

شعبة علم المكتبات

جامعة الجليلي بونعامة-خميس مليانة

والتوثيق

تخصص علم المكتبات

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

والمعلومات

السنة الأولى ماستر

قسم العلوم الإنسانية

محاضرات في مقياس اقتصاد وتوزيع المعلومات

## محاضرة رقم: 06: المنفعة الاقتصادية للمكتبة

تمهيد:

نقصد بالمنفعة الاقتصادية للمكتبة بأنها تحلل النشاطات المكتبية باستخدام أدوات التحليل الاقتصادي، كما أن التقدير الاقتصادي للمكتبة في حاجة إلى إحصاءات محددة، و هي غير متوافرة في مراكز الإحصاء الرسمية و لا في للمكتبات أنفسها، ولذلك لابد من توضيح المقاربة الاقتصادية للمكتبة، وإلى بيان الدور الحقيقي الذي تؤديه المكتبات في التنمية الاقتصادية للبلدان ماديا، كما تقترح الدراسة نموذجا يبين الفوائد الاقتصادية للخدمات المكتبية، لتطرح أخيرا المشكلات التي تعانيها أكثر المكتبات، و التي تمنعها من ممارسة دورها الحقيقي في التنمية الاقتصادية في بلدانها.

### 1. مفهوم القيمة و ارتباطها بالسلعة:

تعطى كلمة القيمة في علم الاقتصاد مفهومين اثنين ، المفهوم الأول أن كلمة القيمة تدل على القيمة التبادلية " Value of Exchange " و هي الكمية من السلعة التي يجري تبادلها مقابل سلعة معينة ، و في المراحل المتقدمة من التطور الاقتصادي يتم اختيار سلعة ما لقياس القيمة النسبية للسلع الأخرى ، و تسمى هذه السلعة بالنقود .

و يقصد من ذلك أن القيمة التبادلية لأي سلعة هو سعرها ، و لكي تكون للسلعة قيمة تبادلية فلا بد أن يتوفر فيها الشرطان الآتيان :

**المنفعة :** و ذلك من خلال إشباع رغبة إنسانية معينة ، و يظهر ذلك بشكل اقتصادي من خلال الطلب على السلعة .

**الندرة النسبية :** أي أنها توجد بكميات محدودة ، و تتكلف قدرا معينا من الموارد في سبيل إنتاجها و تظهر بشكل اقتصادي متمثلة في عرض السلعة .

و بالتالي فإن القيم التبادلية تتأثر بشكل مباشر بقوى العرض و الطلب .

أما المفهوم الآخر للقيمة يتحدد من خلال استعمالها أو ما يطلق القيمة المستفادة "Value in Use" ويقصد بها المنفعة الكلية التي تحققها كمية من هذه السلعة لشخص معين. لذا فإنها ترتبط بالتقدير الشخصي للسلعة، فقد تجد بعض السلع لها قيمة استعمالية كبيرة، و مع ذلك قيمتها التبادلية ضئيلة مثل الماء فهو سلعة قيمتها الاستعمالية كبيرة جداً لأنها تتحدد من خلال منفعتها الكلية، في حين أن قيمتها التبادلية ضئيلة لأنها تتحدد بالمنفعة الحدية ( و يقصد بها المنفعة الإضافية التي تزداد بزيادة الاستهلاك من السلعة ) .

### 1.1. هل يمكن القول أن المعلومات سلعة ؟

تعرف السلعة على أنها أي شيء يمكن أن يكون موضع تبادل . كما أن السلعة يجب أن تكون لها القدرة على إشباع رغبة ما ، و تتصف بخاصية الندرة أي أن الكمية التي تعرض منها أقل نسبياً من الطلب عليها و بالتالي يمكن تحديد سعرها . والسلع إما أن تكون سلعاً استهلاكية يحدث فيها الإشباع بشكل مباشر مثل الطعام والمسكن، أو سلع رأسمالية يحدث فيها الإشباع بشكل غير مباشر وتستخدم في إنتاج سلع أخرى و لذلك تسمى بالسلع الإنتاجية، كما أن السلع التي يتم استهلاكها كلياً بواسطة شخص واحد تسمى " سلعاً خاصة " في حين تسمى السلع التي لا تتأثر تكاليفها بعدد الأشخاص المنتفعين بها أي أنها منتج أو خدمة بدون تكاليف حدية (إضافية) للمستخدمين الإضافيين " سلعاً عامة " .

وبالنظر إلى المعلومات نجد أنها تحقق منفعة لمستخدمها ، و هو المستقبل من خلال إضافة معلومات جديدة لمعرفته بالنسبة للمهمة التي يقوم بها أي أنها مثل السلع لها قدرة على إشباع حاجة معينة . و المعلومات محدودة و لا تتوفر بشكل طبيعي أو مطلق ، إذ يجب إعدادها و توزيعها و نشرها أي أنها نادرة نسبياً ، مما يعني أنها تتأثر بقوة العرض و الطلب ، و من هنا يمكن القول أن المعلومات سلعة .

و توصف المعلومات بأن لها وفورات خارجية إيجابية أي أنها تمثل قيمة للمستخدمين الآخرين غير المقصودين ، و ذلك بدون أية تكاليف إضافية ، أو بقدر بسيط منها في حين الاستخدام المباشر للمعلومات يلزم المستخدمين بتحمل التكاليف المبدئية التي تتم بالنسبة لتجهيز البيانات أو الأفكار ، و خاصية المعلومات ذات التكاليف المباشرة العالية مع التكاليف الحدية المنخفضة تضع المعلومات في فئة السلع شبه العامة ، حيث يبدو في معظم الأحوال أن للمعلومات تكاليف حدية منخفضة جداً تتمثل في التكاليف الإضافية لتوزيع المعلومات ، حيث تكون عادة صغيرة جداً بالنسبة للتكاليف المبدئية ، و بالتالي فهي سلعة عامة ، أو شبه عامة أكثر منها سلعة خاصة.

**2. خصائص تميز المعلومات عن غيرها من السلع:** هناك خصائص تميز المعلومات عن غيرها من السلع ، وهذه الخصائص نتيجة للوفورات الخارجية الإيجابية و تتمثل في:

✓ **خاصية عدم النضوب :** من خلال وجود المعلومات بعد الاستهلاك ، فهي تنتشر دون أن تقل ، و دون تحمل تكاليف حدية كبيرة .

✓ **خاصية عدم الاستحواذ الكامل :** حيث لا يمكن احتواء المعلومات أو احتجازها لاستخدام معين أي أنها تنتشر حتى ولو كانت موجهة إلى شخص بعينه .

كما أن المعلومات تتميز بصفات أخرى مثل القدرة على المشاركة ، و القابلية للانضغاط ، و القابلية للاستبدال ، و هذه تميز منتجات المعلومات و تلقى بذلك الشك على معالجة منتج المعلومات كالسلع الأخرى . و من هذا المنطلق فقد ذهبت عالمة الاقتصادية " Beth Allen " إلى أن إدخال المعلومات كسلعة اقتصادية يخالف الافتراضات المتفق عليها في النظرية الاقتصادية الجزئية.

**3. قيمة المعلومة :** إن محاولة تحديد قيمة حقيقية و موضوعية للمعلومات يمثل مشكلة صعبة ، لأن التعامل هنا ليس مع سلعة عادية ، و إنما مع سلعة لها خصائص تميزها عن غيرها من السلع الاقتصادية الأخرى . فآثر المعلومات يظهر من خلال تغير في البنية المعرفية الشخصية للمتلقى للمعلومة ، و هذا أمر معنوي غير ملموس ، و لا يمكن قياسه بشكل دقيق أو بطريقة اقتصادية حيث تتحدد قيمة المعلومة بالدرجة الأولى من خلال مستقبل المعلومات ، و درجة استفادته منها ، لأن الاستخدام للمعلومة هو الذي يضيف عليها صفة القيمة . فالمعلومات غالبا ما يتم الحصول عليها لغرض بعينه ، و من ثم فإن مقياس القيمة من خلال الاستخدام الفعلي لخدمة هذا الغرض ، و إذا كان كل ما يقدم لجميع المتلقين من معلومات يستثمر أو يستفاد منه ، فإننا يمكن أن ندعى أن الخدمة تحقق 100 % من القيمة في استجابتها لما يقدمه هؤلاء من طلبات . و هذا يعتبر من الناحية العملية أمرا مستبعد الحدوث ، إن لم يكن مستحيلا ، لأن مستخدمي المعلومة هم بشر مختلفون ، و من الصعب جدا أن تتفق وجهات نظرهم في استخدام نفس المعلومة ، و ذلك يعود للسلوك الإنساني ، و تأثيره في تحديد أهمية المعلومة و اختلاف الهدف و طريقة التفكير من مستخدم لآخر .

و تتمثل قيمة المعلومة في قيمة التغير في القرار و الذي يكون سببه المعلومات، مطروحا منها تكلفة الحصول على هذه المعلومات. وفي حالة وجود عدد من البدائل أمام متخذ القرار فإن اختياره لإحدى البدائل يكون بناء على المعلومات المتوافرة لديه ، فإذا أدى توفير معلومات جديدة و إضافية إلى اختيار بديل معين ( و من ثم قرار آخر ) فإن قيمة المعلومات في هذه الحالة تمثل الفروق بين نتائج القرار الأول و نتائج القرار الثاني مطروحا منها تكلفة الحصول على هذه المعلومات الإضافية التي أدت إلى تغيير القرار ، لذا يمكن القول أنه إذا لم تؤد المعلومات الإضافية و الجديدة إلى تغيير القرار المتخذ سابقا فإن قيمة المعلومات تساوي صفر . إن الاستثمار في مصادر المعلومات يمثل إيجابية تتمثل في معلومات اقتصادية أكثر دقة تؤدي إلى قرارات أفضل ، غير أن هناك اعتبارات يجب مراعاتها قد يكون لها أثر سلبي و تتمثل في :

**4. تكلفة إنتاج المعلومات:** تختلف تكلفة إنتاج المعلومات من تنظيم لآخر ، و هناك عدة عوامل تؤدي إلى الاختلاف منها :

✓ التنظيمات لها أحجام مختلفة .

- ✓ طبيعة النظم أو الغرض منها ، حيث توجد تنظيمات الغرض الأساسي لها إنتاج معلومات لتنظيمات أخرى ، في حين أن هناك مؤسسات تمثل المعلومات فيها وسيلة للمساعدة في اتخاذ القرارات السليمة .
- ✓ نوعية الإدارة و الطرق التي تستخدمها في أدائها للعمل .
- ✓ اختلاف الطرق المحاسبية لمعالجة تكلفة إنتاج المعلومات تساهم في الاختلاف الموجود في تقارير التكاليف .

## 5.العائد غير المؤكد للمعلومة :

العلاقة بين الإنتاجية و استخدام المعلومات ليست علاقة قاطعة مانعة، فإذا اشترى الفرد 10 % حديد، فمن الواضح أنه يمكن أن ينتج 10 % من الإنتاج ، و لكن عندما يشتري الفرد 10 % معلومات أكثر فليس من الواضح أبدا ماذا يمكن أن يحدث.

حيث أن القرارات يتم اتخاذها في ظروف من عدم التأكد ، بل إنه في بعض الأحيان يتم اتخاذ القرار على عكس ما تشير به المعلومات، وبالتالي فإن قيمة المعلومات هنا تصبح صفرا ، كما أنه من الصعب ربط النتائج الايجابية لاتخاذ القرار دائما بتوفر المعلومات التي يتم الاعتماد عليها حيث أن نجاح القرار بالدرجة الأولى يعتمد على اتخاذ القرار .

## 1.5.العائد على المدى الطويل :

تتمثل المعلومات في المعرفة النظرية والحقائقية المتاحة للفرد، أي أنه يمكن اعتبارها كاستثمار في الفرد والذي سيتحول بالمعلومات الصالحة إلى عامل أكبر تأثير في الإنتاجية .  
ولذلك فإنه يمكن الحصول على المعلومات واختزانها كاستثمار ، و ليس للاستهلاك كمنتج أي أنه يمكن معاملتها كمورد رأسمالي ، و بالتالي فإن قيمتها لا تتحدد بوضوح إلا بتحقيق العائد الذي غالبا ما يكون فقط على المدى البعيد، في حين أن الإنفاق يتم مباشرة و يعني ذلك أن معظم الاستثمارات المعلوماتية تتم على فترة طويلة من الزمن .

## 6.خصوصية بنية التسعير لمنتجات و لخدمات المعلومات:

تعتبر المعلومات سلعة خاصة من وجهة نظر تكاليف إنتاجها حيث تعتبر التكلفة الثابتة لمنتج المعلومات مرتفعة جدا، أي إن ثمن إنتاج النسخة الأولى من وحدة فكرية مثلا مرتفع جدا، نظرا للمبالغ المدفوعة للمؤلف، وعلى العكس من ذلك فإن التكاليف المتغيرة المتعلقة بإنتاج نسخ أخرى أو وحدات أخرى من المنتج المعلوماتي تكاد تكون بسيطة أو شبه معدومة، تؤثر هذه الخاصية بشكل مباشر على سوق الاستثمار في إنتاج وتوزيع المعلومات، إذ كيف يمكن تسعير منتج بالاعتماد فقط على تكاليف إنتاج النسخة الأولى دون حساب تكاليف إنتاج الوحدات الأخرى أو النسخ الأخرى من هذا المنتج، ويعتمد تحديد قيمة المعلومات على استخدامها من قبل الأشخاص.

إن قيمة المعلومات الاقتصادية هي قيمة استعماله وليست قيمة تبادلية تعتمد القيمة الاستعمالية على مدى فائدة المعلومة بالنسبة إلى مستفيد محدد، إذا لا يمكن القول بأن قيمة المعلومات هي واحدة بالنسبة إلى كل المستفيدين، لذلك يجب تسعير خدمات المعلومات أو منتجات المعلومات بشكل مختلف ومتنوع تبعاً لتنوع استخدامها من قبل المستفيدين. إن تنوع تسعير منتجات المعلومات وخدماتها يفرض تنوع النسخ المنتظرة من المنتج، أي أن كل نوع من أنواع المستفيدين يفضل طريقة ما للحصول على المعلومة. فالبعض يفضل الحصول على المعلومة ورقياً، والبعض الآخر على أسطوانة، وهناك من يفضل الحصول عليها عبر الشبكات، يمكن عمل نسخ وطبعات متعددة من المعلومة نفسها وفقاً لاحتياجات المستفيدين، وكذلك يمكن تسعيرها بشكل مختلف.

**7. المرتكزات الاقتصادية للنشاطات المكتبية:** تقوم المكتبة بأعمال وأنشطة يومية، يعتبر تعريفها بديها بالنسبة إلى المكتبيين العاملين بها، ولكن لا يمكن أن نجزم بأن الأمر مماثل بالنسبة إلى الاقتصادي، حتى يتمكن الاقتصادي من تحليل المكتبة اقتصادياً يجب عليه معرفة ماذا تنتج المكتبة، ما هي المواد الأولية التي يعتمد عليها هذا الإنتاج، بمعنى ما هي مدخلات ومخرجات المكتبة وما هي مراحل المعالجة التي تقوم بها.

وعليه يمكن اعتبار المكتبة نظاماً اقتصادياً تتكون مدخلاته الرئيسية من الوثائق (الكتب والدوريات، و المصادر الأخرى). تتركز عملية المعالجة لهذه المدخلات في العمليات الفنية التي تجرى على الوثائق كالتصنيف والفهرسة، أما مخرجات المكتبة كنظام فهي الخدمات التي تتركز في بناء المجموعة وتنظيمها وإعارتها.

سنقتصر هنا على الاقتصاديات المتأتية من الخدمة الأساسية للمكتبات والتي تعطى هويتها وتميزها عن غيرها من مؤسسات المعلومات وهي خدمة بناء و تنمية المجموعات.

لا تعتبر المكتبة المؤسسة الوحيدة التي تعمل على نشر وتوزيع الكتب والمعلومات، أي أن المكتبة ليست المؤسسة الوحيدة المعنية بتوسيع فرص القراءة. لقد وجد الكتاب ووجدت الأسطوانات والأفلام مجالات نشر أوسع وأكبر بكثير، هي مراكز النشر و دور البيع التجارية، التي تستطيع بالطبع الوصول إلى مستهلكين كثر يفوق عددهم بكثير عدد مستفيدي المكتبة، ولكن تعتبر المكتبات فعلياً أقدم المؤسسات التي اهتمت بنشر الكتب والمعرفة بشكل عام، و ذلك لأسباب سياسية بالدرجة الأولى متمثلة في رغبة الحكومات بنشر الثقافة وتسهيل الوصول إليها مجاناً عبر مؤسساتها الرسمية، والتي تعتبر المكتبات من أهمها. ولكن يمكن إيجاد دواعي اقتصادية تبرر الاستثمار الاقتصادي في تشكيل المجموعات المكتبية وتدعم استمراريتها الاقتصادية.

يرى جان ميشيل سالان (Jean Michel Salaun , 1997) أن هذه المبررات تركز على نظريات و مفاهيم اقتصادية يعتبر أهمها اقتصاد وفورات الحجم (economics of scale)، القيمة الاقتصادية المضافة (value added)، و المفهوم الاقتصادي هامش الأمان (safety margin).

**1.7. اقتصاد وفورات الحجم:** تعتبر المكتبات وفق هذا المبدأ مؤسسات اقتصادية تهدف إلى تخفيض تكلفة اقتناء وحفظ الكتب على القراء، لقد نشأت المكتبات ومراكز المعلومات من أجل السماح بمشاركة مجموعة من الكتب الدوريات والمواد الأخرى بين مجموعة من القراء، باعتبار أن تكاليف شراء هذه المواد أو حتى إيجاد مكان لحفظها مرتفعة جدا ولا يمكن أن يتحمله شخص بمفرده، تقوم المكتبات بشراء وتأمين مصادر المعلومات للأفراد الغير قادرين على شراءها وإتاحتها لهم عبر طرق الإعارة المختلفة.

يتحقق اقتصاد وفورات الحجم هنا من خلال تقديم أكثر من عملية إعارة انطلاقا من نفس المصدر الذي يمكن أن يعار إلى أكثر من قارئ، أي أن المكتبة تتجه إلى تخفيض تكاليف اقتناء المصادر لأفراد مجتمعها مع زيادة الإنتاجية عبر استثمار المصدر و إعارته المتكررة.

على الرغم من قناعة الاقتصاديين و المكتبيين على حد سواء بمبدأ تحقيق المكتبات لوفورات الحجم الاقتصادية عبر مجموعاتها المكتبية، إلا إن هناك الكثير من المعارضين له، من أهمهم المؤلفين ودور النشر، الذين يعتبرون أن الربح الاقتصادي الذي يحققه القارئ من جراء استخدامه للمكتبة يقتطع بالدرجة الأولى من أرباحهم، ومن هنا يبرر بعض ناشرو المجلات العلمية ارتفاع أسعار الدوريات العلمية، و ذلك لتعويض الخسارة المتأتية من اشتراكات المكتبات، والتي تسمح بإعارة نفس الدورية لأكثر من مستفيد.

يزيد من حدة المعارضة سماح المكتبة للمستفيد بتصوير المصدر أو جزء منه، وهنا تكون المكتبة قد خرجت فعليا من إطار الإعارة إلى إطار السماح بالتملك، وبالتالي تكون المكتبة قد قضت على إمكانية شراء المستفيد للكتاب من دور البيع التجارية.

إن النقاش حول هذا الموضوع ما زال حماسيا ولا يمكن الفصل فيه، يأخذ الناشرون والمؤلفون موقف المدافع عن حقوق الملكية الفكرية، و لهم الحق في ذلك طبعاً، وتقف المكتبات في جهة المدافع عن حق القارئ في النفاذ إلى أكبر قدر من المصادر التي تهمة، ولها الحق في ذلك أيضا.

يرى بعض الاقتصاديون أن حجة مزودي المكتبات (الناشرين والمؤلفون) مقنعة، خاصة وأنه من وجهة نظر اقتصادية ما تحقّقه المكتبة للقارئ من اقتصاديات وفورات الحجم تفقده في الوقت نفسه على عمليات المعالجة للمجموعة نفسها. فالفهرسة والتصنيف والتجديد وبناء قواعد البيانات تكلف المكتبة أو المؤسسات الممولة للمكتبات أكثر بكثير من شراء الكتاب نفسه.

**2.7. القيمة المضافة لبناء المجموعات المكتبية:** إن المبرر الاقتصادي الثاني لبناء المجموعة المكتبية لا يعتبر إشكالا كالأول، إذا كان المبدأ الأول يعتمد على وضع كتاب بين يدي مجموعة قراء، فإن المبدأ الثاني على عكسه تماما يعتمد على الآليات التي تستخدمها المكتبة لجذب قارئ ما إلى كتاب ما مهم جدا بالنسبة له، موجود بين مجموعة من المصادر التي قد لا تحميه كلها، إذا تقوم المكتبة بتمكين المستفيد أو القارئ من إيجاد الكتاب المناسب بسرعة وبسهولة. تعتبر هذه الخدمة قيمة مضافة تقدمها المكتبات للمستفيدين، حيث تركز على توفير الوقت والجهد على القارئ. إن قيمة الوقت بالنسبة للقارئ ثمينة. يعتبر ذلك إذا مبررا اقتصاديا قويا لعملية بناء المجموعة المكتبية.

يعتمد قياس القيمة المضافة على الوقت والفعالية التي قد يربحها المستفيد من وجود مجموعة مكتبية منظمة. من وجهة النظر هذه يمكن للمكتبات إذا أن تختار بين الاشتراك بالدورية كاملا أو الاشتراك بقاعدة بيانات تؤمن النفاذ إلى المقالات العلمية وذلك بحسب الوقت والفعالية التي يمكن أن يوفرها أي الخيارين على المستفيد.

#### **4.7. اقتصاد هامش الأمان Safety Margin:**

يمكن تبرير عملية بناء المجموعات المكتبية اقتصاديا انطلاقا من ضرورة حفظ مصادر المعلومات على المدى الطويل، فالمكتبات تنمي المجموعة رغم معرفتها الأكيدة لإمكانية عدم استخدام بعضها مباشرة من قبل المستفيد، ولكن تتنبأ بإمكانيات استخدامها، و فائدتها في المستقبل. أي أن المكتبة يجب أن تقيس تكاليف شراء المادة وتكاليف حفظها مقابل التكاليف التي يمكن أن تترتب عليها في حال غياب المادة من المجموعة المكتبية.

يعتمد ذلك على مبدأ اقتصادي هو هامش الأمان (safety margin) حيث تأخذ المكتبة بموجبه تأميناً على المستقبل، ونقصد بذلك أن المكتبات تخشى أن تكون تكاليف شراء وحفظ المادة المكتبية في المستقبل أكبر من تكاليف شراءها وحفظها في الوقت الحالي، حتى وإن لم يتم استخدامها مباشرة من قبل المستفيدين. ومن هنا تأتي الأهمية التي توليها المكتبات الوطنية لقضايا جمع و تنظيم التراث الفكري للبلد.

و لكن عملية الحفظ على المدى الطويل تحتاج إلى مساحات كبيرة، ويتطلب ذلك تكاليف تكبر وتزداد مع ازدياد عدد المجموعات، فقد تستأجر المكتبات مخازن بعيدة في بعض الضواحي وذلك لتقليل تكلفة استئجار العقار المطلوب لحفظ المجموعات المكتبية. إن على المكتبات أن تقارن إذاً بين تكاليف حفظ المجموعات وبين قيمتها التاريخية التراثية، لأنه بدون رؤية اقتصادية وإدارية حقيقة لعمليات حفظ المجموعات قد تتحول المكتبات من دور حفظ للتراث إلى مخازن للكتب.

يمكن القول إذاً أن التحليل الاقتصادي للمكتبة انطلاقاً من مهمتها الأساسية في بناء المجموعات له دواعيه الاقتصادية ويمكن أن يبرر اعتبار المكتبة مؤسسة اقتصادية لها نظامها الاقتصادي الخاص.

### قائمة المراجع:

1. أحمد سعد الدين بسيوني. المنفعة الاقتصادية للمكتبة: دراسات عن مساهمة المكتبات في تعزيز التنمية الاقتصادية: عرض للإنتاج الفكري للدكتورة سعاد عودة. [journal.cybrarians.org](http://journal.cybrarians.org). العدد 51، سبتمبر 2018.

## 2. Souad ODEH. La valeur économique des bibliothèques: le rôle des bibliothèques dans le soutien de la croissance économique.