یا تولیدکنندگان یا هر دو آگاهی کاملی از کیفیت کالا ندارند، می‌پردازد. در ادامه این فصل نیاز به اطلاعات که موجب رفع نقص می‌شود، نمایش داده شده است. فصل ۹ الگوی اطلاعات به عنوان یک کالای صرف را با الگوی

اطلاعات به عنوان یک کالای عمومی مقایسه می‌کند.

بخش ۳ که شامل فصول ۱۰ تا ۱۳ کتاب است مقدمه‌ای بر ابزارهای تحلیل هزینه-منفعت فراهم می‌آورد. فصل ۱۰ به بررسی دریافت بهای استفاده در بازارهای اطلاعات می‌پردازد. گرچه اقتصاد دریافت بهای استفاده برای کتابخانه‌ها و خدمات اطلاعاتی بحث‌انگیز شده است، اما در ادبیات علم اطلاع‌رسانی به طور جامع به توضیح آن پرداخته نشده است. فصل ۱۱ به توصیف اینکه چگونه اقتصاد می‌تواند برای اندازه‌گیری «زمان صرف شده» مورد استفاده باشد می‌پردازد و توضیح می‌دهد که چگونه ارزش خدمات اطلاعاتی دربرگیرنده مدت زمان انتظار برای دریافت اطلاعات نیز می‌شود. کمیت‌پذیرسازی ارزش زمان، محاسبه دقیق‌تر منافع حاصل از خدمات مرجع، امانت بین کتابخانه‌های و استفاده از رایانه را میسر می‌سازد. ارزش زمانی که صرف مصرف کالاها و خدمات می‌شود، انتظار برای دریافت کالاها و خدمات، یا انتظار برای منافع و هزینه‌های آینده عامل مهمی در تحلیل هزینه-منفعت است. بسیاری از کالاها و خدمات اطلاعاتی برای مصرف به زمان نیاز دارند و در نتیجه لازم است هزینه فرصت مشتریان یا مصرف‌کنندگان در محاسبه تقاضا برای آن مورد توجه قرار گیرد.

فصل ۱۲ اشتراک منابع مانند امانت بین کتابخانه‌های را تحلیل می‌کند. کارآیی اقتصادی اشتراک منابع به سطح استفاده از منابع مشترک هزینه آنها و هزینه فرصت زمان انتظار مشتریان بستگی دارد. اشتراک منابع می‌تواند دستیابی کارآیی اقتصادی برای ائتلاف کتابخانه‌های بوجود آورد، لکن باید بر آن مشکلات ایجاد انگیزه برای مشارکت و خرید مشترک منابع غلبه کند.

فصل ۱۳ نیز با ارائه ابزارهای انجام تحلیل هزینه-منفعت به مباحث کتاب پایان می‌دهد. این مورد شامل تهیه ماتریس از گروه‌های عمدهٔ دخیل در تصمیمات سیاست‌گذاری و مدیریتی و سنجش منافع و هزینه ویژه هر یک از گروه‌هاست. تحلیل هزینه‌منفعت می‌تواند به گونه‌ای مؤثر برای تعیین اینکه پروژه‌ها و سیاست‌ها دارای ارزش اقتصادی هستند یا خیر به‌کار برده شود. ماتریس هزینه‌ها و منافع تحلیل‌گر را در تعیین گروه‌هایی که به منافع می‌رسند یا متحمل هزینه‌های پروژه‌های می‌شوند یاری می‌کند.

کتاب دارای سه ضمیمه با عناوین «تمرین بیشتر برای هزینه نهایی متوسط و هزینه کل»، «سنجش ارزش آموزش بهداشت جنسی» و «قیمت‌های رامسی و کارآیی اقتصادی» است. مراجع و مأخذ در آخر فصل‌های مربوطه آمده‌اند و در انتهای کتاب فهرست منابع وجود ندارد. از آنجایی که در زمینه «اقتصاد اطلاعات» کتاب دیگری به زبان فارسی منتشر نشده است و این درس نیز هرچند در مقاطع کارشناسی و کارشناسی ارشد علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی تدریس نمی‌شود ولی با توجه به وجود درسی به نام «اقتصاد اطلاعات» در دوره دکتری کتابداری و اطلاع‌رسانی، این کتاب می‌تواند در کنار منابع اصلی درس مربوطه مورد استفاده قرار گیرد. به علاوه می‌توان آن را به عنوان منبع کمک درسی درس کلیات علم اقتصاد که یکی از دروس دوره کارشناسی این رشته است به منظور آشنایی بیشتر دانشجویان با مباحث اقتصاد اطلاعات مورد استفاده قرار داد.

در پایان، قابل ذکر است که ترجمهٔ این هرچند کتاب در سال ۱۳۸۰ شمسی به چاپ رسیده است ولی مترجمان محترم هیچ‌گونه اطلاعاتی درباره سال چاپ کتاب به زبان اصلی، ارائه ندادند. اما با بررسی منابع انتهای فصول مشخص می‌شود که تاریخ چاپ برخی از آن منابع به سال ۱۹۹۴ می‌باشد و از اینجا می‌توان نتیجه گرفت که کتاب حداقل در این سال یا بعد از آن چاپ شده است. همچنین کتاب فاقد هرگونه نمایه‌نامه و واژه‌نامه می‌باشد.

