



## مروری بر متون اقتصاد اطلاعات

مهدی زینالی<sup>۱</sup>

### چکیده

باگذشت زمان، اطلاعات به‌عنوان کالا شناخته شد و خریدوفروش آن مورد بحث اقتصاددانان و کتابداران و اطلاع‌رسانان قرار گرفت. امروزه اقتصاد اطلاعات به یکی از مباحث نوپا در رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی تبدیل گردیده است. آگاهی از روندهای انجام پژوهش در یک حوزه، زمینه‌های پژوهش نشده یا کمتر پژوهش شده، شناختن افراد باتجربه و متخصص در آن حوزه و پژوهش‌های انجام‌شده توسط آن‌ها، برای پژوهشگران از اهمیت بسزایی برخوردار است. در همین راستا در پژوهش حاضر سعی شده است تا با مرور پژوهش‌های انجام‌شده در این حوزه، زمینه‌های پژوهش شده آشکار و دسترسی بدان‌ها برای پژوهشگران تسهیل شود؛ همچنین آشنایی کلی با متون و موضوعات و پژوهشگران حوزه اقتصاد اطلاعات برای پژوهشگران جوان حاصل شود. به‌طور خلاصه می‌توان گفت که مباحث نظری در زمینه اقتصاد اطلاعات (به‌جز بازاریابی) از بنیه قوی برخوردار نیست گرچه پژوهش‌های عملی انجام‌شده است اما این مشهود است که وضعیت بنیان‌های نظری در یک حوزه به‌صورت مستقیم کیفیت پژوهش‌های عملی را نشان می‌دهد.

**کلیدواژه‌های موضوعی:** اقتصاد اطلاعات، قیمت‌گذاری اطلاعات، بازاریابی اطلاعات، توزیع اطلاعات، خرید اطلاعات

### مقدمه

اقتصاد به فرایند یا نظام تولید، فروش و خرید کالاها و خدمات مربوط می‌شود. علم اقتصاد از علوم اجتماعی است که به‌طور ویژه به توصیف و تجزیه و تحلیل فرایند یا نظام‌های تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات می‌پردازد (فرهنگ وبستر، ۱۳۹۴). در مقایسه با فرهنگ وبستر، باب‌الحوائجی اقتصاد را به‌عنوان علمی که رفتار بشر را به‌عنوان رابطی میان منافع و وسایل کمیاب مطالعه می‌کند، معرفی کرده است (باب‌الحوائجی، ۱۳۸۶، ۳۰)؛ محسنی (۱۳۸۰) نگاه جامع‌تری داشته و عدم وجود توافق در مورد تعریف علم اقتصاد را یادآور می‌شوند. ایشان خاطر نشان می‌سازد که دو نگرش نسبت

<sup>۱</sup> دانشجوی کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی، ma.zeynali@gmail.com



به تعریف علم اقتصاد وجود دارد، عده‌ای آن را مطالعه و بررسی تولید، توزیع و مصرف ثروت در جامع انسانی می‌دانند؛ و گروه دیگر علم اقتصاد را، علم بهره‌گیری از منابع کمیاب به منظور نیل به رفاه اجتماعی در جامعه بشری تعریف می‌کنند. باین‌وجود، محسنی اقتصاد اطلاعات را عبارت از مطالعه و بررسی تولید، توزیع، بازاریابی، قیمت‌گذاری، فروش، مصرف و کلیه درآمدهایی که مستقیم یا غیرمستقیم از طریق تولید، انتشار، فروش، ذخیره، پردازش و دسترسی به اطلاعات حاصل می‌شود، تعریف کرده است. این پژوهشگر از تعریف اول علم اقتصاد برای تعریف اقتصاد اطلاعات استفاده کرده است. از سویی دیگر، اگرچه باب‌الحوادثی از تعریف دوم علم اقتصاد برای توضیح اقتصاد اطلاعات بهره می‌گیرد؛ باین‌وجود در تعریف اقتصاد اطلاعات، یک نوع آشتی بین تعریف اول و تعریف دوم برقرار می‌کند و می‌افزاید اقتصادی کردن منابع کمیاب، مسئله اصلی اقتصاد است. از آنجایی که فعالیت‌های خلق، جمع‌آوری، پردازش، سازمان‌دهی، اشاعه و استفاده از اطلاعات شامل منابع کمیاب است در حوزه اقتصاد اطلاعات مورد بررسی قرار می‌گیرد. در مقایسه دو نظر مطرح شده درباره علم اقتصاد، گروه دوم هدف علم اقتصاد را رسیدن به رفاه اجتماعی ذکر می‌کنند. در حالی که گروه اول هدف خاصی را مطرح نمی‌کنند که ممکن است کسب سود بیشتر یا هدف دیگری، به عنوان هدف علم اقتصاد در نظر گرفته شود. در تبیین اینکه کدام تعریف برای اقتصاد اطلاعات پذیرفتنی است، می‌توان گفت که اگرچه دو تعریف متمایز از همدیگر به نظر می‌رسند اما با توجه بیشتر مشخص می‌گردد که تعریف دوم، خود زیرمجموعه تعریف اول است، با این تفاوت که در تعریف اول سخنی از هدف به میان نیامده است. با ذکر مثالی می‌توان این موضوع را به روشنی تبیین نمود؛ بدین‌صورت که برای ناشران، علم اقتصاد و پژوهش‌های اقتصادی که روش‌ها و الگوهای کسب سود بیشتر را برای آن‌ها ارائه می‌کند، مورد توجه است و برای کتابخانه‌ها و خریداران اطلاعات، علم اقتصاد و پژوهش‌های اقتصادی که روش‌ها و الگوهایی که خرید را با کمترین هزینه ممکن می‌سازند، مورد توجه قرار می‌گیرد لذا، متفاوت بودن حوزه کاری باعث تفاوت در تعریف علم اقتصاد می‌گردد. به همین علت تعریف اول برای تبیین اقتصاد اطلاعات تعریف جامع‌تری است. در اقتصاد اطلاعات مباحثی از قبیل تولید، توزیع، بازاریابی، قیمت‌گذاری، فروش، مصرف و کلیه درآمدهایی که از طریق تولید، انتشار، فروش، ذخیره پردازش و دسترسی به اطلاعات حاصل می‌شود، مطالعه می‌شود؛ به عبارت دیگر در اقتصاد اطلاعات خرید، فروش و توزیع مصنوعات اطلاعاتی نیز بحث می‌شود.



## تاریخچه اقتصاد اطلاعات

گرچه اصطلاح اقتصاد اطلاعات ابتدا در متون اقتصادی در دهه ۱۹۶۰ ظاهر شد اما کتابداران پیش از اقتصاددانان برای اولین بار کتاب را به‌عنوان کالا معرفی نمودند. رانگانان کتاب‌ها را به‌عنوان کالا و کتابشناسی‌ها را به‌عنوان فهرست کالاها معرفی نمود علاوه بر این، از آنجایی که در مباحث مجموعه‌سازی به اقتصاد اطلاعات پرداخته می‌شود و همچنین مجموعه‌سازی یکی از ارکان و کارهای مهم کتابخانه است؛ پس می‌توان گفت اقتصاد اطلاعات از بدو پیدایش کتابخانه‌ها مورد بحث کتابداران بوده است.

## گروه‌بندی پژوهش‌های اقتصاد اطلاعات

اگوستین<sup>۱</sup> اقتصاد اطلاعات را موضوع مشترک میان اقتصاددانان و مدیران و اطلاع‌رسانان ذکر کرده و می‌افزاید که به این موضوع از دو جنبه نگاه شده است، جنبه نخست نقش اطلاعات و دانش در اقتصاد که مورد توجه اقتصاددانان و مدیران است و جنبه دوم جنبه اقتصادی تولید، گردآوری، اشاعه محصولات و خدماتی است که مورد توجه کتابداران و اطلاع‌رسانان است (باب‌الحوائجی، ۱۳۸۶، ۳۰). نوکاریزی (۱۳۸۹) چهار نوع پژوهش را در حوزه اقتصاد اطلاعات ذکر کرده است: دسته اول، پژوهش‌هایی که نقش اطلاعات را در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی مورد بررسی قرار داده‌اند؛ دسته دوم، پژوهش‌هایی که چگونگی کمک فعالیت‌های اطلاع‌رسانی را به اقتصاد بررسی نموده‌اند یعنی نقش فعالیت‌های اطلاع‌رسانی را در اقتصاد با توجه به این که چند درصد از تولید ناخالص ملی به تولید و استفاده از اطلاعات اختصاص می‌یابد یا درصد نیروهای کار مشغول در حرفه‌های اطلاع‌رسانی چقدر است؛ دسته سوم، پژوهش‌هایی که به اطلاعات به‌عنوان کالایی اقتصادی که می‌توان آن را در بازار خرید و فروش کرد نگاه شده است؛ و دسته چهارم، پژوهش‌هایی که به عوامل تأثیرگذار (دولت) بر اقتصاد اطلاعات می‌پردازد یاد شده است. در ایران در حوزه اقتصاد اطلاعات در برخی زمینه‌ها پژوهش‌های فراوانی انجام شده است و در برخی زمینه پژوهش‌های اندکی به دست آمد. به‌طور خاص در این پژوهش به منابعی اشاره خواهد شد که به اطلاعات به‌عنوان کالای اقتصادی نگریسته شده است به‌جز یک مورد (نقش

۱. Augustine



اطلاعات در اقتصاد) سایر موارد که توسط پژوهشگران در حوزه اقتصاد اطلاعات گنجانده شده است ذکر نخواهد شد. از

این رو، پژوهش‌های ذکر شده در یکی از گروه‌های زیر قرار می‌گیرد:

۱. پژوهش‌هایی که به توسعه و بسط نظری اقتصاد اطلاعاتی پرداخته‌اند؛
۲. پژوهش‌هایی که نقش اطلاعات را در اقتصاد نشان داده‌اند؛
۳. پژوهش‌هایی که به توزیع اطلاعات توجه داشته‌اند؛
۴. پژوهش‌هایی که به بازاریابی محصولات اطلاعاتی پرداخته‌اند؛
۵. پژوهش‌هایی که به هزینه و قیمت‌گذاری خدمات و محصولات اطلاعاتی توجه کرده‌اند؛
۶. پژوهش‌هایی که به خرید منابع اطلاعاتی معطوف شده‌اند؛
۷. پژوهش‌های که به عوامل تأثیرگذار بر اقتصاد اطلاعات توجه کرده‌اند؛
۸. پژوهش‌های که به ارزیابی اقتصادی مراکز اطلاعاتی پرداخته‌اند.

### پژوهش‌های مربوط به مباحث نظری اقتصاد اطلاعات

پژوهش‌های کمتری به مباحث نظری اقتصاد اطلاعات پرداخته‌اند و در طی چند سال اخیر در علم اطلاعات و دانش‌شناسی به صورت جدی منابعی در زمینه اقتصاد اطلاعات تدوین شده است. اولین کتاب ترجمه شده در زمینه اقتصاد اطلاعات با عنوان «اقتصاد اطلاعات: راهنمای تحلیل اقتصادی و هزینه سودمندی برای کارشناسان اطلاعات» تألیف بروس آر کینگما<sup>۱</sup> است که محمدحسین دینانی آن را به زبان فارسی برگردانده و در ۱۳۸۰ توسط انتشارات کتابخانه رایانه‌ای منتشر شده است (دینانی، ۱۳۸۰). دومین کتاب با عنوان اقتصاد اطلاعات توسط جعفر عبادی (۱۳۹۱) تألیف شده است که موسسه چاپ و انتشارات دانشگاه تهران این کتاب را در سال ۱۳۹۱ منتشر نموده است. کتاب جون لستر و والس ک. کوهرلر با ترجمه محسن نوکاریزی با عنوان مبانی اطلاع‌رسانی توسط انتشارات چاپار منتشر شده است. در یکی از فصل‌های این کتاب به طور ویژه به اقتصاد اطلاعات پرداخته شده است. در زمینه مباحث نظری اقتصاد اطلاعات مقالات اندکی نوشته شده است که اولین مقاله در این زمینه و یا در کل می‌توان گفت اولین منبع منتشر شده در این زمینه

۱. Bruce R Kingma



مقاله‌ای با عنوان «اقتصاد اطلاعات: مفاهیم و چشم‌اندازها» نوشته حمید محسنی است که در پاییز ۱۳۸۰ در مجله رهیافت منتشر شده است. در این مقاله ابتدا درباره علم اقتصاد و اقتصاد اطلاعات و سپس افزایش درآمد برخی کشورها بخصوص ایالات متحده با انجام فعالیت‌های اطلاع‌رسانی به بحث گذاشته شده است. در انتها به افزایش مشاغل اطلاعاتی و فناوری اطلاعات و اطلاعات به‌عنوان کالا اشاره می‌شود. به‌صورت کلی در این نوع پژوهش‌ها مفاهیم اقتصاد اطلاعات، زیر موضوعات موجود در این زمینه از قبیل اطلاعات به‌عنوان کالا، خرید و فروش مصنوعات اطلاعاتی، ارزش اطلاعات، قیمت‌گذاری اطلاعات و برخی مفاهیم مرتبط به اقتصاد اطلاعات جهت بسط و توسعه نظری اقتصاد اطلاعات ارائه می‌شود (محسنی، ۱۳۸۰). دومین مقاله در این زمینه مقاله رابرت ام. هایس<sup>۱</sup> است که حمیدرضا جمالی مهممونی آن را ترجمه و در دائرةالمعارف کتابداری و اطلاع‌رسانی سال ۱۳۸۱ چاپ شده است (جمالی مهممونی، ۱۳۸۱). مقاله دیگر با عنوان «اقتصاد اطلاعات و خدمات بازاریابی» توسط رحمان ابراهیمی در سال ۱۳۸۷ در ماهنامه ارتباط علمی منتشر شده است (ابراهیمی، ۱۳۸۷). شاه‌حسینی بخش‌هایی از سخنرانی استیگلیتز<sup>۲</sup> را با عنوان اقتصاد اطلاعات و ضعف اقتصاد متعارف ترجمه نموده است (شاه‌حسینی، بی‌تا). جنبه‌های نظری اقتصاد اطلاعات و کاربرد آن در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی با تشریح مباحثی نظیر ارزش تولید اطلاعات، ایجاد ارزش افزوده، قیمت محصولات اطلاعاتی، ارزشیابی نظام یا خدمات اطلاعاتی و هزینه سودمندی در پژوهش باب‌الحوائجی ارائه شده است (باب‌الحوائجی، ۱۳۸۶).

#### پژوهش‌های مربوط به تأثیر اطلاعات بر اقتصاد

گرچه برخی از کتابداران نیز به تأثیر اطلاعات بر اقتصاد، برای نشان دادن ارزش اطلاعات پرداخته‌اند نظیر مقاله‌ای که توسط فهیمه باب‌الحوائجی در سال ۱۳۸۳، در فصلنامه اطلاع‌شناسی منتشر شده است در سایر موارد، این نوع پژوهش‌ها بیشتر مورد توجه اقتصاددانان بوده است. اقتصاددانان به تأثیر اطلاعات در بازار بورس و سهام پرداخته‌اند. آنچه در اقتصاد جدید مورد توجه است، ساختار متکی به دانش و آگاهی آن است؛ نه تنها از این جهت که امروزه دانش و آگاهی

۱. Robert M. Hayes

۲. Stiglitz



از طریق رشد و افزایش بهره‌وری در تولید اهمیت فزاینده یافته است، بلکه از این جهت که مادیت و حالت فیزیکی مواد نیز کم‌اهمیت شده و استفاده کالاها و خدماتی نظیر نرم‌افزارهای کامپیوتری، وسایل تفریحی تصویری، تحویل اینترنتی کالا و خدمات و به عبارتی محصولات اطلاعاتی و ارتباطی افزایش یافته است. این موضوع بر رشد و بهره‌وری اقتصاد تأثیر مثبت گذاشته است. خاکی (۱۳۸۲) تحول اشتغال در جامعه اطلاعاتی را بحث کرده است؛ همچنین نقش بخش اطلاعات در اقتصاد ایران با رویکرد داده-ستانده بررسی شده است (بانویی و محقی، ۱۳۸۴). عماد زاده، شهنازی و دهقان شبانی (۱۳۸۵) میزان تحقق اقتصاد دانش‌محور در ایران را بررسی نمودند. جهانگرد (۱۳۸۶) با الگوی داده-ستانده (جدول داده-ستانده سال ۱۳۸۰ مرکز آمار ایران) از روش متغیرهای مختلط استفاده کرده و اهمیت بخش اطلاعات را از منظر متغیرهای کلان اقتصادی نظیر ارزش‌افزوده، اشتغال و درآمد تجزیه و تحلیل کرده است. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که اثر مستقیم و غیرمستقیم بخش اطلاعات در ایران از نظر اشتغال حدود ۴.۴ درصد، از نظر ارزش‌افزوده ۶.۴ درصد و از نظر جبران خدمات کارکنان ۹ درصد کل اقتصاد است. طلایی و انتظاری (۱۳۸۶) اشتغال در اقتصاد دانش‌محور را مورد بحث قرار دادند. یحیی زاده فر، شمس و فلاح محمدی (۱۳۹۰) به تأثیر افشای اطلاعات بر شکاف قیمتی در بازار سرمایه ایران با استفاده از تحقیق سیستم معادلات همزمانی پرداخته‌اند. در این پژوهش، روش توصیفی و از نوع همبستگی بوده و از شرکت‌های بورس اوراق بهادار تهران نمونه‌گیری شده است. نتایج تحقیقات نشان داد که رابطه معناداری بین افشای اطلاعات و اختلاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش سهام وجود دارد. تأثیر اطلاعات بر اقتصاد کشورهای در حال توسعه در دومین اجلاس ملی حسابداری نیز مورد بحث واقع شده است (رضائیان جویباری و همکاران، ۱۳۹۲).

#### پژوهش‌های مربوط به توزیع اطلاعات و محصولات اطلاعاتی

توزیع در لغت به معنی عمل و اقدام رساندن و تحویل اشیا به دست مردم و به راه و روش‌هایی پخش اشیا گفته می‌شود (فرهنگ وبستر، ۱۳۹۴). توزیع اطلاعات و توزیع مصنوعات اطلاعاتی به تمامی محل‌ها و کانال‌هایی که باعث می‌شود مردم به اطلاعات و مصنوعات اطلاعاتی دست یابند، اطلاق می‌شود. ناشران، کتاب‌فروشی‌ها، کتابخانه‌ها، نمایشگاه‌ها از جمله محل‌های توزیع اطلاعات‌اند؛ به همین سبب پژوهش‌هایی که چگونگی توزیع محصولات اطلاعاتی



را در این مکان‌ها بررسی نموده یا روش‌هایی را برای توزیع آسان باهدف کاهش هزینه ارائه داده‌اند، در این دسته از پژوهش‌ها قرار می‌گیرند.

هر کتابی که باهدف تشویق مطالعه تدوین شده است، به موضوع توزیع اطلاعات نیز اشاره کرده است باین‌وجود، پژوهش‌هایی که به‌صورت خاص به مباحث نظری توزیع اطلاعات بپردازد، به دست نیامد، اما پژوهش‌هایی عملی در این زمینه به تعداد اندک آن‌هم در موضوعات محدود صورت گرفته است.

یکی از مهم‌ترین مکان‌های توزیع اطلاعاتی نمایشگاه‌های کتاب است که بهترین مکان و محل برای تبلور و تالو بازار بزرگ دانش هستند. برگزاری نمایشگاه‌های کتاب، رویدادی مهم برای مذاکره، تبادل افکار، تجارب نمایشگاهی و بازرگانی است که در آن صنایع چاپ و نشر و تجهیزات کتابخانه‌ای، موسسه‌های اطلاع‌رسانی محصول خود را به معرض نمایش می‌گذارند (آزاده، سندیانی و میر سعید، ۱۳۹۱). بررسی مشخصات نظرات و دیدگاه‌های بازدیدکنندگان از نمایشگاه بیشترین پژوهش را به خود اختصاص داده است. یکی از این پژوهش‌ها، طرح پژوهشی محمود سیگارودی است که باهدف بررسی مشخصات، نظرات و گرایش‌های بازدیدکنندگان از اولین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران انجام گرفت و برای دست‌یابی به هدف، از روش پیمایشی استفاده شد. یافته‌ها نشان داد که ۸۰ درصد از دیدارکنندگان مرد، ۲۰ درصد زن؛ ۸۰ درصد بازدیدکنندگان زیر ۳۰ سال؛ ۷۵ درصد داری تحصیلات دانشگاهی، ۷/۲۲ درصد از ساکنان سایر شهرها بودند و ۵۵ درصد از ناشران ایرانی و ۴۵ درصد از ناشران خارجی کتاب خریداری شده است (ملک‌زاده و همکاران، ۱۳۶۸). پایان‌نامه دادخواه (۱۳۷۰) و مقاله زین‌العابدینی (۱۳۸۰) از دیگر پژوهش‌های است که نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران بررسی گردیده است.

برگزاری نمایشگاه‌های کتاب فقط به نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران ختم نمی‌شود، بلکه در سایر شهرها و مراکز استان‌ها نیز نمایشگاه کتاب برگزار می‌گردد و پژوهش‌هایی نیز در زمینه آن‌ها انجام شده است. نظرات بازدیدکنندگان از کم و کیف نمایشگاه کتاب آذربایجان غربی در طرح پژوهشی اداره ارشاد این استان گردآوری گردید (اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی استان آذربایجان غربی، ۱۳۷۴). همچنین رجبی (۱۳۸۷) سیاست‌ها و برنامه‌های نشر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را بررسی نموده است.



اصلاح ساختار و نقص‌های موجود هر پدیده‌ای و تبدیل آن به نقاط قوت، در گرو بررسی و شناختن آسیب‌های موجود در آن هست و نمایشگاه‌های کتاب نیز از این امر مستثنی نیستند. فاطمی زاده (۱۳۸۹) یکی از پژوهشگرانی است که با درک اهمیت آسیب‌شناسی به این مقوله پرداخته است. وی در پایان‌نامه خود به آسیب‌شناسی نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران پرداخت. جامعه این پژوهش، کتابداران متخصص کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه‌های تهران بود که نتایج پژوهش نشان داد که عدم مدیریت مناسب مهم‌ترین نقطه ضعف نمایشگاه بوده است؛ همچنین میزان رضایت از مکان و فضای داخلی نمایشگاه کمتر از حد متوسط و از زمان برگزاری، نحوه عرضه و فروش و نیز کیفیت منابع در نمایشگاه بیش از حد متوسط بوده است.

بررسی وضعیت نشر و توزیع کتاب و عوامل مؤثر بر آن یکی دیگر از حوزه‌های پژوهشی است. آزاده قلعه‌نویی (۱۳۹۱) در پایان‌نامه خود به بررسی وضعیت نشر، توزیع و فروش کتاب در شهر مشهد در سال‌های ۱۳۸۰-۱۳۹۰ با استفاده از روش توصیفی پیمایشی پرداخت. او اطلاعات لازم را از کلیه ناشران فعال و کتاب‌فروشی‌های مشهد گردآوری نمود. عوامل مؤثر بر وضعیت نشر و توزیع کتاب در استان کهگیلویه و بویراحمد از دیدگاه ناشران و کتاب‌فروشان در پایان‌نامه عصمت ملکوتی نسب بررسی شد (ملکوتی نسب، ۱۳۹۲). در طرح پژوهشی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، انگیزه ناشران برای شرکت در دومین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران و میزان رضایت آن‌ها سنجیده شد (وزارت ارشاد اسلامی، بی‌تا). موانع نشر الکترونیکی در پایان‌نامه‌ی عنایت تبار بررسی شد و در نهایت چارچوبی مفهومی به‌منظور توسعه خدمات نشر الکترونیک ارائه گردید (عنایت تبار، ۱۳۸۵).

وجود نظام‌های اطلاعاتی مناسب که بتوانند نیازهای اطلاعاتی افراد، مراکز تحقیقاتی و ادارت دولتی، مؤسسات و شرکت‌های بزرگ را تأمین نماید جز ضرورت‌های پیشرفت کشورها می‌باشد، اما مسئله مهم‌تر دسترسی به‌نگام و بدون مانع به این اطلاعات است. دولت‌ها و دیگر سازمان‌های اجتماعی همواره درصدد کنترل جریان و انواع اطلاعاتی بوده‌اند که شهروندان آن‌ها می‌توانند به آن دسترسی داشته باشند (نوکاریزی، ۱۳۸۹) بر همین اساس، آلاشتی (۱۳۸۸) قانون انتشار و حق دسترسی به اطلاعات را در مقاله‌ای گردآورد؛ همچنین دو فصل از کتاب مبانی مطالعات اطلاع‌رسانی ترجمه نوکاریزی به‌صورت مفصل به مباحث وضع قانون، خط‌مشی اطلاع‌رسانی، سازمان‌های واضع قانون، دسترسی به اطلاعات دولتی پرداخته شده است.



## پژوهش‌های مربوط به بازاریابی اطلاعات

پژوهش‌های مختلفی در زمینه بازاریابی محصولات اطلاعاتی انجام شده است. برخی پژوهش‌ها به صورت نظری به مفاهیم بازاریابی پرداخته‌اند و برخی دیگر میزان اقدامات بازاریابی را در مراکز مربوط به اطلاعات مورد توجه قرار داده‌اند. نمونه‌ای از این پژوهش‌ها، بررسی کاربرد اصول بازاریابی محصولات و خدمات کتابخانه توسط علیزاده (۱۳۸۵) است که ابتدا به مفاهیم بازاریابی و تفاوت آن با فروش پرداخته، سپس آمیخته بازاریابی کوتر را ارائه و نکات موجود ذکر گردیده است. در این پژوهش چهار آمیخته‌ی بازاریابی از قبیل محصول، مکان، قیمت و فعالیت‌های تشویقی در مورد کتابخانه‌ها به بحث گذاشته شده است. همچنین بازاریابی خدمات اطلاعاتی در مراکز اطلاع‌رسانی توسط نورزی بحث گردیده است (نوروزی، ۱۳۸۶).

شاپوری (۱۳۸۷) پژوهشی با عنوان بازاریابی در کتابخانه‌ها انجام داده است که ابتدا به مباحث نظری بازاریابی در کتابخانه پرداخته و درصدد است با معرفی چهار آمیخته بازاریابی گامی مؤثر در تقویت فعالیت‌های کتابخانه بردارد. نکته قابل توجه در این پژوهش این است که اهمیت بازاریابی برای کتابخانه‌ها و دلایل لزوم انجام بازاریابی، تاریخچه آن، موانع موجود در بازاریابی ارائه شده است. حاجی عزیزی (۱۳۸۷) به بازاریابی به صورتی متفاوت نگریسته است. در این پژوهش دیدگاه‌های اندیشمندان حوزه مطرح و سپس در مورد رفتار اطلاع جویی و سبک‌های یادگیری و تفکر در میان افراد بحث شده است؛ همچنین به جستجوی کاربران در موتورهای جستجوی گوگل، یاهو و نقش آن‌ها اشاره می‌کند و به متغیر بودن بازار اشاره و به مقایسه کتابخانه با گوگل می‌پردازد؛ علاوه بر این‌ها مواردی را که به وسیله آن می‌توان مخاطبین بیشتری جذب کتابخانه‌ها نمود، یاد شده است. وی در ادامه از نسلی با عنوان نسل نت یاد کرده و به ویژگی‌های این نسل اشاره می‌نماید لذا با ذکر این موارد اهمیت بازاریابی برای کتابخانه را به صورت غیرمستقیم نشان داده است. در همین راستا بصیریان و نادری پژوهشی را برای نشان دادن نقش و جایگاه بازاریابی در کتابخانه‌ها و اهمیت و ضرورت وجود طرح بازاریابی انجام دادند (بصیریان چهارمی و نادری جلوداری، ۱۳۸۸).

در سال‌های اخیر پژوهش‌های عملی که بازاریابی را در مراکز اطلاع‌رسانی سنجیده‌اند، رشد یافته است. میزان استفاده کتابخانه‌های عمومی شهر تهران از اصول بازاریابی توسط حمیدی و رحمتی تاش و تاجداران (۱۳۸۸) سنجیده شد، همچنین سلطانی فر و جابری روش‌های مؤثر تبلیغات کتاب را از کارشناسان رسانه و ارتباطات جویا شدند (سلطانی



فر و جابری، ۱۳۹۰). نتایج پژوهش سعیدی و رجوعی نشان داد که از بین عوامل مؤثر در فروش کتاب الکترونیک از دیدگاه ناشران الکترونیک به ترتیب، سهولت برای مصرف‌کنندگان، حق انتخاب مشتری، هزینه برای مشتریان و مزایا و ارزش برای مشتریان، مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار هستند (سعیدی و رجوعی، ۱۳۹۰). پژوهشی دیگری باهدف تعیین میزان استفاده کتابخانه پردیس بین‌المللی دانشگاه تهران از آمیخته بازاریابی انجام شد (سعیدی و سهیلی، ۱۳۹۴).

توجه ناشران به اصول بازاریابی نیز موردتوجه بوده است. پژوهشی که توسط عالیه موسی زاده جهت اخذ مدرک کارشناسی ارشد انجام داده است به میزان توجه هرکدام از ناشران علم اطلاعات و دانش‌شناسی به آمیخته بازاریابی نشان داد که این ناشران توجه کمتری نسبت به ناشران برگزیده دارند (موسی زاده، ۱۳۹۱).

نوع دیگر از پژوهش‌های مربوط به بازاریابی در مراکز اطلاع‌رسانی، امکان‌سنجی برنامه‌های بازاریابی است. بزرگی و نصیری (۱۳۸۸) به امکان‌سنجی برنامه‌های بازاریابی اطلاعات در کتابخانه ملی پرداختند و مدلی را پیشنهاد نمودند. یافته‌های این پژوهش نشان داد که اکثر پاسخ‌دهندگان با ضرورت انجام بازاریابی در کتابخانه ملی موافق هستند. مروری بر بازاریابی کتاب در ایران و جهان با تأکید بر بازاریابی کتاب کودکان، عنوان پژوهشی است که لیلا مکتبی فرد انجام داده است (مکتبی فرد، ۱۳۸۷).

### پژوهش‌های مربوط به قیمت‌گذاری

بیشتر پژوهش‌های مربوط به قیمت‌گذاری، نظری هستند. وقتی اطلاعات به‌عنوان کالای اقتصادی شناخته شود، سؤال اساسی جامعه این خواهد بود که هزینه دسترسی به اطلاعات بر چه اساسی و توسط چه کسی باید پرداخت شود. تعیین قیمت برای کالاها و خدمات اطلاعاتی چگونه صورت خواهد گرفت. قیمت‌گذاری برای استفاده از خدمات و منابع کتابخانه یکی از مباحث موجود در این زمینه است. حیدر مختاری در پژوهشی به بحث هزینه استفاده و کارکردهای آن، تاریخچه بهای استفاده در کتابخانه و مخالفان و موافقان گرفتن هزینه استفاده می‌پردازد. او به تحلیل اقتصادی هزینه استفاده اشاره و چهار گزینه (بدون گرفتن هزینه، دریافت هزینه استفاده برای تمام خدمات، هزینه استفاده برای خدمات به‌صرفه و هزینه استفاده برای خدمات ابتکاری) را برای کتابخانه‌ها جهت گرفتن هزینه استفاده مطرح می‌سازد. او نتیجه می‌گیرد که برخلاف نظر مخالفان، گرفتن هزینه استفاده از خدمات خاص، نه تنها به کارایی کتابخانه کمک می‌کند، بلکه



تداوم‌بخش و تسریع‌کننده‌ی خدمات پایه و رایگان هم هست (مختاری، ۱۳۸۷). قیمت‌گذاری و برآورد هزینه در خدمات اطلاع‌رسانی انتفاعی عنوان پژوهش فانگ یم اس است که محمد حسن‌زاده آن را در سال ۱۳۸۲ ترجمه نمود و در کتاب تحویل اطلاعات در قرن بیست و یکم چاپ گردیده است (حسن‌زاده، ۱۳۸۲).

موضوع دیگر در این زمینه روش‌های قیمت‌گذاری بر محصولات اطلاعاتی است. قیمت تعیین می‌کند که چه کسانی به اطلاعات دسترسی داشته باشند. قیمت‌گذاری منابع و خدمات اطلاعاتی غلام حیدری نمونه دیگری است که به مفاهیم قیمت‌گذاری و نظام‌های قیمت‌گذاری و مفاهیم مرتبط با آن پرداخته است (حیدری، ۱۳۸۷). آزادی احمدآباد و آزادی احمدآباد (۱۳۹۱) بخشی از مقاله خود را به قیمت‌گذاری اطلاعات تخصیص داده است. یافته‌های پژوهش عطاپور و نادری (۱۳۹۲) نشان می‌دهد که راهبردهای تبعیض قیمتی و فروش بسته‌ای برای کالاهای اطلاعاتی مناسب به نظر می‌رسد؛ همچنین اگر راهبردهای گفته‌شده به‌درستی به اجرا درآید، حداکثر سود برای فروشندگان و حداکثر مطلوبیت به مصرف‌کنندگان حاصل می‌شود و بازار کالاهای اطلاعاتی به بازاری کارا از نظر اجتماعی تبدیل می‌شود. در پژوهشی مشابه امیر وفایی (۱۳۹۳) در پایان‌نامه خود به تأثیر نحوه‌ی ارائه قیمت یک بسته کتاب کمک‌آموزشی بر ارزیابی دانش آموزان انجام داد تا نوع مطلوب خرید یک بسته‌ی کتاب کمک‌آموزشی را ارائه نماید.

ایجاد الگوهای جدید قیمت‌گذاری برای نشر الکترونیکی، مقاله‌ای در این زمینه است که توسط محسنی (۱۳۷۹) ترجمه‌شده است. کتاب الکترونیکی یکی از منابع الکترونیکی مهم است که امروزه مورد توجه واقع شده است، از این رو قیمت‌گذاری کتاب‌های الکترونیکی و مفاهیم مرتبط با آن در پژوهش انصاری فرد و هنرمند ساری (۱۳۹۳) مورد توجه قرار گرفته و در انتها مدلی برای قیمت‌گذاری کتاب الکترونیکی ارائه شده است. تعیین ارزش اطلاعات یکی از مباحث مربوط به قیمت‌گذاری است در این راستا اصنافی مقاله‌ی آدری<sup>۱</sup> را با عنوان ارزش‌گذاری اطلاعات ترجمه نمود (اصنافی، ۱۳۸۰).



### پژوهش‌های مربوط به خرید

قیمت‌گذاری موضوع مورد توجه فروشندگان و خرید موضوع مورد توجه مصرف‌کنندگان است. مصرف‌کنندگان بخصوص کتابخانه‌ها در تلاش‌اند تا بیشترین منابع را با کمترین هزینه تهیه نمایند از این‌رو، این زمینه از اقتصاد اطلاعات بیشتر توجه مصرف‌کنندگان اطلاعات را جلب کرده است. عبدالنبی عرب زاده (۱۳۷۲) پایان‌نامه خود را با هدف کاستن هزینه تهیه مواد انجام داد. او به این مورد پرداخت که تهیه مواد از طریق ناشر بهتر است یا کارگزار. برای رسیدن به این هدف از نظر مسئولان بخش سفارش خارجی کتابخانه‌های دانشگاهی استفاده کرده است و نتایج این پژوهش نشان داد که سفارش مجلات لاتین از طریق کارگزار و خرید انبوه کتاب از ناشر ارجحیت دارد (عرب زاده، ۱۳۷۲). تعیین قیمت سه روش عمده خرید (نمایشگاه، ناشر، کارگزار) در پژوهش پاپی (۱۳۷۵) بررسی گردید. او برای دستیابی به هدف خود، از روش پیمایش استفاده کرد و کلیه کتاب‌های خارجی خریداری شده از هشتمین نمایشگاه بین‌المللی تهران به‌عنوان جامعه انتخاب شدند و نتایج پژوهش نشان داد که خرید از نمایشگاه مناسب است و قیمت تمام‌شده ناشر ۱/۵ برابر نمایشگاه و قیمت تمام‌شده کارگزار ۱/۷ برابر نمایشگاه است.

با توجه به حجم انبوه اطلاعات و رشد روزافزون منابع منتشره همکاری‌های بین مراکز اطلاع‌رسانی به‌عنوان یک‌راه حل نگریسته شده است. در این راستا برقراری همکاری بین کتابخانه‌ها و تشکیل شبکه‌های اطلاعاتی مطرح شده است، به‌عبارت‌دیگر دو یا چند مرکز متعهد می‌شوند که برای دست یافتن به اهداف مشخص از طریق ارتباطات معین تشکیل شبکه اطلاعاتی دهند. در مورد خرید اشتراکی کتاب، حیدری، کتابی با عنوان خرید اشتراکی در کتابخانه‌ها را ترجمه نمود (حیدری، ۱۳۷۸).

معنی‌داری بین کیفیت و قیمت نهایی کالاهای اطلاعاتی در پژوهش ابراهیمی و فرج پهلوی تأیید نشد (ابراهیمی و فرج پهلوی، ۱۳۸۹). در طرح پژوهشی که کربلا آقایی کامران و آبام انجام دادند، رفتار خرید کتاب دانشجویان دانشگاه‌های جامع دولتی شهر تهران بررسی گردید (کربلا آقایی کامران و آبام، ۱۳۹۲). خرید الکترونیکی یکی از دیگر موضوعات موجود در این زمینه است که پژوهش کرمی عوامل مؤثر به گرایش خرید الکترونیکی کتاب را بررسی نمود (کرمی، ۱۳۹۰). خرید آنی کتاب در فروشگاه‌های کتاب عنوان پژوهشی است که نشان داد محیط درون فروشگاه و طراحی آن و اندازه آن بر رفتار خریداران و مصرف‌کنندگان تأثیر می‌گذارد (مشبکی، نیکبخت، ۱۳۹۳). هدف اصلی



پژوهش جعفر پور و رحمان سرشت، ارائه و ارزیابی یک مدل مفهومی از خرید اینترنتی کتاب در کشور بوده است که به روش پژوهشی توصیفی و پیمایشی انجام شد. این مدل در دانشگاه‌های کشور و بامطالعه‌ی نگرش دانشجویان و استادانی که حداقل یک‌بار تجربه خرید اینترنتی کتاب داشته‌اند، مورد بررسی و آزمون قرار گرفت. نمونه آماری در این تحقیق از نوع خوشه‌ای و مشتمل بر ۳۸۴ دانشجو و استاد از ۱۲ دانشگاه کشور بوده است. نتایج نشان داد به ترتیب چهار فرضیه ساماندهی ارتباطات اطلاعاتی، تسهیل روند انتخاب و دستیابی به کتاب، امنیت اطلاعات و حفظ حریم شخصی و همچنین کاهش هزینه‌های معامله با کسب میانگین نمرات ۳۲/۴۱، ۶۸/۶۹، ۶۵/۷۳ و ۶۵/۷۲ در سطح اطمینان ۹۹ درصد تأیید شده است. ضمن آن که شاخص به‌روز بودن اطلاعات، بیشترین و شاخص امکان ارائه تخفیف در انجام معامله، کمترین میانگین نمره را در میان ۱۶ شاخص مورد مطالعه کسب نمودند (جعفر پور، رحمان سرشت، ۱۳۸۸). در پژوهشی امکان‌سنجی ایجاد شبکه سراسری خرید کتاب و مجله در کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه آزاد اسلامی از جنبه‌های نیروی انسانی، سابقه مدیران، تعداد مراجعین، تعداد کتاب‌های موجود، موجودیت تجهیزات و سیستم‌های مکانیزه، کمیته انتخاب، آمادگی فنی نیروی انسانی، ض ضرورت استفاده از شبکه، استقلال بودجه کتابخانه، فضای کتابخانه بررسی شد (دوستدار و حمیدی، ۱۳۸۸). نوری زاده قصری (۱۳۸۹) وضعیت تهیه و خرید منابع الکترونیکی در کتابخانه‌های تخصص دولتی شهر تهران را از دیدگاه مدیران کتابخانه پژوهش نمود.

### پژوهش‌های مربوط به عوامل تأثیرگذار بر اقتصاد اطلاعات

برخی از پژوهش‌ها به تأثیرگذاری عوامل بر اقتصاد اطلاعات پرداخته‌اند. این زمینه در رشته‌های مختلف مورد بحث واقع شده است و هرکدام از پژوهشگران با توجه به حوزه خود به این زمینه پرداخته‌اند. اردلان (۱۳۸۷) دانشجوی علوم سیاسی به تأثیر امنیت اطلاعات بر اقتصاد اطلاعات پرداخته است. در این پژوهش به مباحث نظری امنیت اطلاعات و دوره‌های تکامل فناوری اطلاعات اشاره شده است؛ سپس به توضیح فناوری امنیت اطلاعات کنشی و فناوری اطلاعات واکنشی پرداخته است و در انتها موانع جریان آزاد اطلاعات، انفجار اطلاعات و آلودگی اطلاعات مباحثی مطرح شده است. مقاله بروشووا توسط کوشا با عنوان تأثیر اوضاع اقتصادی بر سیاست‌ها و روش‌های فراهم آوری مواد در کتابخانه‌های روسیه ترجمه شد (کوشا، ۱۳۷۴).



## پژوهش‌های مربوط به ارزیابی اقتصادی

اطلاعات به‌عنوان کالایی باارزش در تعاملات اقتصادی نقش ویژه‌ای ایفا می‌نماید و مراکز اطلاع‌رسانی به‌عنوان مراکز اصلی مبادله‌ی کالاهای اطلاعاتی به‌منظور تداوم حیات خود، ملزم به ارزیابی‌های مداوم اقتصادی در خدمات خود هستند. روش‌های ارزیابی اقتصادی متفاوت و متنوع اند که یکی از این روش‌ها هزینه - سودمندی است. مفهوم هزینه سودمندی بیش از ۱۶۰ سال پیش توسط مهندس فرانسوی ژول دوپیت<sup>۱</sup> ارائه شد. وی پایه نظری تحلیل هزینه - سودمندی را در سال ۱۸۴۴ مطرح کرد و از آن تاریخ به بعد تحلیل هزینه سودمندی نقش حیاتی در ارزیابی اقتصادی ایفا نمود (شهرزادی، باب‌الحوائجی، و اشرفی ریزی، ۱۳۹۱) تحلیل هزینه سودمندی روش اندازه‌گیری است که کمک می‌کند تا منافع یک محصول یا خدمات با هزینه‌های آن مقایسه شود. اورنگیان (۱۳۸۰) هزینه-سودمندی خدمات اطلاعاتی پیوسته در سازمان پژوهش‌های علمی و صنعت ایران را در پژوهش خود بررسی نمود. اسدی (۱۳۸۱) به تحلیل هزینه- سودمندی بازیابی اطلاعات از پایگاه‌های اطلاعاتی مدلاین پرداخته است. محسنی (۱۳۷۶)، مقاله هوا-وی را با عنوان هزینه-کارایی و بازیافت هزینه در خدمات اطلاع‌رسانی ترجمه نمود.

نتایج پژوهش کریمی و همکاران نشان داد که در حوزه پزشکی هزینه سودمندی بانک اطلاعاتی الزویر از همه بیشتر و هزینه سودمندی اشپرینگر از همه کمتر است و بانک اطلاعاتی اوپد در حد مناسبی است (کریمی و همکاران، ۱۳۸۷). در پژوهشی دیگر، بررسی هزینه سودمندی پایگاه‌های اطلاعاتی ابسکو و ساینس‌دایرکت و پروکوئست در دانشگاه یزد نشان داد که در تحلیل هزینه سودمندی پایگاه‌ها به ترتیب ساینس‌دایرکت، پروکوئست، ابسکو قرار دارند. (فرج پهلوی و مکی زاده، ۱۳۸۹). یافته‌های پژوهش داورپناه و دادخواه در مورد ارزیابی میزان استفاده، تعیین نفوذ و هزینه سودمندی شش پایگاه اطلاعاتی ابسکو، الزویر، پروکوئست، امرالد، آکسفورد و اشپرینگر در سال ۲۰۰۹ در دانشگاه فردوسی مشهد نشان داد که میزان استفاده از پایگاه‌های اطلاعاتی مختلف، اختلاف معنی‌داری دارد و هزینه سودمندی در حوزه‌های مختلف متفاوت است (داورپناه و دادخواه، ۱۳۹۰).

هزینه - اثربخشی یکی دیگر از روش‌های ارزیابی اقتصادی هست. اثربخشی معیاری است جهت سنجش میزان موفقیت یک نظام در رسیدن به اهداف و توقعاتی که از آن نظام می‌رود و تحلیل هزینه - اثربخشی معیاری برای

۱. Jules Dupuit



اندازه‌گیری میزان توانایی آن نظام در دستیابی به اهداف خود از نقطه نظر هزینه‌های متحمل است (شهرزادی، باب‌الحوائجی، و اشرفی ریزی، ۱۳۹۱). میثمی و میرحسینی (۱۳۸۵) هزینه اثربخشی منابع الکترونیکی در کتابخانه‌های تخصصی شهر تهران را تعیین نمود. پژوهش مراد نژاد با عنوان تحلیل هزینه اثربخشی کتاب‌های چاپی لاتین و پایگاه‌های اطلاعاتی مقالات تمام متن الکترونیکی لاتین دانشگاه فردوسی مشهد در حوزه‌های موضوعی علم انسانی و اجتماعی و فنی - مهندسی در سال ۲۰۱۰ انجام شد. نتایج این پژوهش نشان داد که هزینه اثربخشی پایگاه‌های در حوزه فنی مهندسی بیشتر از حوزه علوم انسانی است و در مورد کتاب‌های چاپی لاتین در حوزه فنی مهندسی بیشتر از حوزه علوم انسانی است (مراد نژاد، ۱۳۹۱). یافته‌های پژوهش زارع فراش بندی و همکاران نشان داد میانگین هزینه تمام‌شده برای هر بار استفاده از کتاب‌های مورد بررسی ۴۵۸۹ ریال بود که هزینه به نسبت زیادی به حساب می‌آید. کمترین هزینه (۲۹۱۳ ریال) برای هر بار استفاده، به کتاب‌های دارای سال نشر ۱۳۸۱ و بیشترین هزینه (۳۱۴۱۳ ریال) نیز به کتاب‌های منتشر شده در سال ۱۳۸۴ اختصاص داشت. هزینه - سودمندی کتاب‌ها برحسب موضوع نشان داد که کمترین هزینه - سودمندی مربوط به کتاب‌های مربوط به مجموعه‌سازی کتابخانه‌ها است (۷۵۵ ریال) و پس از آن به ترتیب موضوعات مرجع شناسی (۲۷۷۷ ریال)، مدیریت کتابخانه (۲۸۷۷ ریال) و سازمان‌دهی (۵۶۹۳ ریال) در رده‌های بعدی قرار دارند (زارع فراش بندی و همکاران، ۱۳۹۱). حاصلی، نقشینه و فهیم‌نیا (۱۳۹۳) هزینه اثربخشی کتاب‌های انگلیسی چاپی و الکترونیکی دانشگاه تهران را بررسی نمودند. یافته‌های پژوهش غفاری و صدیقی فر (۱۳۹۱) نشان داد که با اطمینان ۹۵ درصد منابع موجود در کتابخانه مزبور برای کاربران تا حد زیادی سودمند بوده و نیاز اطلاعاتی آنان را برطرف نموده است. در بین هفت منبع موجود بیشترین استفاده از کتاب‌های چاپی و اینترنت صورت گرفته و استفاده از منابع موجود بیشتر در زمینه تهیه مقاله بوده است. از نظر تعداد استفاده از منابع اطلاعاتی به ازای هر نفر از جامعه استفاده‌کننده بالقوه (۸۷۰۰ نفر) در سال ۸۸، اینترنت با ۲.۴ نفر بیشترین و چند رسانه‌ای‌ها با ۰.۳۸ نفر کمترین استفاده را داشته است. همچنین با توجه به بررسی به عمل آمده مشخص شد که اینترنت با ۸۰۳۲ ریال بیشترین هزینه - سودمندی و کتاب‌های چاپی با ۹۶۳۸۶ ریال کمترین هزینه - سودمندی را دارا بوده‌اند.



## نتیجه گیری

با بررسی پژوهش‌های انجام‌شده در حوزه اقتصاد اطلاعات، مشخص می‌شود که پژوهش‌های انجام‌شده در یکی از حوزه‌های زیر قرار می‌گیرد: بسط نظری اقتصاد اطلاعات، تأثیر اطلاعات بر اقتصاد، توزیع محصولات اطلاعاتی، بازاریابی محصولات و خدمات اطلاعاتی، قیمت‌گذاری محصولات و خدمات اطلاعاتی، خرید محصولات اطلاعاتی، عوامل مؤثر بر اقتصاد اطلاعات و تحلیل هزینه- سودمندی مراکز اطلاعاتی؛ همچنین مباحث نظری در زمینه اقتصاد اطلاعات و دیگر زمینه‌ها (به جز بازاریابی) از بنیه قوی برخوردار نیست و چه بسا بسیاری از پژوهش‌ها ترجمه‌ای بوده است. نبود پشتوانه نظری قوی باعث شده است تا پژوهش‌های عملی انجام‌شده در این حوزه نیز، از کمیت و کیفیت خوبی برخوردار نباشد. با این وجود، در سال‌های اخیر شاهد رشد جزئی پژوهش‌های انجام‌شده در این حوزه هستیم. بیشتر پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه تأثیر اطلاعات بر اقتصاد، توسط اقتصاددانان انجام‌شده است. پژوهش‌های موجود در زمینه عوامل تأثیرگذار بر اقتصاد اطلاعات به صورت انگشت‌شمار و آن هم توسط پژوهشگران سایر رشته‌ها از قبیل علوم سیاسی انجام‌شده است اما در سایر زمینه‌ها، پژوهشگران علم اطلاعات حضور چشمگیری دارند. در کل اگرچه پژوهش‌هایی در این حوزه انجام‌شده است اما بیشتر پژوهش‌ها دید اقتصادی را نشان نمی‌دهد. با این وجود در برخی از پژوهش‌ها، دید اقتصادی کاملاً مشهود است.

## منابع و مأخذ

۱. ابراهیمی، رحمان. (۱۳۸۷). **اقتصاد اطلاعات و خدمات بازاریابی**. ماهنامه ارتباط علمی، ۱۰(۲).
۲. اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی. (۱۳۷۴). **نگاهی به نقطه نظرات بازدیدکنندگان از چگونگی و کم و کیف نمایشگاه‌های کتاب استان آذربایجان غربی**. طرح پژوهشی. اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۳. اردلان، رضا. (۱۳۸۷). **تأثیر امنیت بر اقتصاد اطلاعات**. ماهنامه اطلاع‌یابی و اطلاع‌رسانی، ۷(۵۱-۵۷).
۴. اسدی، سعید. (۱۳۸۱). **تحلیل هزینه-سودمندی بازاریابی اطلاعات از پایگاه اطلاعاتی مدلاین**. فصلنامه مطالعات کتابداری و سازمان‌دهی اطلاعات، ۱۳(۲). ۱۷-۳۵.



۵. اصنافی، امیررضا. (۱۳۸۰). ارزش‌گذاری اطلاعات. مجله الکترونیکی. مجله الکترونیکی پژوهشگاه اطلاعات و مدارک علمی ایران (نما). قابل دسترس در <http://www.aftab.ir//articles>
۶. اکبری آلاشتی، طاهره (۱۳۸۸). قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات. تازه‌های اقتصاد، ۷(۱۲۶): ۸-۱۰.
۷. انصاری فرد، صدیقه؛ و هنرمند ساری، محمدجواد. (۱۳۹۳). راهبردهای قیمت‌گذاری کتاب الکترونیک. کتاب مهر، (۱۵)، ۶۰-۸۱.
۸. اورنگیان، آذر. (۱۳۸۰). ارزشیابی هزینه - سودمندی خدمات اطلاعاتی پیوسته (ONLINE) در سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران و مشترکین آن در سال. رهیافت، (۲۵)، ۲۶-۳۸.
۹. آزاده، فریدون، شهناز نوری سندیانی، و جواد قاضی میر سعید (۱۳۹۱). نقش نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران در تأمین کتب مورد نیاز کتابخانه‌های دانشکده‌ای دانشگاه‌های علوم پزشکی تهران و بهشتی. پی‌اورد سلامت، ۶(۱)، ۶۱-۶۹.
۱۰. آزادی احمدآباد، قاسم، و اکرم آزادی احمدآباد. (۱۳۹۱). بازاریابی اطلاعات و بررسی نظام‌های قیمت‌گذاری منابع و خدمات اطلاعاتی. نظام‌ها و خدمات اطلاعاتی، ۱(۳)، ۱۳-۲۸.
۱۱. باب الحوائجی، فهیمه. (۱۳۸۶). اقتصاد اطلاعات در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی. اطلاع‌شناسی، ۴(۳-۴)، ۲۹-۵۰.
۱۲. بانویی، علی اصغر، و مجتبی محقق. (۱۳۸۶). نقش بخش اطلاعات در اقتصاد ایران با رویکرد داده-ستانده. مجله برنامه‌بودجه، ۱۱(۹۰)، ۳-۲۹.
۱۳. بزرگی، اشرف السادات؛ و سمیه نصیری. (۱۳۸۸). امکان‌سنجی برنامه‌های بازاریابی اطلاعات در کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران و ارائه مدل پیشنهادی. دانش‌شناسی، ۲(۶)، ۱-۱۰.
۱۴. بصیریان جهرمی، رضا؛ و سمانه نادری جلودار. (۱۳۸۸). تدوین طرح بازاریابی برای کتابخانه‌ها. کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۱۲(۴)، ۱۲۳-۱۴۰.



۱۵. پای، احمد. (۱۳۷۵). بررسی خرید کتب خارجی از نمایشگاه بین‌المللی کتاب ۱۳۷۴ توسط دانشگاه علوم پزشکی اصفهان و مقایسه آن با خرید از طریق ناشر و کارگزار. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده علوم پزشکی و خدمات درمانی.
۱۶. جعفر پور، محمود، و حسین رحمان سرشت. (۱۳۸۸). ارائه یک مدل مفهومی از خرید اینترنتی کتاب و ارزیابی آن در دانشگاه‌های کشور. پژوهش‌نامه بازرگانی، (۵۲)، ۲۴۸-۲۱۱.
۱۷. جهانگرد، اسفندیار. (۱۳۸۶). ارزیابی کارکرد بخش اطلاعات در اقتصاد ایران. پژوهش‌های اقتصادی ایران، ۹(۳۳)، ۱-۲۳.
۱۸. حاجی عزیزی، نادیا (۱۳۸۷). بازاریابی خدمات کتابخانه برای جذب نسل نت. نوشته جیا مای و فردریک نستا (۲۰۰۶). علوم و فناوری اطلاعات، ۳۳(۳)، ۱۱۹-۱۳۹.
۱۹. حاصلی، داود، نادر نقشینه، نادر، و فاطمه فهیم نیا. (۱۳۹۳). مقایسه استفاده و تحلیل هزینه- اثربخشی کتاب‌های انگلیسی چاپی و الکترونیکی دانشگاه تهران. پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات، ۲۹(۳).
۲۰. حیدری، غلام. (۱۳۸۷). قیمت‌گذاری منابع و خدمات اطلاعاتی. کتابداری و اطلاع‌رسانی، (۴۱)، ۱۹۸-۲۱۶.
۲۱. خاکی، غلامرضا. (۱۳۸۲). کار در سازمانی به وسعت زندگی: اشتغال در جامعه اطلاعاتی. آینده‌پژوهی مدیریت، ۱۵(۴)، ۳۹-۶۱.
۲۲. دادخواه، اصغر. (۱۳۷۰). نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد کتابداری. دانشگاه تهران، دانشکده علوم.
۲۳. داورپناه، محمدرضا، و نیره دادخواه. (۱۳۹۰). سنجش الگوی استفاده و تحلیل هزینه سودمندی منابع اطلاعاتی الکترونیکی کتابخانه مرکزی دانشگاه فردوسی مشهد بر اساس شاخص ای متریک. پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات، ۲۷(۳)، ۷۷۷-۷۹۷.



۲۴. دوستدار، یحیی، و محسن حمیدی. (۱۳۸۸). امکان‌سنجی ایجاد شبکه سراسری خرید کتاب و مجله در کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه آزاد اسلامی: راه‌یابی به مدیریت هماهنگ خرید منابع. فراسوی مدیریت، ۳(۹)، ۱۵۳-۱۹۰.
۲۵. دیانی، محمدحسین (۱۳۸۰). اقتصاد اطلاعات: راهنمای تحلیل اقتصادی و هزینه سودمندی برای کارشناسان اطلاعات. نوشته بروس آر کینگما. مشهد: انتشارات کتابخانه‌ای رایانه‌ای.
۲۶. رجبی، محمدحسن. (۱۳۷۸) سیاست‌ها و برنامه‌های نشر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. فصلنامه کتاب، ۱۰(۱)، ۱۵-۲۴.
۲۷. رضائیان جویباری، اعظم، زینب نعمتی، و معصومه صدرنیاکی. (۱۳۹۲). تأثیر اطلاعات بر اقتصاد کشورهای در حال توسعه. دومین کنفرانس ملی حسابداری، مدیریت مالی. سرمایه‌گذاری.
۲۸. زارع فراشبندی، فیروزه، پرستو پارسایی محمدی، احسان گرابی، و مرتضی امرایی. (۱۳۹۱). هزینه-سودمندی کتاب‌های فارسی مربوط به رشته کتابداری و اطلاع‌رسانی در دانشگاه علوم پزشکی جندی شاپور اهواز. مدیریت اطلاعات سلامت، ۹(۵)، ۶۳۲-۶۴۵.
۲۹. زین‌العابدینی، محسن. (۱۳۸۰). چهاردهمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران. فصلنامه کتاب، ۱۲(۳)، ۱۳۹-۱۵۲.
۳۰. سعیده، ابراهیمی، و عبدالحسین فرج پهلوی. (۱۳۸۹). بررسی میزان ارتباط بین کیفیت و قیمت نهایی کالاهای اطلاعاتی. کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۱۲(۳)، ۸۵-۱۰۰.



۳۱. سعیدی، سمیه، و مرتضی رجوعی. (۱۳۹۰). تجزیه و تحلیل عوامل چهارگانه اثربخش بر موفقیت بازاریابی وب در فروش کتب الکترونیک از دیدگاه ناشران. پژوهشنامه چاپ و نشر، (۱) (۱).
۳۲. سعیدی، وجیهه، و فرامرز سهیلی. (۱۳۹۴). بررسی وضعیت کتابخانه پردیس بین‌المللی کیش دانشگاه تهران بر اساس اصول بازاریابی مدل ۴ پی. از دیدگاه کاربران. مدیریت اطلاعات و دانش‌شناسی، (۴) ۱.
۳۳. سلطانی فر، محمد، و الهه جابری. (۱۳۹۰). بررسی روش‌های مؤثر تبلیغات کتاب از نظر کارشناسان رسانه و ارتباطات. پژوهشنامه چاپ و نشر، (۱) (۱).
۳۴. شاپوری، سودابه. (۱۳۸۷). بازاریابی در کتابخانه‌ها. کتابداری و اطلاع‌رسانی، (۱) ۱۱، ۱۵۷-۱۸۴.
۳۵. شاه‌حسینی، سعید (۱۳۸۵) اقتصاد اطلاعات و ضعف اقتصاد متعارف. نوشته استیلیگیتز، جوزف. ای. (۲۰۰۱). راهبردیابی، (۵) ۲، ۳۰۱-۳۱۴.
۳۶. طلایی، حسن، و یعقوب انتظاری. (۱۳۸۶). اشتغال در اقتصاد دانش‌محور.
۳۷. عبادی، جعفر. (۱۳۹۱). اقتصاد اطلاعات. تهران: دانشگاه تهران.
۳۸. عرب زاده، عبدالنبی. (۱۳۷۲). بررسی نظرات مسئولان بخش سفارشات خارجی کتابخانه‌های دانشگاهی کشور در تهیه مواد و منابع علمی (کتاب و مجله) از طریق ناشران و کارگزاران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علوم پزشکی و خدمات درمانی.
۳۹. عطاپور، هاشم، و ابوالقاسم نادری. (۱۳۹۲). راهبردهای قیمت‌گذاری کالای اطلاعاتی. کتابداری و اطلاع‌رسانی، (۲) ۱۶، ۷-۲۸.
۴۰. علیزاده، حمید. (۱۳۸۵). بررسی کاربرد اصول بازاریابی محصولات و خدمات کتابخانه. کتابداری و اطلاع‌رسانی، (۴) ۹، ۱۰۹-۱۲۶.
۴۱. عماد زاده، مصطفی، روح اله شهنازی، و زهرا دهقان شبانی. (۱۳۸۵). بررسی میزان تحقق اقتصاد دانش‌محور در ایران. فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی، (۲) ۶، ۱۰-۱۳۲.



۴۲. عنایت تبار، محمد. (۱۳۸۵). بررسی موانع نشر الکترونیکی در ایران و ارائه چارچوب مفهومی به منظور توسعه خدمات نشر الکترونیکی در کشور. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تربیت مدرس.

۴۳. غفاری، سعید، و سپیده صدیقی فر. (۱۳۹۱). تحلیل هزینه سودمندی منابع اطلاعاتی کتابخانه دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه. دانش‌شناسی، ۵(۱۸)، ۶۹-۸۳.

۴۴. فاطمی زاده؛ سمیه. (۱۳۸۹). آسیب‌شناسی نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران طی سالهای

۱۳۸۶-۱۳۸۹ از دید متخصصان کتابداری شاغل در کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه‌های شهر تهران و ارائه راهکارهای پیشنهادی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه الزهراء، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی.

۴۵. فانگ، یم اس. (۱۳۸۲). قیمت‌گذاری و برآورد هزینه در خدمات اطلاع‌رسانی انتفاعی. ترجمه محمد حسن زاده. در سوزان ام وارد، یم اس. فانگ، و تامی دیکلسون دئری، تحویل اطلاعات در قرن بیست و یکم: خلاصه مذاکرات چهارمین کنفرانس بین‌المللی خدمات اطلاع‌رسانی کتابخانه‌ها (صص. ۹۹-۱۱۳). تهران: چاپار.

۴۶. فرج پهلوی، عبدالحسین، و مکی زاده، فاطمه. (۱۳۸۹). بررسی هزینه سودمندی پایگاه‌های اطلاعاتی دانشگاه یزد در سال ۲۰۰۹. تحقیقات کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاهی، ۴۴(۵۴)، ۵۹-۸۰.

۴۷. فرهنگ وبستر. (۱۳۹۴). قابل دسترس در [www.meriamwebster.com](http://www.meriamwebster.com)

۴۸. قلعه‌نویی، آزاده. (۱۳۹۱). بررسی وضعیت نشر، توزیع و فروش کتاب در شهر مشهد در

سال‌های ۱۳۸۰-۱۳۹۰. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه امام رضا (ع)، دانشکده علوم انسانی.

۴۹. کربلا آقایی کامران، معصومه؛ و آدام، زویا. (۱۳۹۲). بررسی رفتار خرید کتاب دانشجویان دانشگاه‌های جامع دولتی شهر تهران. طرح پژوهشی.



۵۰. کرمی، سلمان. (۱۳۹۰). بررسی عوامل مؤثر به گرایش خرید الکترونیکی کتاب و نرم‌افزار. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه سمنان
۵۱. کریمی، سعید، مریم یعقوبی، علیرضا رحیمی، و محمدجواد آل مختار. (۱۳۸۷). تعیین هزینه سودمندی بانک‌های اطلاعاتی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان در سال ۲۰۰۷. مدیریت اطلاعات سلامت، (۱)، ۹-۱۶.
۵۲. کوشا، کیوان. (۱۳۷۴). تأثیر اوضاع اقتصادی بر سیاست‌ها و روش‌های فراهم‌آوری مواد در کتابخانه‌های روسیه.
۵۳. گوهری، حمیده، مریم رحمتی تاش، و منصور تاجداران. (۱۳۸۸). بررسی میزان استفاده کتابخانه‌های عمومی شهر تهران از اصول بازاریابی. تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۵(۴)، ۱۲۵-۱۴۶.
۵۴. گیتی، حیدری (۱۳۸۷). خرید اشتراکی در کتابخانه‌ها: اقتصاد توسعه تعاون مجموعه. ترجمه لیز چاپمن. در گزیده مقالات ایفلا، ۳۱ اوت ۵ سپتامبر ۱۹۹۷. تهران: کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران.
۵۵. محسنی، حمید (۱۳۷۶). هزینه-کارایی و بازیافت هزینه در خدمات اطلاع‌رسانی. نوشته هوا-وی (۱۹۸۲). علوم اطلاع‌رسانی، ۱۲(۳)، ۳۶-۴۱.
۵۶. محسنی، حمید (۱۳۷۹). ایجاد الگوهای جدید قیمت‌گذاری برای نشر الکترونیکی. نوشته بالیو، دیویدب؛ و نانی اچ. نایت. در فرا گام‌هایی در اطلاع‌رسانی: گزیده مقالات بیستمین کنفرانس اطلاع‌رسانی پیوسته، دسامبر ۱۹۹۶ (صص ۲۲۹-۲۴۱). تهران: مرکز اطلاع‌رسانی و خدمات علمی جهاد سازندگی.
۵۷. محسنی، حمید. (۱۳۸۰). اقتصاد اطلاعات: مفاهیم و چشم‌اندازها. رهیافت، (۲۵)، ۳۹-۴۵.
۵۸. مختاری، حیدر. (۱۳۸۷). گرفتن هزینه استفاده از کتابخانه‌ها: چرا و چگونه. کتابداری و اطلاع‌رسانی، (۳) ۱۱.



۵۹. مراد نژاد، علی. (۱۳۹۱). تحلیل هزینه- اثربخشی کتاب‌های چاپی لاتین و پایگاه‌های اطلاعاتی مقالات تمام‌متن الکترونیکی لاتین دانشگاه فردوسی مشهد در حوزه‌های موضوعی علوم انسانی- اجتماعی و فنی- مهندسی در سال ۲۰۱۰. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه فردوسی مشهد، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی.

۶۰. مشبکی، اصغر، و محمدجواد نیکبخت. (۱۳۹۳). خرید آنی کتاب در فروشگاه‌های کتاب. کتاب مهر، (۱۳)، ۱۰۰-۱۲۸.

۶۱. مکتبی فرد، لیلا. (۱۳۸۷). مروری بر بازاریابی کتاب در ایران و جهان با تأکید بر بازاریابی کتاب کودک. کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۱۱(۱)، ۱۸۵-۲۱۴.

۶۲. ملک زاده، قربانعلی، نسرین رضایی، ژیلا مصداقی، و هادی هجرتی. (۱۳۶۸). بررسی مشخصات نظرات و گرایش‌های دیدارکنندگان از دومین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران. طرح پژوهشی. دفتر پژوهش‌ها و برنامه‌ریزی فرهنگی.

۶۳. ملکوتی نسب، عصمت. (۱۳۹۲). بررسی عوامل مؤثر بر وضعیت نشر و توزیع کتاب در استان کهگیلویه و بویراحمد از دیدگاه ناشران و کتاب‌فروشان (۱۳۸۰-۱۳۹۰). پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه امام رضا (ع)، دانشکده مدیریت.

۶۴. موسی زاده، عالیه. (۱۳۹۱). بررسی مقایسه‌ای آمیخته‌های بازاریابی بین ناشران علم اطلاعات و دانش‌شناسی و ناشران برگزیده. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده مدیریت و اقتصاد.

۶۵. میثمی، رقیه؛ و زهره میرحسینی. (۱۳۸۵). تعیین هزینه اثربخشی منابع الکترونیکی در کتابخانه‌های تخصصی شهر تهران. علوم و فناوری اطلاعات، ۲۱(۴)، ۴۱-۶۴.

۶۶. نوروزی، یعقوب. (۱۳۸۶). بازاریابی خدمات اطلاعاتی در مراکز اطلاع‌رسانی. اطلاع‌شناسی، ۴(۳-۴)، ۷۰-۸۸.



۶۷. نوری زاده قصری، عاطفه. (۱۳۸۹). وضعیت تهیه و خرید منابع الکترونیکی در کتابخانه‌های

تخصصی دولتی شهر تهران از دیدگاه مدیران کتابخانه. تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های

عمومی، ۱۶(۲)، ۱۳۶-۱۵۹.

۶۸. نوکاریزی، محسن (۱۳۸۹). مبانی مطالعات اطلاع‌رسانی: درک اطلاعات و محیط آن. نوشته جون

لستر و والس ک. کوهلر. تهران: چاپار

۶۹. یحیی زاده فر، محمود، شهاب الدین شمس، و نرگس فلاح محمدی. (۱۳۸۹). تأثیر افشای اطلاعات بر

دامنه قیمتی شکاف قیمتی پیشنهادی خرید و فروش سهام با استفاده از سیستم معادلات

همزمانی. فصلنامه کاوش‌های مدیریت بازرگانی، ۲(۴)، ۵۳-۷۴.