



كلية الآداب
قسم المكتبات والمعلومات

البدائل الإستراتيجية لتحقيق الجدوى الاقتصادية من المكتبات:
دراسة ميدانية لعينة من المكتبات العامة
Strategic alternatives to achieve economic viability of libraries:
A field study for a sample of public libraries

رسالة مقدمة من الباحث
سعد عبد الموجود أبوزيد
نائب مدير مكتبة مصر العامة بالزاوية الحمراء

لنيل درجة دكتوراه الفلسفة في الآداب
(تخصص المكتبات والمعلومات)

إشراف
أ.د. أمنية مصطفى صادق
أستاذ المكتبات والمعلومات - كلية الآداب - جامعة المنوفية

د. أسماء صلاح
مدرس المكتبات والمعلومات - كلية الآداب - جامعة المنوفية



كلية الآداب
قسم المكتبات والمعلومات

لجنة المناقشة والحكم

الباحث: سعد عبد الموجود أبوزيد حسن

عنوان الرسالة

البدائل الإستراتيجية لتحقيق الجدوى الاقتصادية من المكتبات:

دراسة ميدانية لعينة من المكتبات العامة.

أطروحة مقدمه للحصول على درجة الدكتوراه في الآداب (المكتبات والمعلومات)

التوقيع	الوظيفة وجهة العمل	الاسم
	أستاذ المكتبات والمعلومات - كلية الآداب جامعة القاهرة (رئيساً ومناقشاً).	أ.د محمد فتحي عبد الهادي
	أستاذ المكتبات والمعلومات - كلية الآداب جامعة المنوفية (مشرفاً).	أ.د أمنية مصطفى صادق
	أستاذ المكتبات والمعلومات - كلية الآداب جامعة المنوفية (مناقشاً).	أ.د أماني جمال مجاهد

قائمة المحتويات

الفصل التمهيدي

٢٢ - ٣

المقدمة المنهجية

٣	٠/٠ تمهيد.....
٤	١/٠ مشكلة الدراسة.....
٥	٢/٠ أهمية الدراسة.....
٦	٣/٠ أهداف الدراسة.....
٧	٤/٠ تساؤلات الدراسة.....
٧	٥/٠ مجتمع الدراسة.....
٨	٦/٠ عينة الدراسة.....
٨	٧/٠ حدود الدراسة.....
١٠	٨/٠ منهج الدراسة وأدواته.....
١١	٩/٠ الدراسات السابقة.....
١٧	١٠/٠ مصطلحات الدراسة.....
٢٠	١١/٠ أهم المشكلات التي صادفت الباحث.....
٢٠	١٢/٠ فصول الدراسة.....
٢٢	❖ قائمة المصادر.....

الفصل الأول

٤٩ - ٢٥

المكتبات العامة ونفقاتها والمناقصم الاتحادية.

٢٥	٠/١ تمهيد.....
٢٦	١/١ المكتبات العامة والموازنة العامة.....
٢٧	١/١/١ كيفية قيام المكتبات العامة بتقدير نفقاتها وإيراداتها.....
٢٨	٢/١/١ حق السلطة التشريعية في تعديل تقديرات الموازنة.....
٢٩	٣/١/١ الرقابة على تنفيذ الموازنة.....

٢٩ أبواب الموازنة. ٢/١
٢٩ الباب الأول: الأجور وتعويضات العاملين. ١/٢/١
٣٠ الباب الثاني: شراء السلع والخدمات. ٢/٢/١
٣١ الباب الثالث: الفوائد. ٣/٢/١
٣١ الباب الرابع: الدعم والمنح والمزايا الاجتماعية. ٤/٢/١
٣٢ الباب الخامس: المصروفات الأخرى. ٥/٢/١
٣٣ الباب السادس: شراء الأصول غير المالية (الاستثمارات). ٦/٢/١
٣٤ المكتبات العامة والإدارة المالية. ٣/١
٣٨ المكتبات العامة وقطاعات القوى العاملة في مصر. ٤/١
٤١ التحديات التي تواجه المكتبات العامة. ٥/١
٤١ التطورات السياسية والاقتصادية. ١/٥/١
٤٢ المكتبات العامة والخصخصة. ٢/٥/١
٤٧ الخلاصة. ❖
٤٨ قائمة المصادر. ❖

الفصل الثاني

٨٧ - ٥١

تحقيق العائد الاقتصادي من المكتبات العامة: المدخلات.

٥١ تمهيد. ٠/٢
٥٢ المكتبات العامة ومصادر تمويل ميزانياتها. ١/٢
٥٣ المكتبات العامة وأسباب استحداث أنشطة جديدة. ٢/٢
٥٩ منظومة مكتبات مصر العامة - بالقاهرة الكبرى. ٣/٢
٦٥ مكتبات مصر العامة الإقليمية. ٤/٢
٦٦ مكتبة مصر العامة بدمياط. ١/٤/٢
٦٨ مكتبة مصر العامة بدمنهور. ٢/٤/٢
٧٠ مكتبة مصر العامة بالإسماعيلية. ٣/٤/٢

- ٧١ مكتبة مصر العامة بالغرقة. ٤/٤/٢
- ٧٣ مكتبة مصر العامة بالأقصر. ٥/٤/٢
- ٧٥ مكتبة مصر العامة بالمنيا. ٦/٤/٢
- ٧٧ مكتبات جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع. ٥/٢
- ٨٤ ❖ الخلاصة.
- ٨٦ ❖ قائمة المصادر.

الفصل الثالث

١١١ - ٨٩

تحقيق العائد الاقتصادي من المكتبات العامة: المخرجات

- ٨٩ ٠/٣ تمهيد.
- ٨٩ ١/٣ منظومة مكتبات مصر العامة - بالقاهرة الكبرى.
- ٩٣ ٢/٣ مكتبات مصر العامة الإقليمية.
- ٩٣ ١/٢/٣ مكتبة مصر العامة بدمياط.
- ٩٤ ٢/٢/٣ مكتبة مصر العامة بدمنهور.
- ٩٥ ٣/٢/٣ مكتبة مصر العامة بالإسماعيلية.
- ٩٧ ٤/٢/٣ مكتبة مصر العامة بالغرقة.
- ٩٨ ٥/٢/٣ مكتبة مصر العامة بالأقصر.
- ٩٨ ٦/٢/٣ مكتبة مصر العامة بالمنيا.
- ٩٩ ٣/٣ مكتبات جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع.
- ١٠٢ ١/٣/٣ مكتبة المعادى.
- ١٠٣ ٢/٣/٣ مكتبة شبرا الخيمة.
- ١٠٣ ٣/٣/٣ مكتبة خالد بن الوليد.
- ١٠٣ ٤/٣ التحليل الإحصائي للإجابات على الاستبيان الموجه للمستفيدين.
- ١٠٩ ❖ الخلاصة.
- ١١١ ❖ قائمة المصادر.

الفصل الرابع

- التسويق الإلكتروني كأحد بدائل تحقيق الجدوى الاقتصادية للمكتبات العامة. ١١٣ - ١٤٢
- ١١٣ ٠/٤ تمهيد.
- ١١٤ ١/٤ التسويق الإلكتروني E-Marketing
- ١١٤ ١/١/٤ تعريف التسويق الإلكتروني.
- ١١٥ ٢/١/٤ مزايا التسويق الإلكتروني.
- ١١٦ ٣/١/٤ أهمية التسويق الإلكتروني لأنشطة وخدمات المكتبات العامة.
- ١١٦ ٤/١/٤ خصائص التسويق الإلكتروني.
- ١١٨ ٢/٤ دور التسويق الإلكتروني في المكتبات العامة.
- ١٢٠ ٣/٤ منظومة مكتبات مصر العامة - بالقاهرة الكبرى.
- ١٢٠ ١/٣/٤ صفحة المكتبة على موقع (Facebook)
- ١٢١ ٢/٣/٤ قناة مكتبة مصر العامة على الإنترنت "Youtube".
- ١٢٢ ٣/٣/٤ مدونة مكتبة مصر العامة MPL Blog's.
- ١٢٤ ٤/٣/٤ صفحة المكتبة على موسوعة Wikipedia.
- ١٢٤ ٥/٣/٤ تحليل إحصائيات وسائل التسويق الإلكتروني لمكتبة مصر العامة.
- ١٢٨ ٤/٤ مكتبات مصر العامة الإقليمية.
- ١٢٩ ٥/٤ مكتبات جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع.
- ١٣٣ ٦/٤ التحليل الإحصائي للإجابات على الاستبيان الموجه للمستفيدين.
- ١٣٨ ❖ الخلاصة.
- ١٤٠ ❖ قائمة المصادر.
- ١٤٤ - ١٥٠ ❖ الدليل الإجرائي لتحقيق الجدوى الاقتصادية من المكتبات العامة.
- ١٥٢ ❖ نتائج الدراسة.
- ١٥٥ ❖ توصيات الدراسة.

١٥٨ - ١٧١

قائمة المصادر العربية والأجنبية

- ١٥٨ المصادر العربية. ❖
- ١٦٤ المصادر الأجنبية. ❖
- ١٧٠ مصادر الإنترنت. ❖
- ١٧١ المقابلات الشخصية. ❖
- ١٧٣ - ١٨١ الملاحق. ❖
- ١٨٣ ملخص. ❖
- ١٨٧ مستخلص. ❖
- ١٨٩ كشف الكلمات الداله. ❖

قائمة الجداول

رقم الجدول	محتوى الجدول	الصفحة
(١)	القيم المالية لعضوية مكتبة مصر العامة.	٦٠
(٢)	إيرادات العضوية بمكتبات مصر العامة بالقاهرة الكبرى مقدره بالجنيه المصري.	٦٠
(٣)	إيرادات الأنشطة بمكتبات مصر العامة بالقاهرة الكبرى مقدره بالجنيه المصري.	٦١
(٤)	مقارنة إيرادات كل من العضوية والأنشطة بمكتبات مصر العامة بالقاهرة الكبرى.	٦٢
(٥)	بيان بمكتبات مصر العامة الإقليمية.	٦٥
(٦)	مقارنة إيرادات كل من العضوية والأنشطة بمكتبة مصر العامة بدمياط.	٦٧
(٧)	مقارنة إيرادات كل من العضوية والأنشطة بمكتبة مصر العامة بدمهور.	٦٨
(٨)	مقارنة إيرادات كل من العضوية والأنشطة بمكتبة مصر العامة بالإسماعيلية.	٧٠
(٩)	مقارنة إيرادات كل من العضوية والأنشطة بمكتبة مصر العامة بالغردقة.	٧٢
(١٠)	مقارنة إيرادات كل من العضوية والأنشطة بمكتبة مصر العامة بالأقصر.	٧٤
(١١)	بيان أعداد زيارات الوفود والمشاركين بها بمكتبة مصر العامة بالأقصر.	٧٥
(١٢)	بيان إيرادات مكتبة مصر العامة بالمنيا.	٧٦
(١٣)	إيرادات ومصروفات مكتبات جمعية مصر للثقافة والتنمية.	٧٩
(١٤)	إجمالي العجز بين إيرادات ومصروفات مكتبات جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع.	٨٠
(١٥)	تطور إيرادات مكتبات جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع.	٨١
(١٦)	إيرادات مكتبات جمعية مصر للثقافة والتنمية من العضوية.	٨٢
(١٧)	نسب إيرادات كل من العضوية والأنشطة من إجمالي الإيرادات.	٨٢
(١٨)	بيان الفعاليات المدعمة لاقتصاد مجتمع المستفيدين من مكتبة مصر العامة بالزاوية الحمراء.	٩١
(١٩)	بيان دورات الكبار بمكتبة مصر العامة بدمياط.	٩٤
(٢٠)	بيان دورات الكبار بمكتبة مصر العامة بدمهور.	٩٥
(٢١)	بيان دورات الكبار بمكتبة مصر العامة بالإسماعيلية.	٩٦
(٢٢)	بيان دورات الكبار بمكتبة مصر العامة بالغردقة.	٩٧
(٢٣)	بيان دورات الكبار بمكتبة مصر العامة بالأقصر.	٩٨
(٢٤)	بيان دورات الكبار بمكتبة مصر العامة بالمنيا.	٩٩
(٢٥)	بيان دورات الحاسب الآلي بمكتبات جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع.	١٠١
(٢٦)	بيان دورات اللغات بمكتبات جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع.	١٠١
(٢٧)	بيان دورات التنمية البشرية بمكتبات جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع.	١٠٢
(٢٨)	عدد المشتركين بصفحة مكتبة مصر العامة على موقع Facebook.	١٢٥

١٢٥	عدد المشتركين بصفحات فرعي مكتبة مصر العامة على موقع Facebook.	(٢٩)
١٢٧	عدد الأعضاء بمكتبة مصر العامة وفرعيها.	(٣٠)
١٢٨	عدد المشاركين بصفحات المكتبات الإقليمية.	(٣١)
١٣٠	عدد المشاركين في مجموعات مكتبات جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع على موقع Facebook.	(٣٢)
١٣٤	مدى فاعلية وسائل التسويق المختلفة.	(٣٣)
١٣٥	نتائج إجابة السؤال الثاني من الاستبيان.	(٣٤)
١٣٦	نتائج إجابة السؤال الثالث من الاستبيان.	(٣٥)
١٣٨	نتائج إجابة السؤال السابع من الاستبيان.	(٣٦)

قائمة الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
(١)	مقارنة إيرادات كل من العضوية والأنشطة بمكتبة مصر العامة بالزاوية الحمراء في عامها المالي الأول.	٦٢
(٢)	يوضح مصادر إيرادات مكتبات مصر العامة بالقاهرة الكبرى مقدره بالنسب المئوية.	٦٣
(٣)	مقارنة إيرادات كل من العضوية والأنشطة بمكتبة مصر العامة بدمياط.	٦٧
(٤)	مقارنة إيرادات العضوية والأنشطة بمكتبة مصر العامة بدمياط خلال ثلاث أعوام مالية.	٦٧
(٥)	مقارنة إيرادات كل من العضوية والأنشطة بمكتبة مصر العامة بدمنهور.	٦٩
(٦)	مقارنة إيرادات العضوية والأنشطة بمكتبة مصر العامة بدمنهور خلال ثلاث أعوام مالية.	٦٩
(٧)	مقارنة إيرادات كل من العضوية والأنشطة بمكتبة مصر العامة بالإسماعيلية.	٧٠
(٨)	مقارنة إيرادات العضوية والأنشطة بمكتبة مصر العامة بالإسماعيلية خلال ثلاث أعوام مالية.	٧١
(٩)	مقارنة إيرادات كل من العضوية والأنشطة بمكتبة مصر العامة بالغردقة.	٧٢
(١٠)	مقارنة إيرادات العضوية والأنشطة بمكتبة مصر العامة بالغردقة خلال ثلاث أعوام مالية.	٧٢
(١١)	مقارنة إيرادات كل من العضوية والأنشطة بمكتبة مصر العامة بالأقصر.	٧٤
(١٢)	مقارنة إيرادات العضوية والأنشطة بمكتبة مصر العامة بالأقصر خلال ثلاث أعوام مالية.	٧٤
(١٣)	مقارنة إيرادات العضوية والأنشطة بمكتبة مصر العامة بالمنيا.	٧٦
(١٤)	مصادر إيرادات مكتبة مصر العامة بالمنيا مقدره بالنسب المئوية.	٧٧
(١٥)	مقدار العجز بين إيرادات ومصروفات مكتبات جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع	٨٠
(١٦)	مقدار الزيادة في إيرادات مكتبات جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع خلال ٣ أعوام.	٨١
(١٧)	نسب إيرادات كل من العضوية والأنشطة من إجمالي الإيرادات.	٨٣
(١٨)	يوضح مدى إدراك المستفيدين حول وجود جدوى اقتصادية للمكتبات العامة.	١٠٤
(١٩)	إدراك المستفيدين لما تقدمه المكتبات العامة من فعاليات مؤهلة لسوق العمل	١٠٥
(٢٠)	أعداد المستفيدين من الدورات والورش المقامة بالمكتبات العامة وفقاً للاستبيان.	١٠٦
(٢١)	إدراك المستفيدين لما تقدمه المكتبات العامة من فعاليات للتوعية بالجوانب الاقتصادية.	١٠٧
(٢٢)	أعداد المستفيدين من الدورات والورش المقامة بالمكتبات العامة وفقاً للاستبيان.	١٠٨
(٢٣)	الزيادة في عدد المشتركين بصفحة مكتبة مصر العامة على موقع Facebook.	١٢٥
(٢٤)	الزيادة في عدد المشتركين بصفحات فرعى مكتبة مصر العامة على موقع Facebook.	١٢٦
(٢٥)	الزيادة في عدد المشتركين بصفحة مكتبات مصر العامة الإقليمية على موقع Facebook.	١٢٨
(٢٦)	الزيادة في عدد المشتركين بصفحة مكتبات جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع على موقع Facebook.	١٣١

١٣١	انحسار التفاوت في عدد المشتركين بمجموعات مكتبات جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع.	(٢٧)
		(٢٨)
١٣٤	فاعلية وسائل التسويق المختلفة.	(٢٩)
١٣٦	نسبة تأثير وسائل التسويق المختلفة على زيادة المشاركة في الأنشطة.	(٣٠)
١٤٤	التفاوت بين موارد ونفقات المكتبات العامة.	(٣١)
١٤٨	المدخلات الاقتصادية للمكتبات العامة.	(٣٢)
١٥٠	المخرجات الاقتصادية للمكتبات العامة.	(٣٣)

٠/٠ تمهيد:

في ظل الضغوط الاقتصادية التي تعيشها مصر، فقد أصبح هناك خطر حقيقي يهدد المكتبات العامة التي تتبع وزارة الثقافة المصرية أو بعض الجمعيات الأهلية ذات الموازنات محدودة المصادر والتي لا تهدف للربح. لقد أصبح شبح إغلاق تلك المكتبات أو تخفيض موازنتها وارداً، ولما لا وقد أغلقت مكتبة المجلس الثقافي البريطاني أبوابها منذ عام ٢٠٠٩ على الرغم من أنها مكتبة ممولة من جهة أجنبية. وعلى الرغم من أن المكتبة - ومن خلال معاشية الباحث وعمله بالمكتبة لمدة تقارب ٥ سنوات - كانت تحقق عائداً مادياً لا بأس به. ومن المتوقع خلال السنوات القليلة القادمة أن تصبح المكتبات العامة مطالبة بتخفيض العجز ما بين نفقاتها ومواردها المالية. فهل ستضطر بعض المكتبات لتخفيض الموازنات الموجهة للتزويد السنوي على سبيل المثال من أجل توفير بعض النفقات؟ هل أصبحت المكتبات العامة مطالبة بأن تستحدث بعض الأنشطة التي من شأنها تعظيم العائد المادي مثل الدورات التدريبية والفنية والتعليمية؟ هل حان الوقت لأن تلعب المكتبات العامة دوراً في تنمية المجتمع اقتصادياً من خلال تقديم عدد من الأنشطة التعليمية والحرفية التي من شأنها إكساب مهارات للشباب تعاونهم على التأهل لسوق العمل، وبالتالي ارتفاع المستوى المعيشي والاقتصادي لأعضاء ومجتمع المكتبة.

في ضوء ما تقدم فإن بعض المكتبات العامة تحاول حالياً تطوير كل من رؤيتها ورسالتها وأهدافها من خلال تقديم أنشطة وخدمات للجمهور لم تكن سابقاً من الخدمات المكتبية المتعارف عليها أكاديمياً، وذلك بهدف جذب المزيد من جمهور المستفيدين والأعضاء.

على جانب آخر فإن التسويق خاصة الإلكتروني أصبح ضرورة ملحة لمواكبة احتياجات جمهور المستفيدين والعمل على فاعلية مشاركتهم. هذا ما ستحاول الدراسة أن تتناوله للوقوف على مدى أهمية الأنشطة المستحدثة ومدى جدواها في جذب المستفيدين وزيادة عدد الأعضاء في المكتبات العامة مما يعنى تحقيق مزيد من الإيرادات مقابل الخدمات التقليدية، وكذا جدوى التسويق الإلكتروني في المكتبات العامة في ضوء المعطيات السالف ذكرها.

١/٠ مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في عجز المكتبات العامة عن الوفاء بتغطية تكاليف ما تقدمه من خدمات في ظل تقلص مواردها وارتفاع تكاليف الخدمات، ولأن العالم يتجه حالياً إلى ما يعرف باقتصاد المعرفة، وهو ما يعكس قيمة اقتصادية متزايدة للمعلومات. الأمر الذي جعل المكتبات العامة تتجه إلى استحداث خدمات جديدة لم تكن تقدم سابقاً ضمن ما تقدمه وهي غالباً ما تقدم للجمهور بمقابل مالي يغطي تكلفتها المباشرة على أقل تقدير، إضافة إلى أن جمهور المكتبات أصبح يطالب بخدمات تعود عليه شخصياً بتحسين وضعه الاقتصادي، وفي كلا الأمرين أصبح تسويق تلك الخدمات والأنشطة ضرورة حقيقية لا ترفيهية لتحقيق كل من العائد المجتمعي والمادي المنتظر، مع الوضع في الحسبان بأن العائد المادي لا يعد هدفاً في حد ذاته ولكنه وسيلة لمواجهة مشاكل تمويل المكتبات وتنمية مواردها بهدف استمرار قدرتها على تقديم المزيد من الخدمات والأنشطة.

وقد بدأت مشكلة الدراسة في التبلور بذهن الباحث منذ عام ٢٠١٢ أثناء عمله بجمعية الرعاية المتكاملة (جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع حالياً) حيث بدأت الروافد الرئيسية لتمويل الجمعية في التقلص، بالإضافة إلى أن بعض الجهات التي كانت تتعاون مع الجمعية وتقدم لها تيسيرات وتخفيضات مالية بدأت تعيد النظر في ما أبرمته مع الجمعية من تعاقدات مثل الجامعة الأمريكية التي كانت تقدم دورات اللغة الانجليزية بالمكتبات العامة التابعة للجمعية بأسعار مخفضة، وبالتالي تم اللجوء إلى تخفيض موازنات المكتبات العامة خاصة تلك الموجهة للتزويد والأنشطة والندوات التي تقدم مجاناً مقابل الاهتمام بصورة أكبر بالأنشطة ذات العائد المادي حتى وإن كانت بعيدة عن أهداف المكتبات العامة المتفق عليها أكاديمياً علماً بأن الجمهور قد أقبل على العديد من تلك الأنشطة كونها تعينه على التأهيل لسوق العمل ومن ثم رفع مستواه الاقتصادي، وبالتوازي بدأ شعور الجمعية بمدى أهمية التسويق الإلكتروني للجمعية ومكتباتها، وكان الباحث مسئولاً عن صفحة إدارة الجمعية على موقع التواصل الاجتماعي (Facebook). وفي عام ٢٠١٣ وأثناء عمل الباحث بمكتبة مصر العامة تم تأجيل صرف الحافز الشهري للعاملين لحين تحقيق مستهدف محدد لإيرادات المكتبة.

٢/٠ أهمية الدراسة:

يذكر محمد فتحي عبد الهادي ونبيلة جمعة (١) أن مفهوم المكتبات العامة يقوم على أربعة عناصر أساسية من ضمنها أن المكتبة العامة تقدم خدمات بالمجان بصفة عامة بصرف النظر عن المخصصات المالية المساندة لها ومصادرها سواء عامة أو خاصة.

ولكن الوضع الحالي يبرز أنه أصبح هناك مكتبات عامة تقدم خدمات مستحدثة مثل الدورات الفنية والمهنية (موسيقى - رسم - أشغال فنية - إلقاء وتمثيل - صناعات صغيرة - صيانة - تنمية بشرية... الخ) وهذه الخدمات تقدم بمقابل مالي وهي خدمات تقدم لتحقيق ثلاثة أهداف:

الأول: أنها تعد أحد العوامل لجذب الجمهور وتلبية احتياجاته بما يضمن استمرار الإقبال على المكتبة وبالتالي استمرار المكتبة في تقديم خدماتها وتحقيق الجدوى من إنشائها.

الثاني: إتاحة الفرصة لجمهور المكتبة لإكسابه المزيد من التعليم المستمر وكذا المهارات التي تؤهله لسوق العمل وبالتالي رفع مستواه الاقتصادي بشكل غير مباشر.

الثالث: تحقيق عائد مادي للمكتبة يغطي الفجوة بين المصروفات والإيرادات.

وبالتالي أصبحت المكتبات العامة في حاجة إلى التسويق الإلكتروني كأحد أهم العوامل لجذب المستفيدين والإبقاء على قدرة المكتبات العامة في تأدية دورها الثقافي والاجتماعي بالإضافة إلى الأدوار التي يمكنها القيام بها في مساندة العملية التعليمية ومحو الأمية المعلوماتية في المجتمع المصري. بالإضافة إلى إشباع حاجات ورغبات المستفيدين المتنوعة والمتطورة من خلال المزيج المتكامل من الخدمات التي تقدمها المكتبة، والتي تعد المسوغ الاقتصادي والاجتماعي والثقافي المُجدي لوجود المكتبة، على افتراض أن الاهتمام بالمستفيد والعمل على مشاركته واستفادته من الخدمة هو أصل ومبرر قيام الخدمة ذاتها. والملاحظ أن الرؤية تجاه مفهوم التسويق وأهميته في مجال المكتبات والمعلومات غير واضحة في أذهان كثير من العاملين في هذا المجال، حيث أن البعض ينظر إلى تسويق الخدمات على أنه نشاط هامشي لا يناسب طبيعة المؤسسات الاجتماعية والخدمية بما فيها المكتبات ومراكز المعلومات، بحجة أنها لا تهدف إلى الربح، وأنها تقدم خدماتها في الأصل مجاناً، ومن ثم فهي ليست بحاجة إلى ترويج برامجها أو إشهار نشاطاتها كما هو الحال في المؤسسات الهادفة للربح. بيد أن هذا الاعتقاد الذي لا يزال يسيطر على أذهان الكثير، يجب أن يزول أمام التحديات التي تواجه مؤسسات المعلومات. ويجب الانتباه إلى

أهمية التسويق الإلكتروني خاصة مع التوجه الحالي نحو المكتبات الرقمية والإلكترونية، التي أحدثت تغييراً جذرياً في بنية المكتبة التقليدية وفي مصادرها وتجهيزاتها، مما استدعى البحث عن أساليب جديدة للتسويق في هذه المكتبات.

من هنا تأتي أهمية هذه الدراسة التي تتناول كل من الأنشطة والخدمات المستحدثة ذات العائد الاقتصادي المباشر للمكتبة - وغير المباشر للجمهور - مقارنة بالخدمات التقليدية المتعارف عليها أكاديمياً أنها من أساسيات خدمات المكتبات العامة والتي تقدم مجاناً أو بأسعار رمزية من حيث قدرة كل منهما على جذب الجمهور وما يحققه كل منهما من دخل مادي للمكتبة، كما تتناول الدراسة الدور الذي يلعبه التسويق الإلكتروني لأنشطة المكتبات العامة كأحد وسائل الترويج لتلك الأنشطة والعمل على جذب المزيد من جمهور المستفيدين، الأمر الذي يعنى تحقيق عائد مجتمعي وثقافي متميز في المقام الأول، بالإضافة إلى تحقيق عائد مادي يساهم في دعم أنشطة المكتبات العامة ومن ثم ضمان القدرة على استمرارها.

٣/٠ أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

١. رصد الدور الجديد للمكتبات العامة والتطور في الأهداف والخدمات الأساسية للمكتبة العامة في مصر ومدى ارتباط هذه الأهداف والخدمات بالجوانب المالية من جانب وباحتياجات المستفيدين من جانب آخر.
٢. المقارنة بين خدمات المعلومات التي تقدمها المكتبات العامة والخدمات المستحدثة من ناحية القدرة على جذب الجمهور، والعائد المادي الذي تحققه.
٣. مدى احتياج المستفيدين للأنشطة التي تؤهله لسوق العمل وتعود عليه مستقبلاً بتحسين مستواه الاقتصادي ومدى إمكانية المكتبات العامة في تلبية تلك الاحتياجات.
٤. كيفية استخدام وسائل التسويق الإلكتروني في المكتبات العامة في مصر.
٥. تحديد مدى فاعلية وسائل التسويق الإلكتروني في التأثير على المستفيدين من خدمات وأنشطة المكتبات العامة في مصر واستقطاب المزيد منهم.
٦. وضع خطوات استرشادية نحو إعداد دليل إجرائي للمكتبات العامة لتحقيق الجدوى الاقتصادية لكل من المكتبة والمستفيدين.

• ٤/٠ تساؤلات الدراسة:

لقد أثارت مشكلة الدراسة عدداً من التساؤلات، منها:

١. ما هي العوامل والمتغيرات التي دعت المكتبات العامة إلى تبني خدمات جديدة ذات مقابل مادي؟
٢. هل يمكن أن تتجح المكتبات العامة في تقليل الفجوة بين إيراداتها ونفقاتها؟
٣. كيف يمكن أن يكون للمكتبات العامة دور (غير مباشر) في رفع المستوى الاقتصادي لجمهورها؟
٤. ما هو التسويق الالكتروني، وكيف يمكن تطبيقه في المكتبات العامة، وما هي وسائله ومدى فاعليتها؟
٥. ما هي الفوائد الاقتصادية للتسويق الالكتروني في المكتبات العامة؟
٦. ما هي الإجراءات التي يمكن للمكتبات العامة اتخاذها لتحقيق الجدوى الاقتصادية؟

• ٥/٠ مجتمع الدراسة:

بحسب ما ذكرته أمانى مجاهد فإن المكتبات العامة في مصر لا تنتسب إلى هيئة بعينها أوجهه محددة بل تنوعت الجهات التي تنتسب إليها، مما أدى إلى تشتت الميزانية والمسئولية، وقد رصدت الجهات التي تتبعها المكتبات العامة في مصر كالتالي^(٢):

- وزارة الثقافة تتبعها مكتبة القاهرة الكبرى بفرعيها.
- الهيئة العامة لدار الكتب والوثائق والتي تتبعها المكتبات الفرعية لدار الكتب.
- الهيئة العامة لقصور الثقافة والتي تتبعها مكتبات قصور الثقافة وبيوت الثقافة.
- وزارة الإدارة المحلية تتبعها مكتبات الأحياء والمديريات المحلية.
- المجلس الأعلى لرعاية الشباب والرياضية وتتبعه مكتبات مراكز الشباب المنتشرة على مستوى المحافظات.
- الهيئة العامة للاستعلامات بعض المكتبات في المحافظات.
- وزارة التربية والتعليم تتبعها مكتبات المديريات وغيرها.

- صندوق التنمية الثقافية.

- جمعية الرعاية المتكاملة تتبعها ٦ مكتبات عامة داخل القاهرة الكبرى.

هذا بالإضافة لمنظومة مكتبات مصر العامة بالقاهرة الكبرى وعددها ٣ مكتبات والمحافظات، والمكتبات التابعة لجمعية تنمية خدمات مصر الجديدة. ويتبعها ٣ مكتبات أيضاً.

٦/٠ عينة الدراسة:

تتناول الدراسة عينات من سلسلة مكتبات مصر العامة كونها مكتبات تتبع وزارة الثقافة وتشمل بالقاهرة (٣ مكتبات) والأقاليم (١٣ مكتبات) واكتفت الدراسة بعدد دراسة ٦ مكتبات منها (الإسماعيلية - دمنهور - دمياط -- الغردقة - الأقصر - المنيا) ، بالإضافة لمكتبات جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع (الرعاية المتكاملة سابقاً) كنموذج للمكتبات التي تتبع الجمعيات الأهلية (التي تعتمد على التمويل الذاتي) وعددها ٦ مكتبات عامة (مكتبة المركز الثقافي - مكتبة المعادى - مكتبة مدينة نصر - مكتبة خالد بن الوليد - مكتبة ٦ أكتوبر - مكتبة شبرا الخيمة)، وقد تم الاكتفاء بهاتين الجهتين للأسباب التالية:

- قيامهما بتقديم الأنشطة المختلفة والدورات المتنوعة والتي هي أساس الدراسة منذ منتصف التسعينات وهما من الجهات الرائدة في هذا المجال.
- كلاهما يقدم معظم تلك الأنشطة بقابل مالي وإن كان يختلف حسب الموقع الجغرافي للمكتبات الفرعية مراعاة للفتاوت في الحالة الاقتصادية بين فئات الجمهور.
- عدد المستفيدين الكبير نسبياً مقارنة بالمكتبات العامة التابعة لجهات أخرى وإقبالهم على الأنشطة المقدمة بمقابل.
- تمكن الباحث من الحصول على التقارير المالية لتلك الجهات والتي هي أحد الأدوات الأساسية للدراسة والتي يصعب الحصول عليها، إضافة إلى معاشته لسنوات لمشكلة الدراسة كونه عمل بكل من الجهتين.

٧/٠ حدود الدراسة:

١/٧/٠ الحدود المكانية: تغطي الدراسة مكتبة مصر العامة وبعض فروعها بالمحافظات، وقد روعي التوزيع الجغرافي لتلك الفروع بما يضمن تغطية جميع قطاعات الجمهورية (الدلتا - الصعيد - مدن القناة - محافظات حدودية)، والمكتبات العامة التابعة لجمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع.

٢/٧/٠ الحدود الزمنية: تم وضع الحدود الزمنية للدراسة وفقاً لما يستهدفه الشق الميداني من الدراسة بتحليل كل من:

أ- المصادر الأساسية لموارد المكتبات عينة الدراسة. ونظراً للصعوبة البالغة في الحصول على تلك البيانات المالية، حيث أنها لا تكون متاحة للتداول، إضافة إلى تغير الأوضاع الاقتصادية للمكتبات عينة الدراسة منذ مطلع العقد الثاني من هذا القرن، وكذا إتباع الحكومة المصرية لسياسة تخفيض الإنفاق الحكومي وللوقوف على مؤشرات حقيقية حديثة فقد تم الاكتفاء بتحليل قوائم الإيرادات لآخر ٣ أعوام مالية لمكتبات مصر العامة بالقاهرة الكبرى والمحافظات بدءاً من عام ٢٠١٤/٢٠١٥ وانتهاءً بعام ٢٠١٦/٢٠١٧.

أما فيما يخص المكتبات التابعة لجمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع فهي تعمل محاسبياً بنظام العام الميلادي، وقد تراءى للباحث ضرورة العودة زمنياً لفترة أعمق لتحديد الضغوط الاقتصادية العاصفة التي تعرضت لها تلك المكتبات خلال عام ٢٠١١ وما تلاه، كونها تتبع أحد الجمعيات الأهلية، وكيفية تجاوزها لهذه الأزمة وآلية تطوير مواردها والتطور في تضيق الفارق في عجز الموازنة منذ عام ٢٠١٢ حتى عام ٢٠١٦.

ب- نتائج استخدام المكتبات العامة عينة الدراسة لوسائل التسويق الإلكتروني، وقد تم التعامل معها بنظام العام الميلادي تماشياً مع ما تصدره تلك المكتبات من تقارير فنية سنوية، ونظراً لتفاوت دخول المكتبات عينة الدراسة في مجال التسويق الإلكتروني، وكذا حداثة افتتاح بعضها، فقد خلق ذلك ضرورة وجود استثناءات في الحدود الزمنية لبعض المكتبات، وإن كان مجمل الدراسة قد تناول الفترة منذ عام ٢٠١١ حتى ٢٠١٧.

٣/٧/٠ الحدود الموضوعية: تأثير الاحتياجات الاقتصادية لكل من المكتبات العامة وجمهورها في استحداث أنشطة وخدمات مستحدثه لم يكن متعارف عليها من قبل، وكذا لم تكن معممة مهنيًا، ومدى نجاح تلك الأنشطة والخدمات في تحقيق:

- موارد مالية للمكتبة.
- تأهيل المستفيدين لسوق العمل، وتعزيز فرصهم في تحسين أوضاعهم الوظيفية، ومن ثم رفع المستوى الاقتصادي لهم.
- رفع مستوى وعي المستفيدين بالقضايا الاقتصادية مما يعود بالنفع على المجتمع المحلي والدولة.

يضاف إلى ذلك احتياج تلك الأنشطة والخدمات إلى التسويق وخاصة التسويق الالكتروني، لما يتميز به من سرعة وسهولة الاتصال بالمستفيدين، وانخفاض تكلفته.

٨ / ٠ منهج الدراسة وأدواته:

تسلك هذه الدراسة المنهج المسحي الميداني، وهو ذلك المنهج الذي يهدف إلى جمع الحقائق والبيانات عن ظاهرة أو موقف معين مع محاولة تفسير هذه الحقائق تفسيراً كافياً.

"وتعتبر البحوث الميدانية من أهم البحوث في مجال المكتبات والمعلومات، ومن أكثرها شيوعاً. وربما كان ذلك بسبب طبيعتها العملية النفعية، إذ أنها تحاول الكشف عن الأوضاع القائمة لمحاولة النهوض بها ووضع الخطط أو البرامج اللازمة للإصلاح.. هذا فضلاً عن أنها تحاول الوصول إلى تعميمات، يمكن تطبيقها بالنسبة للحالات المدروسة أو للحالات الأخرى ذات الظروف المشابهة"^(٣).

هذا وقد اعتمدت الدراسة على معيار MLA في الاستشهادات المرجعية كمعيار لضبط البيانات الببليوجرافية للمصادر.

١ / ٨ / ٠ أدوات جمع البيانات:

اعتمد البحث الميداني على الأدوات التالية:

١. الإحصائيات والتقارير الفنية والمالية الصادرة عن المكتبات محل الدراسة.
٢. المقابلة: مع مدراء المكتبات العامة أو من ينوب عنهم.
٣. الاستبيان: وضعت أسئلة الاستبيان بحيث تعطي الإجابات على أسئلته البيانات والمعلومات المطلوبة لبيان تأثير الفعاليات التي تقدمها المكتبة على مجتمع المستفيدين خاصة من الناحية الاقتصادية، كذلك لبيان تأثير وسائل التسويق الالكتروني التي تتبعها.
٤. المعايشة: لمشكلة البحث وعناصرها كون الباحث قد عمل بكل من المجلس الثقافي البريطاني، وجمعية الرعاية المتكاملة، ومكتبة مصر العامة، وذلك منذ عام ١٩٩٧ وحتى الآن.
٥. قائمة المراجعة: للحصول على البيانات الأساسية للمكتبات وخدماتها. وتضم هذه القائمة البيانات

التالية:

اسم المكتبة وتبعيتها الإدارية، اسم المدير (المسؤول)، العنوان، أرقام التليفون والفاكس، عنوان البريد الإلكتروني، تاريخ الإنشاء، موازنة المكتبة والوضع المالي للمكتبة من حيث الفوارق بين المصروفات والإيرادات وطبيعة التحديات المالية إن وجدت، فئات العضوية بالمكتبة وعدد الأعضاء في كل فئة، القيمة المالية للاشتراك لكل فئة، الأنشطة والدورات التي تقدمها ومقابلها المالي، الفعاليات التي تقدمها المكتبة والمرتبطة بجوانب التوعية الاقتصادية، وسائل التسويق الإلكتروني التي تتبعها، عدد المستفيدين المشتركين بكل وسيلة، وعدد الأخبار والمنشورات التي تبثها المكتبة على وسائل التسويق الإلكتروني.

وقد تم تفريغ كل ما ورد من إجابات الأسئلة الواردة بالاستبيان أو البيانات التي تم تجميعها من خلال قائمة المراجعة وتفسيرها كمياً بواسطة الدراسات الإحصائية.

٩/٠ الدراسات السابقة:

١/٩/٠ دراسات تعرضت للشق الإداري والمالي والاقتصادي وتأثيره على المكتبات.

١. محمود عبد الكريم عبد العزيز الجندي. الخدمة المكتبية العامة في محافظة المنوفية: دراسة ميدانية لواقعها والتخطيط لمستقبلها. رسالة ماجستير. جامعة المنوفية. كلية الآداب، ١٩٩٣. اهتمت الدراسة بإلقاء الضوء على النشاط الاقتصادي للسكان الذين هم جمهور المكتبات العامة بمحافظة المنوفية، وقد توصلت الدراسة إلى نتائج تؤكد أهمية الدراسة الحالية والاحتياج إليها وكان من بينها:

- ضعف الميزانية المخصصة للمكتبات العامة، وقصور بنودها على شراء الكتب والدوريات ولا تتضمن بنود لشراء المواد المكتبية الأخرى ولا لعملية العلاقات العامة.
- لا تقوم المكتبات بالإعلان عن خدماتها وتفتقر لبرامج العلاقات العامة، ومعظم أفراد المجتمع غير مدرك لأهمية المكتبات العامة في عملية التنمية الشاملة. كذلك لا تقوم المكتبات العامة بدورها في تعليم الكبار، ولا تساهم في حل مشكلات مثل البطالة.

وقد أوصت الدراسة بعدد من التوصيات التي تتعلق بمجال الدراسة الحالية منها تحديد الميزانية الكافية

للمكتبات العامة وفصلها عن ميزانية الأنشطة الثقافية الأخرى. وضرورة ربط الميزانية بالأهداف الكمية والكيفية للمكتبات العامة. مع تحديد بنود الصرف ومخصصاتها.

٢. خالد حسين إبراهيم. الإدارة المالية للمكتبات المتخصصة المصرية: دراسة تحليلية. رسالة دكتوراه. جامعة حلوان. كلية الآداب، ٢٠٠١.

تناولت الدراسة التعرف على مفهوم الإدارة المالية للمكتبات المتخصصة وتحديد أسس تطبيقه. والتعرف على الوضع الراهن (آنذاك) للإدارة المالية للمكتبات المتخصصة المصرية. وبيان العلاقة بين حجم كل من الميزانية والمقتنيات وعدد الخدمات وعدد المستفيدين، مع وضع الأسس التي ينبغي إتباعها عند التخطيط المالي للمكتبات المتخصصة المصرية في المستقبل.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها أن الإدارة المالية تمثل أهمية كبيرة للمكتبات مع اختلاف أنماطها وذلك في ظل الضغوط الاقتصادية وفي ظل ثبات أو خفض ميزانيات المكتبات المتخصصة والارتفاع المستمر والمتزايد لأسعار مصادر المعلومات وتكلفة إنشاء وتشغيل النظم الآلية داخل هذه المكتبات.

٣. محمود قطر. الإدارة الاستراتيجية للمكتبات الجامعية المصرية: دراسة تطبيقية علي المكتبة المركزية بجامعة حلوان. رسالة دكتوراه. جامعة حلوان. كلية الآداب، ٢٠٠٨.

تناولت الدراسة التعرف علي النظم الإدارية المعمول بها في المكتبات الجامعية المصرية وتطبيق الإدارة الاستراتيجية باعتبارها نموذج إداري حديث لإدارة المكتبات الجامعية، ومن نتائج الدراسة:

- تدهور الأداء الاقتصادي مع الندرة النسبية في الموارد الاقتصادية وضرورة الاستفادة منها بشكل أفضل مع تقلص المخصصات المالية الحكومية الموجهة للصرف علي الخدمات العامة ومنها التعليم العالي وانعكست بدورها علي الإنفاق علي المكتبات الجامعية.
- ضرورة التحسين والتطوير المستمر في جميع الخدمات والأنشطة المقدمة والسعي لخلق احتياجات معلوماتية جديدة لدي المستفيدين من المكتبات الجامعية وذلك بهدف مواجهة التغير في الظروف المحلية والعالمية المستجدة، والعمل علي توليد موارد مالية ذاتية للصرف منها علي متطلبات هذا التغير.

إلى جانب تلك الأطروحات تم الإطلاع على بعض المصادر العربية ذات الصلة بجوانب الدراسة مثل:

١. محمد فتحي عبد الهادي. الخصخصة في مجال المكتبات والمعلومات. ملتقى وورش عمل التحول نحو استخدام أساليب القطاع الخاص في إدارة المكتبات. القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، ٢٠٠٦.

تناولت الدراسة مفهوم الخصخصة في مجال المكتبات والمعلومات، وقد أفرزت الدراسة عدة مؤشرات من بينها التوجيه بالاستفادة من الخصخصة في مجال المكتبات والمعلومات لرفع الكفاءة وخفض النفقات. وكذا مشاركة القطاع الخاص في بناء المجتمع بكل جوانبه ومنها مجال المكتبات والمعلومات.

٢. أماني جمال مجاهد. تقييم دور المكتبة العامة في ظل المعطيات العصرية الحالية. المؤتمر القومي الثاني عشر لأخصائيي المكتبات والمعلومات في مصر. يونيو ٢٠٠٨.

تناولت الدراسة قضية تتمحور حول تساؤل وهو هل يتم قياس نجاح المكتبات العامة بمدخلاتها المالية أم بالأنشطة التي تمارسها؟ كما رصدت التحول الحادث في الأهداف الأساسية للمكتبة العامة في المجتمع المصري ومدى تأثير هذه الأهداف بمتطلبات العصر وبآراء المستفيدين واحتياجاتهم، ومدى إمكانية أن يكون العائد المادي من الأنشطة والدورات التي تنظمها المكتبة من ضمن الأهداف الحالية التي تسعى المكتبة لتحقيقها.

٣. أسامة السيد محمود. ميزانيات المكتبات العامة في مصر: دراسة تحليلية. المكتبات والمعلومات العربية. س١٨، ع٣ (يوليو ١٩٩٨). ص٣٧.

تتبعت الدراسة مصادر التمويل في بعض المكتبات العامة المصرية وأوجه الإنفاق ودرجة نمو الميزانيات في الفترة من ١٩٨٥ حتى ١٩٩٧، وتأثير الميزانيات على أنشطة المكتبات وخدماتها.

٤. مورييس أبو السعد. مكتبة مبارك العامة : الإدارة والتخطيط والتقييم. الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات: ٢٠٤ (٢٠٠٣).

تدور الدراسة سياسات مكتبة مبارك العامة (مصر العامة حالياً). وقد تناولت الدراسة مهارات تنمية الموارد المالية من خلال بعض الأساليب مثل توضيح رؤية المكتبة للجهات المانحة، استثمار الموارد المالية والتكنولوجية، تنشيط دور العلاقات العامة، استثمار جهود أصدقاء المكتبة في جمع الأموال للارتقاء بالخدمة بالإضافة إلى إعداد الخطط الإستراتيجية لزيادة الموارد.

٥. مصطفى حسام الدين. تطوير المكتبات العامة في مصر: رؤية مستقبلية " Cybrarians Journal . ٦٤ (سبتمبر ٢٠٠٥) . متاح في:

<http://www.cybrarians.info/journal/n56/publiclib.htm>

تناولت الدراسة وضع تصور لسياسة عامة للمكتبات العامة في مصر وحتى عام ٢٠٢٠ م. وتناولت مصادر تمويل المكتبات حيث حددتها في نوعين من المصادر.

- مصادر أساسية: مثل الضرائب أو الرسوم، والمنح الثابتة التي تقدم من الحكومة المركزية.
- ومصادر ثانوية مثل الهبات والمنح والأوقاف التي تخصصها هيئات أو أفراد للمكتبات العامة، رعاية منظمات دولية معنية، الدخل الذي تدره المكتبات من رسوم عضوية رمزية. النشر والطباعة. رسوم تفرض على المستفيدين مقابل بعض الخدمات، غرامات، ورعاية منظمات دولية معنية.

٢/٩/٠ دراسات تناول التسويق في المكتبات.

١. محمود قطر. تسويق خدمات المعلومات بالمكتبات العامة التابعة لجمعية الرعاية المتكاملة: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير. جامعة حلوان. كلية الآداب، ٢٠٠٤.

توصلت تلك الدراسة إلى أنه لا يعتبر الإعلان سبباً رئيسياً في اشتراك الأعضاء بالمكتبات التابعة لجمعية الرعاية المتكاملة. احتلال التسعير المركز الأول في التأثير على جذب المشتركين بالمكتبات العامة التابعة لجمعية الرعاية المتكاملة يتبعه كل من عنصري منافذ البيع وتصميم المنتجات وأخيراً عنصر الترويج.

٢. علاء يسري زكى محمد. تسويق خدمات المعلومات في المكتبات الجامعية. رسالة ماجستير. جامعة المنوفية: كلية الآداب. قسم المكتبات والمعلومات، ٢٠٠٥.

تناولت الرسالة التسويق وعلاقته بالخدمات المكتبية و المفاهيم المرتبطة بالتسويق في مجال المكتبات، والتطور التاريخي للفلسفة التسويقية بشكل عام ثم في مؤسسات المكتبات ومراكز المعلومات. ثم عرض للتسويق في الواقع الميداني للمكتبات.

٣. عماد حسن عبد الحفيظ. الأنشطة التسويقية لخدمات المعلومات الإلكترونية بمكتبة الإسكندرية.

رسالة ماجستير. جامعة الإسكندرية: كلية الآداب. قسم المكتبات والمعلومات. ٢٠١٠.

تناولت هذه الدراسة موضوع الأنشطة التسويقية لخدمات المعلومات الإلكترونية بمكتبة الإسكندرية كدراسة تحليلية تقويمية وقدمت نموذج مقترح للقيام بتطبيق عملي لخطة تسويقية لخدمات المعلومات الإلكترونية.

يتضح من استعراض الدراسات السابقة ما يلي:

١- توصلت دراسة كل من محمود عبد الكريم الجندي، ومحمود قطر، وخالد حسين إبراهيم، إلى نتائج مفادها ندرة الموارد الاقتصادية للمكتبات، وتقلص المخصصات المالية الحكومية والارتفاع المستمر لمصادر المعلومات وتكلفة إنشاء وتشغيل المكتبات، وضعف الميزانية المخصصة للمكتبات العامة. وسوف تقوم الدراسة الحالية بالبناء على تلك النتائج من خلال تناولها بالتحليل والتقييم لما تقوم به بعض المكتبات العامة لمواجهة تلك الضغوط الاقتصادية مسترشدة بالتقارير المالية الصادرة عن المكتبات عينة الدراسة، كما تسعى الدراسة للتوصل للبدائل المدعمة لموازنات المكتبات العامة في ظل تقلص المخصصات المالية الحكومية، كما أن الدراسة تنفرد بكونها تتناول المكتبات العامة.

٢- فيما يخص الدراسات التي تناولت التسويق في المكتبات يتضح أنها لم تتناول بأي شكل من الأشكال التسويق الإلكتروني الذي تتناوله الدراسة الحالية، وعلى سبيل المثال قدمت دراسة عماد عبد الحفيظ نموذج خطة للتسويق التقليدي واكتفت أن يكون النموذج لخدمات المعلومات الإلكترونية فقط وليس للمكتبة ككل. بينما ستقوم الدراسة الحالية بتقييم استخدام المكتبات العامة لنوع محدد من التسويق

وهو التسويق الالكتروني ومدى فاعليته وجدواه الاقتصادية خاصة عندما يستخدم لصالح المكتبة بالكامل وليس لخدمة محددة.

٣/٩/٠ دراسات أجنبية

1. Aabo, Svanhild. Valuing the benefits of public libraries. Information Economics and Policy 17 (2005) PP. 175–198.

الدراسة تتناول القيود المفروضة على ميزانيات المكتبات العامة في النرويج. وعلى الرغم من أن هناك قانون يلزم بأن توجد مكتبة عامه في كل بلدية إلا أنه هناك محاولات لتعديل هذا القانون الأمر الذي فسره المهنيين في مجال المكتبات بأنه محاولة لتخفيف الأعباء المالية عن البلديات. ومن أهداف هذه الدراسة قياس إجمالي استفادة المواطنين النرويجيين من المكتبات العامة، وبالتالي تحديد ما إذا كانت المكتبات العامة مجدية اقتصادياً من وجهة نظرهم.

2. Anne Morris, Johon Sumsion, Margaret Hawkins, Economic Value of Public Libraries in the UK. Libri, 2002, vol. 52, pp 78–87.

الدراسة حول التأثير الاقتصادي لخدمات المكتبات العامة في المملكة المتحدة، وفكرة البحث تقتصر على القيمة الاقتصادية للتعليم المستمر، وإعارة الكتب مقارنة بشرائها، من حيث عدد القراءات.

3. Buchanan, Steven. Evaluating the strategic plans of public libraries: An inspection-based approach. Library & Information Science Research 34 (2012) PP.125–130.

الدراسة أجريت على المكتبات العامة الاسكتلندية، وتهدف لوضع خطه استراتيجية للمكتبات العامة لمواجهة التغيرات الاقتصادية.

4. Ko, Young Man. An economic valuation study of public libraries in Korea. Library & Information Science Research 34 (2012) PP. 117–124.

استهدفت هذه الدراسة تقييم خدمات المكتبات العامة في كوريا وقياس القيمة الاقتصادية لها، وتناولت تحليل للميزانيات المخصصة لتلك المكتبات ومصروفاتها وإيراداتها.

5. Nelke, Margareta. Business concept and information strategies. Strategic Business Development for Information Centers and Libraries, 2012, PP. 43–74.

أشارت الدراسة إلى الحاجة للتخطيط الاستراتيجي لإدارة المعلومات. لتحقيق أقصى استفادة اقتصادية.

6. Spinka , Amanda, and Charles Cole. Information and poverty: information-seeking channels used by African American low-income households. Library & Information Science Research 23 (2001) 45–65.

تناولت الدراسة احتياجات خدمات المعلومات للأسر الأميركية منخفضة الدخل من أصول أفريقية في ولايات دالاس وتكساس.

7. Elliott , Eileen. Marketing Concepts for Libraries and Information Services, London: Facet Publishing, 2002.

تعرضت الدراسة لأهمية التسويق لخدمات المعلومات وجدواه بالنسبة للمكتبات وكيفية تدريب أخصائيي المكتبات علي مبادئه.

١٠/٠ مصطلحات الدراسة:

تحتوي الدراسة على بعض المصطلحات التي يلزم الإشارة إلى تعريفها الاصطلاحي والإجرائي وهي:

١/١٠/٠ البدائل الاستراتيجية

يوجد عدة تعريفات لمصطلح البدائل الإستراتيجية وإن كانت جميعها تدور حول نفس المضمون منها تعريف (Tomas Wheleen) بأنها الخيارات المتاحة لتحقيق هدف أو أكثر، وتحديدها يعد من القرارات الأكثر تأثيراً في تنمية المؤسسة (٤).

ويوجد تعريف آخر يشير إلى أن الاختيار الاستراتيجي هو قرار اختيار بديل من بين البدائل الإستراتيجية، الذي يمثل أفضل تمثيل لرسالة المنظمة وأهدافها الإستراتيجية. ويتضمن القرار التركيز على بعض البدائل المنتقاة، والقيام بتقويم تلك البدائل وفقاً لمجموعة من الأدوات التي تساعد في اعتماد البديل الاستراتيجي الأكثر ملاءمة. وتستلزم عملية الاختيار نوعاً من التفكير والتحليل الاستراتيجي، وكذلك تحتاج إلى عدد من الأدوات التي تستخدم في تقويم البدائل الإستراتيجية المتاحة من أجل تضييق عدد تلك البدائل، وتقليص الخيارات أمام المدراء لاتخاذ البديل المناسب^(٥). والخيار الإستراتيجي هو قرار اختيار الإستراتيجية التي تحقق أفضل توافق لأهداف المنظمة من بين عدد من البدائل. وهو قرار يتم اختياره من بين مجموعة بدائل، ويعتبر أفضل طريق لتحقيق أهداف المنظمة، ويتمثل الاهتمام الأساسي لإستراتيجية المنظمة في تحديد مجالات العمل التي يتعين عليها أن تشارك فيها، فيمكن أن تركز على نشاط واحد، أو يمكن لها أن تنتهج سياسة تنويع النشاط^(٦). ويرى محمد محمد الهادي أن العملية الإستراتيجية تتضمن إعداد الطريقة الأحسن للاستجابة لظروف بيئة المكتبة، وتختص باختيار المستقبل المرغوب فيه وتطوير مدخل معين لتحقيق الأغراض^(٧).

وكما يتضح من التعريفات السابقة فإن على المنظمة اختيار الإستراتيجية التي ترى أنها مناسبة لها من بين عدة بدائل، ولأن الدراسة ليست ملزمة لأي من المكتبات العامة في مصر فقد استخدمت الدراسة مصطلح (البدائل) لتضعها بعد التحليل بين يدي التنفيذيين ليحددوا (خياراتهم) الإستراتيجية من بين تلك البدائل أو يستخدموها جميعاً إن شاءوا وإن أتيحت لهم الإمكانيات.

٢/١٠/٠ دراسة الجدوى الاقتصادية

يوجد اصطلاحياً تعريفات متعددة لدراسة الجدوى الاقتصادية تناولها الباحثون والأكاديميون في مجال الاقتصاد نكتفي منها بثلاث تعريفات هي:

- التعريف الأول: دراسة الجدوى الاقتصادية هي أداة علمية تستخدم لترشيد القرارات الاستثمارية الجديدة أو لتقييم قرارات سبق اتخاذها، أو القيام بمفاضلة بين البدائل المتاحة وذلك على أسس فنية ومالية وعلى ضوء معطيات محددة تتصل بموقع المشروع، تكاليف التشغيل، طاقات التشغيل، الإيرادات، نمط التكنولوجيا المستعملة واليد العاملة الموظفة.

- التعريف الثاني: يقصد بدراسة الجدوى الاقتصادية مجموعة الاختبارات والتقديرية التي يتم إعدادها بنية الحكم على صلاحية المشروع الاستثماري المقترح، أو القرار الاستثماري وذلك على ضوء توقعات التكاليف والفوائد المباشرة وغير المباشرة، وذلك طوال العمر الافتراضي للمشروع.

- التعريف الثالث: دراسة الجدوى هي سلسلة من الدراسات التي تقوم على افتراضات معينة وأهداف محددة، تؤدي إلى اتخاذ الموقف النهائي بقبول المشروع أو برفضه وذلك اعتماداً على مجموعة من المعايير التي تنطلق من مبدأ التكلفة بغية التعرف على قدرة المشروع في بلوغ الأهداف المنشئ من أجله.

مما سبق يمكن استخلاص التعريف التالي:

دراسة الجدوى الاقتصادية هي سلسلة متكاملة من الدراسات التمهيديّة والتفصيلية والتي تتم على الفرص الاستثمارية، منذ أن تكون كفكرة حتى إقرار قبول تلك الفرص أو رفضها، وهذه الدراسة تكون من مختلف الجوانب الإدارية و التسويقية والفنية، هذه الدراسات يقوم بها فريق من المختصين، كل وفق اختصاصه. وهي تهدف في إطارها العام إلى تقرير أفضلية القيام بالاستثمار في المشروع المقترح من عدمه^(٨).

أما التعريف الإجرائي الذي تستخدمه الدراسة فهو يشترك مع التعريفات الاصطلاحية المذكورة من حيث كونه يقيم قرارات سبق اتخاذها، والقيام بمفاضلة بين البدائل المتاحة وذلك على أسس فنية ومالية، وكذا قياس الفوائد المباشرة مثل ارتفاع معدلات الإيرادات وتقليل الفجوة بينها وبين المصروفات، والفوائد غير المباشرة مثل المساهمة في رفع المستوى الاقتصادي للمستفيدين. أي أن المصطلح الإجرائي للجدوى الاقتصادية بالدراسة يعنى تحقيق الفائدة والنفع الاقتصادي المباشر أو غير المباشر لكل من المكتبات العامة وجمهور المستفيدين منها.

٣/١٠/٠ الموازنة

تُعرف الموازنة العامة للدولة (Public Budget) بأنها "تقدير مفصل ومعتمد للنفقات العامة والإيرادات العامة، عن فترة مالية مستقبلية غالباً ما تكون سنة، وتستند الموازنة العامة للدولة إلى عنصرين أساسيين هما التقدير والاعتماد. وتظل الموازنة العامة مجرد مشروع موازنة حتى تُعتمد من السلطة التشريعية^(٩).

٤/١٠/٠ الميزانية

الميزانية العمومية للمنشآت Sheet Balance، هي بيان يصور المركز المالي للمنشأة، في تاريخ محدد هو نهاية السنة المالية للمنشأة. وعلى هذا الأساس، فإنها تتضمن أرقاماً فعلية في هذا التاريخ المحدد^(١٠).

ويعتبر خالد حسين إبراهيم أن الميزانية هي الآلية التي تعمل المكتبة من خلالها، وهي المسوغ الرسمي لأي نشاط يتم داخل المكتبة، وأي قرار يتم اتخاذه بشأنها^(١١).

٥/١٠/٠ التسويق الإلكتروني

تعددت تعريفات التسويق الإلكتروني وهو ما سيتم تناوله بالتفصيل في موضعه بالدراسة، وتكتفي الدراسة في ذلك هذا الموضوع بالقول بأنه "استخدام الانترنت والتقنيات الرقمية المرتبطة به لتحقيق الأهداف التسويقية وتدعيم المفهوم التسويقي الحديث" (١٢). كما يعرف بأنه استخدام تكنولوجيا المعلومات في عملية إنشاء التواصل مع العملاء وإدارة العلاقة معهم بطريقة تحقق المكاسب للمنظمة (١٣). وكذلك يعرف التسويق الإلكتروني على أنه مجرد خدمة إلكترونية مطوره من خدمات المعلومات الإلكترونية بالمكتبات وإن كان يطلق عليه خدمة الإعلام الإلكتروني للمكتبة (١٤).

مما سبق ستستخدم الدراسة مصطلح التسويق الإلكتروني بمعنى التواصل مع جمهور المستخدمين سواء الحاليين أو المستهدفين وإقامة علاقات تفاعلية مستمرة معهم تقوم على تلبية احتياجاتهم وبث ما ترغب المكتبة العامة في إعلامهم به من خلال الوسائل الإلكترونية التي تستخدمها.

١١/٠ أهم المشكلات التي صادفت الباحث.

أ- الصعوبة البالغة في الحصول على البيانات المالية. وتعثر الحصول على البيانات المالية الخاصة ببعض مكتبات مصر العامة الإقليمية مثل مكتبة مطروح ومكتبة بورسعيد، مما تسبب في استبعادهم من عينة الدراسة واستبدالهم بمكتبتي الغردقة والإسماعيلية لتمثيل المحافظات الحدودية ومحافظات القناة.

ب- عدم توثيق بعض المكتبات لوسائل التسويق الإلكتروني وعدد المشاركين على صفحاتها أو مجموعاتها. وقد استلزم ذلك ضرورة متابعة الباحث وملاحظته لتطور تلك الوسائل طوال فترة الدراسة.

ج- على عكس النقطة السابقة فقد لاحظ الباحث مبالغة بعض المكتبات في إحصائياتها الفنية، وقد استلزمت الأمانة العلمية التدقيق والمراجعة مع إداراتها المركزية، وكذا الملاحظة الشخصية وعدم الاكتفاء بما تصدره تلك المكتبات من تقارير فنية قد لا تكون دقيقة.

د- عدم تعاون بعض المكتبات في إتاحة استبيان الدراسة للمستخدمين على صفحاتها على موقع Facebook. مثل مكتبة مدينة نصر. وقد استعاض الباحث عن ذلك بتوزيع نسخ ورقية.

١٢/٠ فصول الدراسة :

- الفصل التمهيدي:

تقديم للدراسة يتناول مشكلة الدراسة وأهميتها وأهدافها، وعرضاً للدراسات السابقة (العربية والأجنبية) وأسئلة هذه الدراسة وحدودها، ومنهج الدراسة وأدواته.

- الفصل الأول: المكتبات العامة وعلاقتها بالمفاهيم الاقتصادية.

يستعرض هذا الفصل الإطار النظري للتعرف على مفهوم الموازنة وبنود الصرف منها مع الربط بنماذج عملية، الإدارة المالية ووظائفها في المكتبات العامة.

- الفصل الثاني: تحقيق العائد الاقتصادي من المكتبات العامة: المدخلات.

سيتم فيه تناول جهود المكتبات العامة في تحقيق إيرادات مالية، ومقارنة خدمات المعلومات التقليدية والأنشطة المستحدثة بالمكتبات عينة الدراسة من حيث العائد المالي لكل منهما، وذلك من خلال بعض الإحصائيات المقارنة.

- الفصل الثالث: تحقيق العائد الاقتصادي من المكتبات العامة: المخرجات.

يستعرض نماذج من الأنشطة والدورات الحديثة ومدى مساهمتها في رفع المستوى الاقتصادي للمستفيدين، وكذا وعيهم الاقتصادي.

- الفصل الرابع: التسويق الإلكتروني كأحد بدائل تحقيق الجدوى الاقتصادية للمكتبات العامة.

يتناول دور التسويق الإلكتروني في المكتبات العامة، كأحد وسائل التدعيم الاقتصادي للمكتبات العامة.

- خاتمة البحث

اختتمت هذه الدراسة بمجموعة من الخطوات الاسترشادية نحو عمل دليل إجرائي للمكتبات العامة، حيث وضعت الدراسة خطة إجراءات عملية يمكن تطبيقها كدليل إجرائي عملي للمكتبات العامة تستطيع المكتبات العامة استخدامه لتحقيق الجدوى الاقتصادية لها ولمجتمعاتها ككل.

أعقب ذلك مجموعة النتائج التي تم التوصل إليها والتي بلغت ٢٣ نتيجة، وتلتها مجموعة من التوصيات بلغت ٢٠ توصية موجهة لكل من الجهات العلمية الأكاديمية ممثلة في أقسام المكتبات والمعلومات، إضافة إلى مجموعة من التوصيات للجهات المشرفة على المكتبات العامة ومجموعة أخيرة موجهة إلى

المهنيين من القائمين علي إدارة المكتبات العامة والعاملين بها والدارسين لها. كما تذييل الدراسة كشاف هجائي بأهم المصطلحات والكلمات الداله الوارده بمتتها.

قائمة المصادر:

- (١) محمد فتحي عبد الهادي، نبيلة خليفة جمعه . المكتبات العامة. القاهرة : الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠١. ص ١٧.
- (٢) أماني جمال مجاهد. تقييم دور المكتبة العامة في ظل المعطيات العصرية الحالية. المؤتمر القومي الثاني عشر لأخصائيي المكتبات والمعلومات في مصر. دمياط، ٢٠٠٨.
- (٣) محمد فتحي عبد الهادي .البحث ومناهجه في علم المكتبات والمعلومات. القاهرة : الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٢. ص ١٠٣.
- (4) Wheelen, Tomas & David Hunger. Strategic Management & Business Policy: globalization, innovation, and sustainability. New Jersey: Prentic- Hall 14th ed. 2015. p1.
- (5) <<http://www.uobabylon.edu.iq/uobColeges/lecture.aspx?fid=9&lcid=34410>> [20/3 /2017.]
- (6) <<https://hrdiscussion.com/hr2090.html>> [20/3/2015.]
- (٧) محمد محمد الهادي. توجهات الإدارة العلمية للمكتبات ومرافق المعلومات وتحديات المستقبل. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٨. ص ١٠٣.
- (٨) أحمد عبد الرحيم زردق، محمد سعيد بسيوني. مبادئ دراسات الجدوى الاقتصادية. القاهرة: مركز التعليم المفتوح بجامعة القاهرة، ٢٠١١. ص ٣٢ - ٣٤.
- (٩) الموازنة في ٢٥ سؤال وجواب. وزارة المالية: قطاع الموازنة العامة للدولة. القاهرة. ٢٠١٤. ص ٣.
- (١٠) المصدر السابق. ص ٣.
- (١١) خالد حسين إبراهيم. الإدارة المالية للمكتبات المتخصصة المصرية: دراسة تحليلية. أطروحة (دكتوراه) - جامعة حلوان. كلية الآداب. قسم المكتبات والمعلومات، ٢٠٠١. ص ٢١٠.

(١٢) محمد عبد العظيم أبو النجا. التسويق الإلكتروني: آليات التواصل مع العملاء. الإسكندرية: الدار الجامعية، ٢٠٠٨. ص ٨١.

(13) Judy Strauss, Raymond Forst. E-Marketing. Boston: Pearson, 2012. P. 28.

(١٤) وحيد عيسى موسى. خدمات المعلومات الإلكترونية في بعض المكتبات القومية والعامة: دراسة ميدانية لإدارة الجودة الشاملة. رسالة دكتوراه. جامعة بني سويف: كلية الآداب. قسم الوثائق والمكتبات، ٢٠٠٧. ص ٧٢.

المكتبات العامة وعلاقتها بالمفاهيم الاقتصادية

٠/١ تمهيد:

يعد هذا الفصل بمثابة البوابة الرئيسية التي تؤدي إلى الولوج نحو أهداف الدراسة في الفصول التالية وذلك من خلال الدراسة الميدانية لبعض المكتبات العامة المصرية. وهذا الفصل يرسى المفاهيم والمصطلحات المالية والاقتصادية التي سيتم تناولها في الدراسة وارتباط هذه المفاهيم وتلك المصطلحات بالمكتبات العامة وكيفية تطبيقها بها، ومدى أهمية أن يكون العاملين بمجال المكتبات بصفة عامة، والقائمين على إدارة المكتبات بصفة خاصة على دراية كاملة بها للتمكن من وضع وتنفيذ خططهم المستقبلية للمكتبات العامة في مصر.

وبداية تجدر الإشارة إلى أن الاقتصاد والمعلومات حليفان متضامنان لدفع عجلة التقدم في شتى النواحي العلمية والتكنولوجية والاجتماعية..الخ، حيث لم يعد يعزى أي تدهور أو تخلف في دولة ما من الدول إلى نقص في رأس المال أو في الموارد الطبيعية أو في الموارد البشرية وإنما يعود في المقام الأول إلى نقص المعلومات أو سوء الإدارة^(١)، خاصة وأن السياسة في حقيقة الأمر هي علم وفن إدارة موارد الشعوب، بما تشمله من موارد اقتصادية وبما يحقق لهذه الشعوب كافة مصالحها واستقرارها^(٢).

وتشكل المكتبات العامة نمطاً متميزاً من مرافق المعلومات، لما تحتويه من إنتاج فكري متنوع في شتى مجالات المعرفة ذات التأثير على الاقتصاد المحلي، و لقد أصبحت إدارة المكتبات العامة - خاصة إدارة النواحي المالية - أحد أهم التحديات التي تواجه هذه المكتبات لكي تتلاءم مع التطورات الاقتصادية المحلية. فإدارة المكتبات من النواحي المالية يجب أن تكون بالصورة التي تمكنها من أداء دورها في المجتمع الذي تقوم على خدمته.

ويوجد العديد من الأبحاث والدراسات التي تناولت المكتبات العامة من حيث تعريفها وأهدافها وخدماتها..الخ، ولكننا هنا بصدد التركيز على نظرة تلك الدراسات السابقة بعلاقة المكتبات العامة بالجوانب المالية والاقتصادية انطلاقاً مما ورد في بيان الإتحاد الدولي لجمعيات ومؤسسات المكتبات IFLA عن المكتبات والتنمية في والذي جاء فيه نصاً:

"إن حق الحصول على المعلومات هو حق من حقوق الإنسان كي يواجه مشكلة الفقر ويدعم التنمية المستدامة. وتُعد المكتبات المكان الوحيد في كثير من المجتمعات الذي يوفر المعلومات لأفراد المجتمع، لتطوير التعليم واكتساب المهارات الجديدة وتوفير فرص العمل وإقامة المشروعات الاقتصادية واتخاذ القرارات الصائبة والتي تتعلق بالزراعة والصحة" (٣).

وقد ذكرت الموسوعة العالمية لعلوم المكتبات والمعلومات في تعريفها لمفهوم المكتبة العامة بأنها المكتبة التي تعتمد على التمويل العام من أجل المنفعة العامة (٤).

وعرفها محمد فتحي عبد الهادي و نبيلة خليفة جمعه بأنها المكتبة التي تعتمد على التمويل العام من أجل الاستخدام العام، مع الإشارة إلى أنها تقدم خدماتها بالمجان بصفة عامة بصرف النظر عن المخصصات المالية المساندة لها ومصادرها سواء عامة أو خاصة (٥). كما ذكرنا أن الخدمة المكتبية العامة هي في الأساس خدمة مجانية، مع الإقرار بأن المكتبات العامة تواجه صعوبات فيما يتعلق بالتمويل (٦).

كما عرفها أحمد أنور عمر بأنها أداة من أدوات المجتمع الحديث وأقلها من حيث التكاليف (٧). ويرى أحمد عبد الله العلي أن الدعم المالي من أهم مظاهر الاهتمام بالمكتبات العامة لما له من دور أساسي في توفير احتياجات تلك المكتبات وتطويرها بالشكل الذي يحافظ على مستوى أدائها واستمرار فاعليتها من أجل تلبية احتياجات جميع فئات المستفيدين (٨).

ولكن إذا ما نظرنا للواقع في جمهورية مصر العربية نجد أن معظم المكتبات العامة تنفق من الموازنة العامة للدولة التي تحدد لها مخصصات مالية وسياسات لصرف هذه المخصصات وهو ما تقوم به الإدارة المالية في ضوء الاعتمادات المالية ويتبع ذلك نظام مراجعة مالية دقيق.

١/١ المكتبات العامة والموازنة العامة للدولة:

يوجد عدة تعريفات للموازنة منها تعريف محمد الهادي بأنها تقديراً متوازناً للمصروفات والإيرادات لفترة زمنية محددة أو بمعنى آخر هي ترجمة مالية للعمليات المستقبلية، وهي تعتبر معياراً إرشادياً وتوجيهياً في اتخاذ القرارات الإدارية التي تؤثر على أنشطة المكتبة، أي أنها ترجمة مالية للأداء بالنسبة لما سوف يتم من أعمال (٩).

و تُعرف الموازنة العامة للدولة (Public Budget) بأنها "تقدير مفصل ومعتمد للنفقات العامة والإيرادات العامة، عن فترة مالية مستقبلية غالباً ما تكون سنة، ويتبين من هذا التعريف أن الموازنة العامة للدولة تستند إلى عنصرين أساسيين هما التقدير والاعتماد.

بالنسبة إلى التقدير فإنه يتمثل في أرقام تقديرية تمثل الإيرادات العامة التي ينتظر أن تحصل عليها السلطة التنفيذية، وكذلك النفقات العامة التي ينتظر أن تنفقها لإشباع الحاجات العامة للشعب. أما بالنسبة إلى الاعتماد، فيقصد به حق السلطة التشريعية واختصاصها في الموافقة على توقعات السلطة التنفيذية، من إيرادات عامة ونفقات عامة. وعلى هذا الأساس فإن الموازنة العامة تظل مجرد مشروع موازنة حتى تُعتمد من السلطة التشريعية^(١٠).

وقد يثار استقهام حول عدم قيام المكتبات العامة التي تتبع وزارة الثقافة مثلا بطلب الدعم المالي الذي يفرضه جميع متطلباتها، ولماذا لا تساند وزارة الثقافة تلك المكتبات وهنا يجب توضيح أمر هام وهو أنه بعد أن تنتهي كل وزارة من تقدير نفقاتها وإيراداتها للسنة المقبلة، يستلزم الأمر إجراء تنسيق بينها، ويقوم به وزير المالية لأنه أقدر من غيره على إجرائه، إذ تتوافر لديه الصورة العامة والكاملة، للأوضاع المالية للدولة^(١١).

١/١/١ كيفية قيام المكتبات العامة بتقدير نفقاتها وإيراداتها:

تقوم الوزارات والهيئات التابعة للدولة (بما فيها المكتبات العامة التي تتبع وزارة الثقافة مثل مكتبات مصر العامة) بتقدير نفقاتها وإيراداتها وفقا لأسس تقدير النفقات العامة التي تضعها الدولة ممثلة في وزارة المالية وفيما يلي أهم أسس التقدير:

• التقدير المباشر للنفقات العامة:

هي الطريقة المتبعة دائماً في تقدير النفقات العامة، وبمقتضى هذا الأساس تقدر النفقات طبقاً للاحتياجات المعروفة لدى الموظفين المختصين في مختلف الوزارات والهيئات العامة. وفي الظروف الواقعية، تميل الوزارات والهيئات العامة عادة، إلى المغالاة في تقدير نفقاتها حتى تضمن لنفسها ظروف إنفاق ملائمة للعمل، وحتى يتسنى لها مواجهة أي ظروف طارئة خلال العام، ولذلك فإن تقديرات النفقات التي تتولى الوزارات والهيئات العامة إعدادها، تتم مراجعتها في وزارة المالية، التي تراعى وجود معدلات للإنفاق، وتستشهد بالإنفاق الفعلي في السنتين الأخيرتين. كما أن هناك مراجعة أخرى لتقديرات النفقات تُجرى في اللجنة الفنية المختصة، في السلطة التشريعية.

• التقدير المباشر للإيرادات العامة:

وذلك بأن يستعين المسئولون، عن إعداد الموازنة، بجميع البيانات والمعلومات، التي يستطيعون الحصول عليها، لتحديد الإيرادات المتوقعة، خلال السنة المقبلة. فبجانب الإيرادات التي حُصِلت

في السنوات الأخيرة، يؤخذ في الحسبان التغيرات المتوقعة في الضرائب، والرسوم المختلفة، وكذلك ما ينتظر أن يكون عليه النشاط الاقتصادي، والدخل القومي... الخ.

• طريقة حسابات السنة قبل الأخيرة:

وذلك بأن تُقدر الإيرادات العامة للسنة المقبلة، على أساس الإيرادات التي تحققت فعلاً في السنة قبل الأخيرة، باعتبار أنها آخر سنة عرفت نتائجها، مع عدم إدخال أي تعديلات على أرقام هذه الإيرادات، إلا إذا كان هناك سبب مؤكد يدعو إلى ذلك، مثل: فرض ضريبة جديدة، أو زيادة سعر ضريبة قائمة فعلاً.

• طريقة الزيادات السنوية:

وذلك بأن تُقدر الإيرادات العامة للسنة المقبلة، على أساس متوسط الإيرادات، التي حصلت خلال فترة سابقة (ثلاث سنوات عادة) وتُزاد بنسبة مئوية معينة، تمثل معدل الزيادة في الدخل القومي.

٢/١/١ حق السلطة التشريعية في تعديل تقديرات الموازنة:

من حق أعضاء السلطة التشريعية إبداء الملاحظات على كافة بنود مشروع الموازنة العامة من إيرادات ونفقات، وكذلك حق طلب إجراء التعديلات بالزيادة أو النقص، لكافة بنود مشروع الموازنة العامة. لاشك أن هذا الحق المقرر للسلطة التشريعية يعد أمراً طبيعياً، وإلا كان اعتماد (تصديق) السلطة التشريعية للموازنة العامة غير ذي معنى. ولكن على الرغم من ذلك فإن دساتير معظم الدول تنص على ضرورة موافقة الحكومة على ما يقترحه أعضاء السلطة التشريعية من تعديلات. والواقع أن هذا القيد يرجع إلى أسباب عديدة منها:

أ . يطالب أعضاء السلطة التشريعية دائماً بزيادة النفقات العامة ليس بهدف المصلحة العامة ولكن لتحقيق مصالح فئوية أو لمجرد كسب رضا ناخبهم.

ب . يؤثر تعديل أرقام الإيرادات العامة أو النفقات العامة في التوازن الاقتصادي العام ومن الضروري إعادة النظر فيه.

ج . ترتبط الموازنة العامة بكل من الخطة العامة والموازنة النقدية ولذلك فعند تعديل أرقام الموازنة العامة لا بد من إعادة النظر في الخطة العامة والموازنة النقدية.

د . يؤثر تعديل أرقام الموازنة العامة في مدى إمكانية تنفيذ برنامج الحكومة الذي التزمت به أمام السلطة التشريعية.

لهذه الأسباب، فإن الأمر يقتضي ضرورة الحصول على موافقة الحكومة على اقتراحات السلطة التشريعية، بإجراء تعديلات في مشروع الموازنة العامة (١٢).

٣/١/١ الرقابة على تنفيذ الموازنة:

تتولى مجموعة من أجهزة الدولة أعمال الرقابة الداخلية والخارجية على تنفيذ الموازنة العامة للدولة. فبالإضافة إلى الرقابة الداخلية التي تنفذها الوحدة الإدارية الحكومية وفقاً للوائح والإجراءات المنظمة لأعمال الصرف والتحويل تتولى عدة أجهزة خارجية الرقابة على تنفيذ الموازنة العامة للدولة كرقابة وزارة المالية والبرلمان.

إن أهم ما يميز رقابة تنفيذ الموازنة العامة للدولة أنها تعتمد على كل من أسلوب الرقابة المانعة (أي الرقابة قبل التنفيذ) وهي رقابة داخلية تهدف إلى التحقق من أن التصرفات المالية تُجرى وفقاً للقواعد والإجراءات المنظمة لها، وأسلوب الرقابة اللاحقة (أي الرقابة بعد التنفيذ) وتؤديها الأجهزة الخارجية المختصة بهدف التحقق من سلامة تنفيذ العمليات، فضلاً عن تقييم أداء تنفيذ الموازنة. ويطبق هذا النظام على مكتبة مصر العامة وفروعها بوجود وحده للمراجعة المالية تحت إشراف مراقب مالي موفد من وزارة المالية.

٢/١ أبواب الموازنة:

تقسم الموازنة العامة إلى أبواب يختص كل منها ببنود محددته للصرف مقسمة كما يلي:

١/٢/١ الباب الأول: الأجور وتعويضات العاملين

ويشمل تكلفة الأجور المدفوعة والتعويضات على اختلاف أنواعها سواء كانت نقدية (مكافآت - بدلات - جهود غير عادية - علاوات ... الخ) أو المزايا عينية (أغذية - ملابس - علاج) أو مزايا تأمينية والتي يتم تقديمها للعاملين بالجهاز الحكومي للدولة باستثناء تلك الأجور المدفوعة والمرتبطة بالباب السادس. (١٣)

ومن هذا الباب يحصل العاملين بالمكتبات العامة على الأجور والبدلات النقدية والمكافآت المخصصة لكل منهم وكذا نفقات العلاج الطبي والتأمين ضد الشيوخة والعجز والوفاة والتأمين ضد المرض و ضد إصابات العمل، وحافز الحصول على الماجستير والدكتوراه وما يعادلها.

٢/٢/١ الباب الثاني: شراء السلع والخدمات

ويمثل تكلفة شراء السلع وتلقى الخدمات اللازمة لقيام الجهة بمزاولة نشاطها الأساسي سواء كان هذا النشاط مرتبطاً بسلعة أو بخدمة^(١٤).

وتستخدم المكتبات العامة هذا الباب في الإنفاق على عمليات التزويد والاشتراك بالدوريات والجرائد، وشراء الخامات اللازمة لتنفيذ ما تقدمه من أنشطة، وكذا شراء الأدوات الكتابية والمكتبية والدفاتر والمطبوعات. كما يستخدم هذا الباب في تغطية نفقات قطع الغيار والصيانة والمياه والإنارة ومستلزمات تنظيم الحدائق، خاصة أنه يوجد العديد من المكتبات العامة التي تخصص جزء من حديقة المكتبة (إن وجدت) لإقامة بعض أنشطة الأطفال المصاحبة للقراءة مثل أنشطة مسرح الأطفال وحكي القصص، كما اتجهت بعض المكتبات مؤخراً ومع بداية العقد الثاني من القرن الحادي والعشرين في إدخال بعض الأنشطة الحركية والبدنية ونشاط الكشافة استغلالاً لوجود حدائق ملحقة بالمكتبة وتلبية لطلب الجمهور من جانب ولتحقيق دخل مالي للمكتبة من جانب آخر.

ومن بنود الإنفاق الهامة بالباب الثاني للموازنة بند نفقات الصيانة وتشمل صيانة المباني والمعدات والمرافق والشبكات والأثاث وصيانة الحاسبات الآلية والأجهزة الإلكترونية والتي تعتمد عليها المكتبات العامة حالياً بصفة أساسية سواء في تقديم الخدمات الفنية، أو دورات الحاسب الآلي بجميع أنواعها.

ويشمل الباب الثاني أيضاً بند النشر والإعلان والدعاية والاستقبال، ويمكن للمكتبات العامة استخدام هذا البند في عمل الدعاية الخاصة بالمكتبة مثل اللافتات المعدنية بالمنطقة المحيطة بالمكتبة والطرق الرئيسية المؤدية إليها، وطباعة النشرات التعريفية بالمكتبة ولوائحها المنظمة وكيفية الاشتراك بها، كما اتجهت بعض المكتبات العامة مؤخراً في تصنيع بعض الهدايا العينية التي تحمل اسم وشعار المكتبة كأحد وسائل الدعاية (أقلام - أدوات كتابية - ميداليات وهدايا تذكارية) وتوزيعها كهدايا على بعض المشتركين بالمكتبة أو الزائرين كنوع من التسويق للمكتبة وجذب الجمهور لها وقد استخدمت مكتبة مصر العامة بالزاوية الحمراء هذه الأنواع من الدعاية من خلال خطة التسويق التي أشرف عليها الباحث قبل افتتاح المكتبة وخلال عامها الأول كنوع من كسر الحاجز النفسي الذي كان يشعر به أهالي المنطقة المحيطة بالمكتبة قبل افتتاحها^(١٥).

كما تقوم المكتبات العامة باستخدام هذا البند فيما يخص نفقات الزيارات والاشتراك في المؤتمرات الدولية والمحلية حيث تحرص بعض المكتبات العامة مثل مكتبة القاهرة الكبرى ومكتبة مصر العامة وغيرها على المشاركة في المؤتمرات المتخصصة التي تقيمها الجمعيات المهنية بمجال المكتبات والمعلومات.

ومن الضروري أن تقوم المكتبات العامة باستغلال المخصصات المالية بهذا البند للقيام بتمويل خطط للتسويق والعلاقات العامة لتوعية الجمهور بأهمية المكتبة وأنها أصبحت تمثل مركزاً ثقافياً متكاملًا وأنها ليست مجرد مكان للترفيه أو لقضاء وقت فراغ الأطفال والطلاب خلال الموسم الصيفي، بل إنها أيضاً مكان يقدم للجميع فئات المجتمع خدمات تساعد في حل مشاكلهم الاقتصادية وتأهيلهم لسوق العمل.

تجدر الإشارة أيضاً أن الباب الثاني من الموازنة يشمل نفقات النقل والانتقالات والاتصالات وتكاليف شبكة الانترنت، وتكاليف إقامة المعارض والمؤتمرات وتكاليف البحوث وتدريب العاملين والبرامج التدريبية وأخيراً نفقات الأمن والحراسة. وجميع البنود السابقة تمثل عصب العمل بالمكتبة العامة.

٣/٢/١ الباب الثالث: الفوائد

يختص بتكلفة الأعباء التي تتحملها الجهة عند حصولها على قروض محلية أو خارجية والصرف من هذا البند يحتاج إلى مستندات خاصة تتمثل في الاتفاقيات التي تعقدها الجهة للحصول على القرض سواء من بنك الاستثمار القومي أو الخزانة العامة أو الجهات الأخرى المحلية أو الجهات الأجنبية. وكذا إشعارات الخصم الواردة من الجهات المصرفية في حالة الخصم من الأرصدة البنكية^(١٦).

٤/٢/١ الباب الرابع: الدعم والمنح والمزايا الاجتماعية

يتم الصرف من هذا الباب على النفقات الخدمية لغير العاملين ومكافآت لغير العاملين عن خدمات مؤداه^(١٧).

ومثال ذلك بالمكتبات العامة المكافآت التي تمنح للمدرّبين أثناء الموسم الصيفي حيث تضطر معظم المكتبات العامة للاستعانة بمدرّبين من طلبة أقسام المكتبات بالجامعات المصرية أو حديثي التخرج نظراً لكثافة المستفيدين بالمكتبات خلال تلك الفترة الأمر الذي يتطلب تدعيم القوة البشرية بالمكتبة بعمالة مؤقتة، ومن جانب آخر تمنح المكتبة الفرصة للطلبة والخريجين الجدد لاكتساب الخبرة اللازمة لتأهيلهم لسوق العمل وهذا يعد من الأدوار التي تلعبها المكتبة للتغلب على مشكلة البطالة بشكل مباشر، بما يعنى قيام المكتبة بدور في حل أحد المشكلات الاقتصادية . علماً بأنه لم تعد الاستعانة بالعمالة المؤقتة قاصر على طلبة المكتبات بل أصبحت الفرصة متاحة لبعض التخصصات الأخرى نظراً لما تشهده المكتبات العامة المصرية حالياً من تنوع في الخدمات والأنشطة التي تقدمها مثل تخصصات التربية النوعية والتربية الفنية ورياض الأطفال والفنون الجميلة والفنون التطبيقية وأقسام اللغات.

والنموذج التطبيقي الآخر لاستخدام النفقات من هذا البند في بعض المكتبات العامة يتمثل في صرف المستحقات المالية للمدرّبين المتخصصين الذين يقومون بتقديم الدورات المتخصصة لتدريب المستفيدين بالمكتبة، حيث يتم الاستعانة بمدرّبين في مجالات الحاسب الآلي واللغات الأجنبية والتنمية البشرية والدورات الفنية وغيرها، مما يترتب عليه التزام مالي من المكتبة نحو هؤلاء المدرّبين حسب السياسة التي تتبعها المكتبة سواء بنسبة من إجمالي دخل الدورة أو حسب عدد الدارسين أو عدد ساعات الدورة، وأياً ما كان الاتفاق بين المكتبة وبين المدرّب فإن صرف المستحقات المالية للأخير تكون من المخصصات المالية المتاحة بالباب الرابع للموازنة، مع ملاحظة شرط هام للمصرف من هذا الباب وهو أن يكون المستفيدين منه من غير العاملين بالدولة.

٥/٢/١ الباب الخامس: المصروفات الأخرى

يقصد بالمصروفات الأخرى تكلفة التحويلات التي تتم بين الوحدات الحسابية الخاضعة لقانون الموازنة العامة والوحدة الحسابية المركزية بوزارة المالية عن قيمة النسبة التي تفرضها الدولة عن إيرادات النشاط الجاري والأرصدة الختامية للحسابات الخاصة والوحدات ذات الطابع الخاص بتلك الجهات لدعم الموازنة العامة للدولة^(١٨).

وبصورة أبسط فإن هذا البند يختص بمصروفات الضرائب والرسوم وضريبة المبيعات والتحويلات الجارية ورسوم تراخيص السيارات والاشتراكات في الهيئات المحلية والدولية.

ومن استخدامات هذا الباب في المكتبات العامة تسديد رسوم الاشتراك في الجمعيات والاتحادات المهنية المتخصصة، وعلى سبيل المثال تسدد مكتبة مصر العامة الاشتراك السنوي للاتحاد الدولي للمكتبات IFLA من هذا الباب^(٩).

٦/٢/١ الباب السادس: شراء الأصول غير المالية (الاستثمارات)

يتم الإنفاق منه على شراء الأصول غير المالية والتعاقدات الاستثمارية الجاري تنفيذها، وكذلك تكاليف البعثات والأبحاث والدراسات المرتبطة بالتعاقدات الاستثمارية والدفعات المقدمة^(١٠).

و يعتبر هذا الباب من أهم الأبواب نظراً لأنه يغطي بند الاستثمار المباشر الذي يشمل المباني غير السكنية، وسائل النقل والانتقال، الآلات والمعدات، العدد والأدوات، التجهيزات. كما يشمل أجور التشغيل.

ومن أمثلة نفقات المكتبات العامة من هذا الباب ما يتم صرفه على إنشاء وتجهيز فرع جديد لأحد المكتبات كما الحال بفرع مكتبة مصر العامة بالزاوية الحمراء، أو رفع كفاءة المباني وتطويرها مثل التطوير الذي تم بمبنى مكتبة القاهرة الكبرى حيث تم تجديد المبنى وإضافة بعض الإنشاءات إضافة إلى تأمين المكتبة داخلياً وخارجياً بكاميرات مراقبة، وبوابات تأمين المقتنيات بتقنية تحديد الهوية باستخدام موجات الراديو (Radio-frequency Identification (RFID)^(١١).

كما يدخل استحداث بعض المعامل والقاعات بالمكتبات ضمن مصروفات هذا الباب. كذلك تطوير شبكات المعلومات، وشبكات ري الحدائق المخصصة لبعض المكتبات. وشراء آلات التصوير والطباعة والفاكسات. وكذا الأثاث وتجهيزات قاعات المكتبة.

أما ما يخص بند أجور التشغيل فهو يختص بالعاملين المتعاقدين على مشروع محدد. ومثال ذلك ما قامت به مكتبة مصر العامة عند التعاقد مع العاملين بفرع المكتبة بالزاوية الحمراء. وبعض العاملين الجدد بمقرها الرئيسي وفرع الزيتون. وقد تم اللجوء إلى التعاقد مع العاملين على الباب

السادس بسبب وقف الحكومة للتعاقدات على الباب الأول والذي يعطى العاملين به عدد من المزايا تم التعرض لها عند تناول هذا الباب.

وبعد استعراض الموازنة وأبوابها فإنه يتوجب الوقوف على بعض ما تحتويه من أشكال النفقات والتي تنقسم إلى كل من:

• المصروفات المباشرة: أو النفقات الجارية وتمثل تلك النفقات اللازمة لتسيير المرافق العامة مثل دفع أجور العاملين والأجور الإضافية والمكافآت. كما تتضمن نفقات إعداد المواد المكتبية من كتب ومطبوعات ودوريات. ونفقات صيانة الأجهزة والتكاليف الجارية مثل الكهرباء والمياه والاتصالات.

• المصروفات غير المباشرة: وتتمثل في ما يلي:

✓ الاستهلاك في وسائل التجهيز والتي يمكن إدراجها في استهلاك الأصول كالمبنى والأجهزة الفنية كالحاسبات الآلية وآلات التصوير والطباعة.. الخ.

✓ إيجار المباني في حال عدم تملك المكتبات لها.

✓ أدوات العمل المكتبية المحدودة القيمة والمعرضة لعوامل الاستخدام المضطرد أو ذات قيمة زمنية محددة كالكتب والدوريات والقواميس.. الخ.

✓ استهلاك المواد والخامات كالبطاقات والورق^(٢٢).

• - النفقات الاستثمارية: وهى تلك النفقات التي يترتب عليها زيادة في ثروة الأمة أو رأسماله، كنفقات الإنشاء والتعمير^(٢٣)، وينطبق ذلك في مجال المكتبات العامة على سبيل المثال عند القيام بإنشاء أحد الفروع الجديدة لمكتبة ما، مثل إنشاء فرع لمكتبة مصر العامة بحي الزاوية الحمراء والذي تم افتتاحه في إبريل ٢٠١٤ بالتعاون مع حكومة الدنمارك، ومثال آخر ما تم من تحديث وتطوير لمبنى مكتبة القاهرة الكبرى.

٣/١ المكتبات العامة والإدارة المالية:

الإدارة هي علم توجيهه وتيسير وإدارة عمل الآخرين بقصد تحقيق أهداف معينة^(٢٤)، كما أنها العملية الواعية التي يتم بها استغلال معارف البشر وخبراتهم وملكاتهم وطاقاتهم وتوجيه الموارد المتاحة لتحقيق هدف ما^(٢٥).

وتتعلق الإدارة بالإجابة على الأسئلة التالية:

- ما العمل الواجب أدائه بالضبط؟
- ما مبرر القيام بهذا العمل دون غيره؟
- متى سوف يبدأ هذا العمل؟ ومتى سوف ينتهي؟
- أين يقع هذا العمل في الواقع؟ وأين يقع في الخطة؟
- من سوف يقوم بهذا العمل؟
- ما معايير المتابعة والرقابة؟

ويجب الإشارة في هذا الصدد إلى الخلط الذي يقع فيه العاملون بحقل المكتبات في التفرقة بين الوظائف العملية والوظائف الإدارية، فوظائف المكتبة شيء ووظائف الإدارة شيء آخر، فلا تعتبر العمليات الفنية من فهرسة وتصنيف أو التزويد والإعارة.. الخ إدارة، وإنما كل عملية من العمليات السابقة تدار بتحديد الأهداف وأنسب الطرق لتحقيقها في ضوء الظروف المتاحة، وعدم وجود خطوط فاصلة بين كل من المجموعتين الوظيفيتين يمثل مصدراً رئيسياً لحدوث المشكلات الإدارية، وعلى ذلك فيجب على المكتبيين أن يتوقفوا عن التفكير في إدارة المكتبات من منظور الإجراءات العملية أو الأعمال الروتينية، وهنا تكمن قدرة المدير على الفصل والتحديد الدقيق بين كلا منهما إضافة إلى قدرته على قيادة الموارد البشرية والمادية وتوجيهها لتحقيق الأهداف بأفضل الطرق الممكنة (٢٦).

ومن الملاحظ تطور إدارة المكتبات العامة - من خلال معايشة الباحث - مع بداية الألفية الثالثة حيث أصبح التركيز على استخدام تكنولوجيا المعلومات، وذلك جعل العمليات التي تقوم بها المكتبة مثل عمليات التزويد والمعالجة الفنية وخدمات المعلومات من الأمور التي تتعلق في المقام الأول بإدارتي تكنولوجيا المعلومات والخدمات الفنية، بينما لم يعد مدير المكتبة يؤدي أو حتى يشرف على تلك الوظائف التقليدية، بل أصبح محتماً عليه القيام بأدوار مستحدثه لم يكن متعارف عليها سابقاً، فقد أصبح عليه أن يكون مدركاً للتغيرات السياسية المتلاحقة، ومستوعباً لاحتياجات مجتمع المكتبة الاقتصادية والاجتماعية، يمتلك شبكة من العلاقات الاجتماعية التي يسخرها في خدمة

المكتبة سواء بإقامة أنشطة أو توفير دعم عيني أو مادي للمكتبة وبما يساهم في تخفيض التكاليف العالية للمكتب والخامات والتجهيزات التي تحتاجها المكتبة.

وفي وسط كل هذه المتغيرات برز دور الإدارة المالية التي أصبحت مطالبة بجهد مضاعف بسبب التوجه إلى خفض الموازنات وتنفيذ سياسات التقشف وتخفيض النفقات وذلك على الرغم من التزايد المضطرد لأسعار أوعية المعلومات وخامات وأدوات الأنشطة، إضافة إلى تراجع فكر التطوع لدى العديد من المحاضرين والمدربين الذين تستعين بهم المكتبات العامة في تقديم الأنشطة الثقافية والبرامج التدريبية.

ويلاحظ أن الانتباه لأهمية الإدارة المالية قد ازداد مع تطور وظائف الإدارة، خاصة إذا علمنا أن هنري فايول H. Fayol قد حصر الإدارة في خمس وظائف فقط هي:

١. التخطيط ٢. التنظيم ٣. إصدار الأوامر. ٤. التنسيق ٥. الرقابة

ثم زاد لوثر جوليك L. Gulick وظيفتين هامتين هما إعداد التقارير، ووضع الموازنات^(٢٧).

أي أن تطور المفهوم العام للإدارة قد حمل بين طياته تطور مفهوم الإدارة المالية حيث لم يعد دور الإدارة المالية مجرد تقييم مالي للدخل والنفقات التقديرية فقط، بل أصبح يشمل وضع برامج بالخطط المستقبلية التي تكفل تحقيق الأهداف، إضافة إلى توفير أدوات الرقابة والمتابعة لأداء المكتبة على أساس مالي.

ومن هنا فإنه يمكن تعريف الإدارة المالية بأنها ذلك النشاط المتعلق بتبدير الموارد المالية، مع ضمان أفضل إنفاق لها وعلى ذلك فيمكن النظر للإدارة المالية على أنها جزء لا يتجزأ من الإدارة الشاملة لأي مؤسسة فهي العملية التي يتم بمقتضاها الحصول على الأموال، والاستخدام الحكيم لها^(٢٨).

والإدارة المالية منوط بها إجابة التساؤلات التالية: (٢٩)

- ✓ ما الموارد المتاحة؟ وكيف يمكن زيادتها؟
- ✓ كيف يمكن تخصيص هذه الموارد لتحقيق الأهداف؟
- ✓ ما الطرق المثلى للإنفاق (طبقاً للوائح والقوانين)؟
- ✓ ما الموارد المتاحة (المادية والبشرية) التي يمكن استخدامها؟

وللإجابة عن هذه الأسئلة فإنه ينبغي أن يتم ما يلي:

١. تحديد هدف صريح تسعى الإدارة المالية إلى تحقيقه.
٢. وضع نظام صحيح ودقيق يمكن من خلاله توجيه الأموال إلي المؤسسة و خلالها؛ بحث يمكن تحقيق الأهداف المالية قصيرة وطويلة الأجل، ويمكن تحقيق هذه النظام من خلال:
 - أ- وضع هيكل تنظيمي سليم يمكن أن تتناسب فيه المعلومات المالية بسهولة و يسر.
 - ب- القيام بمجموعة من التحليلات اللازمة لوضع المعايير والأهداف الفرعية التي تحقق الهدف الأساسي بأفضل الطرق.
٣. تحديد مصادر التمويل.

أما فيما يخص وظائف الإدارة المالية فيمكن إجمالها في التالي:

١. التخطيط المالي والمتابعة والرقابة.

٢. تدبير مصادر الإنفاق.

٣. استثمار الأموال.

ومن هنا نجد أنه ينبغي علي المدير المالي الإلمام التام بكافة أهداف وأنشطة المكتبة التي يعمل بها، حتى يتمكن من القيام بعمليات الإدارة المالية ووظائفها، كما ينبغي عليه أيضاً إجراء دراسة لأحوال المكتبة المالية ثم التخطيط للاحتياجات المالية سواء كانت طويلة أو قصيرة الأجل، و هذا ما يعرف بالميزانيات التقديرية التي يجب أن تكون مرنة بقدر كاف بحيث تكون قادرة علي استيعاب أية تطورات تطراً أثناء الفترة التي تغطيها الخطة، كما ينبغي عليه أيضاً تصميم نظام للمتابعة والرقابة المالية يمكن من خلاله مضاهاة العمليات الفعلية مع الخطط السابق إعدادها.

ومنذ مطلع الستينيات من القرن الماضي تواجه المكتبات مشكلات مالية كبيرة، تمثلت بصفة أساسية في خفض ميزانياتها، والارتفاع الكبير لأسعار مصادر المعلومات، ثم ازدادت هذه المشكلات في السبعينيات من نفس القرن خاصة بعد عام ١٩٧٣ مع ارتفاع أسعار البترول علي المستوي الدولي، ومن ثم فقد كانت الدعوات تتعالي بضرورة الاهتمام بالإدارة المالية، واستخدام الأساليب الإحصائية والمقاييس الكمية، وذلك من أجل التعريف علي فعالية التكلفة وعائد التكلفة لخدمات المكتبات ، و أيضاً للمساعدة في عمليات الإعداد للميزانية وتحديد أوجه

الإفناق، ودعم عمليات بناء المقتنيات وتتميتها، وهذه الأمور كلها تمثل أدوات أساسية لعمليات اتخاذ القرار^(٣٠).

ومنذ منتصف الثمانينيات من القرن الماضي ظهر الاهتمام بالإدارة المالية في مجال المكتبات والمعلومات وقد كان ذلك نتيجة منطقية لكثير من المتغيرات التي نوجزها في النقاط التالية:

(١) إدراك أهمية الإدارة المالية للمكتبات حيث أن استخدامها يضمن:

- أ- أفضل استخدام للمواد المادية المتاحة.
- ب- حسن الإفناق طبقاً للنظم و اللوائح المتبعة.
- ج- تحسين جودة الخدمات كلما سمحت الإمكانيات المتاحة بذلك.
- د- توافر مجموعة من معايير المتابعة و الرقابة علي أساس مالي.

(٢) في ضوء التوجه العالمي نحو الخصخصة، وتدويل الاقتصاد، وإعادة هيكلة المنشآت لمواكبة التطورات العالمية في مختلف المجالات الحيوية، كانت هناك ضرورة لأن تدير كل مكتبة مواردها المالية بأفضل الطرق الممكنة.

(٣) النمو المستمر لقوي سوق المعلومات وتدخله وتشابكه على المستوي العالمي، وما يشكله ذلك من تأثير هام علي العمل فيه.

(٤) أسفر النمو المتزايد لاستخدام تكنولوجيا المعلومات بتطبيقاتها المختلفة عن الانتقال من مفهوم ملكية مصدر المعلومات Ownership، إلي مفهوم الوصول إلي مصدر المعلومات Access، و ما ينطوي عليه هذا المفهوم قدرة علي الحصول علي مصدر المعلومات، والإفادة منه أينما كان المصدر وفي أي وقت يريده المستفيد^(٣١).

٤/١ المكتبات العامة وقطاعات القوى العاملة في مصر:

تشكل القوى العاملة في مصر من حوالي ٢٢ مليون فرد وفقاً لما ذكره الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء في تقريره لعام ٢٠٠٧، يعمل حوالي ١٩ مليون فرد منهم في قطاعات الخدمات والزراعة والصناعة. وتشير الإحصائيات أيضاً إلى أن حوالي ٣٨% من القوى العاملة يعملون في

القطاعات التالية:

- قطاع الخدمات الاقتصادية: يمثل ٤٩% من إجمالي الناتج المحلي. ويرى إبراهيم صبري المتولي أن تحسين العملية التعليمية والثقافية تعد شرطاً لتحسين الظروف الاقتصادية والوظيفية في مصر.

- الزراعة: كانت الزراعة النشاط التقليدي للغالبية العظمى من المصريين منذ القدم، إلا أن الرقعة الزراعية أخذت في التناقص بسبب الزحف العمراني وتجريف الأراضي الزراعية. ويعمل في الزراعة حوالي ٤٠% من القوى العاملة، علماً بأنها تمثل ما يقرب من ١٥% من إجمالي الناتج المحلي.

ويحتاج تحسين العمل في مجال الزراعة إلى تعلم أساليب الزراعة الحديثة كما يحتاج أيضاً تدخل قطاع التنمية ككل، بما في ذلك قطاع التعليم والثقافة من خلال أنشطة مناسبة.

- القطاع الصناعي: يعمل بالصناعة ٢٢% من القوى العاملة، ويمثل ٣٦% من إجمالي الناتج المحلي. ويجب على قطاع التعليم والثقافة أن يقدم الدعم للتنمية الصناعية وتقديم الدور المناسب للمعاونة في إقامة المشروعات الاقتصادية والصناعية في مصر.

- السياحة: تعد من قطاع الخدمات الرئيسية والذي يجب استغلاله بالشكل الذي يتناسب مع إمكانيات مصر الطبيعية والتاريخية، ويعتمد على النظام التعليمي والثقافي.

- البترول: وهو أحد أهم المصادر الطبيعية الآخذة في التناقص والتي تحتاج إلى ترشيد الاستهلاك^(٣٦).

وميدانياً فقد تم رصد الآتي:

تقوم بعض المكتبات العامة بالدور المنوط بها في مجال التوعية ودعم تلك القطاعات من خلال تقديم التوعية والمعلومات التي يحتاجها العاملون بها من خلال التزويد بالمقتنيات اللازمة، وكذا تقديم المحاضرات وورش العمل المناسبة وعلى سبيل المثال تقع مكتبة مصر العامة بالزاوية الحمراء في منطقة ذات كثافة سكانية عالية ويعمل عدد كبير من السكان في مجال الحرف الصناعية الصغيرة مثل مجال ميكانيكا وكهرباء السيارات وملحقاتها، وورش اللحام و سباكة المعادن Metal Casting . كما يقع في محيط المكتبة كلية التعليم الصناعي، لذا فقد روعي عند تكوين المجموعة الأولى من مقتنيات المكتبة أن تشمل على قدر مناسب من أوعية المعلومات

يخدم تلك المجالات ويساهم في دعم كلا من العاملين والدارسين في هذه المجالات الصناعية*. وفي شكل آخر من أشكال تحقيق النفع الاقتصادي تعاونت مكتبة مصر العامة مع الهيئة العامة لسكك حديد مصر حيث تم إقامة الاختبارات اللازمة للمتقدمين للعمل بالهيئة بمعامل الحاسب الآلي بالمكتبة عبر شبكة الانترنت وعددهم ٨٠٠ على مدار أسبوع كامل خلال أكتوبر ٢٠١٦، ويعد ذلك مساهمة من المكتبة في توفير فرص عمل بالتعاون مع هيئة حكومية.

وفي مجال الزراعة والإنتاج الحيواني فقد قدمت هذه المكتبة عدد من المحاضرات في ترشيد استهلاك المياه مع الشركة القابضة لمياه الشرب والصرف الصحي، كما قدمت عدد محاضرات حول مخاطر اللحوم المصنعة ومؤخراً قدمت محاضرة بعنوان "زراعة أسطح المنازل" في ٢٠١٧/٨/١٤، وذلك على الرغم من وجود المكتبة في منطقة صناعية إلا أنها وضعت في الاعتبار وجود شريحة كبيرة من السيدات غير العاملات والشباب الراغبين في إقامة بعض المشروعات الصغيرة التي لا تتطلب رأس مال كبير، وهو نفس الدافع الذي تم مراعاته عند اقتناء مجموعة مناسبة من أوعية المعلومات الخاصة بتربية الدواجن ومصادر اللحوم التي يمكن تربيتها منزلياً التي يلجأ لها شريحة من سكان المنطقة المحيطة بالمكتبة في محاولة لتحقيق الاكتفاء الذاتي وبالتالي المساهمة في تخفيض بعض الضغوط الاقتصادية عن كاهل الأسر منخفضة ومتوسطة الدخل. كما توجد بعض المكتبات مثل مكتبة مصر العامة بالجيزة ومكتبة المعادى العامة ومكتبتي مدينة نصر المركز الثقافي التابع لجمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع بمصر الجديدة قامت بتقديم محاضرات في زراعة نباتات الزينة والزهور العطرية وهي أيضاً يمكن أن يكون لها مردود اقتصادي يتلاءم مع المستوى الاجتماعي والاقتصادي لسكان المناطق التي تتواجد بها تلك المكتبات.

أما مجال السياحة والآثار فبالإضافة إلى المقتنيات المتنوعة التي تحتويها المكتبات العامة والخاصة بهذا المجال والتي تفيد الدارسين والعاملين به، فتقدم المكتبات أيضاً ندوات دورية تتدرج تحت موضوعات الإرشاد السياحي والتوعية الأثرية حيث تقدم مكتبة مصر العامة على مدار الفترة من ٢٠١٤ حتى ٢٠١٧ سلسلة ورش عمل ومحاضرات مع قطاع الوعي الأثري التابع لوزارة الآثار المصرية. وكذا مع الباحث الأثري بسام الشماع والذي تستعين به أيضاً المكتبات التابعة لجمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع في تقديم محاضرات توعية أثرية لجمهورها.

* قام الباحث بعملية اختيار تلك المقتنيات بناء على دراسة تحليلية لفئات مجتمع المكتبة قبل افتتاحها.

كما تقدم المكتبات المشار إليها دورات اللغات والمحادثات اللازمة لإعداد قوى عاملة مدربة من شباب المرشدين السياحيين والعاملين بقطاع السياحة بصفة عامة.

٥/١ التحديات التي تواجه المكتبات العامة:

وتتمثل هذه التحديات في مجموعة من التطورات العالمية في مختلف المجالات أهمها ما يلي:

١/٥/١ التطورات السياسية والاقتصادية:

السياسية و الاقتصاد عنصران مؤثران في كل المجالات على مستوى العالم، فبعد انتهاء الحرب الباردة وانهيار المعسكر الشرقي الاشتراكي وسيطرة الأيدلوجية الرأسمالية على الأوضاع السياسية والاقتصادية على مستوى العالم، تكونت التكتلات الاقتصادية، وأصبح التوجه العالمي يسير نحو ما يعرف بالاقتصاد الحر، الذي يعتمد على المعرفة والمعلومات، وكل ذلك فرض على دول العالم (نامية ومتقدمة) إعادة هيكلة كياناتها الاقتصادية وخصخصتها بهدف تخفيض الأعباء عن كاهل المؤسسات الحكومية ودفع القطاع الخاص بإمكانياته للمشاركة في دعم العمل العام. وقد وضع ذلك تحدياً أمام المكتبات التي تتبع الدولة وينفق عليها من المال العام وتؤدي خدماتها للمستفيدين مجاناً أو بمقابل زهيد. الأمر الذي أدى في كثير من الأحيان إلى انخفاض مستوى الخدمات. وإذا ما أضفنا إلى ذلك التخفيض المستمر في الميزانيات المخصصة للمكتبات أو ثباتها على أقل تقدير مع الارتفاع المستمر في أسعار أوعية المعلومات وغيرها من احتياجات المكتبات فإنه تتضح بصورة جلية مدى التحدي الذي تواجهه المكتبات العامة.

وكما سبق الذكر فإن هذه الصعوبات ليست قاصرة على الدول النامية فقط بل موجودة أيضاً في الدول المتقدمة وهو ما ذكره أسامة السيد محمود نقلاً عن التقرير السنوي لعام ١٩٩٧ والذي تصدره الجمعية الأمريكية للمكتبات عن أوضاع المكتبات العامة الأمريكية ونشر في دورية Library Jour عن ميزانيات المكتبات العامة في الولايات المتحدة والذي جاء فيه " أن التحدي الأكبر الذي يواجه المكتبات العامة هو كيفية تسيير الميزانيات في ظل التضخم الاقتصادي من جهة وارتفاع أسعار المجموعات وصيانتها ثم نقلص الدعم الفيدرالي وأنه من قلائل المرات التي تصبح معدلات زيادة الميزانيات وزيادة المجموعات أقل من مستوى معدلات التضخم الاقتصادي مما سيؤدي إلى انكماش مجموعات وخدمات المكتبات العامة"^(٣٣).

فإذا كان ذلك قد حدث في الولايات المتحدة في نهاية تسعينات القرن الماضي. فإنه وعلى الجانب

الآخر من المحيط الأطلنطي فقد قامت بريطانيا بإغلاق مكتبتها الكائنة بالمجلس الثقافي البريطاني بالقاهرة عام ٢٠٠٩ تخفيضاً للنفقات، وعلى الرغم من أن المكتبة - من خلال معايشة الباحث كأخصائي بالمكتبة خلال الفترة من يوليو ١٩٩٧ حتى فبراير ٢٠٠٢ - كانت تحقق دخلاً مادياً لا بأس به. وإذا كانت الدول العظمى اقتصادياً تقلص دعمها للمكتبات وتخضع موازنتها فإنه قد أصبح لزاماً على المكتبات العامة المصرية أن تسعى لخلق بدائل استراتيجية يمكن اللجوء لها لتقليل حدة الضغوط المالية والاقتصادية التي تواجهها.

٢/٥/١ المكتبات العامة والخصخصة:

لا شك أن الموارد المالية المرصودة لتطوير المكتبات العامة سواء حكومية أو غير حكومية لا تكفي. وهو أمر ملموس على أرض الواقع، وقد فتح ذلك المجال أم التفكير في تطبيق بعض من أفكار الخصخصة في المكتبات العامة، وإذا كانت الخصخصة اتجاهاً بارزاً في الاقتصاد العالمي الحديث فقد يكون من الممكن الاستفادة منها في مجال المكتبات والمعلومات لرفع الكفاءة وتحسين الأداء وخفض النفقات.

والخصخصة Privatization بشكل عام تغطي مجالاً واسعاً من الأنشطة الحكومية التي يمكن أن تباع جزئياً أو كلياً إلى القطاع الخاص.

أما فيما يتعلق بمفهوم الخصخصة في مجال المكتبات والمعلومات فقد عرفها محمد فتحي عبد الهادي بأنها التعاقد الخارجي المتعلق بالخدمات المكتبية طبقاً لاتفاقية تنتقل قرارات الإدارة للمجموعات والخدمات من القطاع العام إلى القطاع الخاص، وعادة ما يكون ذلك لهيئة خارجية تعمل على أساس ربحي.

كما عرف مصطلح آخر يرتبط بمصطلح الخصخصة هو التعاقد على خدمات Outsourcing الذي يعنى التعاقد مع متعهدين أو مقاولين مستقلين مثل (المستشارين المستقلين أو مكاتب الخدمات للقيام ببعض مهام المؤسسة)، مثل إدخال البيانات والبرمجة، وصيانة الأجهزة والمعدات، والتي غالباً ما يتم تشغيلها بواسطة متعاقدين من خارج المؤسسة.

كما يعنى ذلك المصطلح تعاقد بعض المكتبات مع جهات خارجية تكون غالباً شركات تجارية للقيام بالنيابة عنها ببعض العمليات والأنشطة والخدمات. وتستعين كثير من المكتبات بشركات

تقوم ببعض العمليات الفنية عنها فتوفر لها المصادر معدة فنياً على سبيل المثال، وفي الولايات المتحدة الأمريكية توجد لمؤسسات المعلومات الخاصة إسهامات كبيرة في تطوير بيئة العمل في المكتبات ومراكز المعلومات، فعن طريق العقود التي أبرمت مع الحكومة الفيدرالية أسهمت تلك المؤسسات في تطوير نظم حديثة وبرامج إلكترونية جديدة، كما كان لهذه المؤسسات دور واضح في تعزيز الكثير من الخدمات للمكتبات ومراكز المعلومات تشمل جميع العمليات التشغيلية والوظائف الإدارية وخدمات المستفيدين ويضاف إلى هذا أن المؤسسات الخاصة طورت العديد من الخدمات والمنتجات المعلوماتية التي استخدمت بنجاح في المكتبات ومراكز المعلومات. علماً بأن غالبية التخصصات في الولايات المتحدة تتم في شكل إبرام عقود مع القطاع الخاص لإنجاز أعمال عامة.

وعلى النقيض من ذلك نجد أن مسؤولية تقديم خدمات المكتبات والمعلومات في الدول النامية لا تزال محصورة في القطاع الحكومي، ومع هذا يوجد العديد من النماذج في الاستعانة بالقطاع الخاص في تطوير الأنظمة في مؤسسات المعلومات. (٣٤).

أما في مصر فمثال ذلك ما تقوم به بعض المكتبات العامة مثل المكتبات العامة التابعة لجمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع (جمعية الرعاية المتكاملة سابقاً) ومكتبات مصر العامة من تعاقدات مع شركات متخصصة لأعمال صيانة المصاعد وسنترالات الهواتف الداخلية، وصيانة خوادم الشبكات Servers، ونظم الإطفاء الآلي Fire Fighting. إضافة إلى شركات الحراسة والنظافة. وعلى صعيد الخدمات المقدمة للجمهور فقد قامت تلك المكتبات بعقد بروتوكولات مع بعض المؤسسات والهيئات (بعضها أجنبي) لتنفيذ دورات في مجالات تعليم اللغات منها على سبيل المثال تعاقدات مع الجامعة الأمريكية بالقاهرة، والكلية الكندية بالقاهرة، ومنظمة AMIDEAST. وبنفس الأسلوب تم تقديم دورات في مجالات أخرى مثل الحاسب الآلي ونظم المعلومات الجغرافية GIS وصيانة الأجهزة الإلكترونية والهواتف المحمولة، منها ما هو بمقابل مادي للجهة الشريكة ومنها ما هو على سبيل المنحة أو بأسعار مخفضة.

وبذلك استطاعت هذه المكتبات تحقيق عدة منافع اقتصادية هامة تتمثل في:

١- تقديم خدمة متميزة للمستفيدين بتكلفة منخفضة مقارنة بالأسعار الطبيعية المقدمة لغير أعضاء المكتبات.

٢- تقديم برامج تدريبية متنوعة ومتميزة من شأنها إكساب المتدربين من أعضاء المكتبة بمهارات

من شأنها تأهيلهم لسوق العمل، وبالتالي رفع المستوى الاقتصادي لهم.
٣- المساهمة - بشكل غير مباشر - في الحل الجزئي لمشكلة البطالة.
٤- تحقيق هامش دخل جيد للمكتبة يضخ الاستقرار المالي للمؤسسة ويساعدها على الاستمرار (في حالة مكتبات جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع)، أو يفي بجزء كبير من الإيرادات المطالبة بتوريدها لوزارة المالية (في حالة مكتبة مصر العامة).

وقد واجهت المكتبات المشار إليها عدد من التحديات مثل توجه معظم تلك الجهات الشريكة - خاصة تلك التي تقدم دورات اللغات- إلى تخفيض المنح أو التعامل بالأسعار الطبيعية عند تجديد التعاقدات مع الجهات المذكورة مع مطلع عام ٢٠١١ لأسباب تتعلق بانعدام تواجد شخصيات عامة معينة على رأس مجالس إدارة المنظومات التي تتبعها تلك المكتبات، وانطبق الحال على الجهات التي تقدم بعض المعونات والاستشارات في مجال صيانة مباني المكتبات.*
ويوجد شكل آخر من أشكال الاستفادة من تلك الشراكات حيث قامت بعض المكتبات بتخصيص ركن خاص بها يتم تزويده بأوعية المعلومات من جهات متعاونة مثل الركن الأمريكي American Corner، والركن الصيني Chinese Corner بمكتبة المعادى العامة، وذلك بالاتفاق مع سفارتي الولايات المتحدة والصين، وبذلك استطاعت المكتبة الحصول على مجموعة متميزة ومختلفة من أوعية المعلومات دون تكاليف مالية حيث يبلغ عدد المجلدات في الركن الأمريكي ٢١٤٥ وقد بلغ عدد الإعارات من الركن الأمريكي ٣٣١ إعارة خلال عام ٢٠١٧. بينما يحتوى الركن الصيني على ٢٠٠٠ مجلد وقد بلغ عدد الإعارة الخارجية من الركن الصيني ١٥٠ إعارة خلال نفس العام^(٣٥).

ومن الممكن أن يتم تعميم الفكرة وتنفيذها في أكثر من مكتبة عامة حسب طبيعة المستفيدين منها واحتياجاتهم من المقتنيات وأوعية المعلومات الصادرة من دولة بعينها أو بلغة محددة، خاصة أن هذه النوعية من المقتنيات تكون مرتفعة السعر خاصة بعد تحرير سعر صرف الدولار الأمريكي.

ومما سبق نستنتج أنه قد تحتاج بعض المكتبات العامة في ظل الضغوط الاقتصادية السابق تناولها إلى اتباع أسلوب وطريقة القطاع الخاص في تقديم الخدمات والمنتجات وذلك نظراً لعدة

* سحبت شركة المقاولون العرب عدد ٢ فني صيانة منتدبين منها للعمل بالمركز الثقافي التابع لجمعية الرعاية المتكاملة في ١٢ فبراير ٢٠١١ اليوم التالي لتتحي الرئيس الأسبق محمد حسنى مبارك.

أسباب منها^(٣٦):

١. تقلص ميزانيات المكتبات من سنة لأخرى وفي الوقت نفسه تزايد أسعار المنتجات المعلوماتية مما يستدعي البحث عن أساليب جديدة ومصادر أخرى للتمويل.
٢. ظهور تقنيات حديثة تستدعي الاستخدام في نظم المكتبات مما يتطلب المعونة أو المشورة في استيعاب التكنولوجيا الجديدة.
٣. الحاجة إلى تطوير أنظمة قائمة تحتاح إلى تكاليف باهظة.

٤. حاجة المكتبات إلى أن ترفع عن كاهلها تقديم بعض الخدمات المكلفة.

وبطبيعة الحال فإن خصخصة المكتبات العامة لها ما لها من مزايا وعليها ما عليها من عيوب وقد رصد محمد فتحي عبد الهادي مزايا وعيوب الخصخصة من خلال آراء المؤيدين والمعارضين حيث يرى المؤيدون المزايا التالية^(٣٧):

١. أن عملية الإنتاج في القطاع الخاص محكومة بمبدأ المنافسة ومن ثم فإنها أكثر فاعلية وأكثر كفاءة وأقل كلفة من عملية الإنتاج في القطاع الحكومي .
٢. يمكن أن يتحقق رضاء المستفيد بدرجة أكبر عندما يتوفر له تنوع في الخيارات من مقدمي الخدمات يتم له الاختبار من بينها.

٣. يتميز المتعهد من القطاع الخاص بإتاحة تقنيات ونظم خدمة حديثة لتقديم الخدمات.

٤. خفض العجز المالي للمؤسسات الحكومية.

أما العيوب فتتمثل في:

١. أن القطاع الخاص يهتم فقط بتحقيق المكسب المادي.
٢. احتكار جديد للمعلومات أساسه عامل الربح.
٣. أن المتعاقد الخارجي قد تنقصه الخبرة بالظروف أو الأحوال والممارسات المحلية.

٤. احتمالية أن تتسبب الخصخصة في ظهور مشكلة البطالة.
 ٥. الزيادة في الأسعار: إذا كانت الحكومية بتقديم خدمة على أساس التكلفة أو أقل من التكلفة الإجمالية فإن تحويل تقديم الخدمة إلى القطاع الخاص يمكن أن ينتج عنه زيادة في السعر.
 ٦. التمييز أو التفريق بين جمهور المستفيدين في الحصول على المعلومات لإنتاج الخدمة المدفوعة هو قادر على الدفع، مما قد يتعارض مع السياسات التي تكفل حرية الوصول إلى المعلومات.
 ٧. انقطاع الخدمة أو توقفها بسبب ظروف مثل المشكلات المالية.
- وفى نهاية تناول موضوع الخصخصة في المكتبات العامة فإنه يمكن تطبيق بعض أساليب القطاع الخاص فيما يخص النقاط التالية وحسب ما يناسب الطبيعة الإدارية والمالية لكل مكتبة:
- الاستعانة بالعمالة بنظام التعاقد دون استخدام التعيين الدائم، حيث أن ذلك الأسلوب يجعل الأخصائي أو الموظف بصفة عامة في حالة حرص دائم على أداء عمله بصورة جيدة. مع إمكانية تطبيق نظام العمالة لمشروعات محدده أو مؤقتة.
 - إتاحة الفرص الوظيفية الأعلى (أخصائي أول - رئيس قسم - مدير مشروع - مشرف إدارة.. الخ) بناء على الأداء المتميز و تقديم الأفكار والمشروعات التي من شأنها تطوير العمل بغض النظر عن تاريخ و أقدميه التعيين.
 - وضع اللوائح الإدارية والمالية المنظمة لأداء العاملين والتي تضمن كفاءة الأداء وربط الحوافز المالية والمكافآت بالمجهود.
 - تقديم نسبة من الخدمات بمقابل مادي مثل الدورات التدريبية و ورش العمل وبعض خدمات المعلومات.

الخلاصة:

- الاقتصاد والمعلومات حليفان متضامان لدفع عجلة التقدم في شتى النواحي العلمية والتكنولوجية والاجتماعية. وتشكل المكتبات العامة بما تحتويه من إنتاج فكري متنوع وما تقدمه من خدمات تأثير على الاقتصاد المحلي.
- إدارة النواحي المالية بالمكتبات العامة أحد أهم التحديات التي تواجه هذه المكتبات لكي تتلاءم مع التطورات الاقتصادية المحلية والدولية.
- تقوم المكتبات العامة التابعة لجهات حكومية بطلب نفقاتها وإيراداتها التقديرية وفقاً لأسس تقدير النفقات العامة التي تضعها الدولة وتقوم بالصرف على احتياجاتها وفقاً لأبواب الموازنة.
- تطور وظائف الإدارة شمل تطور الإدارة المالية التي تدرجت من مجرد تقدير مالي بالدخل والنفقات إلى برامج بالخطط المستقبلية التي تكفل تحقيق الأهداف من خلال تنفيذ برامج العمل طبقاً للخطة الزمنية الموضوعة.
- تقوم المكتبات العامة بتحقيق فائدة اقتصادية بدعمها لقطاعات القوى العاملة في مصر من خلال ما تحتويه من أوعية معلومات وكذلك ما تقدمه من أنشطة ودورات متنوعة تخدم تلك القطاعات.
- تقدم المكتبات العامة فرص التدريب للطلبة وحديثي التخرج بما يزيد خبراتهم ويساهم في تأهيلهم لسوق العمل وهي بذلك تقدم أحد الحلول لمشكلة البطالة.
- تعرضت المكتبات العامة ولا زالت لمجموعة من التحديات الاقتصادية من تخفيض ميزانيات وعدم كفاية الموارد وارتفاع أسعار المقتنيات.
- قامت بعض المكتبات العامة بإتباع بعض أساليب الخصخصة والدخول في شراكات مع جهات محلية ودولية، كأحد الحلول والبدائل لتحقيق منافع مالية واقتصادية.

قائمة المصادر:

- (١) سيد الهواري. الإدارة: الأصول والأسس العلمية. القاهرة: سيد الهواري، ١٩٩٦. ص ٦.
- (٢) محمد حسنين هيكل. مصر والقرن الواحد والعشرون: ورقة في حوار. القاهرة: دار الشروق، ١٩٩٤.
- (3) <<http://www.ifla.org/node/8498>> [6/11/2016]
- (4) International encyclopedia of information and library science. – London: Routledge, 1997. p 380
- (٥) محمد فتحي عبد الهادي، نبيلة خليفة جمعه. المكتبات العامة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠١. ص ١٧.
- (٦) المصدر السابق. ص ٨٢.
- (٧) أحمد أنور عمر. المعنى الاجتماعي للمكتبة: دراسة لأسس الخدمة المكتبة العامة المدرسية. القاهرة: المكتبة الأكاديمية، ١٩٩٧. ص ١٦.
- (٨) أحمد عبد الله العلي. المكتبة العامة في خدمة المجتمع. القاهرة، ٢٠٠٦. ص ٤٠.
- (٩) محمد محمد الهادي. الإدارة العلمية للمكتبات ومراكز التوثيق والمعلومات. القاهرة: المكتبة الأكاديمية، ١٩٩٠. ص ٢٧٦.
- (١٠) الموازنة في ٢٥ سؤال وجواب. وزارة المالية: قطاع الموازنة العامة للدولة. القاهرة. ٢٠١٤. ص ٣.
- (١١) المصدر السابق. ص ٨.
- (١٢) المصدر السابق. ص ١٠ – ص ١١.
- (١٣) الدليل الموحد لإجراءات الرقابة المالية قبل الصرف على الإنفاق العام. وزارة المالية، ٢٠١٤. ص ٢٧.
- (١٤) المصدر السابق. ص ٦٧.
- (١٥) سعد عبد الموجود أبو زيد. خطة تسويق مكتبة مصر العامة بالزاوية الحمراء. القاهرة: مكتبة الزاوية الحمراء، ٢٠١٣.
- (١٦) الدليل الموحد لإجراءات الرقابة المالية قبل الصرف على الإنفاق العام. مصدر سابق. ص ١٣٢.
- (١٧) المصدر السابق. ص ١٣٤.
- (١٨) المصدر السابق. ص ١٣٧.
- (١٩) رياض طاهر رضوان. مقابلة شخصية. ٢٩ أبريل ٢٠١٧.
- (٢٠) المصدر السابق. ص ١٤٢.
- (٢١) ياسر مصطفى عثمان. مقابلة شخصية. ١٤ أكتوبر ٢٠١٧.
- (٢٢) محمد محمد الهادي. مصدر سابق. ص ٢٨٠.
- (٢٣) الموازنة في ٢٥ سؤال وجواب. مصدر سابق. ص ١٤.

(٢٤) قاموس الإدارة مع مسرد بالمصطلحات الإنجليزية المقابلة، نقله عن الإنجليزية نبيل غطاس. بيروت: مكتبة لبنان، ١٩٨١. ص ٦.

(٢٥) أثرتون، بولين. مراكز المعلومات: تنظيمها وإدارتها وخدماتها، ترجمة حشمت قاسم. القاهرة: دار غريب، ١٩٨٠. ص ٨٩.

(٢٦) خالد حسين إبراهيم. الإدارة المالية للمكتبات المتخصصة المصرية: دراسة تحليلية. أطروحة (دكتوراه) - جامعة حلوان. كلية الآداب. قسم المكتبات والمعلومات، ٢٠٠١. ص ٢٩.

(٢٧) محمد محمد الهادي. مصدر سابق. ص ٣٠.

(٢٨) خالد حسين إبراهيم. مصدر سابق. ص ٣٠.

(٢٩) شريف كامل شاهين. نظم المعلومات الإدارية للمكتبات ومراكز المعلومات: المفاهيم والتطبيقات. الرياض: دار المريخ للنشر، ١٩٩٤. ص ٢١٦.

(٣٠) خالد حسين إبراهيم. مصدر سابق. ص ٣١.

(31) Mckay, Duncan. Effective financial planning for library and information services.

2nd ed. London: Aslib, 2003. p2.

(٣٢) إبراهيم صبري المتولي الإدارة المكانية لمؤسسات الثقافة العربية. القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠١٦. ص ١٦٤.

(٣٣) أسامة السيد محمود. ميزانيات المكتبات العامة في مصر: دراسة تحليلية. مجلة المكتبات والمعلومات العربية. س ١٨، ع ٣ (يوليو ١٩٩٨). ص ٣٧.

(٣٤) محمد فتحي عبد الهادي. الخصخصة في مجال المكتبات والمعلومات. ملتقى وورش عمل التحول نحو استخدام أساليب القطاع الخاص في إدارة المكتبات. القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، ٢٠٠٦. ص ٢ - ٨.

(٣٥) محمد محمد عاشور. مقابلة شخصية. ١١ يناير ٢٠١٨.

(٣٦) محمد فتحي عبد الهادي. مصدر سابق. ص ٦.

(٣٧) المصدر السابق. ص ١٠.

تحقيق الجدوى الاقتصادية من المكتبات العامة: المدخلات

٠/٢ تمهيد:

منذ مطلع الألفية الجديدة دأبت بعض المكتبات العامة في مصر على تقديم عدد من الأنشطة المستحدثة التي لم يكن معتاداً تقديمها من قبل والتي لم يكن متعارف عليها في الدراسات الأكاديمية بأقسام المكتبات والمعلومات وبالمناهج التي يتم تدريسها لطلبة تلك الأقسام المنوط بها تأهيل خريج جامعي متخصص قادر على العمل بالمكتبات العامة أو غيرها وقادر على إدارتها وقيادتها وتطويرها في يوم ما من حياته العملية.

وقد لاقى ذلك معارضة بعض المتخصصين بمجال المكتبات للدرجة التي اعتبروا فيها أن هذه الأنشطة المستحدثة تمثل خطراً وتهديداً على أهداف ووظائف المكتبات العامة.

وبالتوازي فقد تندرت بعض فئات المجتمع على المكتبات العامة وما تقدمه معتبرين أنها مكان للترفيه للشباب والأطفال والفئات غير الكادحة، ناكرين لأي دور لها سوى أنها تتيح القصص والروايات الأدبية والعاطفية للطلبة والشباب من الجنسين الذي لا يسعى للعمل أو لا يحتاج له من الجانب المادي، وللهو الأطفال أثناء الأجازات. ساخطين على ما ينفق على المكتبة من النواحي الإنشائية والتجهيزات وأوعية المعلومات.. الخ وقد التقى الباحث بالعديد من الجمهور بالمناطق المحيطة ببعض المكتبات العامة الذين عبروا عن أمنياتهم بتوجيه الإنفاق على مشروعات توفر فرص عمل لهم أو لأبنائهم بدلاً من إنشاء تلك المكتبات التي لا تحمل أي منفعة اقتصادية لأبناء المنطقة (من وجهة نظرهم)

لذا يقف هذا الفصل وما يليه من فصول ليرصد ويحلل ويفند كلا الرأيين المعارضين مستعيناً بما جمعه من إحصائيات فنية ومالية واستبيان الرأي للمستفيدين من خدمات وأنشطة عينة من المكتبات العامة.

١/٢ المكتبات العامة ومصادر تمويل ميزانياتها:

بإيجاز وخلال السطور القادمة نستعرض مصادر تمويل ميزانيات المكتبات كما وردت نظرياً في أدبيات علوم المكتبات والمعلومات.

الميزانية هي المبالغ المالية الكلية المتاحة للمكتبات العامة في فترة زمنية محددة، بعد الموافقة على تقدير الاحتياجات المتوقعة بواسطة الجهات المعنية^(١).

وفيما يلي أهم القواعد والمبادئ التي ينبغي مراعاتها في مجال تدبير موارد المكتبات العامة المالية وإيراداتها، فضلا عن نفقاتها ومصروفاتها.

١. المصدر الأساسي في تمويل المكتبات العامة، والنفقة عليها يتم من خلال المخصصات المالية التي تخصصها الدولة من ميزانيتها العامة، ويمكن الاعتماد على مصادر أخرى للتمويل والنفقة كالوقف والهبة والتبرعات، والمنح المالية والعينية، والهدايا، وغيرها، وذلك وفق شروط وضوابط محددة، وضمن سياسات رسمية ومعلنة^(٢).

٢. تدعو المكتبات العامة من خلال برامج العلاقات العامة والتسويق، القطاع الخاص والمستفيدون للإسهام في تمويل المكتبات العامة بشكل جزئي، لدعم خدماتها وأنشطتها وفعاليتها، وللتأكيد على مبدأ التعاون والمشاركة بين المكتبة والمجتمع^(٣).

٣. تشجع إدارة المكتبات العامة المركزية الأفراد والمؤسسات الخاصة، وفي إطار سياسات تنسيقية وإشرافية عامة، تشجع إنشاء مكتبات عامة (أهلية) وبخاصة في القرى، والمناطق النائية، وضمن خطط التوسع التي أعدت سلفاً من قبل الإدارة^(٤).

٤. على الرغم من أن خدمات المكتبات العامة مجانية، إلا أنها تضطر أحيانا لفرض الرسوم على بعض الخدمات كخدمة الإنترنت، والتصوير وغيرها، خاصة وأنها تواجه صعوبات بالغة فيما يتعلق بالتمويل والإيرادات.

٣. لا تدخر إدارة المكتبات العامة وسعاً من أجل بث وتقديم المزيد من الخدمات والأنشطة، كما لا تدخر وسعاً في البحث عن موارد إضافية جديدة للتمويل والإيرادات، نذكر منها على سبيل المثال:

- تنظيم دورات خاصة بالحاسب الآلي والإنترنت^(٥).

- تأجير بعض قاعات المكتبة لاستخدامها بشكل مؤقت كمعارض، ومنافذ للبيع، وبخاصة الإصدارات الجديدة من الكتب والمراجع وغيرها من مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية.
- لا يجوز بحال من الأحوال استخدام أو استغلال أموال المكتبة وأصولها في تقديم خدمات أو أنشطة خارج نطاق أهداف المكتبة^(٦).
- يجب على إدارة المكتبة العامة إتاحة مشروع الميزانية (الإيرادات والمصروفات المتوقعة) للدراسة والمناقشة من قبل العاملين والمستفيدين، وذلك قبل اعتمادها والعمل بها^(٧).

وخلاصة الأمر أن هناك اجتهادات عديدة واقتراحات متنوعة في محاولة لإيجاد مصادر لدعم المكتبات العامة مالياً يدل على أن هناك إدراك تام للمأزق التمويلي الذي تعانيه المكتبات العامة. ذلك المأزق الذي يعد السبب الرئيسي في قيام المكتبات العامة باستحداث بعض الأنشطة والخدمات التي من شأنها المساهمة في زيادة الدخل. والتي بدأت بإدخال دورات الحاسب الآلي والإنترنت والتي كانت مقبولة شكلاً وموضوعاً كونها أحد مكملات علم المعلومات وأحد مصادر المعرفة والاطلاع، ولكن كيف تطورت الأوضاع لتصبح على ما هو عليه الآن؟

٢/٢ المكتبات العامة وأسباب استحداث أنشطة جديدة:

من المتعارف عليه أن المكتبات العامة لها رسالة وأهداف ووظائف محددة والتي أجمع عليها الخبراء والباحثين بمجال المكتبات والمعلومات، والتي تعرضت لها العديد من الإنتاج الفكري والدراسات السابقة، ولا تهدف الدراسة الحالية للخوض في ذلك الجانب مجدداً، ولكن يجب فقط المرور عليها سريعاً للتذكير بالشكل النمطي الذي رسخ في أذهان العاملين والباحثين منذ سنوات دراستهم الأكاديمية، وتكتفي الدراسة بما ذكره محمد فتحي عبد الهادي في هذا الصدد حيث حدد أهداف المكتبات العامة ووظائفها فيما يلي^(٨):

١. التثقيف: أي توفير الموارد وتقديم الخدمات التي تكفل للمستفيد منها التدوق الفني والجمالي، فضلاً عن التكيف مع المجتمع الذي يعيش فيه، ومن ثم تكون المكتبة العامة أحد المراكز الرئيسية للحياة الثقافية.
٢. الإعلام: أي إمداد الفرد أو الجماعة بالمعلومات الدقيقة، خاصة عن الموضوعات الجارية ذات الاهتمام العام.

٣. التعليم: أي تشجيع التعليم الذاتي للكبار والصغار ممن وصلوا بتعليمهم إلى مرحلة ما بتدبير مواد القراءة المناسبة لهم، وإمدادهم بالوسائل التي تساعدهم في التقدم في جميع المستويات التعليمية.

٤. الترويج: أي تشجيع الاستثمار الإيجابي لأوقات الفراغ بما يعود بالنفع على الأفراد.

كما أشار إلى البيان الرسمي للمكتبة العامة الصادر عن اليونسكو UNESCO Public Library Manifesto، والذي ذكر دور المكتبة العامة في التعليم الفردي والذاتي، وتقديم فرص النمو الإبداعي الفردي، وتحفيز التخيل والإبداع لدى الشباب والأطفال، وتقدير الفنون ودعم التراث، وتسهيل تنمية مهارات محو الأمية المعلوماتية والحاسوبية.

ويذكر مكتب الفنون والمكتبات التابع لوزارة التراث القومي ببريطانيا Office of Arts and Libraries أن رسالة المكتبة العامة هي تمكين وتشجيع الأفراد أو الجماعات على نيل وصول غير متحيز للكتب والمعلومات والمعرفة وأعمال الخيال الإبداعي من أجل:

- تشجيع مشاركتهم في الأنشطة الثقافية والديمقراطية والاقتصادية.
- تمكينهم من المشاركة في التنمية التعليمية.
- مساعدتهم على الاستخدام الإيجابي لأوقات الفراغ.
- تشجيع القراءة ومحو الأمية.

هذا فيما يخص أهداف وظائف المكتبات العامة أما فيما يخص الخدمات فيمكن إجمالها في:

- الإعارة.
- خدمات المراجع والمعلومات.
- الخدمات السمعية - البصرية.
- خدمات الشباب والبالغين.
- خدمات الأطفال.

- الخدمات مع المدارس.
- خدمات القراءة الجدد والمناطق الريفية.
- خدمات ذوى الاحتياجات الخاصة والمرضى.
- كما أنه يوجد بعض الأنشطة الإضافية للمكتبات العامة تتمثل في:
- ترويج خدمات المكتبة.
- المشاركة في الموقع أو المبنى.
- حديث المكتبة.
- الاتصال المباشر بالهيئات.
- جماعة أصدقاء المكتبة.
- الدعاية والإعلان.

هذا من الجانب النظري والأكاديمي، ونلاحظ فيه أنه لم يتم فيه الإشارة إلى أي أنشطة أو دورات تحتاج تزويد المكتبة بمعدات أو خامات خاصة وما يتبع ذلك من ضرورة تقديمها بمقابل مادي ولو رمزي، كما لم يتم الإشارة إلى أية أنشطة يتم تقديمها تلقية لرغبات جمهور المكتبة على مختلف شرائحه العمرية أو الاجتماعية.

أما على الجانب المحلي فقد وضعت بعض المكتبات العامة المصرية الحديثة مهام محده عند إنشاءها وقبل البدء في تقديم خدماتها الفعلية للجمهور، منها مكتبة مصر العامة (مبارك سابقاً)، حيث تم تحديد مهامها كما يلي^(٩):

١. تشجيع الأفراد من كافة الأعمار على تنمية عادة القراءة، واستخدام الوسائل التثقيفية.
٢. مساعدة الراغبين في الإطلاع في الحصول على ما يحتاجون من معلومات ودراسات.

وعملاً على إنجاز هذه المهمة تقوم المكتبة بما يلي:

١. تقديم مواد تثقيفية من كافة الأشكال بحيث تكون هذه المواد حديثة ومطلوبة ومثيرة للاهتمام وتخطب كل الأعمار.
٢. توفير وسائل تثقيفية تساعد على التعليم الذاتي.
٣. تنظيم نشاطات وأحداث ثقافية بحيث توجه هذه الأنشطة إلى زيادة استخدام الوسائل التثقيفية.
٤. الوصول إلى مستوى متميز من ناحية التصميم والتشغيل وذلك من خلال الأخذ بأسباب الإدارة الحديثة وتقنياتها.

أما عن أهداف وغايات المكتبة فجاءت كالتالي:

١. يتاح لمرتادي المكتبة فرصة الاستفادة من مجموعة كبيرة من الوسائل التثقيفية التي تقتنيها المكتبة.
٢. يتاح لمرتادي المكتبة الوصول إلى أوعية المعلومات في سهولة ويسر.
٣. يتم تقديم المقتنيات وفقاً لاحتياجات رواد المكتبة.
٤. يتم إعلام الجمهور بخدمات المكتبة.
٥. تقوم المكتبة بخدمة المؤسسات الثقافية الأخرى.
٦. تعمل المكتبة جاهدة على إحراز أفضل النتائج.

ويذكر أنه عند إنشاء مكتبة مصر العامة كانت جمعية الرعاية المتكاملة (جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع حالياً) من الجهات المشرفة عليها كأحد بيوت الخبرة في مجال المكتبات العامة ومكتبات الطفل وكان يتبعها حينئذ عدد ٩ مكتبات عامة منتشرة في ٥ محافظات، وقد كانت مشاركة مع صندوق التنمية الثقافية (الذي يدعم المكتبات العامة التابعة لوزارة الثقافة) في وضع مهام وأهداف مكتبة مصر العامة الرئيسية والتي بدورها توسعت من خلال فروعها بالقاهرة وإشرافها فنياً على إقامة المكتبات الإقليمية بجميع ربوع مصر حتى أصبحت المنظومة حالياً تضم ١٦ مكتبة عامة في ١٤ محافظة وهي إجمالي المكتبات الفرعية والإقليمية وهي بصدد إنشاء المزيد من المكتبات الفرعية.

وبتحليل المهام والأهداف التي وضعت لمكتبة مصر العامة والتي تتدرج على ما يتبعها من مكتبات إقليمية، والتي تتفق بطبيعة الحال مع المكتبات العامة التابعة لجمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع، نخلص إلى أنه يوجد تتطابق بشكل كبير بين ما تم وضعه من الأطر النظرية الأكاديمية وبين ما

وضعت بعض المكتبات العامة المصرية الحديثة المتمثلة في مكتبات مصر العامة، وكذا المكتبات العامة التابعة لجمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع وذلك عند بدايتها في أوائل ومنتصف تسعينيات القرن الماضي.

وتدرجياً ومع نهاية التسعينيات وبدء الألفية الجديدة دخلت أشكال جديدة من الخدمات والأنشطة التي لم يتم إدراجها ضمن مهام أو أهداف المكتبات العامة سواء نظرياً أو عند بداية التخطيط لإنشائها.

وقد رصدت أمانى مجاهد ذلك التغيير في تلك المهام والأهداف متسائلة إذا ما كانت المؤسسات التي تشرف على بعض المكتبات العامة لا تزال على النهج التي أنشأت من أجله أم أنها حادت عن الهدف الرئيسي والطريق الصحيح لها، ذلك التساؤل الذي جاء نتيجة الاطلاع على إعلان وظائف مطلوبة لجمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع (جمعية الرعاية المتكاملة آنذاك) وكان من بين الوظائف المطلوبة مدرب للموسيقى (إيقاع). وقد تساءلت في دراستها عدة تساؤلات مثل:

هل من ضمن احتياجات وظائف المكتبات العامة مدرب إيقاع؟ وهل هذه الوظيفة تقع في إطار وظائف المكتبات العامة؟

هل تأثرت المكتبة العامة بمعطيات المجتمع؟

وهل فقدت المكتبة هدفها الأساسي في كونها محراب للثقافة وبناء الفكر وأصبحت تهتم بما يساير رغبات المترددين عليها، أو ما يوجه لها من تعليمات قد تأتي من مصادر ومؤثرات خارجية؟ وهل من الممكن أن يأتي علينا عصر نتيج دورات تدريبية لتعليم التفصيل وغيره؟

هل العائد المادي من الأنشطة والدورات التي تنظمها المكتبة من ضمن الأهداف الحالية التي تسعى المكتبة لتحقيقها؟^(١)

وهذا السؤال الأخير الذي طرحته أمانى مجاهد يعد أحد الأسئلة المحورية التي يهدف هذا الفصل لإجابته هل تحقيق العائد المادي أصبح هدف للمكتبات العامة؟ وهل ذلك بمحض إرادة تلك المكتبات أم أنه قد أصبح ضرورة للإبقاء على تواجدتها؟ إضافة إلى بعض التساؤلات الأخرى وهي:

- لماذا تم استحداث أنشطة وخدمات قد لا تقع ضمن الخدمات التقليدية المتعارف عليها؟
 - لماذا تقدم تلك الأنشطة بمقابل مالي؟
 - هل تتجح تلك الأنشطة في تحقيق جدوى مالية بالفعل تساعد المكتبات على مواجهة الضغوط المالية؟ وهل تتجح في جذب الجمهور ونيل رضاه في نفس الوقت؟
- وللإجابة على تلك التساؤلات تستخدم الدراسة التطبيق والبحث الميداني على عينة من المكتبات العامة ولقد وُضعت شروط لاختيار تلك العينة من المكتبات هي:
- ضرورة الاختلاف من حيث السياسة والتبعية المالية.
 - الريادة من حيث سبق الزمني في إدخال الأنشطة المستحدثة والتي تقدم بمقابل مالي، ومن حيث نجاح تلك الأنشطة وعدد المستفيدين منها.
 - الانتشار في مناطق القاهرة الكبرى والقطاعات الجغرافية المختلفة لجمهورية مصر العربية (الدلتا - القناة - الصعيد) بما يضمن تنوع الجمهور وبيئاته وبالتالي احتياجاته.
- وبتطبيق تلك الشروط على المكتبات العامة في مصر نجد أن منظومة مكتبات مصر العامة بالقاهرة والمحافظات، ومنظومة مكتبات جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع تنطبق عليها تلك الشروط كاملة فالأولى تدخل ضمن منظومة المكتبات الحكومية حيث أن مكتبة مصر العامة الرئيسية وفرعيها بالقاهرة تتبع وزير الثقافة المصري بموجب القرار الجمهوري رقم ٤٩ لعام ٢٠٠٦، وكذا المكتبات الإقليمية كل منها تتبع ديوان المحافظة الكائنة بها، أما الثانية فتتبع جمعية أهلية مقيدة بوزارة التضامن الاجتماعي برقم ١٣١ لعام ١٩٨٤، وقد بدأت المكتبات التابعة للمنظومتين المشار إليهما في إدخال الأنشطة المستحدثة منذ منتصف التسعينيات من القرن العشرين ضمن حملة القراءة للجميع آنذاك والتي شهدت رواجاً ونجاحاً كبيراً في حينه، وأقيمت عليها أطروحات علمية عديدة. يضاف إلى تطابق الشروط ميزة

أخرى تضمن دقة المعلومات والبيانات الفنية والمالية والتي تستند إليها هذه الدراسة وتتمثل في معايشة الباحث من خلال عمله بمكتبة مصر العامة منذ عام ٢٠١٢ حتى الآن، وعمله السابق بجمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع منذ عام ١٩٩٩ - حتى ٢٠١٢ تحت مسماها القديم آنذاك (جمعية الرعاية المتكاملة).

٣/٢ منظومة مكتبات مصر العامة - بالقاهرة الكبرى:

كما سبق الذكر فإن مكتبة مصر العامة الرئيسية وفرعيها بالقاهرة تتبع وزير الثقافة المصري بموجب القرار الجمهوري رقم ٤٩ لعام ٢٠٠٦، وللمكتبة موازنة مستقلة تعد علي نمط موازنة الهيئات الخدمية والتي تتضمن مصروفات وإيرادات كما تقدم المكتبة في نهاية كل عام مالي الحساب الختامي والذي يتضمن كافة المعاملات التي تقوم بها المكتبة (١).

إن موازنة مصروفات مكتبة مصر العامة تندرج تحتها الأبواب والبنود التي تناولتها الدراسة في فصلها الأول. وقد بلغت موازنة مصروفات المكتبة للعام المالي ٢٠١٦/٢٠١٧ مبلغاً قدره ٩.٢٠١.٠٠٠ جنية شاملة مبلغ ٢.٥٠٠.٠٠٠ جنية يجب أن تحققها المكتبة. أي أن حصة المكتبة في تمويل نفسها ذاتياً من إيراداتها تبلغ ٩.٢/٢.٥ بنسبة تمويل تبلغ ٢٧.٢%.

فكيف يمكن للمكتبة تحقيق موازنة الإيرادات المطلوبة منها لكي تستطيع الاستمرار في تقديم خدماتها للجمهور وللاستمرار تزويد المكتبة بأحدث أوعية المعلومات والدوريات وتحديث أجهزة وخدمات المعلومات، علماً بأنه قد بلغت تكلفة تحديث المقتنيات فقط (على سبيل المثال) خلال العام المالي ٢٠١٦/٢٠١٧ مبلغ وقدره ١.٥٠٠.٠٠٠ (١٢) بنسبة ١٦.٣% من إجمالي موازنة المصروفات وبواقع ٦٠% من إجمالي الإيرادات التي ينبغي على المكتبة تحقيقها. ناهيك عن تغطية النفقات الجارية (أجور - كهرباء - مياه - صيانة.. الخ) وما إلى ذلك من جميع البنود التي سبق تناولها.

إن مصدر الدخل الأولى للمكتبة يتمثل في قيمة الاشتراك لأعضاء المكتبة وهو اشتراك سنوي تتحدد قيمته حسب الفئة العمرية كما يوضحها الجدول التالي:

الفئة العمرية	قيمة العضوية (بالجنيه المصري)
أطفال (٣-١٦ سنة)	٢٠ جنيه
للطلية من ١٦ - ٣٠ سنة	٣٠ جنيه
للكبار أكثر من ٣٠ سنة	٤٠ جنيه
أكثر من ٦٠ سنة	٢٥ جنيه

جدول (١) القيم المالية لعضوية مكتبة مصر العامة.

وقد بلغ إجمالي دخل المكتبة الرئيسية وفرعيها بالزيتون والزاوية من الاشتراكات خلال الأعوام المالية ٢٠١٥/٢٠١٤، ٢٠١٦/٢٠١٥، ٢٠١٧/٢٠١٦ ما يوضحه الجدول التالي والذي تم إعداده بناء على البيانات الواردة بالتقارير المالية الرسمية الصادرة عن الوحدة المالية لمكتبة مصر العامة والمعتمدة من إدارة المكتبة.

إيرادات العضوية				العالم المالي
الإجمالي	فرع الزاوية	فرع الزيتون	مكتبة مصر العامة الرئيسية	
٣٩٤.٩٣٨	٢٣.٣٨٠	١٣.٥٧٨	٣٥٧.٩٨٠	٢٠١٥/٢٠١٤
٥٩٣.٩٠٢	١٢٠.٩٧٢	٥٧.٨٥٠	٤١٥.٠٨٠	٢٠١٦/٢٠١٥
٧٠٣.٦٠٨	١٣١.٣٤٨	٦٠.٢٠٥	٥١٢.٠٥٥	٢٠١٧/٢٠١٦

جدول (٢) إيرادات العضوية بمكتبات مصر العامة بالقاهرة الكبرى مقدره بالجنيه المصري.

وبتحليل الجدول يتضح أن الإيرادات التي تحققها المكتبات الثلاث مجتمعه يظل ضئيلاً مقارنةً بنفقاتها التي يبلغ متوسطها حوالي ٨.٠٠٠.٠٠٠ جنيه سنوياً خلال الأعوام الثلاثة المشار إليها علماً بأن هذا المبلغ قد لا يفي باحتياجات المكتبة خاصة بعد تحرير سعر الصرف، وزيادة أسعار المقتنيات والأدوات الكتابية وتجهيزات المكتبات بنسبة تتراوح ما بين ٣٠ إلى ٤٠%.

والأهم من ذلك أنه وفي العام المالي ٢٠١٧/٢٠١٦ ورغم ارتفاع معدل الإيراد عن الأعوام السابقة كما يتضح من الجدول إلا أن هذا الإيراد لا يمثل سوى ٢٨.١% من إجمالي موازنة الإيرادات التي يجب أن تحققها المكتبات بناء على ما تم تقديره وإقراره من وزارة المالية المصرية.

وإذا كان الدخل الرئيسي للمكتبة من إيرادات العضوية لا يمثل سوى هذا القدر مما يجب تحقيقه من إيراد، فكان لابد لمكتبة مصر العامة اللجوء إلى بديل آخر يمكنها أن تعول عليه، هذا البديل هو الأنشطة الفنية والترفيهية والتعليمية للأطفال والكبار والتي يدخل من ضمنها ورش الأشغال الفنية، الرسم، تحسين الخط، اللغات والحاسب الآلي، الشطرنج، التنمية البشرية، إضافة إلى ورش تعليم آلات الموسيقى بما فيها الإيقاع، الكروشيه والتريكو، تلك الورش التي سبق وتمت الإشارة إلى ملاقاتها للانتقاد كما ذكر آنفاً. وسوف تستخدم الدراسة مصطلح الأنشطة لكل ما ورد من أنواع الدورات والورش سواء التي تدعم التعليم أو الورش الفنية والترفيهية المذكورة.

وبالرجوع إلى التقارير المالية الصادرة عن الوحدة المالية لمكتبة مصر العامة والمعتمدة من إدارة المكتبة، فقد تم إعداد الإحصائيات الواردة في الجدولين (٣)، (٤) والتي توضح ما تحققه مكتبة مصر العامة الرئيسية وفرعيها بالزيتون والزواية الحمراء من تلك الأنشطة من إيرادات مالية ومقارنتها بإيراد العضوية:

إيراد الأنشطة				العام المالي
الإجمالي	فرع الزاوية	فرع الزيتون	مكتبة مصر العامة الرئيسية	
٨٦٤.٨٠٠	١٤.٤٤٠	٧.٤٩٠	٨٤٢.٨٧٠	٢٠١٥/٢٠١٤
١.٢٠٠.٨٢٥	١٢٦.٨٦٠	٣١,١٦٠	١.٠٤٢.٨٠٥	٢٠١٦/٢٠١٥
١.٤٤٩.٨٩٠	٢٠٠.٤٣٥	٦٠.٣٧٠	١.١٨٩.٠٨٥	٢٠١٧/٢٠١٦

جدول (٣) إيرادات الأنشطة بمكتبات مصر العامة
بالقاهرة الكبرى مقدره بالجنيه المصري.

إجمالي إيرادات الأنشطة	إجمالي إيرادات العضوية	العام المالي
٨٦٤.٨٠٠	٣٩٤.٩٣٨	٢٠١٥/٢٠١٤
١.٢٠٠.٨٢٥	٥٩٣.٩٠٢	٢٠١٦/٢٠١٥
١.٤٤٩.٨٩٠	٧٠٣.٦٠٨	٢٠١٧/٢٠١٦

جدول (٤) مقارنة إيرادات كل من العضوية والأنشطة بمكتبات مصر العامة بالقاهرة الكبرى مقدره بالجنيه.

ويلاحظ أنه في العام المالي ٢٠١٥/٢٠١٤ أن إيرادات مكتبة مصر العامة بالزاوية الحمراء من العضوية يمثل استثناءً في جميع الإحصائيات حيث أنه يتجاوز إيرادات الأنشطة التي حققتها المكتبة في نفس العام (٢٣.٣٨٠ جنيه إيرادات العضوية مقابل ١٤.٤٤٠ جنيه فقط للأنشطة) وبذلك فقد مثل إيرادات الاشتراكات نسبة ٦١.٨% مقابل ٣٨.٢% للأنشطة في العام المالي الأول للمكتبة.



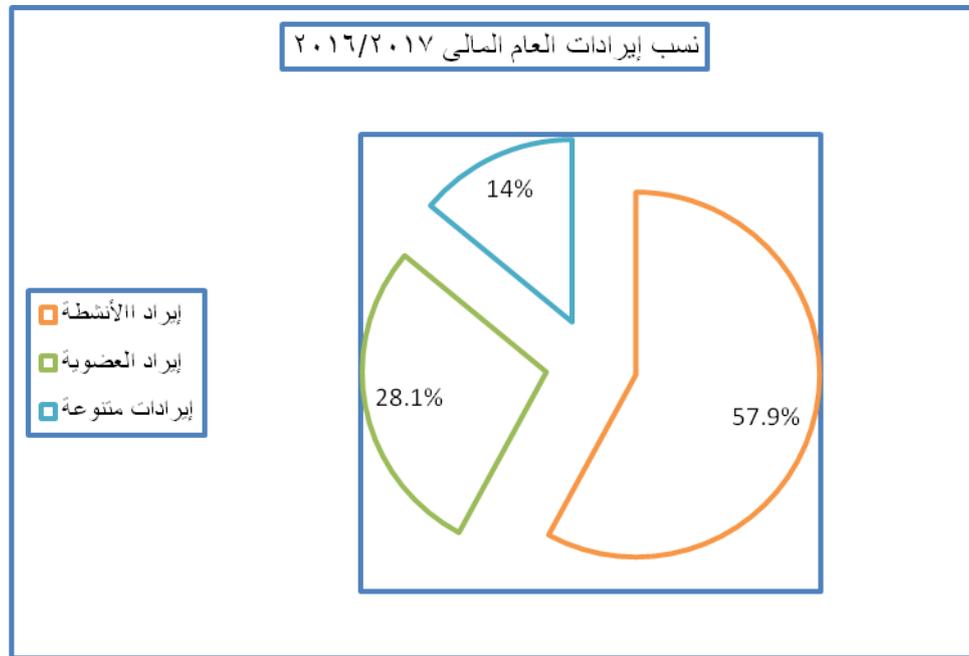
شكل (١) مقارنة إيرادات كل من العضوية والأنشطة بمكتبة مصر العامة بالزاوية الحمراء في عامها المالي الأول.

ويمكن تفسير ذلك (من خلال معايشة الباحث) بأن هذا العام هو العام الأول للمكتبة حيث افتتحت المكتبة جماهيرياً في أبريل ٢٠١٤ أي أن عامها المالي الأول بدء بعد شهرين فقط من الافتتاح، وقد شهدت المكتبة في بداية افتتاحها إقبالاً جماهيرياً من حيث الحرص على الاشتراك في المكتبة ساعد في ذلك تنفيذ

حملة التسويق التي أطلقتها المكتبة قبل الافتتاح والتي سبق تناولها في الفصل الأول من الدراسة، إضافة إلى الزيارات المدرسية المكثفة.

هذا بالإضافة إلى أن بعض المستفيدين كانوا يشعرون بحاجز نفسي من المكتبة وإمكانياتها، وقد استهلك ذلك فترة زمنية منهم للتعرف على كامل إمكانيات وخدمات وأنشطة المكتبة، كما واجهت المكتبة مشكلة تتمثل في عدم اكتمال العدد اللازم لبداية الأنشطة والدورات المقدمة بمقابل للمستفيدين والذي يقدر بعدد ١٠ مستفيدين على أقل تقدير الأمر الذي استلزم المزيد من الوقت للبدء في التنفيذ ومن ثم التحصيل والتوريد المالي.

وبتحليل الجدول (٤) يتضح الفارق الواسع بين ما تحققه الأنشطة من إيراد وما تحققه العضوية والذي يصل تقريبا إلى الضعف، كما يتضح من الجدول أن إيراد العضوية يساهم بمقدار ٢٨.١% من إجمالي موازنة إيرادات العام المالي ٢٠١٦/٢٠١٧ والبالغ قدرها مبلغ ٢.٥٠٠.٠٠٠ جنيه، بينما تساهم إيرادات الأنشطة بنسبة ٥٧.٩% من نفس الموازنة. وهو ما يمثله الرسم البياني التالي.



شكل (٢) يوضح مصادر إيرادات مكتبات مصر العامة بالقاهرة الكبرى مقدره بالنسب المئوية.

علماً بأن نسبة ال ١٤ % المتبقية من موازنة الإيرادات استطاعت المكتبة تحقيقها من إيرادات متنوعة تتمثل في البنود التالية:

- معرض بيع الكتب القديمة.
- إيجار الكافيتريا بالمكتبة لشركات الخدمات الغذائية.
- إيجار قاعات التدريب والندوات للجهات الخارجية (مع التدقيق في محتوى ما يتم تقديمه بها من ورش أو مؤتمرات..الخ)
- حصيلة بيع كراسات الشروط الخاصة بعمليات التوريدات اللازمة للمكتبة.
- بعض خدمات المعلومات والرسوم الأخرى:
 - استخدام الانترنت.
 - خدمة التصوير.
 - الطباعة.
 - غرامات التأخير.

- تعد فكرتا بيع الكتب والمجلات القديمة بالمكتبة، وإتاحة بعض القاعات لتقديم ورش ومؤتمرات علمية من الأفكار الجيدة والتي يمكن التوسع في تطبيقها بالمكتبات العامة في مصر كأحد البدائل لتحقيق إيراد مالي.

- يتضح من تحليل إيرادات مكتبة مصر العامة وفرعيها بالزيتون والزاوية الحمراء مدى أهمية الأنشطة المستحدثة والمتنوعة التي تقدمها المكتبة كمصدر دعم مالي من خلال نسبة مشاركتها في تحقيق موازنة الإيرادات.

- كما ترصد الدراسة أسلوباً آخر للتدعيم الاقتصادي حيث تحاول مكتبة مصر العامة الحصول على بعض الدعم العيني لرفع كفاءة خدمات المكتبة من خلال الدخول في شراكات وعقد بروتوكولات تعاون مع جهات خارجية، ومثال ذلك البروتوكول الذي تم توقيعه بين مكتبة مصر العامة والجمعية الكويتية لمساعدة الطلبة، والذي بمقتضاه أهدت الجمعية عدد ١٢٠ ألف كتاب إلكتروني وعدد ٣٨٠٠ دورية علمية إلكترونية من إصدارات مكتبة Springer ، كما قامت الجمعية بتجهيز القاعة بشاشة عرض

تفاعلية ذكية وعدد ثلاثين جهاز كمبيوتر وتأثيرها. تتيح المكتبة الإلكترونية للمستخدمين استخدام قاعدة بيانات Springer بدون مقابل مادي، وقد تم افتتاحها في ٢١ نوفمبر ٢٠١٦^(١٣).

ويعد ذلك بديلاً وخياراً آخر لتحقيق نفع اقتصادي يجب على المكتبات العامة التوسع فيه لما يتيح من تحسين خدماتها مع توفير الأعباء مالية عن كاهلها.

٤/٢ مكتبات مصر العامة الإقليمية:

انطلقت مبادرة إنشاء مكتبات مصر العامة الإقليمية في ٢١/٦/٢٠٠٠، ويبلغ عدد مكتبات مصر العامة الإقليمية (١٣) مكتبة بيانها كالتالي:

م	المكتبة	تاريخ الافتتاح
٠١	الوادي الجديد	٢٠٠٣/١٠/١٦
٠٢	بورسعيد	٢٠٠٤/٣/٢٢
٠٣	المنصورة	٢٠٠٥/٥/٢٦
٠٤	دمياط	٢٠٠٥/٨/٤
٠٥	الغردقة	٢٠٠٥/٨/٢٣
٠٦	ضم مكتبة دمياط الجديدة	٢٠٠٦/١/١٦
٠٧	الأقصر	٢٠٠٧/٥/١٩
٠٨	دمنهور	٢٠٠٩/٥/٧
٠٩	الإسماعيلية	٢٠١٠/٦/٢٤
٠١٠	الزقازيق	٢٠١٢/٩/٢٦
٠١١	بنها	٢٠١٣/٢/٢٤
٠١٢	مرسى مطروح	٢٠١٥/٣/٢٤
٠١٣	المنيا	٢٠١٦/٥/٢٨

جدول (٥) بيان بمكتبات مصر العامة الإقليمية.

وللتحقق من مدى مساهمة الأنشطة والدورات التي تقدمها مكتبات مصر العامة الإقليمية في تحقيق دخل مالي للمكتبة مقارنة بما يتحقق من المصادر التقليدية المتمثلة في إيرادات العضوية. أو بعض الخدمات الأخرى التي تقدمها المكتبات بأسعار رمزية (زيارات اليوم الواحد، غرامات التأخير، استخدام الانترنت، خدمة التصوير و الطباعة)

علماً بأنه يمكن أن يختلف تسعير تلك الخدمات من مكتبة لأخرى، وبالاطلاع على نماذج من إيرادات مكتبات مصر العامة الإقليمية تم التيقن من أن إيرادات تلك الخدمات لا تمثل سوى نسبة ضئيلة من إجمالي إيراد المكتبات تتراوح ما بين ٥% إلى ٨%، لذا سيتم الاكتفاء بالاستشهاد والمقارنة بين المصدرين الرئيسيين لإيرادات المكتبات وهما العضوية والأنشطة.

وتمتلك مكتبات مصر العامة الإقليمية من البنية التحتية والتجهيزات ما يؤهل كل منها لأن تكون مركز ثقافي متكامل، وقد وضع في الحسبان عند إنشائها أن تكون مؤهلة ومجهزة لتقديم كافة أنواع الأنشطة والدورات.

وتقدم الدراسة تحليل إيرادات عدد ٦ مكتبات كنموذج لمكتبات مصر العامة الإقليمية، وقد روعي عند اختيارها التنوع البيئي والذي ينعكس بطبيعة الحال على الاهتمامات النوعية للمستفيدين من المكتبات، إضافة إلى مراعاة التوزيع الجغرافي بحيث تمثل جميع قطاعات الدولة الجغرافية (الدلتا - مدن القناة - الصعيد - المحافظات الحدودية).

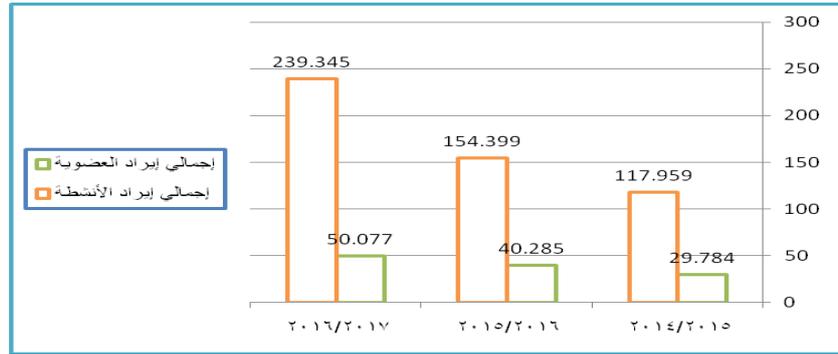
١/٤/٢ مكتبة مصر العامة بدمياط:

افتتحت المكتبة في ٤/٨/ ٢٠٠٥ وتبلغ المساحة الكلية للمكتبة ٢٦٢٥ مترًا مربعًا، وتشتمل على مسرح مكشوف تبلغ مساحته ٦٥٠ مترًا مربعًا يتسع لنحو ١٢٠ فرد، كما تحتوى المكتبة على قاعة ندوات تسع لنحو ١٠٠ زائر، وكذا قاعتي إطلاع للأطفال، وكذلك قاعة أنشطة وهوايات. وأيضاً قاعة الركن الأخضر وبداخلها ركن مخصص لذوى الاحتياجات الخاصة. كما تشمل قاعتي اطلاع للكبار وقاعة إنترنت وقاعة مواد سمعية وبصرية. ونادي تكنولوجيا المعلومات، وكذلك قاعة تدريب وقاعة اجتماعات تتسع لنحو ١٦٠ زائراً، تستخدمها المكتبة أيضاً في تقديم الأنشطة التي تحتاج إلى مساحات كبيرة.

ومن خلال ما توفر للدراسة من تقارير مالية وفنيه. (٤) يمكن استخلاص وتحليل ما تحققه المكتبة من إيرادات في الجدول رقم (٦)

الإجمالي	إجمالي إيرادات الأنشطة	إجمالي إيرادات العضوية	العام المالي
١٤٧.٧٤٣	١١٧.٩٥٩	٢٩.٧٨٤	٢٠١٥/٢٠١٤
١٩٤.٦٨٤	١٥٤.٣٩٩	٤٠.٢٨٥	٢٠١٦/٢٠١٥
٢٨٩.٤٢٢	٢٣٩.٣٤٥	٥٠.٠٧٧	٢٠١٧/٢٠١٦
٦٣١.٨٤٩	٥١١.٧٠٣	١٢٠.١٤٦	الإجمالي

جدول (٦) مقارنة إيرادات كل من العضوية والأنشطة بمكتبة مصر العامة بدمياط.



شكل (٣) مقارنة إيرادات كل من العضوية والأنشطة بمكتبة مصر العامة بدمياط.



شكل (٤) مقارنة إيرادات العضوية والأنشطة بمكتبة مصر العامة بدمياط خلال ثلاث أعوام مالية.

يتضح من الجدول والرسوم البيانية أن نسبة مشاركة إيرادات الأنشطة في إجمالي إيرادات المكتبة من العضوية والأنشطة خلال الأعوام المالية ٢٠١٤/٢٠١٥، ٢٠١٥/٢٠١٦، ٢٠١٦/٢٠١٧، ٢٠١٧/٢٠١٨ تبلغ ٨١% مقابل ١٩% لإيرادات الاشتراكات. كما يمثل إجمالي إيراد العضوية نسبة ٢٣.٤% فقط مقارنة بإجمالي إيراد الأنشطة.

٢/٤/٢ مكتبة مصر العامة بدمنهور:

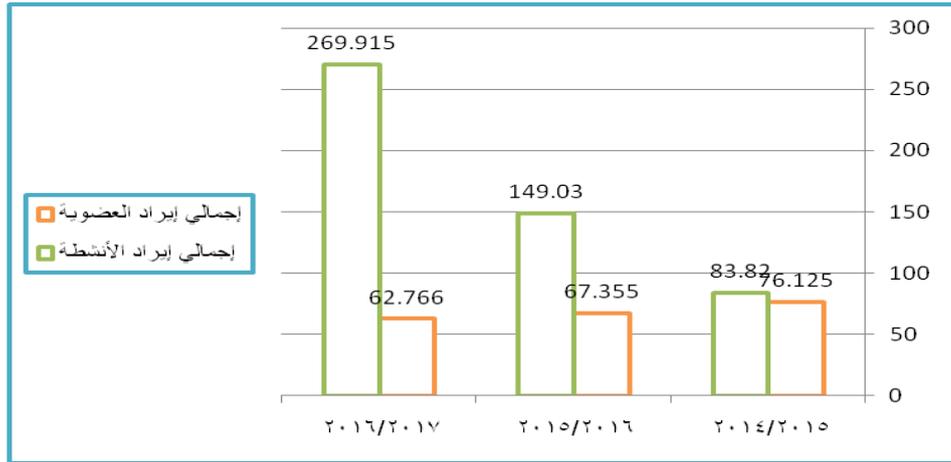
افتتحت مكتبة مصر العامة بدمنهور في ٢٠٠٩/٥/٧ والمكتبة تشتمل على قاعة مؤتمرات وندوات، ومسرح مفتوح، بالإضافة إلى قاعات إطلاع الأطفال، إطلاع الكبار وقاعة إطلاع الشباب. كما تضم قاعة لاستخدام الإنترنت، وقاعة لاستخدام الوسائط المتعددة.

هذا إلى جانب ١٤ برجولة مصممة على شكل ثلاث مجموعات موزعة كالآتي: ٢ برجولة لتعلم اللغات. ٢ برجولة للتدريب على استخدام الكمبيوتر وتطبيقاته للكبار. برجولة للتدريب على استخدام الكمبيوتر وتطبيقاته مخصصة للأطفال. برجولة للعروض المرئية للأطفال. برجولة لنادي العلوم للشباب. برجولة للركن الأخضر. برجولة لذوي الاحتياجات الخاصة، ٢ برجولة لإقامة أنشطة متنوعة للأطفال، ٢ برجولة لعقد ورش عمل متنوعة.

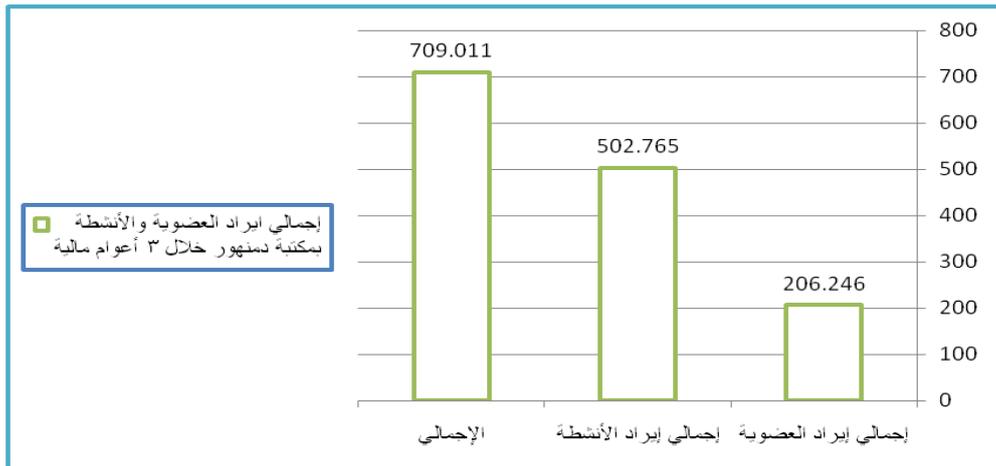
وفيما يلي تحليل لإيرادات مكتبة مصر العامة بدمنهور، تم إعداده واستخلاصه وفقاً لما توفر للدراسة من إحصائيات وتقارير. (١٥)

الإجمالي	إجمالي إيراد الأنشطة	إجمالي إيراد العضوية	العام المالي
١٥٩.٩٤٥	٨٣.٨٢٠	٧٦.١٢٥	٢٠١٥/٢٠١٤
٢١٦.٣٨٥	١٤٩.٠٣٠	٦٧.٣٥٥	٢٠١٦/٢٠١٥
٣٣٢.٦٨١	٢٦٩.٩١٥	٦٢.٧٦٦	٢٠١٧/٢٠١٦
٧٠٩.٠١١	٥٠٢.٧٦٥	٢٠٦.٢٤٦	الإجمالي

جدول (٧) مقارنة إيراد كل من العضوية والأنشطة بمكتبة مصر العامة بدمنهور.



شكل (٥) مقارنة إيراد كل من العضوية والأنشطة بمكتبة مصر العامة بدمنهور.



شكل (٦) مقارنة إيراد العضوية والأنشطة بمكتبة مصر العامة بدمنهور خلال ثلاث أعوام مالية.

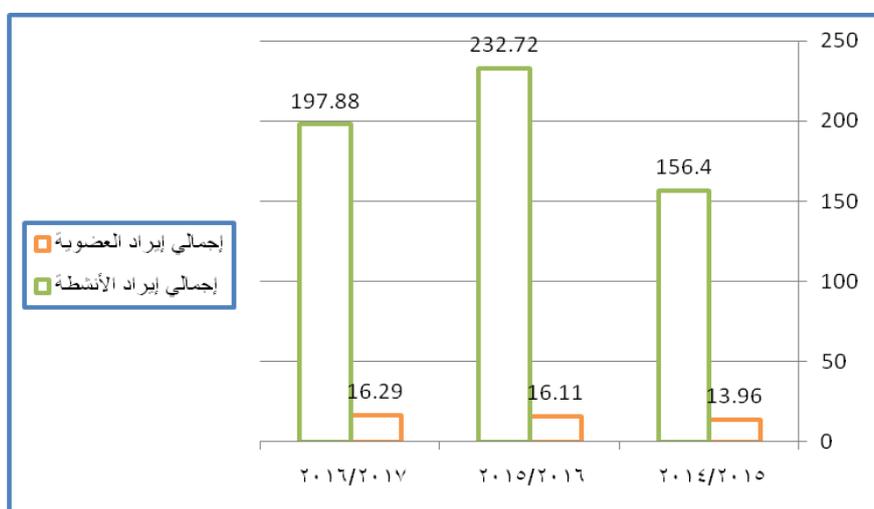
يتضح من الجدول والرسوم البيانية أن نسبة مشاركة إيرادات الأنشطة في إجمالي إيرادات المكتبة من العضوية والأنشطة خلال الأعوام المالية ٢٠١٤/٢٠١٥، ٢٠١٥/٢٠١٦، ٢٠١٦/٢٠١٧، ٢٠١٧/٢٠١٦ تبلغ ٧٠.٩% مقابل ٢٩.١% لإيرادات الاشتراكات. ويلاحظ أن إجمالي إيراد العضوية يمثل نسبة ٢٣.٤% فقط مقارنة بإجمالي إيراد الأنشطة.

٣/٤/٢ مكتبة مصر العامة بالإسماعيلية:

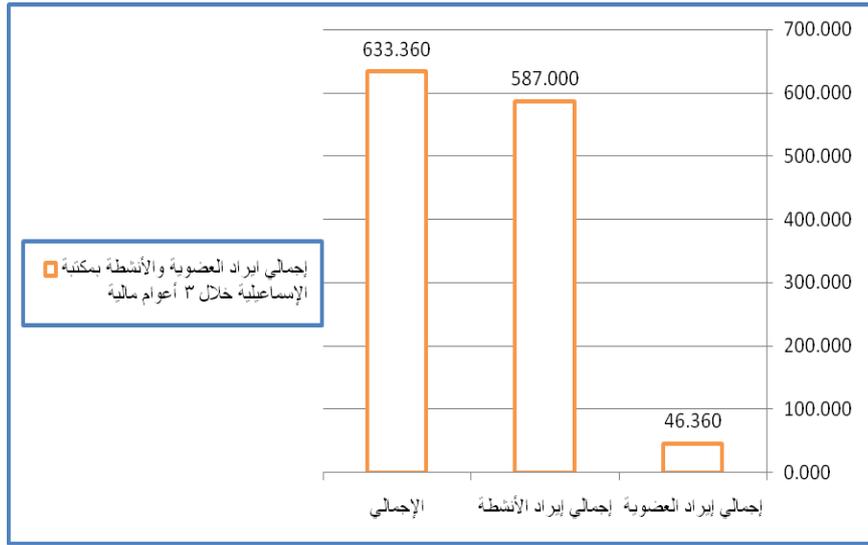
افتتحت مكتبة مصر العامة بالإسماعيلية في ٢٤/٦/٢٠١٠. وهى تحتوى على قاعة إطلاع للكبار وقاعة إطلاع الأطفال ومسرح وقاعة أنشطة للأطفال وقاعة المواد السمعية والبصرية وقاعة التدريب لتعليم اللغات والحاسب الآلي، كما تشتمل على قاعة إطلاع للشباب وقاعة معارض فنية. توضح الجداول والرسوم البيانية التالية إيرادات المكتبة من العضوية والأنشطة والدورات المتنوعة التي تقدمها المكتبة بناء على إحصائيات المكتبة.^(٦)

الإجمالي	إجمالي إيراد الأنشطة	إجمالي إيراد العضوية	العام المالي
١٧٠.٣٦٠	١٥٦.٤٠٠	١٣.٩٦٠	٢٠١٥/٢٠١٤
٢٤٨.٨٣٠	٢٣٢.٧٢٠	١٦.١١٠	٢٠١٦/٢٠١٥
٢١٤.١٧٠	١٩٧.٨٨٠	١٦.٢٩٠	٢٠١٧/٢٠١٦
٦٣٣.٣٦٠	٥٨٧.٠٠٠	٤٦.٣٦٠	الإجمالي

جدول (٨) مقارنة إيراد كل من العضوية والأنشطة بمكتبة مصر العامة بالإسماعيلية.



شكل (٧) مقارنة إيراد كل من العضوية والأنشطة بمكتبة مصر العامة بالإسماعيلية.



شكل (٨) مقارنة إيرادات العضوية والأنشطة بمكتبة مصر العامة بالإسماعيلية خلال ثلاث أعوام مالية.

يتضح من الجدول والرسوم البيانية أن نسبة مشاركة إيرادات الأنشطة في إجمالي إيرادات المكتبة من العضوية والأنشطة خلال الأعوام المالية ٢٠١٤/٢٠١٥، ٢٠١٥/٢٠١٦، ٢٠١٦/٢٠١٧ تبلغ ٩٢.٧% مقابل ٧.٣% لإيرادات الاشتراكات. ويلاحظ أن إجمالي إيرادات العضوية يمثل نسبة ٧.٩% فقط مقارنة بإجمالي إيرادات الأنشطة.

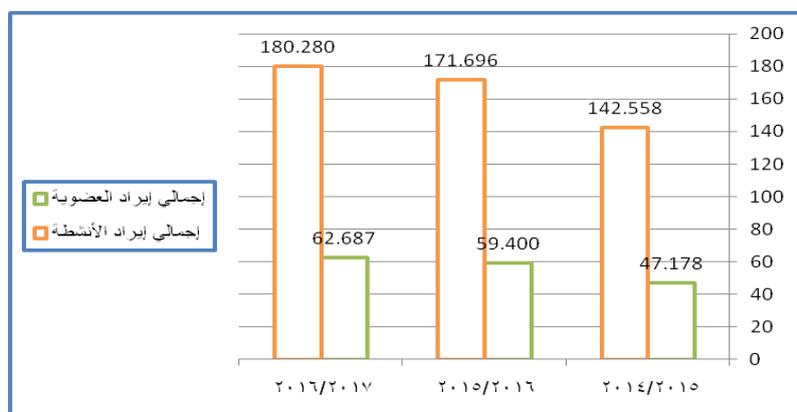
٢/٤/٤ مكتبة مصر العامة بالگردقة:

افتتحت المكتبة في ٢٣/٨/٢٠٠٥ وتضم قاعة إطلاع للأطفال وقاعة الأنشطة والندوات والركن الأخضر. كما تشمل قاعة إطلاع للكبار - قاعة التدريب - قاعة الإنترنت والوسائط المتعددة - قاعة المؤتمرات. كما تم إنشاء المكتبة مبنى ملحق بالمكتبة تبلغ مساحته ٧٠٠ متر مربع ويتكون من دورين ويضم قاعة للأنشطة والهوايات ونادي العلوم وقاعة وسائط سمعية وبصرية وقاعة إطلاع للشباب والنساء. توضح الجداول والرسوم البيانية التالية إيرادات المكتبة من العضوية والأنشطة والدورات المتنوعة التي تقدمها المكتبة بناء على إحصائيات المكتبة^(٧).

الإجمالي	إجمالي إيرادات الأنشطة	إجمالي إيرادات العضوية	العام المالي
١٨٩.٧٣٦	١٤٢.٥٥٨	٤٧.١٧٨	٢٠١٥/٢٠١٤
٢٣١.٠٩٦	١٧١.٦٩٦	٥٩.٤٠٠	٢٠١٦/٢٠١٥
٢٤٢.٩٦٧	١٨٠.٢٨٠	٦٢.٦٨٧	٢٠١٧/٢٠١٦
٦٣٣.٧٩٩	٤٩٤.٥٣٤	١٦٩.٢٦٥	الإجمالي

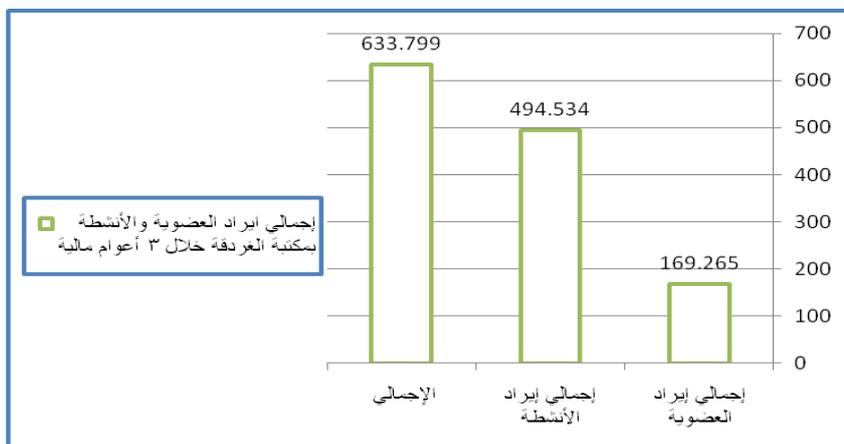
جدول (٩) مقارنة إيرادات كل من العضوية والأنشطة

بمكتبة مصر العامة بالگردقة.



شكل (٩) مقارنة إيرادات كل من العضوية والأنشطة

بمكتبة مصر العامة بالگردقة.



شكل (١٠) مقارنة إيرادات العضوية والأنشطة بمكتبة

مصر العامة بالگردقة خلال ثلاث أعوام مالية.

نستخلص من الجداول والرسوم البيانية أن نسبة مشاركة إيرادات الأنشطة في إجمالي إيرادات المكتبة من العضوية والأنشطة خلال الأعوام المالية ٢٠١٤/٢٠١٥، ٢٠١٥/٢٠١٦، ٢٠١٦/٢٠١٧ تبلغ ٧٤.٥% مقابل ٢٥.٥% لإيرادات الاشتراكات. ويلاحظ أن إجمالي إيراد العضوية يمثل نسبة ٣٤.٢% فقط مقارنة بإجمالي إيراد الأنشطة.

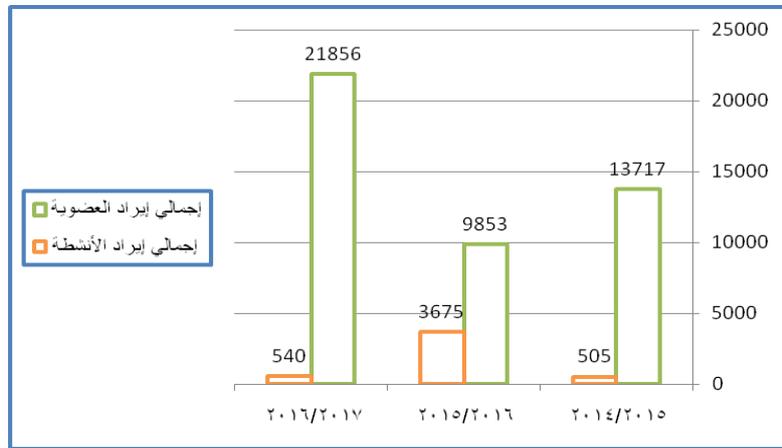
٥/٤/٢ مكتبة مصر العامة بالأقصر:

تم افتتاح مكتبة مصر العامة بالأقصر في في ١٩/٥/٢٠٠٧، وتتميز المكتبة باحتوائها على عدد من القاعات المتنوعة مثل قاعة التراث الحضاري وهي عبارة عن صالة عرض بانوراما التراث الحضاري والمعالم الأثرية لمصر لمدينة الأقصر قبل وبعد التطوير، قاعة فرسان السماء وهي قاعة تبرز التقدم العلمي العظيم للمخترعات العربية التي سبقت العالم خاصة في مجال الرصد والملاحة، والعرض المجسم يتكون من ثلاث حجرات مخصصة لرؤية العروض بثلاثة أبعاد للعرض الحي والمجسم للتراث الحضاري باستخدام النظارات الخاصة، ركن مصر الخالدة وهو ركن مزود بمجموعة من أجهزة الكمبيوتر يتيح عرض موقع مصر الخالدة ويمد الزائر بكل المعلومات الخاصة بالحضارات المصرية القديمة والمتنوعة ويساعده على تزويد معلوماته التاريخية، قاعة المصريات وتختص بعلم المصريات لخدمة الدارسين والباحثين في تاريخ وحضارة مصر القديمة من المصريين والأجانب بمختلف اللغات كما تحتوي مجموعة من الصور لمدينة الأقصر التي يعود تاريخها إلى أكثر من مائة عام، وتضم نحو ١٠ آلاف وعاء معلومات متخصص في تاريخ مصر عبر العصور وبخاصة ما يتعلق بالعصر الفرعوني. قاعة الخرائط وهي تشتمل على مجموعة من الخرائط الورقية والرقمية الخاصة بمدينة الأقصر والمواقع الأثرية بها وكذلك خرائط لجميع أنحاء مصر، ذلك بالإضافة إلى قاعة تعليم الكمبيوتر وقاعة تعليم اللغات، وركن للإنترنت الخاص بالكبار والأطفال، مركز تدريب وقاعات محاضرات. هذا بالإضافة لقاعات الإطلاع للكبار والأطفال.

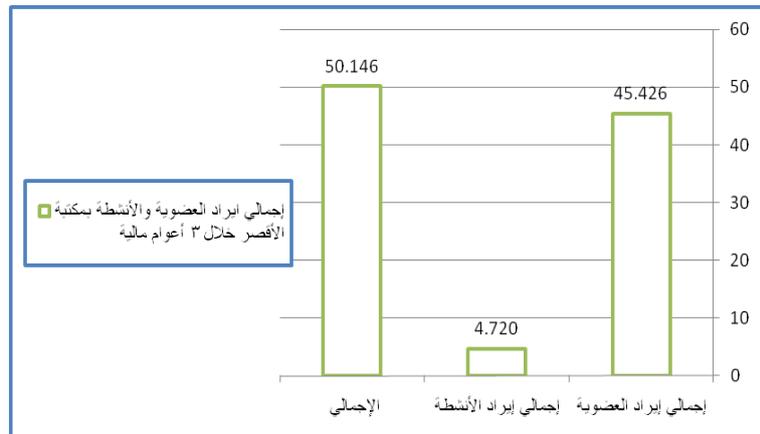
وتحليل التقارير المالية للمكتبة لثلاث أعوام مالية.^(٨) توصلت الدراسة للبيانات والأرقام الواردة بالجدول والرسوم البيانية التالية:

الإجمالي	إجمالي إيرادات الأنشطة	إجمالي إيرادات العضوية	العام المالي
١٤.٢٢٢	٥٠٥	١٣.٧١٧	٢٠١٥/٢٠١٤
١٣.٥٢٨	٣.٦٧٥	٩.٨٥٣	٢٠١٦/٢٠١٥
٢٢.٣٩٦	٥٤٠	٢١.٨٥٦	٢٠١٧/٢٠١٦
٥٠.١٤٦	٤.٧٢٠	٤٥.٤٢٦	الإجمالي

جدول (١٠) مقارنة إيرادات كل من العضوية والأنشطة بمكتبة مصر العامة بالأقصر.



شكل (١١) مقارنة إيرادات كل من العضوية والأنشطة بمكتبة مصر العامة بالأقصر.



شكل (١٢) مقارنة إيرادات العضوية والأنشطة بمكتبة مصر العامة بالأقصر خلال ثلاث أعوام مالية.

يتضح من الإحصائيات والرسوم البيانية ضعف إيرادات الأنشطة بصورة واضحة حيث أنها لا تمثل ٩.٤% من مجموع إيرادات المكتبة من العضوية والأنشطة وذلك خلاف ما ورد في إحصائيات جميع المكتبات التي تناولتهم الدراسة بالتحليل، ذلك أن مكتبة مصر العامة بالأقصر تعتمد على تقديم الدورات المجانية للطلبة والشباب، كما أنها تعتمد في تقديم أنشطة الأطفال على الخامات المتوفرة ببيئة المكتبة.

ويلاحظ أن العام المالي ٢٠١٥/٢٠١٦ شهد ارتفاع نسبي في إيرادات الأنشطة قابله انخفاض في إيرادات الاشتراكات، بعكس العاملين الماليين السابق والتالي، وقد يعزى تفسير ذلك إلى عزوف الجمهور عن الاشتراك بالمكتبة عند تقديمها بعض أنشطتها بمقابل، وهو أمر قد تضطر معه إدارة المكتبة إلى التوسع في تقديم الأنشطة المجانية منعدمة أو بسيطة التكاليف حرصاً على الحفاظ على أعضاء المكتبة وتوسيع قاعدة الاشتراك في المكتبة.

كما يجب الوضع في الحسبان أن المكتبة تسخر ما بها من قاعات وإمكانات سبق ذكرها ضمن خطة محافظة الأقصر في تنشيط السياحة سواء الداخلية أو الخارجية، وهو أمر يعود في جميع الأحوال بالنفع الاقتصادي ولو بطريق غير مباشر على مجتمع المكتبة. وهو ما يشير إليه جدول (١٠).

البيان	٢٠١٥/٢٠١٤	٢٠١٦/٢٠١٥	٢٠١٧/٢٠١٦
إجمالي زيارات وفود	١٦	٣٧	٨١
إجمالي المشاركين بها	١٥٦٠	٥٢٥٠	٨٩٢٠

جدول (١١) بيان أعداد زيارات الوفود والمشاركين بها بمكتبة مصر العامة بالأقصر.

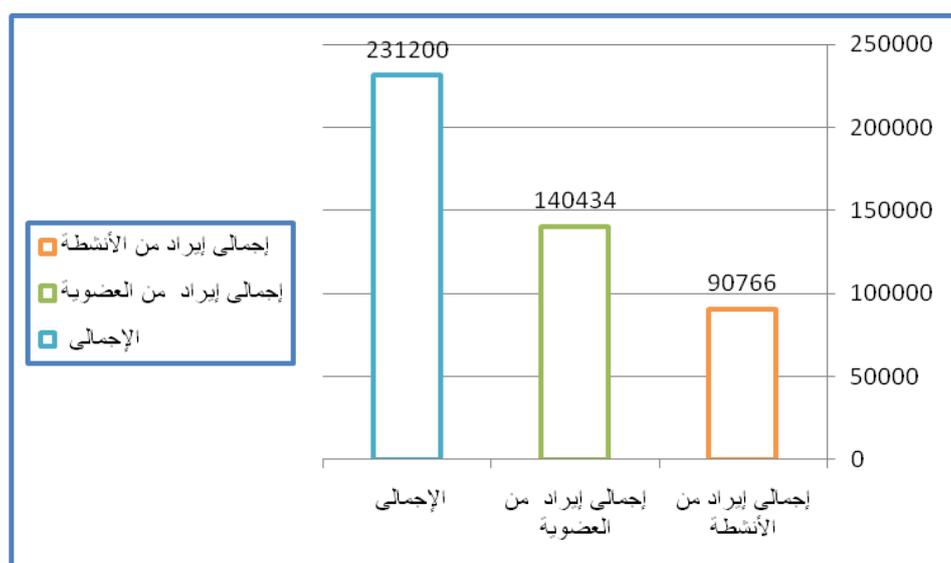
٦/٤/٢ مكتبة مصر العامة بالمنيا:

افتتحت مكتبة مصر العامة بمحافظة المنيا في ٢٠١٦/٥/٢٨ وهي أحدث مكتبات مصر العامة الإقليمية، وتضم المكتبة صالة متعددة الأغراض، قاعة إطلاع، قاعة الهوايات، ٤ قاعات لأنشطة الأطفال، معرض للفنون التشكيلية. كما تشتمل على قاعتين للإطلاع، قاعة تدريب الكمبيوتر واللغات، قاعة اجتماعات، قاعة الدوريات، بالإضافة إلى مسرح لمكشوف وحديقة للطفل.

وعلى الرغم من حداثة المكتبة إلا أن الدراسة تناولها للتحقق من ما يمكن أن تحققه المكتبة في عامها الأول، حيث نجد أنها تتفق مع مكتبة مصر العامة بالأقصر في الاختلاف عن باقي المكتبات العامة التي تم تناولها من حيث زيادة إيرادات المكتبة من العضوية مقارنة بإيرادات الأنشطة خلال عامها المالي الأول ٢٠١٦/٢٠١٧ وفقاً لما يوضحه الجدول والرسم البياني.

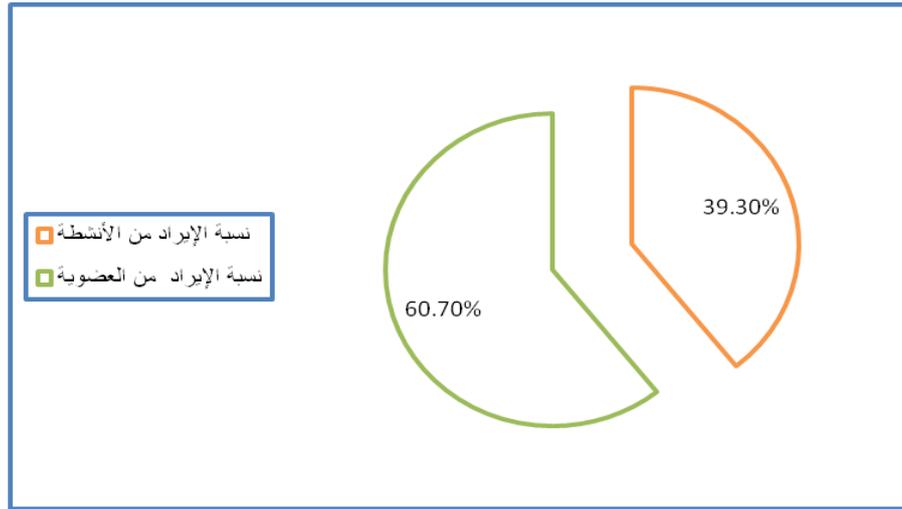
البيان	٢٠١٧/٢٠١٦
إجمالي الإيراد من الأنشطة	٩٠٧٦٦
إجمالي الإيراد من العضوية	١٤٠٤٣٤
إجمالي الإيراد	٢٣١٢٠٠

جدول (١٢) بيان إيرادات مكتبة مصر العامة بالمنيا.



شكل (١٣) مقارنة إيرادات العضوية والأنشطة بمكتبة مصر العامة بالمنيا.

يتضح أن نسبة مشاركة إيرادات الأنشطة من إجمالي الإيرادات تبلغ ٣٩.٣ % مقابل ٦٠.٧ % لإيرادات العضوية في العام المالي الأول لافتتاح المكتبة، وهي الحالة التي تتطابق مع تجربة مكتبة مصر العامة بالزاوية الحمراء في عامها المالي الأول. الأمر الذي يعضد صحة ما توصلت إليه الدراسة من نتائج وتفسيرات ذكرت آنفاً عن تناول حالة مكتبة مصر العامة بالزاوية الحمراء.



شكل (١٤) يوضح مصادر إيرادات مكتبة مصر العامة بالمنيا مقدره بالنسب المئوية.

٥/٢ مكتبات جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع:

تعرضت مكتبات الجمعية لضغوط اقتصادية واضحة بدءاً من عام ٢٠١١ ضمن ما تعرضت له الجمعية بشكل عام الأمر الذي سبق الإشارة إليه بالفصل الأول، لذا فقد اضطرت الجمعية لإلغاء بعض أنشطتها ومشاريعها التي كانت تنفق عليها معتمدة على ما يرد إليها من تبرعات نقدية، يأتي في مقدمة ما تم إلغائه الجوائز المالية المخصصة للناشرين والكتاب والرسميين من المحترفين والهواة في مجال كتب الأطفال. والورش التي كانت تعقد مجاناً للمواهب الشابة في مجال الكتابة ورسوم المجلات على سبيل المثال، ومنذ ذلك الحين أصبح إيراد المكتبات العامة التابعة للجمعية هو الضمان الوحيد لاستطاعة تلك المكتبات على الاستمرار في تقديم خدماتها.

تقدم المكتبات التابعة لجمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع جميع خدمات المعلومات مجاناً ضمن قيمة اشتراك العضوية السنوي الأمر الذي يعني أن جميع إيرادات تلك المكتبات يتشكل من مصدرين فقط هما إيراد العضوية، وإيراد الأنشطة.

والدليل الأكبر على المعاناة الاقتصادية التي واجهتها مكتبات الجمعية هو انخفاض ميزانية التزويد من مبلغ ٥٦٣.٧٩٢ ألف جنيه مصري خلال عام ٢٠١٠ إلى ١٤٢.٦٣٦ في عام ٢٠١٢ لتصل في عام

٢٠١٣ لأدنى مستوى لها لتصبح ٢٥.٤٤٢ فقط، حيث تلقت الإدارة الفنية للمكتبات تعليمات بالاكتفاء بالاشتراك في الدوريات فقط (١٩).

ولكن بالتوازي فقد استعاضت الجمعية عن شراء أوعية المعلومات الأجنبية (جزئياً) مستفيدة من توقيعها المسبق لمذكرة تفاهم مع قسم الشؤون العامة بالسفارة الأمريكية بالقاهرة والدخول في شراكة لتعزيز التفاهم المتبادل والإثراء الثقافي، من خلال إقامة الركن الأمريكي بالمكتبة (والذي سبق الإشارة إليه في الفصل الأول) والغرض الرئيسي من الركن هو توفير معلومات مجانية للجمهور من خلال أوعية المعلومات. كما يتم تقديم مجموعة واسعة من الفعاليات: مثل البرامج الثقافية والتدريبية والمحاضرات وعرض الأفلام والأنشطة الثقافية، ونوادي المحادثة، ونادي القراء، وساعات قصة الأطفال. وقد تم تكرار التجربة مع الجانب الصيني بنجاح وكان من أحد نتائجه إدخال دورات تعليم اللغة الصينية، وبذلك يكون قد تم توفير مصدر مجاني لإتاحة أوعية المعلومات، ورفع جزء من الأعباء المالية.

هذا وقد جاء تخفيض موازنات التزويد ضمن محاولات إدارة الجمعية لتخفيض نفقات المكتبات العامة التابعة لها في محاولة منها لتخفيض العجز ما بين إيرادات ومصروفات المكتبات، ذلك العجز الذي يوضحه الجدولان (١٣)، (١٤) الصادران عن الإدارة المالية للجمعية (٢٠):

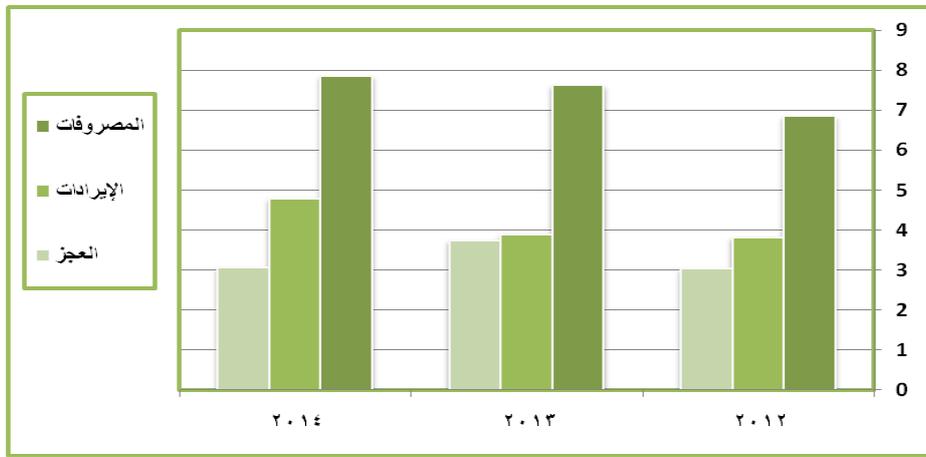
٢٠١٤			٢٠١٣			٢٠١٢			المكتبة
العجز	الإيرادات	المصروفات	العجز	الإيرادات	المصروفات	العجز	الإيرادات	المصروفات	
٥٩٤.٤٣٣	٢.٨٢٣.١٩٨	٣.٤١٧.٦٣١	١.٠٢٦.٩٠١	٢.١٥٠.٥٥٧	٣.١٧٧.٤٥٨	٨٩٦.٧٠٨	١.٩٤٩.٩٢٦	٢.٨٤٦.٦٣٤	المعادي
٦٠٧.٩١٨	٦٠٥.٤٨٧	١.٢١٣.٤٠٥	٧٠٢.٠٢٥	٥١٩.٧٣٣	١.٢٢١.٧٥٨	٥٣٣.٦٢٠	٦١٦.٨٧٨	١.١٥٠.٤٩٨	المركز الثقافي
٥٢٣.٣٣٤	٤٥٨.٠١٧	٩٨١.٣٥١	٦٤٩.٧٩١	٤١٥.٨٢٦	١.٠٦٥.٦١٧	٥٣٣.٢٥٣	٤٨١.٢٣٢	١.٠١٤.٤٨٥	م. نصر
٤٩١.٩٤٢	٤٠٦.٥١٠	٨٩٨.٤٥٢	٥١١.٤٠٨	٣٨١.٦١٤	٨٩٣.٠٢٢	٣٧٨.١٦٦	٤٠٧.٨٦٧	٧٨٦.٠٣٣	خالد بن الوليد
٣٦٠.٠١١	٢٧٢.٣٢٦	٦٣٢.٣٣٧	٣٧٦.٨٨٦	٢٢٢.١٦٦	٥٩٩.٠٥٢	٣١٧.٠٥٠	٢١٩.٤١٨	٥٣٦.٤٦٨	٦ اكتوبر
٤٨٦.٠٦٧	٢٢٥.٥٢١	٧١١.٥٨٨	٤٧٥.٤٨٠	١٨٣.٨٨٨	٦٥٩.٣٦٨	٣٦٦.٢٦٥	١٤٢.٢١٥	٥٠٨.٤٨٠	شبرا الخيمة
٣.٠٦٣.٧٠٥	٤.٧٩١.٠٥٩	٧.٨٥٤.٧٦٤	٣.٧٤٢.٤٩١	٣.٨٧٣.٧٨٤	٧.٦١٦.٢٧٥	٣.٠٢٥.٠٦٢	٣.٨١٧.٥٣٦	٦.٨٤٢.٥٩٨	الإجمالي

جدول (١٣) إيرادات ومصروفات مكتبات جمعية مصر للثقافة والتنمية.

إجمالي مصروفات وإيرادات المكتبات العامة التابعة لجمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع.

٢٠١٤	٢٠١٣	٢٠١٢	
٧.٨٥٤.٧٦٤	٧.٦١٦.٢٧٥	٦.٨٤٢.٥٩٨	المصروفات
٤.٧٩١.٠٥٩	٣.٨٧٣.٧٨٤	٣.٨١٧.٥٣٦	الإيرادات
٣.٠٦٣.٧٠٥	٣.٧٤٢.٤٩١	٣.٠٢٥.٠٦٢	العجز

جدول (١٤) إجمالي العجز بين إيرادات ومصروفات مكتبات جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع.



شكل (١٥) يوضح مقدار العجز بين إيرادات ومصروفات مكتبات جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع.

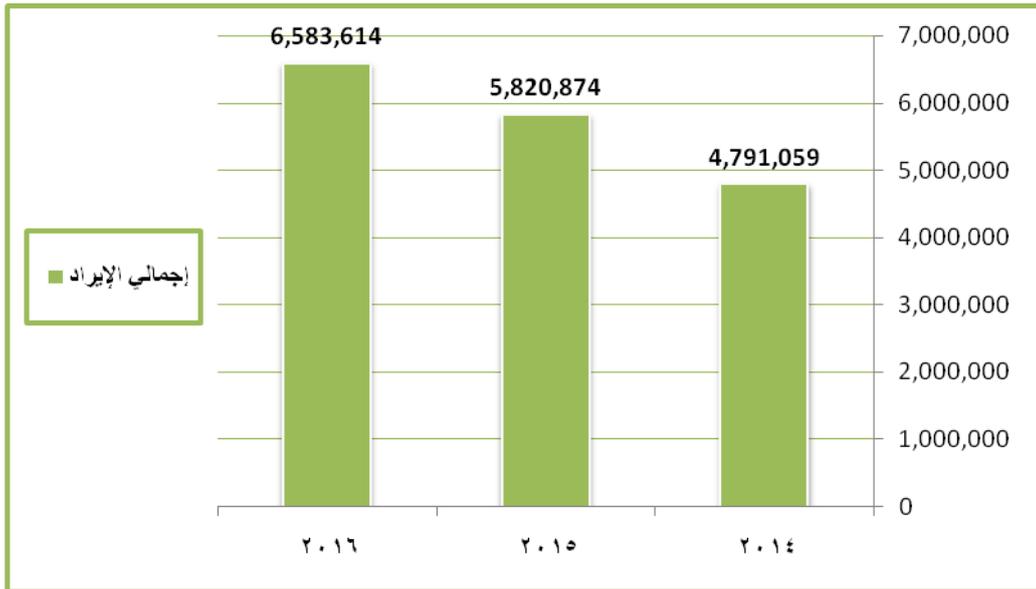
يتضح من الجداول والرسم البياني أن إيرادات المكتبات قد حققت عام ٢٠١٤ زيادة في الإيرادات قدرها ٢٥.٥% مقارنة بعام ٢٠١٢.

بينما انخفض مقدار العجز بنسبة ١٥.٢% عن نفس الفترة حيث بلغ ٧٩.٢% عام ٢٠١٢، ليصل إلى نسبة ٦٤% عام ٢٠١٤.

وقد واصلت المكتبات العامة التابعة للجمعية تحقيق المزيد من الدخل خلال العامين التاليين ٢٠١٥، ٢٠١٦ وجدول (١٥) التالي يوضح ذلك (٢١).

المكتبة	٢٠١٤	٢٠١٥	٢٠١٦
المركز الثقافي	٦٠٥.٤٨٧	٧٣٢.٦٠٣	٨٩٨.١٩٤
المعادى	٢.٨٢٣.١٩٨	٣.٥١٤.٧٤١	٣.٨٢٠.٧٠٠
مدينة نصر	٤٥٨.٠١٧	٥٢٥.٣٣٦	٤٩٠.٤٨٣
خالد بن الوليد	٤٠٦.٥١٠	٤٢٤.٩٠٣	٢٩٠.٧٢٨
٦ أكتوبر	٢٧٢.٣٢٦	٣٠٢.٩٣٤	٥١٧.١٩٢
شبرا الخيمة	٢٢٥.٥٢١	٣٢٠.٣٥٧	٥٦٦.٣١٧
الإجمالي	٤.٧٩١.٠٥٩	٥.٨٢٠.٨٧٤	٦.٥٨٣.٦١٤

جدول (١٥) تطور إيرادات مكتبات جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع.



شكل (١٦) يوضح مقدار الزيادة في إيرادات مكتبات جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع خلال ٣ أعوام.

بلغت نسبة الزيادة ٢١.٥% في العام ٢٠١٥ عن سابقه، بينما بلغت الزيادة بين عامي ٢٠١٤، ٢٠١٦ نسبة قدرها ٣٧.٤%.

وكما تمت الإشارة آنفاً إلى مصادر إيرادات المكتبات العامة التابعة لجمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع، والتي تنحصر في إيرادات العضوية وإيرادات الأنشطة على اختلافها، وللتعرف على أسباب التطور في إيرادات تلك المكتبات فقد تم حصر المصدر الأول وهو ما يوضحه جدول (١٦) الذي تم إعداده بناء على ما توفر للدراسة من تقارير فنية ومالية صادرة عن الجمعية لكل عام ولكل مكتبة على حدا^(٢٢).

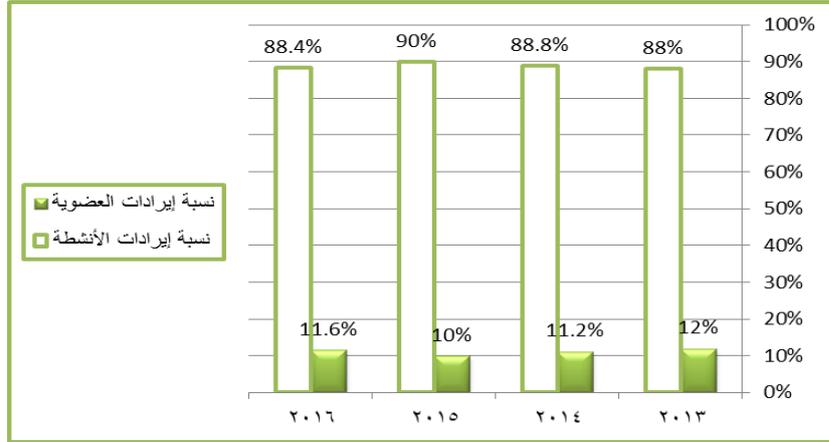
الإجمالي	شبرا الخيمة	٦ أكتوبر	خالد بن الوليد	مدينة نصر	المعادى	المركز الثقافي	العام
٤٦٢.٣٧٠	٣٣.٣٨٠	٢٥.٣٧٠	٦٠.٤٠٠	٧٤.٩١٠	٢٢٠.١٦٠	٤٨.١٥٠	٢٠١٣
٥٣٤.٣١٠	٣٩.٤٢٠	٢٦.٧٢٠	٥٧.٠٤٠	٩٣.٧٨٠	٢٦٤.٨٥٠	٥٢.٥٠٠	٢٠١٤
٥٨٢.٩٠٦	٤٨.٣٠٦	٢٩.٤٤٠	٥٣.١٦٠	١٢٨.٤٨٠	٢٧٢.٤٨٠	٥١.٠٤٠	٢٠١٥
٧٦٥.٤٤٠	١٠.٤٦٨٠	٢٠.٠٨٠	٥٢.٢٠٠	١٣٧.٨٠٠	٣٨٢.٦٠٠	٦٨.٠٨٠	٢٠١٦

جدول (١٦) إيرادات مكتبات جمعية مصر للثقافة والتنمية من العضوية.

بينما يوضح الجدول (١٧) مصدر الإيرادات الآخر للمكتبات العامة وهو الأنشطة مقارنة بإيرادات العضويات ونسبة مشاركة كل منهما في إجمالي الإيرادات.

النسبة	إيرادات الأنشطة	النسبة	إيرادات العضوية	الإيراد العام	العام
%٨٨	٣.٤١١.٤١٤	%١٢	٤٦٢.٣٧٠	٣.٨٧٣.٧٨٤	٢٠١٣
%٨٨.٨	٤.٢٥٦.٧٤٩	%١١.٢	٥٣٤.٣١٠	٤.٧٩١.٠٥٩	٢٠١٤
%٩٠	٥.٢٣٧.٩٦٨	%١٠	٥٨٢.٩٠٦	٥.٨٢٠.٨٧٤	٢٠١٥
%٨٨.٤	٥.٨١٨.١٧٤	%١١.٦	٧٦٥.٤٤٠	٦.٥٨٣.٦١٤	٢٠١٦

جدول (١٧) يوضح نسب إيرادات كل من العضوية والأنشطة من إجمالي الإيرادات.



شكل (١٧) يوضح نسب إيرادات كل من العضوية والأنشطة من إجمالي الإيرادات.

من الجداول والإحصائيات المعضدة بالرسوم البيانية السابقة، تتوصل الدراسة إلى أن الأنشطة الفنية والرياضية والدورات والورش التعليمية المتنوعة التي قدمتها المكتبات العامة التابعة لجمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع مثلت حلاً واختياراً استراتيجياً لتحقيق المنفعة والعائد المالي من خلال إدار إيراد مناسب لتلك المكتبات ساهم بشكل فعال في تقليل فجوة العجز بين المصروفات والإيرادات.

الخلاصة

- تتعرض المكتبات العامة لبعض الانتقادات نظرًا لما ابتكرته من استحداث بعض الأنشطة قد لا يتلاءم بعضها مع ما تم التعارف عليه.
- الزيادة في موازنة مصروفات المكتبات العامة لا توازي الزيادة الفعلية في القيم المالية لاحتياجاتها من أوعية معلومات وخامات الأنشطة والمستلزمات والأدوات المكتبية ومستلزمات الصيانة.
- أصبحت المكتبات العامة التابعة للدولة مطالبة بالتمويل الذاتي لجزء من موازنة مصروفاتها تبلغ نسبته وفق آخر عام مالي تناولته الدراسة لحوالي ٢٧.٢%.
- إيرادات العضوية بمكتبات مصر العامة بالقاهرة الكبرى يساهم بمقدار ٢٨.١% من إجمالي موازنة إيرادات العام المالي ٢٠١٦/٢٠١٧، بينما تساهم إيرادات الأنشطة بنسبة ٥٧.٩% من نفس الموازنة.
- لم يعد لدي الجمعيات الأهلية التي تشرف على مكتبات عامة من التبرعات ما يغطي الفجوة بين مصروفات وإيرادات تلك المكتبات، الأمر الذي سيؤدي إلى تعرضها لأزمات مالية إذا ما استمر الوضع الراهن.
- ينحصر الجانب الأعظم من إيرادات المكتبات العامة في إيرادات العضوية، وإيراد ما تقدمه من أنشطة، أما خدمات المعلومات فتقدم مجاناً ضمن قيمة اشتراك عضوية أو بمقابل لا يذكر.
- لجأت المكتبات العامة محل الدراسة على اختلاف تبعيتها (وزارة الثقافة - جمعية أهلية) إلى ابتكار أنشطة فنية ورياضية إضافة إلى الأنشطة والدورات التعليمية والعلمية، وذلك للعمل على جذب المزيد من المستفيدين من جانب، وإدراج إيرادات مالي يساهم في تمويل جزء من موازنة المصروفات، ولتضييق الفجوة بين الإيرادات والمصروفات. ومن ثم معاونتها على الاستمرار في تقديم كافة خدماتها.
- نجحت تلك الأنشطة في تحقيق الهدف الاقتصادي من مدخلات مالية للمكتبات العامة محل الدراسة مثلت النسبة الأكبر في مصادر إيرادات المكتبات عينة الدراسة.

- تعتبر تلك الأنشطة وبناء على ما تقدم أحد أهم الخيارات والبدايل الإستراتيجية لتحقيق منفعة اقتصادية مباشرة للمكتبات العامة.
- لجأت المكتبات العامة عينة الدراسة إلى عقد بروتوكولات تعاون ومذكرات تفاهم مع جهات خارجية للحصول على إهداءات عينية، رفعت عن كاهلها بعض الأعباء المالية، الأمر الذي يعد البديل الثاني الذي تم استخدامه في توفير النفقات، ومن ثم تحقيق مكاسب اقتصادية.
- تقوم بعض المكتبات العامة بإتاحة بعض قاعاتها للاستخدام من قبل الجهات الخارجية مقابل حق انتفاع (قيمة إيجارية)، كما أقامت معارض لبيع الكتب القديمة، وذلك كأحد وسائل زيادة الإيرادات.
- تساهم بعض المكتبات العامة في دعم الأنشطة الاقتصادية بمجتمعها المحلي، مثل مساهمة مكتبة مصر العامة بالأقصر في تدعيم النشاط السياحي.

قائمة المصادر:

- (١) محمد فتحي عبد الهادي، نبيلة خليفة جمعه. المكتبات العامة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠١. ص ٨١.
- (٢) محمد مجاهد الهلالي وآخرون. تشريعات ولوائح العمل في المكتبات العامة. القاهرة: مركز الغندور، ٢٠٠٨. ص ٧١.
- (٣) أحمد أنور عمر. المعنى الاجتماعي للمكتبة: دراسة لأسس الخدمة المكتبية العامة والمدرسية. القاهرة: المكتبة الأكاديمية. ص ٢٦-٢٨.
- (٤) محمد فتحي عبد الهادي. المكتبات العامة مراكز ثقافية ومجتمعية. الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات، م ١١، ٢٠٠٣، يوليو ٢٠٠٣. ص ٨.
- (٥) محمد فتحي عبد الهادي، نبيلة خليفة جمعه. مرجع سابق. ص ٨٢، ٨٣.
- (٦) شعبان عبد العزيز خليفة. تشريعات الكتب والمكتبات والمعلومات في مصر. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٧. ج ٢، ص ١١٢٤.
- (٧) محمد مجاهد الهلالي وآخرون. مصدر سابق. ص ٧٢.
- (٨) محمد فتحي عبد الهادي، نبيلة خليفة جمعه. مرجع سابق. ص ١٨ - ٢١.
- (٩) شعبان عبد العزيز خليفة. مصدر سابق، ص ١١١٨.
- (١٠) أماني جمال مجاهد. تقييم دور المكتبة العامة في ظل المعطيات العصرية الحالية. المؤتمر القومي الثاني عشر لأخصائيي المكتبات والمعلومات في مصر. دمياط، ٢٠٠٨.
- (١١) رياض طاهر رضوان. مقابلة شخصية. ٦ أغسطس ٢٠١٦.
- (١٢) مكتبة مصر العامة. تقرير انجازات المكتبة الرئيسية وفرعها بالزيتون والزواية الحمراء للعام المالي ٢٠١٦/٢٠١٧. ص ١٧.
- (١٣) رياض طاهر رضوان. مقابلة شخصية. ٧ ديسمبر ٢٠١٦.
- (١٤) أكرم عبد الجليل فياض. التقرير الثلاثي لمكتبة مصر العامة بدمياط. دمياط، ٢٠١٧.
- (١٥) أحمد أمان. تقرير معدلات أداء المكتبات الإقليمية خلال ثلاث سنوات. القاهرة، ٢٠١٧.

(١٦) أحمد أمان. المصدر السابق.

(١٧) مروة كامل أمين. رسالة إلكترونية. ٢٠/٣/٢٠١٧.

(١٨) أحمد أمان. المصدر السابق.

(١٩) جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع: الإدارة الفنية للمكتبات. ميزانية أوعية المعلومات (٢٠١٠-٢٠١٣). القاهرة، ٢٠١٤.

(٢٠) جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع: الإدارة المالية. مقارنة الفائض /العجز لمواقع الجمعية عن أعوام ٢٠١٢-٢٠١٣-٢٠١٤. القاهرة، ٢٠١٥.

(٢١) هبة محمد إسماعيل. الإحصائية المقارنة السنوية ٢٠١٥-٢٠١٦. رسالة إلكترونية. ١١/٦/٢٠١٧.

(٢٢) جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع. الإحصائية المجمع لعام ٢٠١٤. القاهرة، ٢٠١٥.

تحقيق الجدوى الاقتصادي من المكتبات العامة: المخرجات

٠/٣ تمهيد

تناولت الدراسة في الفصل السابق بعض وسائل تحقيق العائد الاقتصادي للمكتبات العامة كمدخلات في محاولة منها لتحقيق المطلوب منها من الإيرادات المالية، أو لتقليل الفجوة بين المصروفات والإيرادات.

أما في هذا الفصل فسوف تواصل الدراسة رصد البدائل الاستراتيجية لتحقيق الجدوى الاقتصادية من المكتبات العامة من خلال ما تقدمه من مخرجات تفيد بها مجتمع المستفيدين منها وقياس مدى تأثيرها على ذلك المجتمع من خلال ما تقدمه من برامج وأنشطة ودورات تعليمية تساهم في تأهيلهم لسوق العمل، أو إكسابهم مهارات يدوية أو حرفية قد تعاونهم في الحصول على فرصة عمل.

كذلك ما تقوم به من توعية اقتصادية مثل التوعية بوسائل ومنافع ترشيد الاستهلاك (مياه - طاقه - غذاء) والتوعية بالمشكلات والقضايا الاقتصادية وطرح أفكار لحلها.

تستعين الدراسة في هذا الفصل بوسائل جمع البيانات والتي يأتي على رأسها الاستبيان الموجه لجمهور المستفيدين، إضافة إلى وسائل جمع البيانات الأخرى من تقارير وإحصائيات فنية صادرة عن المكتبات العامة.

وفيما يلي نماذج مما قدمته المكتبات عينة الدراسة في مجالات التدعيم الاقتصادي للمجتمع والأفراد.

١/٣ منظومة مكتبات مصر العامة - بالقاهرة الكبرى:

تقدم منظومة مكتبات مصر العامة بالقاهرة الكبرى مجموعة من الدورات التدريبية والورش الفنية والمهنية، كما تقدم بعض والمحاضرات التي تدعم الاقتصاد المحلي تكتفي الدراسة بذكر نماذج منها على سبيل المثال لا الحصر^(١).

- تقدم مكتبة مصر العامة الرئيسية خدمة "إتاحة الوظائف الشاغرة" وتهدف الخدمة إلى ترشيح وعرض الوظائف المتاحة في أماكن العمل المختلفة بهدف مساعدة أعضاء المكتبة في الحصول على الوظائف الملائمة لهم عن طريق تجميع الوظائف المعلن عنها في أبرز مواقع التوظيف في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وإتاحة ملف الوظائف بشكل إلكتروني وإرساله على البريد الخاص بالمستفيد وطباعة ملف الوظائف للمستفيد.
- قدمت المكتبة الرئيسية خلال العام المالي ٢٠١٦/٢٠١٧ دورات تدريبية في محاور متنوعة بلغ عددها ٣٧٠ دورة تدريبية حضرها عدد ٨٠١٤ جاء توزيعها كالتالي:
 - ✓ ١٤٢ في مجال الحاسب الآلي.
 - ✓ ٣٥ في مجال اللغات.
 - ✓ دورات أخرى تشمل التنمية البشرية، وتدريب لطلبة المكتبات (١٩٣) دورة.
- كما قدمت المكتبة الدورة والامتحانات الدولية الخاصة بشهادة MICIT وهي شهادة معتمدة من المجلس الأعلى للجامعات وتحتوى على ٩ برامج تدريبية وهي شهادة تعادل ICDL.
- دبلومه إدارة الموارد البشرية بالتعاون مع المركز الدولي لإعداد القادة.
- برنامج تدريبي تأهيلي مجاني للشباب في إعداد القيادات الشبابية المؤهلة للترشح للمناصب القيادية في المجالات المختلفة بالتعاون مع مؤسسة القادة للعلوم الإدارية والتنمية، واشتملت محاور البرنامج على عدة محاور وهي محور القيادة والاتجاهات الحديثة في الإدارة، المحور القانوني، محور الإدارة المحلية، محور التنمية البشرية، دبلوماسية الإعلام، محور البروتوكول والمراسم، النظام المالي الحكومي، مفهوم الأمن القومي وتأثيراته، واشتمل البرنامج على إقامة ورش عمل تطبيقية واستهدف البرنامج إكساب المشاركين بمهارات القيادة الإدارية، وإكسابهم مهارات التوجيه والتحفيز والتقييم ومهارات بناء وإدارة فرق العمل.
- تنفيذ مبادرة "مصر تعمل" بالتعاون مع وزارة الشباب والرياضة، لتدريب الشباب وتأهيلهم لمتطلبات سوق العمل واشتملت على (كتابة السيرة الذاتية ، اجتياز المقابلة الشخصية، مهارات القيادة، فن التفاوض، التنمية الشخصية) وقدمت المنحة لعدد ٦٠ متدرب منحوا شهادات معتمدة من شركة مايكروسوفت ووزارة الشباب والرياضة .

- وفي إطار مبادرة "مصر تعمل" تم تقديم منحة مجاناً في برمجة لغة C# لعدد ٥٠ متدرب.
- برنامج قواعد كتابة الأعمال والبريد الإلكتروني بالتعاون مع وزارة الشباب والرياضة وشركة مايكروسوفت والبرنامج الإنمائي للأمم المتحدة^(٢).
- ملتقى توظيف بعنوان «معاً نحو مستقبل مهني مشرق في ٢٦/٤/٢٠١٨ بالمكتبة الرئيسية وبالتعاون مع مركز النيل للإعلام بالقاهرة التابع للهيئة العامة للاستعلامات بهدف أن يكون نقطة لقاء بين الشباب مع مؤسسات المجتمع المدني والشركات الناشئة. شارك فيه ٢٦ شركة وتقدم للوظائف ٢٠٠ من شباب الجنسين.

أما فرع المكتبة بالزاوية الحمراء فيلاحظ تقديمه لعدد كبير نسبياً من الفعاليات التي تهتم بتأهيل الشباب لسوق العمل وإكسابهم المهارات المختلفة اللازمة لذلك، وتفسر الدراسة ذلك بأن المكتبة تقع وسط منطقة كثيفة سكانياً ونسبة كبيرة منهم من حملة المؤهلات العليا، يقابل ذلك وظائف وأعمال أدنى من المستوى التعليمي ومن ثم مستوى مادي متوسط أو أقل من متوسط. وهو ما اتضح من ردود فعل بعض من المجتمع المحيط بالمكتبة والذي تم رصده في مقدمة الفصل الثاني، وقد قدمت مكتبة مصر العامة بالزاوية الحمراء خلال العام ٢٠١٧/٢٠١٨ عدد ٢٣ نشاط حضرها ٢٢٧٠ مستفيد، وهي فعاليات تصنفها الدراسة ضمن المخرجات التي تقدمها المكتبات العامة نحو تدعيم المستوى الاقتصادي لمجتمع المستفيدين منها، وقد جاءت كما هو موضح بالجدول التالي^(٣).

م	النشاط	المستفيدون	م	النشاط	المستفيدون
١	دورة تأهيل الشباب لسوق العمل	٨٠	٢	ندوة حول طرق التسويق الإلكتروني	٢٠٠
٣	محاضرة تسويق	١٨٠	٤	ابدأ مشروعك	١٥٠
٥	(٤) محاضرات في مجال	٣٢٠	٦	(٥) برامج في ريادة الأعمال	٤٨٠
٧	(٥) ورش تأهيل لسوق العمل	٤٣٠	٨	اقتناص الوظائف	١٧٠

٨٠	محاضرة " احتياجات سوق العمل "	١٠	٥٠	كيف تحقق حلمك الوظيفي في مجال ال HR	٩
٤٥	كيفية الربح من Youtube وقنوات التسويق على الانترنت	١٢	٨٥	محاضرة Find your career	١١

جدول (١٨) بيان الفعاليات المدعمة لاقتصاد مجتمع
المستفيدين من مكتبة مصر العامة بالزاوية الحمراء لعام
٢٠١٧/٢٠١٨.

- كما نظمت المكتبة ملتقى بالتعاون مع جمعية "علشانك يا بلدي للتنمية المستدامة" وهى مبادرة للتوظيف بالتعاون مع الأمم المتحدة شارك فيها ١٣ شركة وتقدم للوظائف ٥٨٠ من شباب الجنسين.
- ندوة بعنوان "أهم التعديلات المقترحة في قانون الضريبة العامة على المبيعات وذلك بالتعاون مع الإدارة المركزية للعلاقات العامة بمصلحة الضرائب المصرية التابعة لوزارة المالية.
- ندوة بعنوان «كيفية ترشيد استهلاك المياه» بالتعاون مع شركة الصرف الصحي للقاهرة الكبرى في ديسمبر ٢٠١٦ وتضمنت عدة محاور منها التوعية بكيفية تخفيف الضغط على شبكة الصرف الصحي والحفاظ عليها وكذلك السلوكيات السليمة في التعامل مع المياه كثروة قومية، وتعديل السلوكيات للمحافظة على المرافق العامة.
- "زراعة الأسطح المنزلية" ورشة عمل قدمتها المكتبة في أغسطس ٢٠١٧ كأحد الحلول لمكافحة غلاء السلع الغذائية، وكنموذج لمشروع اقتصادي متناهي الصغر يتميز بانخفاض التكاليف.
- كما تعاونت المكتبة مع الهيئة العامة لسكك حديد مصر من خلال إقامة اختبارات للمتقدمين للعمل بالهيئة.
- وبصفة عامة فإن مكتبة مصر العامة الرئيسية وفرعيها بالزاوية الحمراء والزيتون يقدموا حزمة من الورش التعليمية للأشغال الفنية واليدوية (خياطة - تطريز - تصميم

أزياء - تصنيع الحلبي والإكسسوارات - تصنيع شموع - أشغال إبرة - منتجات فن الأركيت - رسم على الزجاج - تصنيع العرائس - فن الديكوباج.. الخ) مما يسهم في إكساب حرفة للمستفيدين المشاركين بتلك الورش ومن ثم المعاونة في حل أحد أهم المشكلات الاقتصادية المتمثلة في البطالة، كما تنظم معارض لبيع منتجات تلك الورش، وذلك يساهم في تحقيق دخل للعارضين والذين يكون أغلبهم من السيدات المعيلات اللاتي لا يمكن دخل ثابت (٤).

٢/٣ مكتبات مصر العامة الإقليمية:

تقوم مكتبات مصر العامة الإقليمية بتقديم الدورات التعليمية والورش الفنية والحرفية المتنوعة والتي تم تناولها في الفصل الثاني من الدراسة من حيث قدرتها على تحقيق إيراد مالي لتلك المكتبات، وفيما يلي استعراض لأعداد تلك الدورات والورش وأعداد المستفيدين منها في بعض من مكتبات مصر العامة الإقليمية كنموذج، مدعمة ببعض الأمثلة على ما تقدمه بعض هذه المكتبات من برامج أخرى من شأنها التوعية الاقتصادية للمستفيدين أو تعزيز فرصهم في سوق العمل ومن ثم تدعيمهم اقتصادياً.

١/٢/٣ مكتبة مصر العامة بدمياط:

- من أمثلة ما قدمته المكتبة في مجال التدعيم الاقتصادي للمستفيدين ما يلي:
- تنظيم واستضافة ملتقى التوظيف الثالث لشباب الخريجين، وذلك في نوفمبر ٢٠١٧. تضمن الملتقى ندوة تعليمية حول كيفية إعداد السيرة الذاتية، والتأهل للحصول على الوظائف، ومن ثم تسجيل بيانات المشاركين، لتقديمها إلي الشركات لشغل الوظائف المطلوبة بها.
 - مبادرة المجلس القومي للمرأة "امرأة منتجة رائدة أعمال" صاحبه معرض بيع منتجات يدوية للسيدات.
 - دورة لتعلم الفنون الإذاعية لتأهيل شباب الإعلاميين الهواة والمحترفين تشمل: ورشه إعداد و تقديم برامج إذاعية، ورشه الدوبلاج الكارطوني، ورشه التسويق الالكتروني.

- تقييم المكتبة مرتين في السنة معارض للأسر المنتجة لنادي المسنات و المتواجد داخل المكتبة وكذلك وبالتعاون مع مديرية الشباب والرياضة ويشكل ربع سنوي معارض شباب الطلائع.
- تقوم المكتبة شهريا بعمل إعلان للنشرة الدورية يتم من خلالها إخطار المستفيدين بالوظائف الخالية في القطاع الخاص^(٥).

والجدول المرفق يوضح ما قدمته المكتبة على مدار ثلاث أعوام من دورات تعليمية للكبار .

البند	٢٠١٥/٢٠١٤	٢٠١٦/٢٠١٥	٢٠١٧/٢٠١٦
إجمالي دورات الكمبيوتر .	٤٨	٤٨	٥٦
إجمالي المشاركين بها.	٩٥٨	٩٤٠	١١٢٠
إجمالي دورات اللغات الأجنبية.	٤٨	٤٧	٧١
إجمالي المشاركين بها.	٧٢٠	٧٠٥	١٢٦٠

جدول (١٩) بيان دورات الكبار بمكتبة مصر العامة بدمياط.

٢/٢/٣ مكتبة مصر العامة بدمهور:

- من أمثلة ما قدمته المكتبة في مجال التدعيم الاقتصادي للمستفيدين ما يلي:
- دورة في التنمية البشرية تحت عنوان (أسرار النجاح) لتنمية قدرات أعضاء هيئة التدريس والقيادات بالجامعات المصرية.
 - دورة الإكسيل المحاسبي Commercial Excel لتأهيل الشباب المقدم على وظائف محاسبية.
 - دورة (الحفائر الأثرية و إدارة التراث و الإعلام الأثري) بالتعاون مع منطقة آثار البحيرة لطلبة وطالبات كلية الآداب قسم الآثار.
 - برنامج المحاسبة الدولي Peachtree Course واحتوت على (١):
التطبيق علي فروع البرنامج من الدليل المحاسبي و التعامل معه وإنشاؤه، التعامل مع إدارة حسابات المخزون، التعامل مع حسابات العملاء، التعامل مع حسابات الموردين، التدريب علي

تقارير البرنامج. وقد أشارت المكتبة في إعلانها الخاص بهذا البرنامج أنه يؤهل المستفيدين منه للتعامل مع أغلب برامج الشركات بفاعلية.

- دورة في التنمية باللغة الانجليزية تحت عنوان المفاوضات الفعالة.
- ورشة حرفية تشكيل النحاس بالضغط.

والجدول المرفق يوضح ما قدمته المكتبة على مدار ثلاث أعوام من دورات تعليمية للكبار.

البند	٢٠١٥/٢٠١٤	٢٠١٦/٢٠١٥	٢٠١٧/٢٠١٦
إجمالي دورات الكمبيوتر.	٢٤	٢٤	٢٩
إجمالي المشاركين بها.	٢٧٢	٣٣٥	٣٩١
إجمالي دورات اللغات الأجنبية.	٥٨	٩٩	٦٢
إجمالي المشاركين.	٣٩٢	٦١٦	٤٦٧
إجمالي دورات أخرى.	٧٤	٦٧	95
إجمالي المشاركين بها.	١٦٦٢	٢٤٢٨	٢٧٨٨

جدول (٢٠) بيان دورات الكبار بمكتبة مصر العامة بدمهور.

- ندوة عن ترشيد استهلاك الكهرباء بالتنسيق مع شركة البحيرة لتوزيع الكهرباء في نوفمبر ٢٠١٤.

تم خلالها تقديم نبذة عن أهمية الطاقة الكهربائية والتعريف بوقت الذروة وأهميته والعزل الحراري في المباني وأهميته في ترشيد الطاقة و نبذة عن الطاقة الجديدة والمتجددة واستخدامات الطاقة الشمسية.

٣/٢/٣ مكتبة مصر العامة بالإسماعيلية:

تقدم مكتبة مصر العامة بالإسماعيلية على فترات متفرقة بعض المحاضرات التي تدعم تأهيل الشباب لسوق العمل من أمثلة ذلك^(٧):

- ورشة التسويق الإلكتروني وإدارة و إدارة مواقع التواصل الاجتماعي في ديسمبر ٢٠١٦. وبحضور عدد ٤١ مستفيد، استهدفت الورشة معرفة كيفية تخطيط وتسويق المحتوى،

وكيف يمكن للمستفيدين تحديد الجمهور المستهدف وإعداد المحتوى الملائم له، وشملت تدريبات عملية للتطبيق .

- سيمينار للتعريف بدورات المحاسبة والمراجعة ٢٤ ديسمبر ٢٠١٦، تناول الدورة المستندية والإمساك الدفترى للحسابات المالية بالنظم الأمريكية وبمعايير المحاسبة المصرية والدولية
- ورشة "الطريق إلي التميز الشخصي" أقيمت خلال الفترة من ٢ - ٤ فبراير ٢٠١٧، وشملت تعريف المستفيدين بمهارات العرض والتقديم ، مهارات تطوير الذات. والجدول المرفق يوضح ما قدمته المكتبة على مدار ثلاث أعوام من دورات للكبار.

البند	٢٠١٥/٢٠١٤	٢٠١٦/٢٠١٥	٢٠١٧/٢٠١٦
إجمالي دورات الكمبيوتر .	٥٧	٦٥	٤١
إجمالي المشاركين بها.	٥٧٠	٦٥٠	٤٠٧
إجمالي دورات اللغات الأجنبية.	٢٧١	٢٣٠	٧
إجمالي المشاركين.	٥٤٢٠	٢٣٠٠	٧٠
إجمالي دورات أخرى.	٣٨٦	٣٢٩	١٢٢
إجمالي المشاركين بها.	٤٢٣٣	٥٢٧٦	٣١٩٠

جدول (٢١) بيان دورات الكبار بمكتبة مصر العامة بالإسماعيلية.

- وفي مجال ترشيد الاستهلاك نظمت المكتبة بالتعاون مع شركة مياه القناة حملة لترشيد استهلاك المياه تحت عنوان "النقطة بتفرق" والهدف من الحملة هو ترسيخ مفاهيم وفلسفة جديدة في التعامل مع المياه والحفاظ عليها. وذلك في مايو ٢٠١٨.

٤/٢/٣ مكتبة مصر العامة بالغردقة:

- من أمثلة ما قدمته المكتبة في مجال التدعيم الاقتصادي للمستفيدين ما يلي^(٨):
- تدريب المحاسب المالي المحترف PFA وهو تدريب عملي للمستفيدين الراغبين في العمل كمحاسبين، التطبيق عملي علي مستندات و دفاتر لشركة فعليه وباستخدام البرامج المحاسبية الآلية. وقد اشتمل التدريب على : محاسبة مالية، محاسبة مقاولات، محاسبة ضريبية، اجتياز المقابلة الشخصية للبنوك والشركات، التدريب على برامج المحاسبة الالكترونية.
 - دورة تدريبية لبرنامجي HSEPEL, DSEPEL البرنامج يهدف لتبسيط اللغة الإنجليزية كلغة ثانية من خلال تنمية مهارات اللغة الأربعة وهو موجه لجمهور المستفيدين من الطلبة والخريجين ومعلمي اللغة الانجليزية. وقد حصل المشاركون على شهادة متدرب معتمدة توثق من الخارجية و شهادة مدرب معتمد للبرنامج للحاصلين على تقدير ممتاز.
 - اختبارات شركة المياه: أقامت المكتبة بقاعات التدريب والحاسب الآلي بها اختبارات المسار الوظيفي للعاملين بشركة مياه الشرب والصرف الصحي بالبحر الأحمر للحصول على الترفقيات.
 - محاضرة تنمية بشرية شهرية بعنوان "أطلق قدراتك وتعلم مهارات النجاح"، وكذا برنامج التنمية البشرية منحة المعلم المحترف والتي يشرف عليها المعهد البريطاني

البند	٢٠١٥/٢٠١٤	٢٠١٦/٢٠١٥	٢٠١٧/٢٠١٦
إجمالي دورات الكمبيوتر.	٢	٥	٢
إجمالي المشاركين بها.	١٦	٢٩	١٥
إجمالي دورات اللغات الأجنبية.	١١	٦	١١
إجمالي المشاركين.	٩١	٧٧	١٢٦
إجمالي دورات أخرى.	٢٩	٧٢	٨٠
إجمالي المشاركين بها.	٥١٥	١٠٢٩	١١٥٨

جدول (٢٢) بيان دورات الكبار بمكتبة مصر العامة بالغردقة.

٥/٢/٣ مكتبة مصر العامة بالأقصر:

أقامت مكتبة مصر العامة بالأقصر على مدار السنوات الثلاث الأخيرة عدد من الفعاليات والأنشطة المتنوعة التي تساهم في دعم المستفيدين اقتصادياً. تذكر الدراسة منها ملتقى توظيف الشباب في مارس ٢٠١٧ تحت رعاية منظمة العمل الدولية، وبالتعاون مع جهاز تشغيل شباب الخريجين بمحافظة الأقصر، وبمشاركة ٤٠ شركة قطاع خاص داخل الأقصر وخارجها في عدة تخصصات. استهدف الملتقى إتاحة ٣٠٠٠ فرصة عمل لأبناء محافظة الأقصر، وقد بلغ عدد المتقدمين ٣٩٥٠ من شباب الجنسين^(١). وقد سبق الإشارة في الفصل الثاني آلي مشاركتها في خطة تنشيط السياحة بالمحافظة وما تقدمه أيضاً من ورش حرفية تعتمد على الخامات البيئية. والجدول المرفق يوضح ما قدمته المكتبة على مدار ثلاث أعوام من دورات تعليمية للكبار.

البند	٢٠١٥/٢٠١٤	٢٠١٦/٢٠١٥	٢٠١٧/٢٠١٦
إجمالي دورات الكمبيوتر.	٧	١٤	١٢
إجمالي المشاركين بها.	١٣٠	٣٢٤	٢٤٩
إجمالي دورات اللغات الأجنبية.	٩	٢١	٢٥
إجمالي المشاركين.	١٩٣	٤٥٧	٤٠٩
إجمالي دورات أخرى.	١٢	٢٣	٣٢
إجمالي المشاركين بها.	٦٨٠	٦١٥	٥٨٣

جدول (٢٣) بيان دورات الكبار بمكتبة مصر العامة بالأقصر.

٦/٢/٣ مكتبة مصر العامة بالمنيا:

قدمت مكتبة مصر العامة بالمنيا عدد من الدورات والفعاليات المتنوعة لدعم مجتمع المستفيدين منها اقتصادياً، مستفيدة من دفعة الافتتاح الحديث والذي يشهد إقبال من الجمهور المحيط بالمكتبة، وقد رصدت الدراسة محاولات المكتبة من خلال ما تقدمه من برامج مشتركة مع عدة جهات منها^(١):

- مبادرة رواد النيل (معسكر توليد الأفكار للمشروعات وريادة الأعمال) بالتعاون مع كل من

- الإدارة المركزية للمشروعات وتدريب الشباب، جامعة النيل والبنك المركزي المصري.
- البرنامج الحكومي المدعم لتأهيل الشباب لسوق العمل برعاية المحافظة، وهو برنامج مدته ٤٥ ساعة اشتمل على شقين نظري وعملي، واختبار إلكتروني ومشروع تخرج نهائي، وقد حصل الدارسون على شهادات معتمدة يمكن توثيقها من الخارجية المصرية.
- والجدول المرفق يوضح ما قدمته المكتبة على مدار العام المالي ٢٠١٦/٢٠١٧ من دورات تعليمية للكبار.

البند	٢٠١٧/٢٠١٦
إجمالي دورات الكمبيوتر.	١٤
إجمالي المشاركين بها.	١٩٥
إجمالي دورات اللغات الأجنبية.	١٣
إجمالي المشاركين بها.	٢٢٨
إجمالي دورات أخرى.	٦٠
إجمالي المشاركين بها.	١٠١٧

جدول (٢٤) بيان دورات الكبار بمكتبة مصر العامة بالمنيا.

٣/٣ مكتبات جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع:

تناولت الدراسة في الفصلين السابقين الضغوط المالية التي تعرضت لها جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع خاصة منذ أوائل عام ٢٠١١ وأن الجمعية منذ ذلك الحين أصبحت تهتم في المقام الأول بما يدر إيراد للمكتبات العامة التي تتبعها سواء كانت دورات علمية وتعليمية أو ورش فنية بل ورياضية ومهنية، ومن أهم مصادر إيرادات تلك المكتبات دورات اللغات المختلفة ودورات الحاسب الآلي الموجهة للطلبة وحديثي التخرج وحتى الشباب الطامحين لتحسين أوضاعهم الوظيفية كما تقدم بعض المكتبات العامة التابعة للجمعية بين الحين والآخر بعض الفعاليات المجانية التي من شأنها تطوير مهارات الشباب من الجنسين بما يرفع من كفاءاتهم وتأهيلهم لسوق العمل بما

يضمن حصولهم على فرص عمل أفضل وبالتالي تحسين أوضاعهم الاقتصادية. وتتناول الدراسة في الجزء الحالي نماذج من تلك الفعاليات، بالإضافة إلى الإحصائيات الفنية الموضحة لأعداد تلك الدورات وعدد المستفيدين منها. والجداول أرقام (٢٥)، (٢٦)، (٢٧) توضح أعداد دورات كل من الحاسب الآلي، اللغات والتنمية البشرية والمشاركين بها^(١).

شبرا الخيمة		خالد بن الوليد		٦ اكتوبر		م. نصر		المعادى		المركز الثقافي		المكتبة
٢٠١٧	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٦	العام
١٩	٩	٢٦	٣٤	٤٤	٤٩	٣٢	٥٠	٦٣	٨٣	١٢٤	١٠٨	عدد دورات الحاسب الآلي
٢١٣	٩٥	١٣٤	١٩٠	٣٩٦	٤٦١	١٨٨	٢١٨	٤٩٠	٦٥٩	١٢٢٠	١٠٤٢	عدد المستفيدين دورات الحاسب الآلي
٧٣	٣٩	٦٣	٥٦	٧٥	٧٢	٢١	٣٩	٢٥	٣٩	٥	٣	عدد دورات (ICDL)
٩٦٨	٤٠٤	٤٣٤	٣٦٠	٤٥٨	٤٧٥	١٢١	٢٦١	٢٩١	٣٨٩	٤١	١٧	عدد المستفيدين دورات (ICDL)

جدول (٢٥) بيان دورات الحاسب الآلي بمكتبات جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع.

شبرا الخيمة		خالد بن الوليد		٦ اكتوبر		م. نصر		المعادى		المركز الثقافي		المكتبة
٢٠١٤	٢٠١٣	٢٠١٤	٢٠١٣	٢٠١٤	٢٠١٣	٢٠١٤	٢٠١٣	٢٠١٤	٢٠١٣	٢٠١٤	٢٠١٣	العام
١٧	٢٠	١	٢	٨	٤٣	٤	٠	٦١	٥٩	٠	٦	إجمالي دورات لغة انجليزية
٢٠٣	٢٤١	٨	١٩	١٠٢	٥٥٩	٢٩	٠	٥١٤	٤٥١	٠	٦٥	إجمالي حضور دورات لغة انجليزية
٢٠١٧	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٦	العام
٣٣	٣٠	٢٠	٢٤	٠	٠	١	٠	٢٨٩	٦٥	٣	٦	إجمالي دورات اللغات
٣٤٢	٢٧٧	٢٦٠	٢٧٠	٠	٠	٦	٠	٢٢٣	٢٧٦	٢٦	٥٨	إجمالي حضور دورات اللغات

جدول (٢٦) بيان دورات اللغات بمكتبات جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع.

المكتبة	المركز الثقافي	المعادي	م. نصر	٦ أكتوبر	خالد بن الوليد	شبرا الخيمة	الإجمالي
دورات التنمية البشرية	١٨	٥٢	١	١	٢	١٠٠	١٧٤
عدد الدورات ٢٠١٦	٢٤	٤٠	٧	٨	٤	٥٤	١٣٤
عدد الدورات ٢٠١٧	١٧١	٤٦٤	٣	١٠	٢٦	١٧٦	٨٥٠
عدد الحضور ٢٠١٦	٢٥٩	٢٧٠	٣٣	٨٢	١١	٧١	٧٢٦
عدد الحضور ٢٠١٧							

جدول (٢٧) بيان دورات التنمية البشرية بمكتبات جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع.

ويلاحظ التناقص في أعداد دورات اللغات والمشاركين بها من عام لآخر، ويعد السبب الرئيسي في ذلك عدم تمكن الجمعية من تجديد تعاقداتها مع الجامعة الأمريكية والتي كانت تحظى بإقبال كبير نظراً لقيمة الشهادات الصادرة عن الجامعة، وتقديمها بمكتبات الجمعية بأسعار مناسبة، ويرجع عدم تجديد التعاقد مع الجامعة بسبب تمسكها برفع القيمة المالية للتعاقد. وتحاول الجمعية إيجاد بدائل مناسبة، كما أدخلت دورات للغات الفرنسية والألمانية والإيطالية والصينية للكبار والأطفال^(١٢). أما دورات الحاسب الآلي والتي تشمل دورات في الصيانة والتنمية البشرية فتشهد إقبالاً متوازناً خاصة دورات صيانة الحاسب الآلي والجرافيك والشبكات، وتفسر الدراسة ذلك بكونها دورات تكسب المتدربين مهارات تساعدهم في إيجاد فرص عمل مباشرة يتطلبها سوق العمل في السنوات الأخيرة، وبمرتبات مرتفعة نسبياً.

بجانب الدورات التي تقدمها المكتبات العامة التابعة لجمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع، فإن بعض المكتبات تقدم من حين لآخر بعض الفعاليات التي تدخل في إطار التوعية الاقتصادية، أو ورش العمل والمنح المجانية المدعمة لمهارات الشباب العملية من أمثلة ذلك:

١/٣/٣ مكتبة المعادي:

- ورشة تنمية المهارات للشباب أكبر من ١٨ سنة بالتعاون مع السفارة الأمريكية بالقاهرة ممثلاً في الركن الأمريكي بمكتبة المعادي، وقد اشتملت الورشة على:

- Soft Skills Development, Coaching Skills/ Coaching for Talents, Creative Thinking & Problem Solving, Skills for dealing with others in the workplace.

٢/٣/٣ مكتبة شبرا الخيمة:

- منحة للشباب فوق ١٨ حتى ٤٠ سنة تحت اسم (طور نفسك..خطط لمستقبلك) وتشمل تعلم تصميم الجرافيك - تعلم الصيانة Software - Hardware
- مجموعة من المحاضرات المجانية محاضرة مجانية حول مبادرة تأهيل الشباب لسوق العمل تضمنت محاورها مهارة كتابة السيرة الذاتية، مهارة عمل المقابلات الشخصية من أجل التوظيف، مهارة البحث عن وظيفة مناسبة وكيفية اختيار الشركات، مهارة تسويق الذات على شبكات التواصل الاجتماعي^(١٣).

٣/٣/٣ مكتبة خالد بن الوليد:

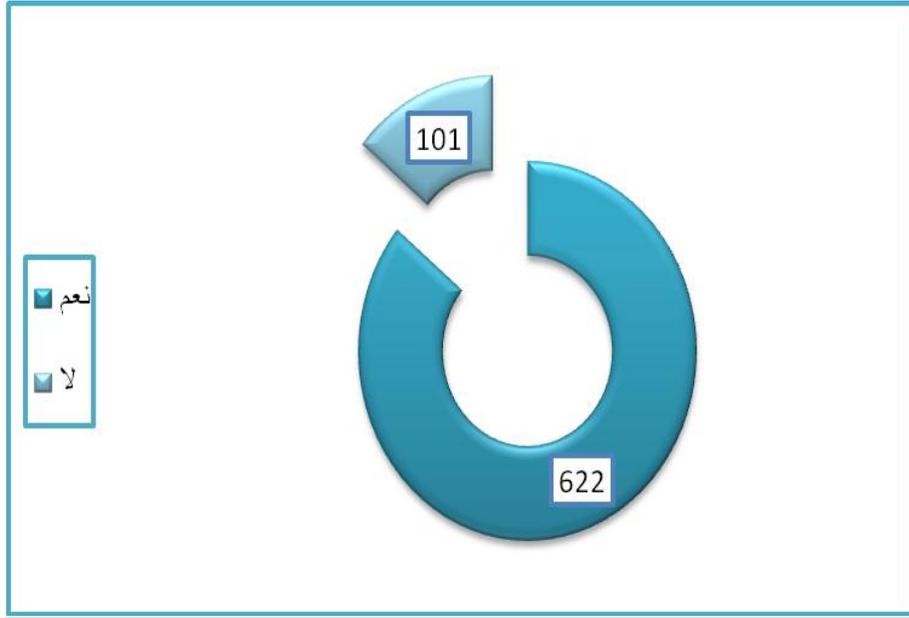
- منحة تأهيل شباب الخريجين لسوق العمل في نوفمبر ٢٠١٢ اشتملت على دورات حاسب - دورات لغة انجليزية General Language - دورات تنمية بشرية (مهارات العرض - مهارات الاتصال - تدريب المدربين).

٤/٣ التحليل الإحصائي للإجابات على الاستبيان الموجه للمستفيدين:

بعد استخدام أدوات البحث المختلفة مثل المعايشة، والمقابلة، والملاحظة والتحليل الموضوعي للإحصائيات، وهي جميعها أدوات بحث تعتمد في مصادرها على العاملين بالمكتبات العامة. وضماناً لدقة نتائج البحث، وفي محاولة لاستكمال الإجابة على تساؤلاته. فقد لجأت الدراسة إلى استخدام الاستبيان الموجه لجمهور المستفيدين من المكتبات العامة، وقد تم إتاحة الاستبيان على صفحات المكتبات العامة على موقع Facebook، إضافة إلى ١٠٠ استمارة مطبوعة، وقد تم فرز الإجابات واستبعاد غير المكتمل منها، وقد بلغ عدد الإجابات الصحيحة (٧٢٣) إجابة. وقد جاءت نتائج الإجابة على تساؤلات الاستبيان كالتالي:

السؤال الأول: هل تعتقد أن للمكتبة جدوى اقتصادية؟

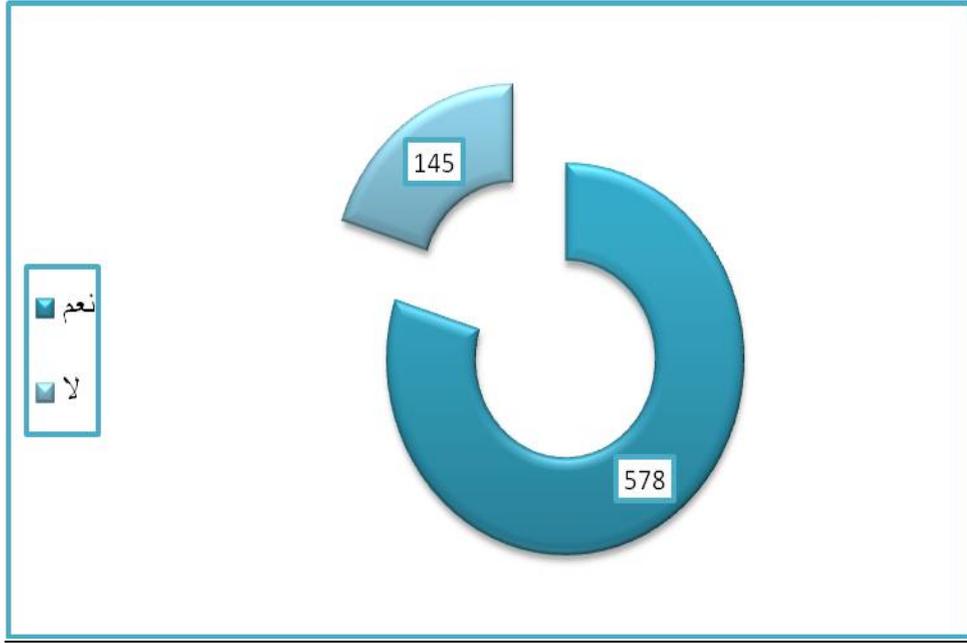
أجاب ب (نعم) ٦٢٢ مستفيد. أما عدد المستفيدين الذين أجابوا ب (لا) فقد بلغ ١٠١ مستفيد. وبذلك تبلغ نسبة المستفيدين المدركين لمدى وجود جدوى اقتصادية للمكتبات العامة ٨٦% مقابل ١٤% فقط لا يعتقدون أن للمكتبات العامة منافع اقتصادية.



شكل (١٨) يوضح مدى إدراك المستفيدين حول وجود جدوى اقتصادية للمكتبات العامة.

السؤال الثاني: هل ترى أن المكتبة تقدم دورات أو ورش تأهل جمهورها لسوق العمل؟

أجاب ب (نعم) ٥٧٨ مستفيد. أما عدد المستفيدين الذين أجابوا ب (لا) فقد بلغ ١٤٥ مستفيد. وبذلك تبلغ نسبة المستفيدين المدركين لما تقدمه المكتبة من الدورات والورش التي تساعد في التأهيل لسوق العمل ٨٠% مقابل ٢٠% لا يدركون ما تقدمه المكتبات العامة من فعاليات تؤهل المستفيدين لسوق العمل.

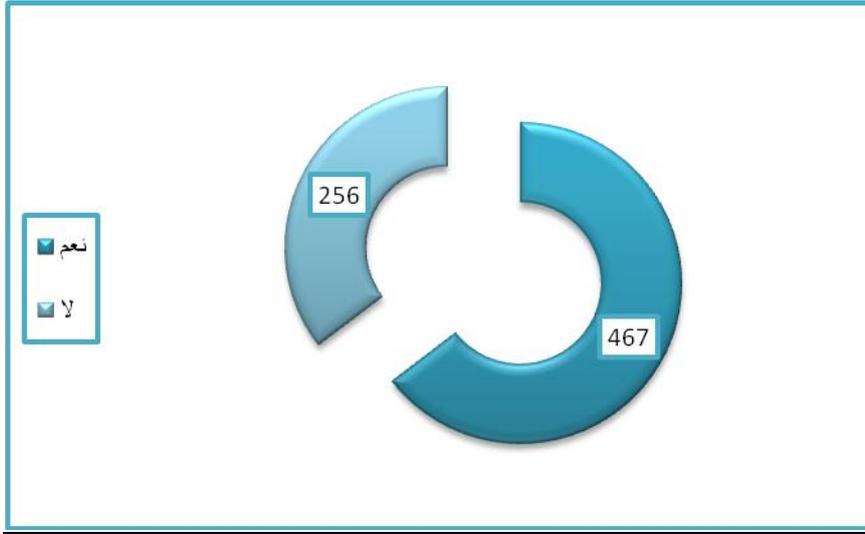


شكل (١٩) يوضح مدى إدراك المستفيدين لما تقدمه المكتبات العامة من فعاليات مؤهلة لسوق العمل.

السؤال الثالث: إذا كانت إجابتك على السؤال السابق بـ (نعم) هل حضرت أي من هذه الدورات والورش أم لا؟ مع ذكر أمثلة.

أجاب بـ (نعم) ٤٦٧ مستفيد. أما عدد المستفيدين الذين أجابوا بـ (لا) فقد بلغ ٢٥٦ مستفيد. وبذلك تبلغ نسبة المستفيدين من الدورات والورش التي تساعد في التأهيل لسوق العمل ٦٤.٦% مقابل ٣٤.٤%، وهي نسبة أقل مع إجابة السؤال السابق الخاص بإدراك المستفيدين لما تقدمه المكتبات العامة من دورات تساعد على التأهيل لسوق العمل وتفسر الدراسة ذلك وفقاً لما يلي:

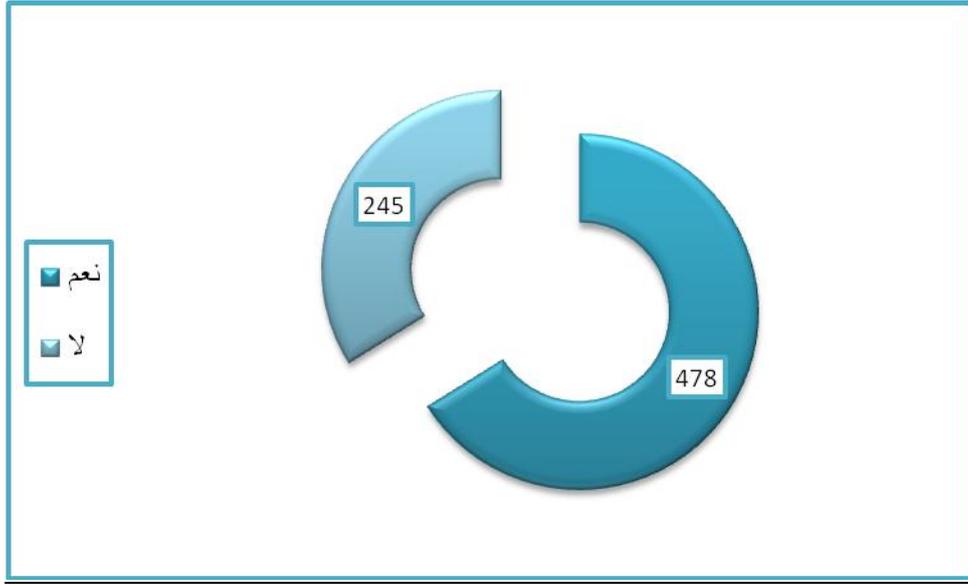
- تشبع بعض الجمهور من دورات الحاسب الآلي أو اعتماده على التعليم الذاتي.
- اعتقاد بعض المستفيدين (من طلبة الجامعات) أن الحصول على تلك الدورات بعد التخرج سيكون أفضل لضمان حداثة التأهيل والمحتوى.
- احتياج المكتبات العامة لمزيد من التسويق لما تقدمه من دورات.



شكل (٢٠) يوضح أعداد المستفيدين من الدورات والورش المقامة بالمكتبات العامة وفقاً للاستبيان.

وقد تنوعت أمثلة الدورات والورش التي ذكرها الجمهور ما بين دورات اللغات، والتسويق الإلكتروني والحاسب الآلي (البرمجة - الصيانة - Accounting - Graphic - ICDL) Excel ودورات إدارة الأعمال، والتنمية البشرية وال Soft skills، والتطوير الذاتي وإدارة الوقت، خدمة العملاء، الكتابة الإبداعية والصحافة المحلية وإقامة المشروعات الصغيرة. وفي مجال علوم المكتبات ذكرت أمثلة لدورات الفهرسة الوصفية، RDA. كما ظهرت الورش الفنية خاصة الكروشيه والنسيج والنحت والخزف وتصنيع الشموع وتعليم التفصيل والخياطة، والإكسسوار، والموسيقى، والرسم بالفحم والرصاص والرسم على الزجاج، والتصوير الفوتوغرافي.

السؤال الرابع: هل تنظم المكتبة أي ندوات أو أنشطة لتوعية الجمهور بالجوانب الاقتصادية؟ أجاب ب (نعم) ٤٧٨ مستفيد. أما عدد المستفيدين الذين أجابوا ب (لا) فقد بلغ ٢٤٥ مستفيد. وبذلك تبلغ نسبة المستفيدين من الدورات والورش التي تساعد في التأهيل لسوق العمل ٦٦% مقابل ٣٤%.

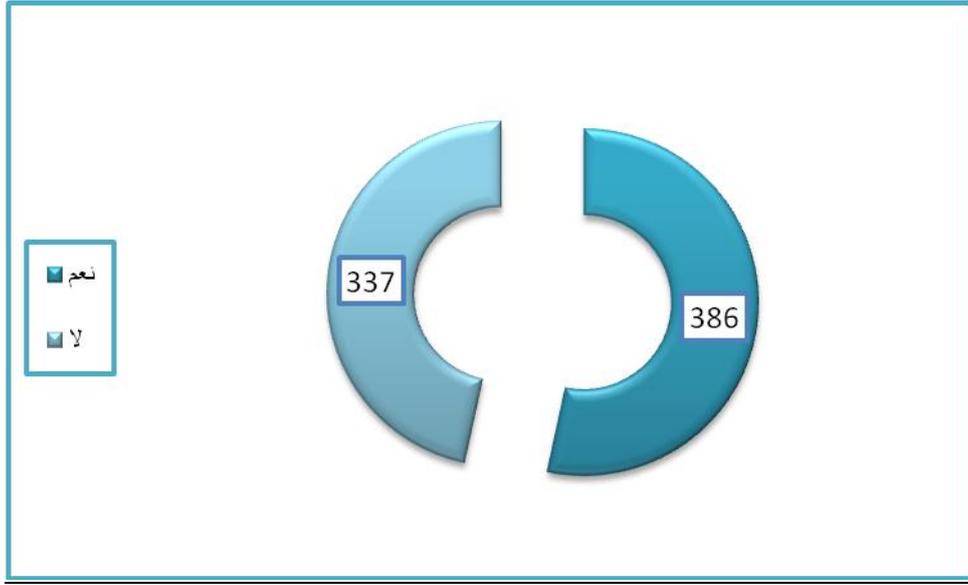


شكل (٢١) يوضح مدى إدراك المستفيدين لما تقدمه المكتبات العامة من فعاليات للتوعية بالجوانب الاقتصادية.

السؤال الخامس: إذا كانت إجابتك على السؤال السابق بـ (نعم) هل حضرت أي من هذه الفعاليات أم لا؟ مع ذكر أمثلة.

أجاب بـ (نعم) ٣٨٦ مستفيد. أما عدد المستفيدين الذين أجابوا بـ (لا) فقد بلغ ٣٣٧ مستفيد. وبذلك تبلغ نسبة المستفيدين من الدورات والورش التي تساعد في التأهيل لسوق العمل ٥٣.٤% مقابل ٤٦.٦%.

وهي نسبة تدل أنه على الرغم من إدراك الجمهور لما تقدمه المكتبة من فعاليات للتوعية الاقتصادية، إلا أن نسبة الحضور والمشاركة أقل من نسبة الإدراك، وهذا يرجع لأحد عاملين الأول خاص بالجمهور وطبيعته التي تعزف عن حضور المبادرات والندوات التوعوية ويعتبرونها مملة وموجهة، العامل الثاني يرجع إلى ضعف قدرة المكتبة على حشد المستفيدين من فئة الشباب والكبار لحضور مثل تلك الفعاليات، وتوصى الدراسة باستمرار المكتبات العامة في تقديم تلك الفعاليات لما للمكتبات العامة من دور في تغيير سلوكيات المستفيدين إضافة إلى دورها في التوعية في جميع المجالات ومن ضمنها المجال الاقتصادي.



شكل (٢٢) يوضح أعداد المستفيدين من الدورات والورش المقامة بالمكتبات العامة وفقاً للاستبيان.

جاءت أمثلة المستفيدين متنوعة ضاربين أمثلة ببعض الندوات والمحاضرات في مجالات ترشيد استهلاك المياه وندوات تنظمها مديريات الري والشركات القابضة للمياه، ترشيد استهلاك الطاقة، ترشيد الاستهلاك خلال شهر رمضان، ضريبة القيمة المضافة، تعديلات قانون الضرائب، قانون الخدمة المدنية، قانون العمل، مبادرة الشمول المالي، مكافحة البطالة، كيفية الدخول لسوق العمل، ندوات حول العمل التطوعي وريادة الأعمال، كتابة السيرة الذاتية، ومتطلبات سوق العمل بعضها مع مديريات القوى العاملة.

الخلاصة.

- رصدت الدراسة من خلال تحليل الإحصائيات والتقارير الفنية وكذا نتائج الاستبيان الموجه للجمهور أن المكتبات العامة التي شملها البحث قد استطاعت القيام بعدد من المهام والحلول التي مكنتها من تحقيق جدوى اقتصادية للأفراد والمجتمع تتمثل فيما يلي:
 - تقدم المكتبات العامة عينة الدراسة مجموعة من الدورات التدريبية والورش الفنية والمهنية التي تساعد في تأهيل الشباب لسوق العمل أو تحسين أوضاعهم الوظيفية، ومن ثم تحسين أوضاعهم الاقتصادية، والمساهمة بحل جزئي ولو بصفة غير مباشرة لمشكلة البطالة.
 - أدخلت بعض المكتبات العامة خدمة "إتاحة الوظائف الشاغرة"، وإقامة ملتقيات للتوظيف.
 - تقيم بعض المكتبات العامة معرض بيع للمنتجات والمشغولات اليدوية من مخرجات الورش الفنية التي تنظمها مما يسهم في تحقيق دخل للمرأة المعيلة والسيدات محدودي أو معدمي الدخل.
 - تقدم المكتبات العامة عينة الدراسة مجموعة من الفعاليات المتنوعة مثل المحاضرات والندوات وحملات التوعية في مجالات ترشيد استهلاك المياه والطاقة والغذاء، والتوعية بقوانين العمل والضرائب والخدمة العامة، ومتطلبات سوق العمل والتأهيل للحصول على وظيفة مناسبة، الأمر الذي يصب في تحقيق منفعة اقتصادية للأفراد والدولة.
- بلغت نسبة إدراك المستفيدين لوجود منافع اقتصادية للمكتبات العامة ٨٦% من إجمالي المشاركين في استبيان الدراسة.
- بلغت نسبة إدراك المستفيدين لتقديم المكتبات العامة لدورات وورش عمل تساعد على التأهيل لسوق العمل نسبة ٨٠%، كما بلغت نسبة المشاركين في تلك الفعاليات ٦٤.٦% من إجمالي المشاركين في استبيان الدراسة.
- بلغت نسبة إدراك المستفيدين لتقديم المكتبات العامة لمحاضرات وندوات لتوعية الجمهور بالجوانب الاقتصادية نسبة ٦٦%، بينما بلغت نسبة المشاركين في تلك الفعاليات ٥٣.٤% من إجمالي المشاركين في استبيان الدراسة.

- تحتاج المكتبات العامة إلى تكثيف التسويق لما تقدمه من فعاليات لجذب المزيد من المستفيدين وابتكار طرق غير تقليدية لزيادة أعداد المشاركين في ما تنظمه من الفعاليات المشار إليها، حيث تثبت النسب التي توصل إليها تحليل الاستبيان ارتفاع نسب إدراك الجمهور لما تقدمه المكتبة من دورات وندوات..الخ عن نسب المشاركة في تلك الفعاليات، إضافة في الاستمرار في توعية الجمهور بأهمية تلك الفعاليات وتجنب الأسلوب التلقيني الممل للجمهور في المحاضرات وندوات التوعية.

قائمة المصادر:

- (١) مكتبة مصر العامة. تقرير انجازات المكتبة الرئيسية وفرعيها بالزيتون والزواوية الحمراء للعام المالي ٢٠١٦/٢٠١٧. القاهرة، ٢٠١٧.
- (٢) رياض طاهر رضوان. مقابلة شخصية. ٢٩ أبريل ٢٠١٧.
- (٣) سعد عبد الموجود أبوزيد. التقرير السنوى لإدارة الأنشطة الثقافية والفنية لعام ٢٠١٧. القاهرة: مكتبة مصر العامة بالزواوية الحمراء، ٢٠١٨.
- (٤) رياض طاهر رضوان. مقابلة شخصية. ٧ ديسمبر ٢٠١٦.
- (٥) أكرم عبد الجليل فياض. رسالة إلكترونية. ١٠/٧/٢٠١٧.
- (٦) أحمد الهواشي. مقابلة شخصية. ٣١ مارس ٢٠١٨.
- (٧) أحمد أمان. تقرير معدلات أداء المكتبات الإقليمية خلال ثلاث سنوات. القاهرة، ٢٠١٧. ص ٢٣.
- (٨) أحمد أمان. المصدر السابق. ص ٢٥.
- (9) <<http://gate.ahram.org.eg/News/1426198.aspx>> [15/4/2017]
- (١٠) أحمد أمان. مصدر سابق. ص ٢٥.
- (١١) جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع. الاحصائية المقارنة السنوية ٢٠١٧-٢٠١٦. القاهرة، ٢٠١٨.
- (١٢) رشا عصمت توفيق. مقابلة شخصية. ١٣ فبراير ٢٠١٨.
- (١٣) هبه الأمير. رسالة إلكترونية. ١٥ / ٣ / ٢٠١٨.

التسويق الإلكتروني كأحد بدائل تحقيق الجدوى الاقتصادية للمكتبات العامة

٠/٤ تمهيد:

تشهد المكتبات العامة كغيرها من منظمات الخدمات العلمية والمعرفية حول العالم توسعاً كبيراً في استخدام التطبيقات الرقمية والالكترونية والاستفادة من الإمكانيات التي تتيحها شبكة الانترنت. وفي نفس التوقيت وبالتوازي تتعرض المكتبات العامة في مصر للعديد من الضغوط الاقتصادية والتي سبق تناولها في الفصول السابقة من الدراسة.

وقد اتضح من خلال تحليل إجابات الاستبيان الموجه للمستفيدين من المكتبات العامة في الفصل الثالث من هذه الدراسة أن نسبة علم المستفيدين بما تقدمه المكتبة سواء من دورات وورش، أو محاضرات وندوات تفوق نسبة الحضور الفعلي لتلك الفعاليات، ويعد ضعف التسويق والإعلام أحد أسباب الانخفاض النسبي لمعدل المشاركة في الفعاليات عن معدل العلم بها (وإن كانت تظل معدلات المشاركة في الدورات والأنشطة المختلفة وإيراداتها هي أعلى المعدلات التي تحققها المكتبات العامة عينة الدراسة الأمر الذي تم إثباته في الفصل الثاني من الدراسة التي بين أيدينا).

في ضوء ما تقدم فقد أصبح على المكتبات العامة تطوير سياستها التسويقية لجذب المزيد من جمهور المستفيدين والمشاركين في الأنشطة المختلفة، وأصبح التسويق خاصة الإلكتروني منه ضرورة ملحة لا خلاف على حيويتها لمواكبة احتياجات جمهور المستفيدين وتلبية مطالبهم والعمل على الاحتفاظ بهم وزيادة وفاعلية مشاركتهم. خاصة أنه لا يضيف للمكتبة أية أعباء مالية فهو لا يحتاج سوى جهاز حاسب آلي واتصال بشبكة الإنترنت.

وهذا ما سيحاول أن يتعرض له هذا الفصل للوقوف على مدى أهمية وجدوى التسويق الإلكتروني كأحد وسائل التدعيم الاقتصادي للمكتبات العامة كونه وسيلة للترويج للمكتبات العامة وأنشطتها (سواء المجانية أو التي تقدم بمقابل)، بما يعنى مزيد من المستفيدين ومزيد من الإيرادات، أي انه يعد أحد البدائل الإستراتيجية لتحقيق الجدوى والمنفعة الاقتصادية لكل من المكتبة ومجتمعها.

كذلك سيتناول هذا الفصل كيفية استخدام أساليب التسويق الإلكتروني في المكتبات العامة. إضافة إلى التعرف على مدى فاعليته في التأثير على المستفيدين من خدمات وأنشطة المكتبات العامة في مصر واستقطاب المزيد منهم.

١/٤ التسويق الإلكتروني E-Marketing:

يعتمد التسويق الإلكتروني (Electronic marketing (e-marketing) بشكل أساسي على الانترنت في ممارسة كافة أنشطة التسويق مثل الإعلان، البيع، التوزيع، بحوث التسويق، تصميم المنتجات الجديدة، التسعير وغيرها. وقد مهدت الإنترنت إلى ظهور التسويق الإلكتروني من خلال إمكانياتها المتعددة التي تجتذب يومياً أعداداً كبيرة من مستخدمي الإنترنت بالإضافة إلى الكم الهائل والمتنوع من المعلومات التي تحمله والنتائج من عمليات تقنية ربطت بين آلاف الشبكات^(١).

١/١/٤ تعريف التسويق الإلكتروني:

قام العديد من الباحثين بتحديد ما يعرف بالتسويق الإلكتروني حيث تعرفه نيفين حشمت بأنه "عبارة عن تسويق المنتجات عن طريق شبكة الانترنت من خلال توصيل الموقع الإلكتروني الخاص بالمؤسسة أو الشركة لأكبر نسبة من العملاء"^(٢).

كما يعرفه محمد أبو النجا بأنه "استخدام الانترنت والتقنيات الرقمية المرتبطة به لتحقيق الأهداف التسويقية وتدعيم المفهوم التسويقي الحديث"^(٣). ويعرفه كل من (Frost) و (Strauss) بأنه استخدام تكنولوجيا المعلومات في عملية إنشاء التواصل مع العملاء وإدارة العلاقة معهم بطريقة تحقق المكاسب للمنظمة^(٤). كما يعرف التسويق الإلكتروني على أنه مجرد خدمة إلكترونية مطوره من خدمات المعلومات الإلكترونية بالمكتبات وإن كان يطلق عليه خدمة الإعلام الإلكتروني للمكتبة^(٥).

ويمكن أن نستخلص من التعريفات السابق ذكرها أن التسويق الإلكتروني ليس مجرد عمليات بيع وشراء منتجات أو خدمات ولكنه تخطيط استراتيجي مبني على التواصل مع العملاء (أو جمهور

المستفيدين) سواء الحاليين أو المستهدفين وإقامة علاقات تفاعلية مستمرة معهم تقوم على تلبية احتياجاتهم من خلال توظيف واستخدام ما توفره الإنترنت من إمكانيات تواصل متطورة.

٢/١/٤ مزايا التسويق الإلكتروني:

يحقق التسويق الإلكتروني مجموعة من المزايا لمؤسسات المعلومات ومنها بطبيعة الحال المكتبات العامة موضوع بحثنا الحالي ومن ضمن هذه المزايا:

❖ تسويق أكثر فعالية: بسبب عمله من خلال بيئة الإنترنت مما يضمن عرض خدمات المكتبات في جميع الأماكن وكل الأوقات بما يضمن وصول هذه الخدمات لأعداد متزايدة من المستفيدين الحاليين والمتوقعين.

❖ تخفيض التكاليف: تعتبر وسائل التسويق الإلكتروني أقل تكلفة من وسائل التسويق الأخرى ويحتاج عدد أقل من العمالة مما يساهم في تخفيض نفقات المكتبات، ودعم ميزانياتها^(٦).

❖ تواصل فعال مع الشركاء المستفيدين: من خلال دعم التواصل الفعال بين المكتبة والمستفيدين واستقبال المكتبة للتغذية المرتدة Feedback منهم والإجابة على استفساراتهم، وكذلك التفاعل مع مؤسسات المعلومات والهيئات والجهات ذات الصلة والمهتمة بالمجال.

❖ توفير الوقت والجهد: حيث توفر على المستفيدين ضرورة الحضور للمكتبة بشكل شخصي للحصول على الخدمة أو المعلومات.

❖ حرية الاختيار: حيث يستطيع المستفيد من خلال التجول عبر المواقع الإلكترونية للمكتبات ومؤسسات المعلومات أن يختار المؤسسة الكفيلة بتقديم معلومات متميزة تتناسب مع احتياجاته.

❖ تحقيق ميزة تنافسية: إذ أن التطورات الهائلة في تكنولوجيا المعلومات المرتبطة بالتسويق الإلكتروني قد دعمت الاستراتيجيات المميزة وتحسين الوضع التنافسي للمؤسسات ومنها المكتبات^(٧).

٣/١/٤ أهمية التسويق الإلكتروني لأنشطة وخدمات المكتبات العامة:

مع تطور علم التسويق واستيعابه لكثير من نواحي الخدمات وقدرة على تحقيق أهداف المؤسسات، فإن الاستفادة من التسويق في المكتبات أصبحت حاجة طالما أن ذلك لا يؤثر على طبيعة عملها الخدمي. ومن دوافع الحاجة إلى التسويق ما يلي:

- ١- تحقيق أهداف رسالة المكتبة.
- ٢- إرضاء أكبر عدد ممكن من المستخدمين من خلال تلبية حاجاتهم المختلفة من المعلومات.
- ٣- بروز دراسات تركز على تحديد احتياجات المستخدمين وأنواعها.
- ٤- تطور خدمات المعلومات الملقاة على عاتق المكتبات والتي يقابلها تغيير حاجات المستخدمين.
- ٥- الاستفادة من قوة جذب تكنولوجيا المعلومات للمستخدمين من مجال المكتبات، والتسويق الإلكتروني هو أحد القنوات المهمة التي يمكن للمكتبة أن تسلكها للوصول إلى المستخدمين.
- ٦- إتباع المكتبات أفضل الوسائل وسبل التسويق الإلكتروني لملاحقة التطور في نظم الاتصالات والمد المعلوماتي السريع.

٤/١/٤ خصائص التسويق الإلكتروني(٨):

يتميز التسويق الإلكتروني بعدد من الخصائص وهي كالتالي:

القدرة على التخاطب

وتعنى قدرة القائم بالتسويق على التعرف على هوية المستخدمين فعلاً أي أن القدرة على التخاطب تمثل التعبير المطلق لفكرة التسويق حيث يمكن معرفة المستخدمين الفرادى من خلال مواقعهم على الشبكة، والقدرة على التخاطب معهم كوسيلة للتعرف على هوية المستخدمين المتوقعين واستهدافهم بشكل فردي لتحويلهم على مستفيدين حقيقيين.

التفاعلية Interactivity :

وهي القدرة على السماح للمستخدمين بالتعبير عن احتياجاتهم ومطالبهم بشكل مباشر من المؤسسة وذلك استجابة لرسائل التسويق لتلك المؤسسة أي أن القائمين بالتسويق يستطيعون التفاعل مع المستخدمين في الحال وبشكل تفاعلي المنتظرين في الوقت المناسب. واعتماد على ميزة التفاعلية تستطيع المكتبات تلبية رغبات المستخدمين في الحال وبشكل تفاعلي بما يضمن لها معرفة رد فعل المستخدم عن الخدمة المقدمة وأيضاً مدى استجابة المستخدمين للرسائل التي توجهها المكتبة وهو أمر ضروري تستطيع المكتبة من خلاله تعديل إستراتيجيتها التسويقية بما يناسب الموقف الناشئ عن ردود فعل المستخدمين.

التحكم Control :

ويمثل قدرة المستخدمين على تنظيم المعلومات التي يرونها وكذا معدل كشفهم وإظهارهم لهذه المعلومات. أي أن الإنترنت تتيح للمستخدم اختيار ما يود مشاهدته أو الإطلاع عليه وذلك عكس الوسائل الأخرى كالتلفزيون مثلاً فالمشاهد يختار القناة ولكن المذيع من يختار له ما يشاهده. وفي حالة المكتبات يستطيع المستخدم اختيار شكل الخدمة التي يطلبها وطريقة حصوله عليها وأيضاً يستطيع أن يفاضل بين مواقع مؤسسات المعلومات التي تقدم نفس الخدمة ويختار منها.

سهولة الحصول على المعلومات Accessibility:

وتعني قدرة المستخدم على الحصول على المعلومات المتاحة من الإنترنت لأن المستخدمين يمكنهم الوصول إلى معلومات متعمقة عن المنتجات المنافسة وكذلك عن منتجات المؤسسة ذاتها ومميزات منتجاتها. أي أن سهولة الحصول على المعلومات خلقت بيئة تنافسية بين مصادر هذه المعلومات ووفرت جزء كبير من جهود الترويج الذي تمارسه المؤسسات. وتتعاكس خاصية الحصول على المعلومات في مجال المكتبات - وخاصة عند ازدياد المنافسة بين مؤسسات المعلومات - إلى تمسك كل مستفيد بالمؤسسة المعلوماتية التي دأب على التعامل معها.

هذه هي الخصائص الرئيسية لبيئة التسويق الإلكتروني والتي يمكن أن يضاف إليها الذاكرة والتي تعني قدرة المؤسسات على إنشاء قواعد بيانات بمعلومات عن المستخدمين الحاليين والمتوقعين لتقديم خدمة

أفضل للحاليين واجتذاب أكبر عدد من المتوقعين، كما نجد خاصية الرقمنة وهي القدرة على تمثيل المنتج أو جزء منه كإبراز بعض مزاياه بشكل رقمي أي أن الرقمنة تعنى استخدام الإنترنت في توزيع وتطوير وبيع السمات منفردة عن السلع الطبيعية نفسها.

٢/٤ دور التسويق الإلكتروني في المكتبات العامة:

تعد خدمة المستفيدين بأفضل طريقة وباستخدام الوسائل المناسبة الكفيلة بتسهيل الوصول إلى المعلومة في أسرع وقت وبأقل جهد من بين الأسس والمهام الإستراتيجية للمكتبات العامة. ولقد فطنت العديد من المكتبات العامة إلى أهمية المواقع الإلكترونية في استقطاب جمهور المستفيدين، وبعد مرحلة انتشار المواقع الإلكترونية للمكتبات العامة وتحقيقها للأهداف المنوطة بها، فإنه يتعين على تلك المكتبات استخدام وسائل التسويق الإلكتروني المتعددة والتي يعد من أهمها مواقع التواصل الاجتماعي، ومواقع عرض الفيديو والصور، وذلك لكي تتمكن المكتبات العامة من التواصل وخدمة المستفيدين بشكل أوسع نطاقاً، ويتعين في الوقت الراهن أن تستخدم المكتبات العامة وسائل التسويق الإلكتروني المتاحة من خلال شبكة الانترنت، ولقد تنبه الباحثون في مجال المكتبات والمعلومات لهذا الأمر منذ ظهور الشبكات الاجتماعية كأحد تطبيقات web2. حيث تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي مساحات يمكن استغلالها كمساحات افتراضية يمكن استغلالها بامتياز لتسويق خدمات المعلومات (٩).

كما أنها تسمح بتوطيد العلاقة بين المكتبة وبين المستفيدين بحسب ما تستطيع المكتبة التعرف على احتياجات مستفيديها وما ينتظرونه من خدمات وطرق تقديمها ونوعية وتخصص مصادر المعلومات التي هم في حاجة إليها. أما على صعيد الخدمات فتلعب شبكات التواصل الاجتماعي دوراً هاماً يسمح للمكتبات العامة أن تضمن تسويق جيد لخدماتها ومختلف النشاطات التي تنظمها، وفي هذا الصدد فإنه يتعين على المتخصصين في مجال المكتبات العامة أن يكونوا على قدر كبير من الوعي المهني واضعين في حسابهم أن هذه الشبكات تم تصميمها ويتم تطويرها بطريقة ليس شرطاً أن تناسب طبيعة نشاط المكتبات العامة المصرية ولا مقوماتها ولا خصوصيتها، وعلى جانب آخر لا يوجد حتى الآن أي ضمان لاستمرار مواقع شبكات التواصل الاجتماعي - التي تعد أحد وسائل التسويق الإلكتروني - في إتاحة خدماتها مجاناً.

وترى أماني مجاهد أنه يمكن على سبيل المثال استغلال خاصية عرض الصور في الشبكات الاجتماعية بأن تقوم المكتبة بإنشاء ألبوم خاص يتضمن صور لقاءات المكتبة وتعرف المستخدمين بأقسام المكتبة المختلفة وكذا خدماتها أو أن تعرض صور أخصائي المعلومات وهو يقدم الخدمات المختلفة، كما يمكن استغلال هذه الخاصية في عملية التسويق للدورات التدريبية التي تعقدتها المكتبة عن طريق نشر صور هذه الدورات وغيرها. كذلك يمكن نشر صور لأغلفة الكتب وأوعية المعلومات التي وردت حديثاً لمكتبة أو الكتب الأكثر تداولاً. أو الإعلان عن مجموعة من الكتب البعيدة عن أنظار المستفيدين. وهذا ما يمكن تطبيقه بنفس الطريقة من خلال خاصية الفيديو.

وقد لفتت دراسة أماني مجاهد الأنظار إلى خاصية المجموعات Groups حيث يمكن للمكتبة تكوين مجموعات اهتمام خاصة بها وبما تقدمه من خدمات وطرق الحصول عليها. كذلك تتيح مواقع التواصل الاجتماعي خاصية الأحداث الهامة Events حيث يمكن للمكتبة التنويه عن الندوات والمعارض التي تجريها المكتبة وذلك من خلال كتابة (اسم الحدث - نوع الحدث - وصف الحدث - موعد انعقاده..الخ).

ولا تتوقف وسائل التسويق الإلكتروني التي يمكن أن تستخدمها المكتبات العامة على مواقع التواصل الاجتماعي فحسب بل يمكنها أيضاً استخدام الوسائل التالية على سبيل المثال استغلال خدمات الرسائل النصية القصيرة SMS حيث يمكن استغلالها في إحاطة المستفيدين بأحداث وأنشطة المكتبة أولاً بأول. واستخدام المدونات Blogs يمكن أن تقدم المكتبات خدماتها عن طريق المدونات خاصة خدمة المراجع الإلكترونية^(١).

وللوقوف على الوضع الحالي للتسويق الإلكتروني في المكتبات العامة في مصر. تم عمل دراسة ميدانية عن وسائل التسويق الإلكتروني التي تتبعها المكتبات العامة عينة الدراسة لتحديد مدى أهمية وفعالية التسويق الإلكتروني في بها.

٣/٤ منظومة مكتبات مصر العامة - بالقاهرة الكبرى:

تقوم مكتبة مصر العامة باستخدام عدد من الوسائل للتسويق الالكتروني لما تقدمه من خدمات وأنشطة يمكن حصرها في التالي:

- مجموعة المكتبة على موقع (facebook) www.facebook.com/mpl.egypt

- قناة مكتبة مصر العامة www.youtube.com/user/mplchannel

- الموقع الالكتروني للمكتبة موقع المكتبة www.mpl.org.eg

كما تجدر الإشارة إلى أن المكتبة كانت قد أنشأت أيضاً مدونة، وصفحة على موسوعة Wikipedia بيانهم كالتالي:

- مدونة مكتبة مصر العامة www.mpl-eg.blogspot.com

- صفحة المكتبة بموسوعة Wikipedia . مكتبة_مصر_العامة

<https://ar.wikipedia.org/wiki/>

وكلاهما يعاني من عدم التحديث، ويعزى السبب في ذلك إلى شعبية كل من Facebook , Youtube كما سيتضح لاحقاً من تحليل نتائج الاستبيان- في تغطية نتائج الاستبيان حيث يتيح التفاعل الكامل مع الجمهور مما قلل من أهمية المدونة، أما ما يخص تاريخ المكتبة وجميع المعلومات عنها فهي متاحة أيضاً على موقع المكتبة الالكتروني الأمر الذي أدى إلى عدم حيوية صفحة المكتبة على موسوعة Wikipedia.

وفيما يلي نستعرض أهم هذه الوسائل والخدمات التي تقدمها مكتبة مصر العامة وسياسات التشغيل الخاصة بها، وذلك بناءً على ما ورد بتقرير إدارة تكنولوجيا المعلومات بالمكتبة(١١).

١/٣/٤ صفحة المكتبة على موقع (Facebook):

أنشأت المكتبة الصفحة الرسمية لها على الشبكة الاجتماعية Facebook كأداة للتعريف بالمكتبة وما تقدمه من خدمات للمستفيدين، وتوضيح دورها الثقافي والاجتماعي والترفيهي في المجتمع، والتسويق لما تقدمه من خدمات وأنشطة.

الخدمات التي توفرها الصفحة:

- التسويق لكافة الأحداث المقامة في المكتبة من خلال الرسائل، الصور الفوتوغرافية، مقاطع الفيديو وأفلام الدعائية.
 - المتابعة المستمرة لأحداث المكتبة وأخبارها، وإعلام المستفيد بها عن طريق الرسائل والصور أو مقاطع الفيديو وأفلام الدعائية.
 - إتاحة المشاركة الفعالة للأعضاء ببعض الأعمال الثقافية تبعًا للائحة الاستخدام.
- مهام إدارة الصفحة:

1. التواصل مع الأقسام المختلفة للتزود بالمعلومات اللازمة للإعلان عن الخدمات والأنشطة الجديدة.
2. متابعة الأحداث الجارية وأخبار المكتبة وما يهم المستفيدين وإتاحة هذه البيانات على موقع المجموعة.
3. ربط الخدمات الإلكترونية الأخرى (الحالية والمتوقعة) بالصفحة مثل RSS, Twitter, YouTube.
4. المتابعة اليومية للمجموعة، والمتمثلة في :-
 - الرد على استفسارات المستفيدين سواء بالبريد الإلكتروني أو على الصفحة المخصصة للرد.
 - متابعة مشاركات المستفيدين على حائط المجموعة لإتاحتها أو لحذف المشاركات التي تنتافي مع سياسة الاستخدام الخاصة بالخدمة.
 - التغطية الإعلامية لخدمات وأنشطة وأحداث المكتبة الجارية.
 - المتابعة الدورية للمشاركات الثقافية والعلمية للأعضاء على المجموعة والعمل على تسويقها.

٢/٣/٤ قناة مكتبة مصر العامة على الإنترنت "Youtube":

تم تدشين مكتبة مصر العامة لقناتها على الإنترنت للتسويق للمكتبة من خلال نشر أفلام ومقاطع فيديو دعائية عن المكتبة وما تقدمه من خدمات وأنشطة. تمت القناة المستخدم بالمواد الإعلامية (أفلام دعائية

ومقاطع فيديو) تعرف بالمكتبة وما تقدمه من خدمات وأنشطة وفعاليات مختلفة، خدمات تسويقية.

ورابط الصفحة هو : <https://www.youtube.com/user/mplchannel>

مهام إدارة القناة

- المتابعة المنتظمة مع قسم العلاقات العامة للتزود بالمواد الإعلامية التي تغطي كافة الفعاليات التي تقام بالمكتبة.
- تصميم أفلام دعائية جديدة تسوق للمكتبة باستخدام البرامج الأربعة.
- نشر المواد الدعائية ومتابعة تعليقات الجمهور عليها لحذف التعليقات التي تتنافى مع السياسة العامة للخدمات الإلكترونية الخاصة بالمكتبة وساسة الاستخدام الخاصة بالقناة.
- التسويق للقناة وما تنشره من مواد دعائية عن طريق الخدمات الإلكترونية الأخرى.

سياسة استخدام القناة

- الهدف الأساسي من القناة هو التعريف بمكتبة مصر العامة وما تقدمه من خدمات وفعاليات، ولا يسمح بالإعلان عن أية نشاطات خاصة بأفراد أو مؤسسات أو التسويق لها بأي صورة من الصور.
- غير مسموح برفع مقاطع الفيديو على القناة إلا من خلال مراسلة إدارة القناة.
- يتم الالتزام بالسياسة العامة للخدمات الإلكترونية ويتم حذف أية تعليقات تتنافى مع تلك السياسة دون الرجوع لأصحابها أو إبداء أسباب الحذف.

٣/٣/٤ مدونة مكتبة مصر العامة MPL Blog's:

أنشأت مكتبة مصر العامة مدونتها الإلكترونية <http://mpl-eg.blogspot.com> كأول مدونة إلكترونية لمكتبة عامة عربية يحررها أعضاؤها لتحقيق الأهداف التالية:

- توفير مساحة مجانية لنشر الأعمال المختلفة لأعضاء وغير أعضاء المكتبة.

- جعل المدونة بوابة مجانية لأعضائها يستطيعون من خلالها نشر أعمالهم العلمية والثقافية المختلفة.
 - تقدم المدونة مجموعة متنوعة من المقالات في شتى التخصصات.
 - تسوق المدونة لبعض خدمات المكتبة وأنشطتها في صورة مقالات داعمة وشارحة.
- مهام إدارة المدونة :

١. الاهتمام بتصميم المدونة من الناحية الشكلية وتحديثه كل عدة أشهر.
 ٢. إدارة محتوى المدونة والذي يتضمن القيام بالعمليات التالية:
- متابعة أعمال المستخدمين التي تصل إلى البريد الإلكتروني الخاص بالمدونة بشكل يومي ومراجعتها لغوياً من ناحية، وعدم تعارضها مع سياسة النشر الخاصة بالمدونة من ناحية أخرى.
 - مراسلة صاحب المشاركة لإبلاغه بالملاحظات ليقوم بالتعديلات اللازمة إن وجدت أو لإبلاغه برفض النشر.
 - تحرير الكتابات ونشرها على المدونة.
 - المتابعة اليومية لتعليقات جمهور المدونة على الأعمال المضافة، وحذف أية تعليقات مخالفة لسياسة الاستخدام الخاصة بالخدمة.

سياسة استخدام المدونة والنشر

- يتم رفض أية أعمال تخالف سياسة النشر المعلن عنها بالمدونة، ويتم مراسلة صاحب العمل وإبلاغه بسبب الرفض.
- الهدف الأساسي من المدونة هو توفير مساحة مجانية لنشر الأعمال المختلفة، ولا يسمح باستغلال المدونة لأية أغراض إعلانية إلا بموافقة إدارة المدونة وبما تراه مناسباً.
- حقوق الملكية الفكرية الخاصة بالأعمال المنشورة على المدونة محفوظة لأصحابها، ويحظر استخدام تلك الأعمال بأي صورة من الصور بدون موافقة أصحابها.

- الأفكار المنشورة بالمدونة تعبر عن أصحابها ولا تعبر عن آراء أو سياسات مكتبة مصر العامة، حيث أن المدونة تكفل حرية التعبير طالما لم يتم مخالفة السياسة العامة للخدمات الإلكترونية، وسياسة الاستخدام.

٤/٣/٤ صفحة المكتبة على موسوعة Wikipedia:

أنشأت مكتبة مصر العامة صفحتها على الموسوعة الحرة Wikipedia لتوفير معلومات موثقة عن المكتبة على الموسوعة التي اعتمد على معلوماتها أكثر من ٧٨ مليون زائر شهرياً في ٢٠٠٩، وذلك حسب ماورد بتقرير إدارة تكنولوجيا المعلومات بالمكتبة.

إدارة الصفحة

- موسوعة Wikipedia هي موسوعة حرة يمكن للجميع تحرير مقالاتها والتعديل فيها بالإضافة إليها، ومن الضروري المتابعة اليومية لصفحة المكتبة على الموسوعة للتحقق من أي إضافة قد تتم على الصفحة من حيث اللغة والمضمون وذلك بالتعديل أو الحذف.
- تحديث بيانات ومعلومات المكتبة على الصفحة كلما دعت الحاجة إلى ذلك مع مراعاة توثيق تلك المعلومات والبيانات من إدارة المكتبة.

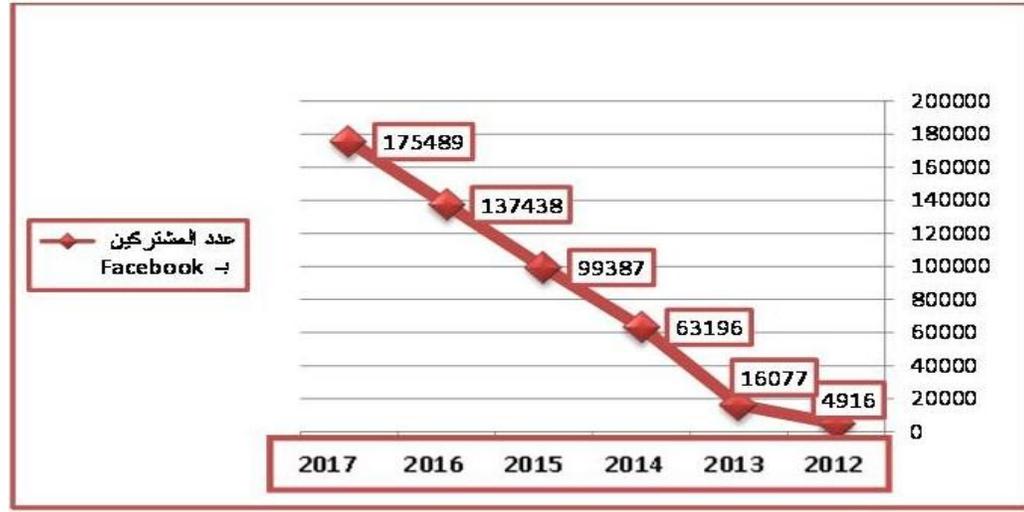
٤/٣/٥ تحليل إحصائيات وسائل التسويق الإلكتروني لمكتبة مصر العامة:

تمتلك مكتبة مصر العامة موقع خاص على شبكة الانترنت (يجرى تحديثه من منتصف عام ٢٠١٦)، وبناء على الإحصائيات الصادرة من إدارة تكنولوجيا المعلومات بالمكتبة فإن المتوسط الشهري لزيارة موقع المكتبة خلال الأعوام ٢٠١٢ حتى ٢٠١٥ بلغ ١٢٨٤٧ زيارة شهرياً^(١٢).

ولتحديد مدى نجاح وسائل التسويق الإلكتروني في جذب المستخدمين تقدم الدراسة الإحصائية التالية والتي تحدد مدى تطور اهتمام المستخدمين بأحد أهم وسائل التسويق الإلكتروني التي تستخدمها مكتبة مصر العامة الرئيسية وهي صفحة المكتبة على موقع Facebook.

المشتركين بـ Facebook	العام
٤٩١٦	٢٠١٢
١٦٠٧٧	٢٠١٣
٦٣١٩٦	٢٠١٤
٩٩٣٨٧	٢٠١٥
١٣٧٤٣٨	٢٠١٦
١٧٥٤٨٩	٢٠١٧

جدول (٢٨) يوضح عدد المشتركين بصفحة مكتبة مصر العامة على موقع Facebook.

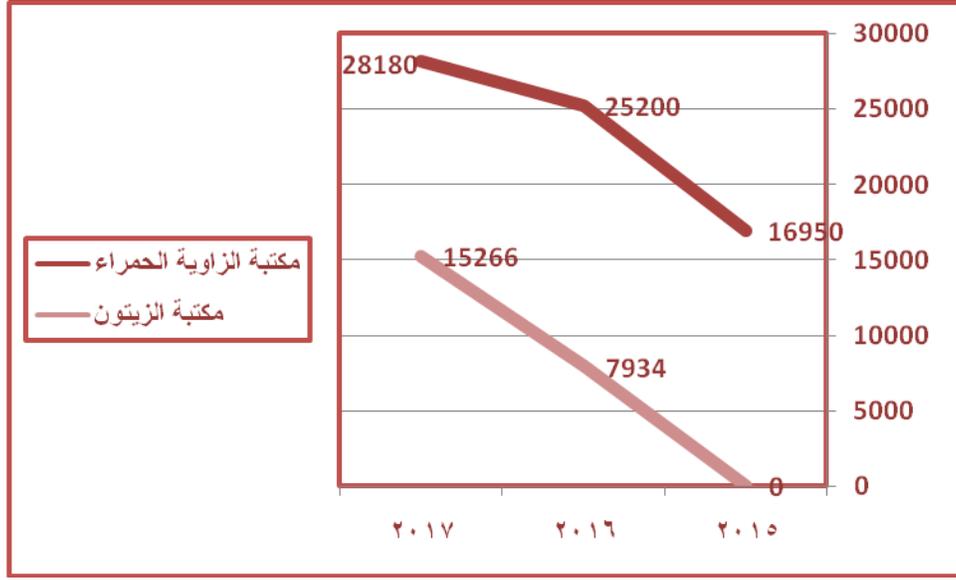


شكل (٢٣) يوضح الزيادة في عدد المشتركين بصفحة مكتبة مصر العامة على موقع Facebook.

أما فيما يخص فرعي مكتبة مصر العامة بالزاوية الحمراء والزيتون فقد جاءت إحصائياتهم كالتالي:

العام	فرع الزاوية الحمراء	فرع الزيتون
٢٠١٥	١٦٩٥٠	-
٢٠١٦	٢٥٢٠٠	٧٩٣٤
٢٠١٧	٢٨١٨٠	١٥٢٦٦

جدول (٢٩) يوضح عدد المشتركين بصفحات فرعي مكتبة مصر العامة على موقع Facebook.



شكل (٢٤) يوضح الزيادة في عدد المشتركين بصفحات فرعى مكتبة مصر العامة على موقع Facebook.

وبتحليل نتائج الجداول يتضح التزايد المطرد في أعداد المشتركين بصفحات مكتبة مصر العامة وفرعيها بالقاهرة الكبرى على موقع Facebook حيث أنه فيما يخص المكتبة الرئيسية فقد ارتفع من ١٦.٠٧٧ مشترك في عام ٢٠١٣ ليصل عدد المشتركين في ٢٠١٧ إلى ١٧٥.٤٨٩ بزيادة تبلغ ما يزيد عن ١٠.٩ ضعف خلال ٤ سنوات فقط.

وفيما يخص فرعى المكتبة فإن مكتبة مصر العامة بالزاوية الحمراء قد حققت طفرة ملحوظة بين عامي ٢٠١٥، ٢٠١٦ محققة معدل نمو ٤٨.٧ %، ويعود ذلك كون المكتبة قد حرصت على تعيين أخصائي تسويق منذ افتتاحها في أبريل ٢٠١٤، إضافة إلى الحرص على إخطار المستفيدين بضرورة متابعة الصفحة للتعرف على جميع فعاليات المكتبة.

أما مكتبة مصر العامة بالزيتون فقد قامت بإنشاء صفحة جديدة لها أثناء عام ٢٠١٥ وتم إغلاق الصفحة القديمة^(٣)، لذا فلم يتم إدراج عدد المشتركين لعام ٢٠١٥ لهذه المكتبة كما هو موضح بالجدول رقم (٢٨)، والذي يتضح منه معدل الزيادة في أعداد المشتركين وإن كان بشكل أقل من المكتبة الرئيسية، وتفسر الدراسة ذلك التفاوت في معدل الزيادة بين المكتبة الرئيسية وفرعيها إلى وجود

علاقة طردية بين عدد المشتركين بكل مكتبة وعدد المشتركين على صفحتها على موقع Facebook، والجدول (٢٩) يوضح عدد المشتركين النشيطين بكل مكتبة نهاية عام ٢٠١٧.

المكتبة	مصر العامة الرئيسية	فرع الزاوية الحمراء	فرع الزيتون
عدد الأعضاء	٢٢٥٣٩	٧١٦٦	٣٦٨٧

جدول (٣٠) يوضح عدد الأعضاء بمكتبة مصر العامة وفرعها بالقاهرة الكبرى.

كما يمكن إضافة عامل تنوع الأنشطة واستضافة الفعاليات الطلابية إلى عوامل زيادة الاشتراك بصفحة إحدى المكتبات عن الأخرى، فعلى سبيل المثال في العام ٢٠١٥/٢٠١٦ فإن عدد الأنشطة المقامة في المكتبة الرئيسية بلغ ٣٣٦٣ شارك فيها عدد ٦٤٥٩٢ مستفيد، وفرع الزاوية الحمراء أقيم عدد ١٤١٨ نشاط شارك فيه مستفيد ٥٤٤٢٠، بينما بلغ عدد الأنشطة عن نفس العام بفرع الزيتون ١١٤١ نشاط بمشاركة ١٨٥٥٤ مستفيد.

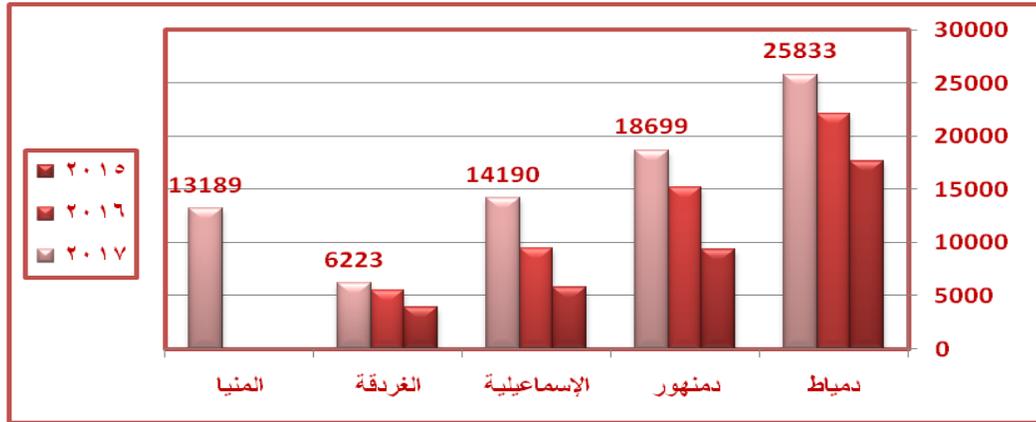
وبطبيعة الحال فإن هذا التفاوت في عدد الفعاليات المقامة بكل مكتبة يتحكم فيه عدة عوامل منها الجغرافية مثل القرب من أحد الجامعات حيث أن المكتبة الرئيسية قريبة من جامعة القاهرة، وفرع الزاوية الحمراء قريب من جامعة عين شمس مما وفر لكلا المكتبتين عدد وفير من الأنشطة الطلابية، ومنها ما يتعلق بالتجهيزات والبنية التحتية التي تتيح القدرة على استضافة ورش العمل والفعاليات المختلفة، وتعد المنفعة متبادلة بين وسائل التسويق الإلكتروني التي تسوق الفعاليات التي تقيمها المكتبة وتشكل أحد الركائز الأساسية في ازدياد الإقبال على المستفيدين من الدورات والورش المقامة بالمكتبات العامة، وبين الفعاليات نفسها التي تجذب المزيد من المستفيدين وبالتالي المزيد من المشاركين والمتفاعلين مع وسائل التسويق الإلكتروني.

٤/٤ مكتبات مصر العامة الإقليمية:

قامت المكتبات الإقليمية بإنشاء صفحة (Page) لكل مكتبة عدا مكتبة دمنهور التي تستخدم مجموعة اهتمام (Group). والإحصائيات الواردة بالجدول رقم (٣٠) تسجل عدد المشاركين خلال الأعوام من ٢٠١٥ حتى ٢٠١٧ بصفحات مكتبات مصر العامة الإقليمية عينة البحث (٤).

المكتبة	عدد أعضاء الصفحة ٢٠١٥	عدد أعضاء الصفحة ٢٠١٦	عدد أعضاء الصفحة ٢٠١٧
دمياط	١٧٦٧٠	٢٢١٧٠	٢٥٨٣٣
دمنهور	٩٣٥٠	١٥١٦٧	١٨٦٨٩
الإسماعيلية	٥٧٨٦	٩٥١٠	١٤١٩٠
الغردقة	٣٩٤٨	٥٥٢١	٦٢٢٣
المنيا	-	-	١٣١٨٩

جدول (٣١) يوضح عدد المشاركين بصفحات المكتبات الإقليمية على موقع Facebook.



شكل (٢٥) يوضح الزيادة في عدد المشتركين بصفحة مكتبات مصر العامة الإقليمية على موقع Facebook.

يتضح من الجدول والرسوم البيانية الزيادة المضطردة في عدد المشاركين بجميع صفحات مكتبات مصر الإقليمية على موقع Facebook، وعلى سبيل المثال فقد بلغت الزيادة في عدد المشاركين

بين عامي ٢٠١٥، ٢٠١٧ بصفحة مكتبة مصر العامة بدمياط ٨١٦٣ مشترك بنسبة زيادة بلغت ٤٦.٢%، وهكذا الحال في باقي المكتبات التي حققت نسب زيادة متفاوتة تجاوز بعضها نسبة ١٠٠% كما هو الحال في مكتبة مصر العامة بالإسماعيلية.

وقد رصدت الدراسة أن مكتبة مصر العامة بدمياط حققت أعلى نسبة تفاعل من المستخدمين على منشوراتها مابين تعليقات أو إعجاب خلال الأعوام الثلاث المشار إليها حيث بلغ متوسط التفاعل ٢٣٦٨٧٩ مرة. يليها مكتبة مصر العامة بدمهور ب ١٨٦٩٩، مقابل ٦٢٨٥٤ لمكتبة الإسماعيلية، ٤٥٦٠٤ لمكتبة مصر العامة بالغرديقة، و ٦٩٥٦٢ لمكتبة المنيا وهو رقم متميز بالنظر لحدثة افتتاحها. بينما لم تقدم مكتبة مصر العامة بالأقصر وهي أحد المكتبات العامة عينة الدراسة في تقاريرها السنوية أي إحصائيات حول صفحتها على موقع فيسبوك، وهو ما يعتبر عدم دراية بأهمية إحصاء ومتابعة استخدام الجمهور ومتابعة تفاعله لأحد أهم وسائل التسويق للمكتبة.

٤/٥ مكتبات جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع:

استخدمت جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع في مرحلة سابقة عدة وسائل في مجال التسويق الالكتروني بهدف التكامل فيما بينها والوصول إلى المستخدمين بمختلف ميولهم، وتقتصر حالياً على:

- الموقع الالكتروني للجمعية <http://www.escd.org.eg>
- صفحة الجمعية على موقع <https://www.facebook.com/ESCDsociety/>

وقد قامت الجمعية منذ أواخر عام ٢٠١٠ باللجوء إلى مواقع التواصل الاجتماعي كأحد وسائل التسويق الالكتروني وذلك بغرض الإعلان عن الأهداف العامة للجمعية ومجالات عملها، والتسويق للأنشطة المختلفة التي تقدمها، مع تمكين أكبر عدد من فئات المجتمع المختلفة من التعرف على أنشطة الجمعية والاستفادة من هذه الأنشطة والخدمات من خلال مواقع الجمعية المختلفة. ويتم التحكم بالنشر على الصفحة الرئيسية والمجموعات من خلال تعديل الصلاحيات بواسطة إدارة تكنولوجيا المعلومات بالجمعية مما يعطى فرصة أكبر لتلافي نشر أي أخبار قد تتعارض مع أهداف ومبادئ الجمعية بالإضافة إلى المتابعة المستمرة للصفحات وحذف أي تعليقات غير مقبولة.

ولم تكثف الجمعية بإنشاء مجموعات تواصل للمكتبات العامة ومكتبات الطفل التابعة لها، بل قامت بإنشاء مجموعة خاصة بالإدارة يتم من خلالها نشر سياسة الجمعية وأهم قرارات مجلس الإدارة واتفاقيات التعاون مع الجهات الأخرى والتي تصب في إطار خدمة مجتمع المستفيدين*.

وتقدم الدراسة فيما يلي البيانات الخاصة بنتائج تشغيل مجموعات التواصل الاجتماعي للمكتبات العامة التابعة لجمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع على موقع Facebook ، وقد رأت الدراسة تقييم الموقف عبر فترات زمنية متباعدة نسبياً وذلك بهدف الوقوف على إذا ما كان هناك تطور ملموس قد حدث على اهتمام وتفاعل المستفيدين عبر تلك السنوات ومدى قدره.

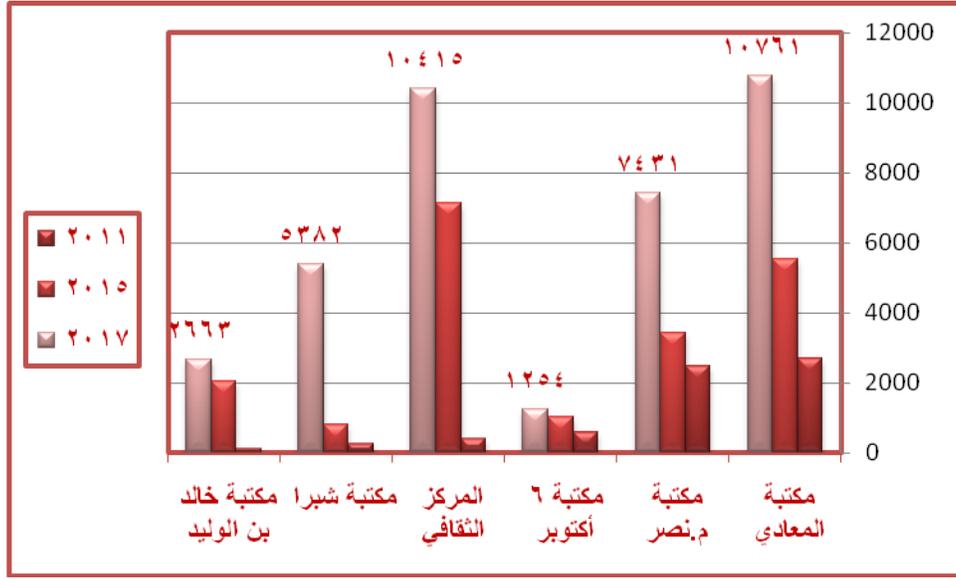
ويجدر في هذا الموضع الإشارة إلى أن الدراسة قد اعتمدت فيما يخص إحصائيات عام ٢٠١٧ على ملاحظة وإحصاء أعداد المشتركين في كل مجموعة اهتمام، من خلال عدد المشتركين في كل مجموعة والذي يدرج ضمن البيانات التي يتيحها موقع Facebook عن تلك المجموعة، نظراً لتوقف إدارة تكنولوجيا المعلومات بالجمعية عن إصدار تقرير موثق بهذا الشأن. فضلاً عن عدم توثيق المكتبات لأعداد المشتركين في مجموعات ضمن إحصائياتها وتقاريرها السنوية. وتعتبر الدراسة ذلك قصوراً من المكتبات العامة في متابعة وتقييم مجموعات الاهتمام. والجدول التالي يوضح تطور تفاعل المستفيدين مع مجموعات المكتبات العامة التابعة للجمعية.

م	المكتبة	عدد أعضاء المجموعة	عدد أعضاء المجموعة	عدد أعضاء المجموعة
١	مكتبة المعادي	٢٦٨١	٥٥١٥	١٠٧٦١
٢	مكتبة م. نصر	٢٤٥٩	٣٤١٢	٧٤٣١
٣	مكتبة ٦ أكتوبر	٦٠١	١٠٠٥	١٢٥٤
٤	المركز لثقافي	٣٩٧	٧١٣٩	١٠٤١٥
٥	مكتبة شبرا الخيمة	٢٤٢	٧٩٠	٥٣٨٢

* قام الباحث بالإشراف على تلك المجموعة بدءاً من ديسمبر ٢٠١٠ وحتى سبتمبر ٢٠١٢.

٢٦٦٣	٢٠٣٣	١٠٣	مكتبة خالد بن	٦
٣٧٩٠٦	١٩٨٩٤	٦٤٨٣	المجموع	

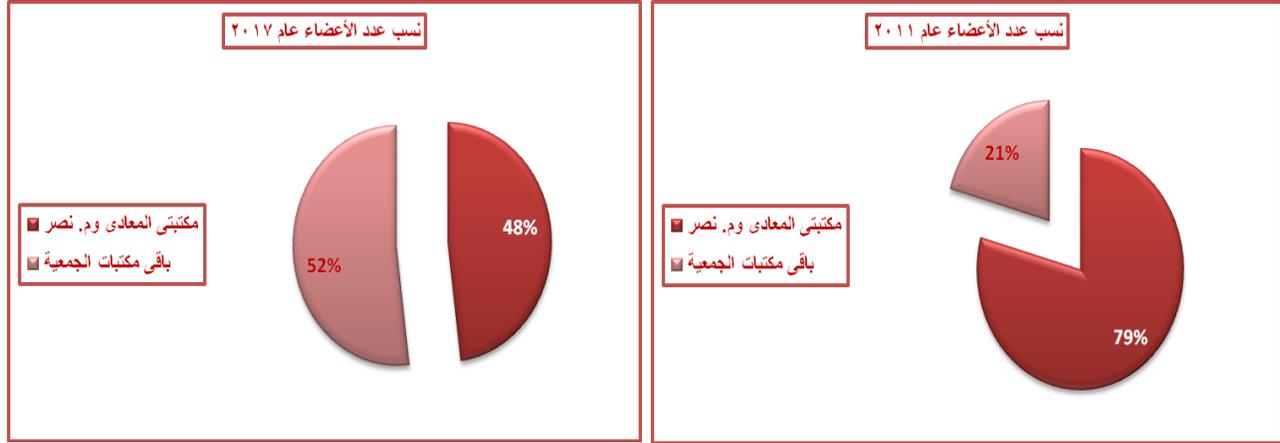
جدول (٣٢) يوضح عدد المشاركين في مجموعات مكتبات جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع على موقع Facebook.



شكل (٢٦) يوضح الزيادة في عدد المشتركين بصفحة مكتبات جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع على موقع Facebook.

وبتحليل نتائج الجدول يتضح ما يلي:

- بلغ عدد الأعضاء بكل من مجموعة مكتبة المعادي ومجموعة مكتبة مدينة نصر في عام ٢٠١١ (٥١٤٠ عضواً) بنسبة ٧٩.٣% من إجمالي الأعضاء، بينما بلغ عدد الأعضاء بمجموعات المكتبات الأربعة الأخرى عن نفس العام (١٣٤٣ عضو) بنسبة ٢٠.٧%. وقد انخفض هذا التباين الكبير في عام ٢٠١٧ حيث استحوذت المكتبتان على نسبة ٤٨% مقابل ٥٢% لباقي المكتبات



شكلي (٢٧)، (٢٨) يوضحان انحسار التفاوت في عدد المشتركين بمجموعات مكتبات جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع.

وتعزى الدراسة التفاوت الواضح في عدد المشتركين في مجموعات التواصل الاجتماعي الخاصة بالمكتبات العامة التابعة لجمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع في بداية إنشاء المجموعات عام ٢٠١١ إلى الأسباب التالية:

- التفاوت النوعي اقتصادياً واجتماعياً بين جمهور المستفيدين في مكتبتني "شبرا الخيمة"، و"خالد بن الوليد" من جانب وبين مكتبتني المعادي ومدينة نصر من جانب آخر حيث تقع مكتبتني شبرا الخيمة وخالد بن الوليد في مناطق شعبية ذات مستوى اجتماعي واقتصادي متوسط، بما يعنى أن نسبة استخدام أجهزة الحاسب الآلي في المنازل أو أجهزة الحاسب المحمولة والهواتف الذكية التي تتيح استخدام الانترنت من خلالها أقل كثيراً من تلك المتاحة والمستخدمة من جانب جمهور المستفيدين في مكتبتني المعادي ومدينة نصر.

- على الرغم من أن مكتبة المركز الثقافي تقع في حي مصر الجديدة إلا أن تواجدها بالمقر الإداري للجمعية أضر بها كثيراً من جانب المساحات والقاعات المخصصة لإقامة الأنشطة الموجهة للكبار تحديداً الأمر الذي أرسى في عقول الكثير من قاطني المنطقة بأن المكتبة تقدم خدماتها للأطفال فقط، وذلك على العكس من مكتبتني المعادي ومدينة نصر حيث تقام العديد من الأنشطة الموجهة للكبار والطلاب الجامعيين. وذلك في بادئ الأمر كما يتضح من إحصائية عام

٢٠١١، ولكن باستمرار التواصل مع المستفيدين من خلال التسويق الإلكتروني لخدمات وأنشطة المكتبة فقد قفزت قفزة هائلة في عام ٢٠١٥ لتحقق أعلى عدد عضويات بجميع المجموعات بعدد ٧١٣٩ عضو بنسبة بلغت ٣٥.٩% من إجمالي الأعضاء المشاركين بجميع المجموعات التواصل الاجتماعي، وفي عام ٢٠١٧ تفقد المركز الأول لصالح مكتبة المعادي. يلاحظ أيضاً ما يلي:

- تزايد معدلات المشاركة في مجموعات التواصل الاجتماعي لمكتبات الجمعية خلال الفترة من عام ٢٠١١ حتى ٢٠١٥ حيث بلغت الزيادة ١٣٤١١ عضو بمعدل زيادة بلغ ٢٠٦.٩% ، ويتحقق المزيد من التقدم في العام ٢٠١٧ حيث بلغ الزيادة ١٨٠١٢ عضو بنسبة زيادة عن عام ٢٠١٥ تبلغ ٩٠.٥%.
- حققت مكتبة شبرا الخيمة أعلى معدل نمو في عدد المشتركين خلال الفترة من ٢٠١٥ - ٢٠١٧ حيث بلغت نسبة النمو ٥٨١%، وتفسر الدراسة ذلك بسبب تولى رئيس قسم تكنولوجيا المعلومات لإدارة المكتبة ، بينما تناوب في الفترة من ٢٠١١ حتى ٢٠١١ عدد من المديرين ذوى الخلفيات العسكرية، بما يعنى أنه قد حدث اهتمام بالتسويق الإلكتروني من جانب الإدارة الجديدة.

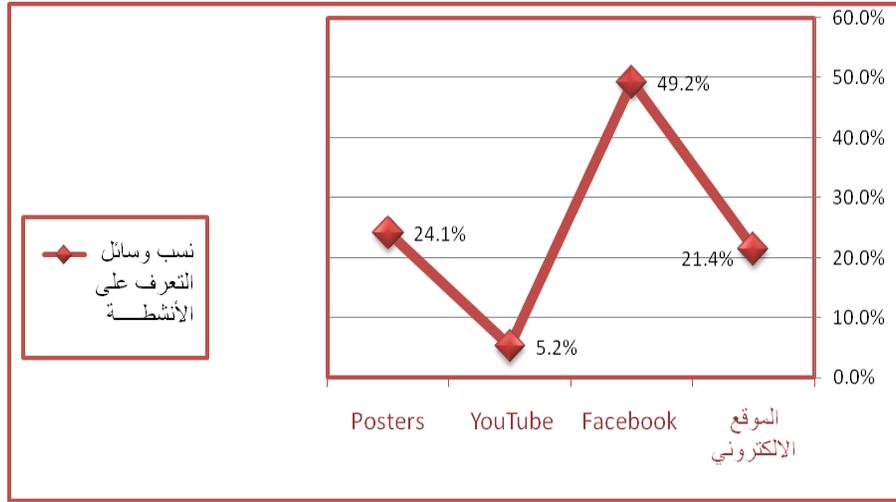
٦/٤ التحليل الإحصائي للإجابات على الاستبيان الموجه للمستفيدين:

بعد استخدام أدوات البحث المختلفة مثل المقابلة والملاحظة والتحليل الموضوعي للإحصائيات، وهي جميعها أدوات بحث تعتمد في مصادرها على العاملين بالمكتبات العامة. وضماناً لدقة نتائج البحث، وفي محاولة لاستكمال الإجابة على تساؤلاته. فقد لجأت الدراسة إلى استخدام الاستبيان الموجه لجمهور المستفيدين من المكتبات العامة، وقد تم الحصول على (٧٢٣) إجابة من المستفيدين من المكتبات عينة الدراسة. وقد جاءت نتائج الإجابة على تساؤلات الاستبيان كالتالي:

السؤال الأول: ما هي الوسائل التي تتعرف من خلالها على أنشطة المكتبة؟ والجدول التالي يوضح الأعداد والنسب المئوية لهذه الوسائل علماً بأنه أتيح للمستفيدين اختيار أكثر من وسيلة.

النسبة المئوية	عدد التكرارات	البيان
21.41%	226	الموقع الالكتروني للمكتبة.
49.24%	520	صفحة المكتبة على موقع Facebook.
5.21%	55	صفحة المكتبة على موقع YouTube.
24.14%	255	الملصقات (البوسترات) والنشرات المطبوعة بالمكتبة.
100%	1056	مجموع تكرار الإجابات.

جدول (٣٣) يوضح مدى فاعلية وسائل التسويق المختلفة.



شكل (٢٩) يوضح فاعلية وسائل التسويق المختلفة.

يتضح من الجدول والرسم البياني أن صفحات المكتبات على موقع Facebook تستحوذ على نسبة تقترب من معادلة وسائل التسويق الالكتروني الأخرى مجتمعة. وهذا يدل على ارتفاع متابعة المستخدمين لصفحات ومجموعات المكتبات على هذا الموقع والتطور في استخدامه، ويدل على ذلك التطور الدراسة التي أجراها سعد عبد الموجود أبوزيد في عام ٢٠١١ حيث كان من نتائج الاستبيان الذي استخدمته نسبة متابعة المستخدمين لنفس الوسيلة الالكترونية، وقد بلغت حينها ٢٧.٤% فقط، بينما حصلت الملصقات في ذلك الوقت على نسبة بلغت ٥٤% في المركز الأول^(١٧).

وتأتى الملصقات والإعلانات المطبوعة بالمكتبة في المركز الثاني حيث أن المستفيدين الذين اعتادوا الحضور إلى المكتبات بكثافة ومنذ مدة تعود إلى عدة سنوات سابقة قد اعتادوا قراءة ومتابعة لوحات الإعلانات بمدخل المكتبات والتي يعلن فيها عن الأنشطة والندوات، أو النشرات التي توضح الأنشطة الصيفية للأطفال مثلاً وأسعار الدورات ومواعيدها... الخ.

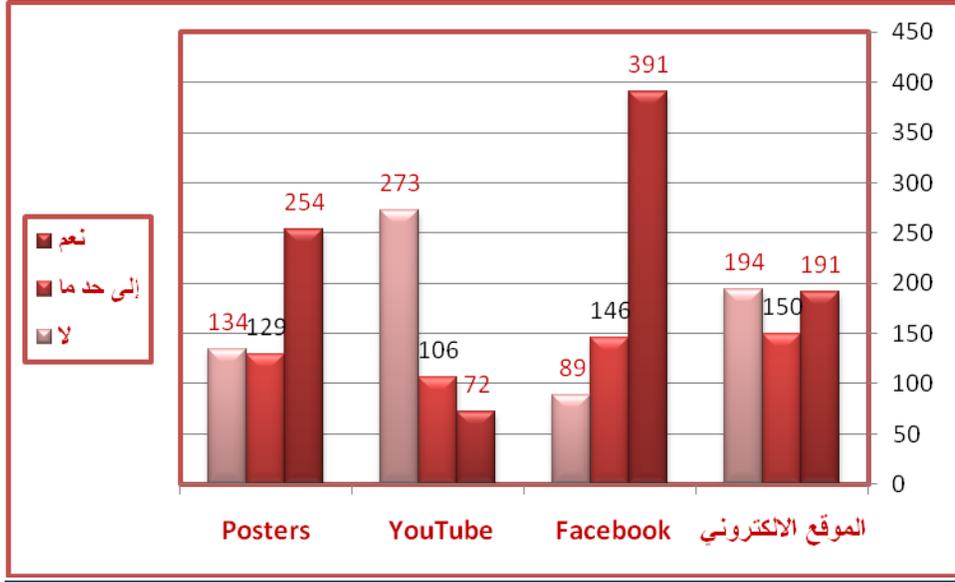
كما يتضح انخفاض متابعة المواقع الالكترونية للمكتبات، وكذلك موقع Youtube، وتعزى الدراسة ذلك الانخفاض بسبب الشمولية والتنوع اللتان تتميز بها صفحات المكتبات على موقع Facebook حيث أنها تحتوى على جميع الوسائط بما في ذلك مقاطع الفيديو لما تنظمه من فعاليات.

السؤال الثاني:

هل ساهمت أحد الوسائل التالية في زيادة مشاركتك في أنشطة المكتبة؟
وقد جاءت إجابة المستفيدين على النحو الذي يوضحه الجدول التالي، علماً بأن المستفيدين لم يقوموا بإبداء رأيهم حول جميع الوسائل:

م	الوسيلة	نعم	إلى حد ما	لا
أ	الموقع الإلكتروني للمكتبة.	١٩١	١٥٠	١٩٤
ب	صفحة المكتبة على موقع Facebook.	٣٩١	١٤٦	٨٩
	قناة المكتبة على موقع YouTube	٧٢	١٠٦	٢٧٣
د	الملصقات (البوسترات) والنشرات المطبوعة	٢٥٤	١٢٩	١٣٤

جدول (٣٤) نتائج إجابة السؤال الثاني من الاستبيان.



شكل (٣٠) يوضح نسبة تأثير وسائل التسويق المختلفة على زيادة المشاركة في الأنشطة.

يتضح تراجع حصول الموقع الإلكتروني للمكتبات العامة على المركز الثاني بعد صفحات المكتبات على Facebook ويعزى الباحث السبب في ذلك إلى تميز الأخيرة بسرعة متابعة الأحداث والمرونة في التفاعل مع كل من الخدمات والأنشطة التي تقدمها المكتبة من جانب والجمهور واستفساراته وتعليقاته من جانب آخر على تلك الفعاليات وتفاصيلها، مما يساهم فعلياً في زيادة مشاركتهم بها.

السؤال الثالث:

هل تتابع وسائل التسويق الإلكتروني التالية:

م	الوسيلة	يومي	أسبوعي	شهري	نادراً	لا
أ	الموقع الإلكتروني للمكتبة	٧٦	١٠٠	١٣٠	٦٧	١٢٧
ب	صفحة المكتبة على موقع	٢٣٦	١٥١	١١٦	٤٨	٦٥
ج	قناة المكتبة على موقع YouTube	٣٠	٥٠	١١٩	٤٥	١٥٥

جدول (٣٥) نتائج إجابة السؤال الثالث من الاستبيان.

ويتضح من إجابات المستفيدين قدرة الصفحات والمجموعات التي أنشأتها المكتبات العامة عينة الدراسة بوقع Facebook على الاستحواذ على القدر الأكبر من المتابعة على مدار فترات زمنية متقاربة (يومية - أسبوعياً)

السؤال الرابع: هل شاهدت خبر عن المكتبة في أحد المواقع الإلكترونية الأخرى؟

جاءت إجابات المستفيدين على هذا السؤال كالتالي:

- نعم: ٣٤٨ إجابة بنسبة ٤٨.١%

- لا: ٣٧٥ إجابة بنسبة ٥١.٩%

وهذا يفيد بأنه يجب على المكتبات العامة الاعتناء بضرورة نشر أخبارها وفعاليتها على المواقع الإخبارية الإلكترونية أو المواقع الأدبية والثقافية ذات الصلة.

السؤال الخامس: ما هي مزايا التعرف على أنشطة وأخبار المكتبة عبر وسائل الإعلام الإلكتروني؟

جاءت إجابات المستفيدين على هذا السؤال كالتالي:

✓ سهولة التصفح. (٢٨٠) بنسبة ٢٩.٩%.

✓ سرعة الوصول للمعلومات. (٤٥٨) بنسبة ٤٨.٩%.

✓ تنوع الأخبار. (١٩٩) بنسبة ٢١.٢%.

السؤال السادس: هل سبق وأن حصلت على أحد خدمات المكتبة عن طريق البريد

الإلكتروني أو موقع المكتبة على الانترنت؟

جاءت إجابات نسب إجابة المستفيدين على هذا السؤال كالتالي:

- (نعم): بنسبة ٣٦%.

- (لا): بنسبة ٦٤%.

بالرغم من أن المكتبات عينة الدراسة تعد من أوائل المكتبات العامة التي اهتمت بإدخال تكنولوجيا المعلومات ومتوفر بها الإمكانيات والبنية التحتية التي تسمح لها بتقديم خدمات إلكترونية متنوعة للمستفيدين، وتوصي الدراسة بضرورة الاهتمام والتوسع في تقديم الخدمات الإلكترونية المتنوعة للمستفيدين والتنويه عنها بشكل مكثف لاحتمالية عدم إدراك بعض المستفيدين لوجودها.

السؤال السابع:

هل ما تقوم به المكتبة للتعريف بأنشطتها عبر وسائل التسويق الإلكتروني كافٍ من وجهة نظرك؟

وقد جاءت نسب إجابة المستفيدين على هذا السؤال كما هو موضح بالجدول رقم (٣٦):

النسبة المئوية	البيان
٢٦.٦ %	نعم
٤٦.٢ %	الى حد ما
٢٧.٢ %	لا

جدول (٣٦) نتائج إجابة السؤال السابع من الاستبيان.

الخلاصة:

- الاقتصاد والتسويق وجهاً لعملة واحده، وقد أصبحت وسائل التسويق الالكتروني أحد البدائل والخيارات الإستراتيجية الهامة لمواجهة ضعف تمويل المكتبات العامة كونها وسيلة تسويق مجانية، بالإضافة لما تحققه من دخل غير مباشر للمكتبات من خلال التسويق للأنشطة والدورات التي ترفع من إيرادات المكتبة وتزيد عدد المستفيدين، إضافة إلى ما يعود على هؤلاء المستفيدين من نفع اقتصادي غير مباشر (كما هو مفصل بالفصل الثالث).

- حققت وسائل التسويق الالكتروني بالمكتبات العامة عينة الدراسة نجاحاً ملحوظاً في السنوات الأخيرة، وقد رصدت الدراسة هذا التطور خلال الفترة منذ عام ٢٠١١ حتى عام ٢٠١٧، وأهم مظاهر هذا النجاح هو العدد المتزايد الذي استطاعت أن تجذبه من المستفيدين حسب الإحصائيات الدورية الصادرة عن تلك المكتبات والذي تحدده الإحصائيات الواردة بالدراسة، إضافة إلى ملاحظة ومعايشة الباحث ومتابعته لصفحات ومجموعات الاهتمام الخاصة بتلك المكتبات.

- على الرغم من ذلك التزايد في أعداد المشتركين في بعض وسائل تسويق المكتبات الالكترونية إلا أنه مازال يوجد نسبة ليست بالقليلة لم تدخل بعد في نطاق المستخدمين الفعليين والدائمين المتابعين لتلك الوسائل وقد يرجع ذلك لعدة أسباب منها ضعف الترويج لتلك الوسائل. بالإضافة إلى عدم ملائمة تلك الوسائل للمجتمعات السكانية المحيطة ببعض المكتبات، وإن كان الوضع في تحسن مستمر وقد يحتاج المزيد من الجهود الإعلامية والتسويقية.

- وسائل التسويق الالكتروني تسمح بتوطيد العلاقة بين المكتبات العامة والمستفيدين من خدماتها من خلال التعرف على احتياجاتهم والاستجابة السريعة لتلبية تلك الاحتياجات. والمسئولية مشتركة بين كل من المرسل المتمثل في المكتبة العامة من جانب، والمستقبل وهم المستفيدين من جانب آخر. فعلى المرسل أن يهتم بشكل ونوعية وكيفية الرسالة وتوعية المستقبل بفوائد ومزايا الرسالة، كما على المستقبل أن يدرك تماماً كل هذه المزايا وعليه الاستفادة منها بالشكل الأمثل.

- تحتل شبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة وموقع facebook بصفة خاصة مكانة متقدمة في وسائل التسويق الالكتروني المكتبات العامة متقدماً على المواقع الالكترونية، وموقع YouTube.

- أهمية ما ينشر من أخبار عن المكتبات في المواقع الالكترونية الأخرى خاصة ذات الصلة أو المواقع الإخبارية كأحد أساليب التسويق الالكتروني غير المباشر، وضرورة الاهتمام به والتوسع فيه.

قائمة المصادر:

- (١) شيماء السيد سالم. الاتصالات التسويقية المتكاملة. القاهرة: مجموعة النيل العربية، ٢٠٠٦. ص ٢٦١.
- (٢) نيفين حسين حشمت. التسويق الدولي والإلكتروني. الإسكندرية: دار التعليم الجامعي، ٢٠١٠. ص ١٢٤.
- (٣) محمد عبد العظيم أبو النجا. التسويق الإلكتروني: آليات التواصل مع العملاء. الإسكندرية: الدار الجامعية، ٢٠٠٨. ص ٨١.
- (4) Judy Strauss, Raymond Forst. E-Marketing. Boston: Pearson, 2012. P. 28.
- (٥) وحيد عيسى موسى. خدمات المعلومات الإلكترونية في بعض المكتبات القومية والعامة: دراسة ميدانية لإدارة الجودة الشاملة. رسالة دكتوراه. جامعة بني سويف: كلية الآداب. قسم الوثائق والمكتبات، ٢٠٠٧. ص ٧٢.
- (٦) عماد حسن عبد الحفيظ. الأنشطة التسويقية لخدمات المعلومات الإلكترونية بمكتبة الإسكندرية. رسالة ماجستير. جامعه الإسكندرية: كلية الآداب. قسم المكتبات والمعلومات. ٢٠١٠، ص ٢٧٢.
- (٧) هشام بن عبد الله العباسي. التسويق الإلكتروني لخدمات المكتبات عبر الانترنت. دراسات عربية في المكتبات وعلم المعلومات. مج ١١، ع ٣ (سبتمبر ٢٠٠٦). ص ١١٨.
- (٨) توفيق محمد عبد المحسن. تكنولوجيا التسويق والبيع عبر الانترنت. القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٨. ص ٥٠٤.
- (٩) سامي مبارك. المكتبة الوطنية في بيئة الويب ٢: نحو نموذج جيل ثاني للمكتبات الوطنية العربية ودوره في مواصلة إرساء مجتمع المعرفة العربي المعاصر. المؤتمر الثالث والعشرون للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات "الحكومة والمجتمع والتكامل في بناء المجتمعات المعرفية العربية. الدوحة، ٢٠١٢. ص ٩٢٤ - ٩٤٥.
- (١٠) أماني جمال مجاهد. استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة. دراسات المعلومات. ع ٨ (مايو ٢٠١٠).
- (١١) أحمد أمين أبو سعده. السياسة العامة لخدمات مكتبة مصر العامة الإلكترونية. القاهرة: مكتبة مصر العامة، ٢٠١١.
- (١٢) _____ . تقرير إدارة تكنولوجيا المعلومات. القاهرة: مكتبة مصر العامة، ٢٠١٥.

- (١٣) شيماء إمام محمود. مقابلة شخصية. ١٦ فبراير ٢٠١٨.
- (١٤) أحمد أمان. تقرير معدلات أداء المكتبات الإقليمية خلال ثلاث سنوات. القاهرة، ٢٠١٧.
- (١٥) التقرير السنوي لإدارة تكنولوجيا المعلومات. جمعية الرعاية المتكاملة، ٢٠١١.
- (١٦) سعد عبد الموجود أبوزيد. أنماط الإفادة من التسويق الإلكتروني في المكتبات العامة بمصر: دراسة ميدانية. دراسة مقدمة لجائزة الشارقة للأدب المكتبي. القاهرة، ٢٠١٥. ص ١٣.
- (١٧) _____ . التسويق الإلكتروني في المكتبات العامة بمصر: دراسة ميدانية. دراسة مقدمة للحصول على تمهيدي الدكتوراه. جامعة المنوفية. كلية الآداب. قسم المكتبات والمعلومات، ٢٠١٣. ص ١٢.

خطوات استرشادية نحو إعداد دليل إجرائي لتحقيق الجدوى الاقتصادية من المكتبات العامة

تناولت الدراسة عبر فصولها تجربة عدد من المكتبات العامة المصرية نحو محاولة تخفيض العجز بين المصروفات والإيرادات. تقدم الدراسة في هذا الجزء خطة إجراءات عملية للاستفادة منها كدليل إجرائي للمكتبات العامة يمكن استخدامه لتحقيق الجدوى الاقتصادية لها ولمجتمعاتها ككل.

ولوضع العلاج المناسب لابد أولاً من تحديد العلة بدقه، حيث تكمن المشكلة الاقتصادية التي تعاني منها المكتبات العامة في التفاوت الكبير بين حجم كل من النفقات والموارد وهو ما يوضحه شكل (٣١).



شكل (٣١) يوضح التفاوت بين موارد ونفقات المكتبات العامة.

وحيث أن المكتبات العامة يجب أن تحقق جدوى اقتصادية لها ولمجتمعها فإن هذا الدليل الإجرائي يقدم خطة العمل في شقين يمثلان المدخلات للمكتبة، والمخرجات للمجتمع كالتالي:

أ- المدخلات

يجب تغيير النظرة التقليدية لما تقدمه المكتبات العامة من خدمات، ويمكن البناء على كون المكتبة العامة قاعدة انطلاق للتعليم الدائم والمستمر، لذا فيمكن إدخال الدورات والأنشطة التي تدعم العملية التعليمية والتعليم المستمر مثل:

١. دورات اللغات خاصة الإنجليزية والفرنسية، وتبسيط مناهج العلوم، واللغة العربية والدراسات الإجتماعية، تحسين الخط العربي. على أن تقدم تلك الدورات والأنشطة بمقابل مالي يزيد عن تغطية تكلفة نفقاتها المباشرة بنسبة تتراوح ما بين ١٠% إلى ١٥%، وبذلك تكون المكتبة قد ساهمت في تدعيم مجال التعليم واستطاعت تحقيق دخل مالي مباشر إضافة إلى المعاونة رفع عبء مالي عن الأسرة المصرية والمتمثل في الدروس الخصوصية.

٢. دورات الحاسب الآلي وتكنولوجيا المعلومات بما فيها الدورات المتخصصة في الجرافيك والشبكات والصيانة، حيث تلقى إقبال من فئة الشباب والخريجين الجدد ويمكن الدخول في شركات أو الحصول على منح مخفضة من شركات متخصصة مثل شركة مايكروسوفت، أو التعاون مع بعض الجهات الحكومية المحلية مثل وزارة الشباب والرياضة. تحقق هذه الدورات جدوى اقتصادية مزدوجة لكل من المكتبة بضمان دخل مباشر جيد، وللمستفيدين حيث تساهم في تأهيلهم لسوق العمل.

٣. الدورات الفنية حيث أن المكتبة العامة منوط بها استقطاب المواهب وتنميتها لذا يمكن تقديم دورات متخصصة في فنون الرسم، والموسيقى، النظم والإلقاء والشعر، الإعداد المسرحي.. الخ وذلك لجميع الفئات العمرية، ونظراً لارتفاع المقابل المالي الذي يحصل عليه المدربين المتخصصين في هذه المجالات مما يرفع بالتبعية تكلفة الدورة على المكتبة وبالتالي المستفيدين، فإن الدراسة تقترح الاستعانة بطلبة الكليات المتخصصة مثل الفنون الجميلة والفنون التطبيقية والتربية الفنية والتربية النوعية حيث يمكن اختيار بعضهم من خلال مقابلة شخصية واسناد تدريب تلك الدورات لمن يمتلك المؤهلات الفنية والعلمية والموهبة التي تمكنه من التدريب، وبذلك يمكن تقديم تلك الدورات للمستفيدين بسعر مناسب يغطي تكلفتها المباشرة ويحقق هامش دخل للمكتبة، وعلى جانب آخر يكسب الطلبة والخريجين الجدد خبرات تؤهلهم للحصول على فرص عمل مستقبلاً إضافة لما حصلوا عليه من مكافآت مالية من المكتبة.

٤. المرأة المعيلة وريبات المنازل من السيدات ذوي التعليم المتوسط أو غير الحاصلين على مؤهل يمكن العمل على تمكينهم من اكتساب حرفة يدوية من خلا تدريبهم على بعض الحرف الفنية البسيطة مثل الرسم على الزجاج وتصنيع الشموع والحقى وأشغال الإبرة، وإقامة معارض لبيع تلك المنتجات، وبذلك تكون المكتبة قد عملت على إكسابهن حرفة تمكنهم من تحسين مستواهم الإقتصادي. وكذا تستطيع المكتبة تحقيق عائد مادي من إقامة تلك الورش ومن معارض البيع، ويمكن للمكتبة تقديم المساحة أو القاعة المخصصة للمعرض مقابل حق انتفاع، أو الحصول على نسبة من إيراد المبيعات، وذلك وفقاً لما يناسب طبيعة لوائحها وإجراءاتها المالية.

أما فيما يخص المستحقات المالية للمدربين المستعان بهم من دون العاملين بالمكتبة يمكن تحديد المستحقات المالية للمدربين الخارجيين لتلك الدورات بنسبة من إجمالي دخل الدورة في حدود ٤٠% إلى ٥٠% ، ويتحكم في ذلك عدة عوامل منها تطبيق نظام ضريبة الدخل من عدمه، ومدى الإقبال على الدورة وعدد المستفيدين منها، عدد ساعات الدورة، وكذا إمكانيات المدرب. وعلى المكتبة اختيار الأسلوب الذي يحقق لها وللمستفيدين أكبر قدر من الاستفادة. ويكون من الأجدى أن يقوم الأخصائيين بالمكتبة بتقديم تلك الدورات بأنفسهم حال امتلاكهم الإمكانيات العلمية والخبرات العملية بما يوفر للمكتبة النسبة المالية التي يحصل عليها المدربون المستعان بهم وبالتالي يمكن تخفيض سعر الدورة للجمهور ورفع العبء المالي عنهم، كما يمكن تقديم مكافآت للأخصائيين المتميزين الذين يقومون بتقديم تلك الدورات أو نسبة من دخل الدورة في حال سماح القوانين واللوائح المنظمة للجهة التي تتبعها المكتبة، وفي ذلك تحسين لدخل إخصائيين المكتبة، وكذا تحفيز لغيرهم لبذل المزيد من الجهد.

٥. يقترح قيام المكتبات العامة بإتاحة بعض قاعاتها للاستخدام من قبل الجهات الخارجية بمقابل حق انتفاع (قيمة إيجارية) مع ضرورة تحقق المكتبة من ملائمة ما تقدمه الجهة الخارجية المنتفعة للائحة المكتبة.

٦. ضرورة إتباع بعض أساليب الخصخصة من حيث الاهتمام بجودة الخدمات، والعمل على عقد بروتوكولات تعاون ومذكرات تفاهم مع جهات خارجية محلية أو دولية إن أمكن وذلك

للحصول على إهداءات عينية أو تنمية مقتنيات المكتبة أو الحصول على خدمات بمقابل مخفض أو إقامة فعاليات مشتركة، تساهم في رفع لأعباء المالية عن كاهل المكتبة، حيث يوجد بعض مؤسسات المجتمع المدني والجمعيات الأهلية والشركات التي يدخل في نطاق عملها تنمية المجتمع المحلي وتقديم خدمات مجتمعية، إضافة إلى الجهات الحكومية، الأمر الذي يعد بديل اقتصادي استراتيجي يمكن استخدامه في توفير النفقات.

مثال ذلك:

- ✓ الحصول على مجموعات مقتنيات من إصدارات الجهات التابعة لوزارة الثقافة.
- ✓ تقديم مشروعات عمل وبرامج تدريب لوزارة الاتصالات يمكن من خلالها الحصول على أجهزة حاسب آلي وتحديث البنية التحتية للمكتبة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- ✓ التواصل مع الجمعيات الخيرية في إقامة أنشطة للأطفال خاصة الأيتام وذوى الاحتياجات الخاصة، وتوفير الخامات اللازمة لإقامة تلك الأنشطة.
- ٧. إقامة معارض لبيع الكتب القديمة، وذات معدلات الإعارة الضعيفة. وذلك كأحد وسائل زيادة الإيرادات. بصفه دوريه يمكن أن تكون ربع أو نصف سنوية.
- ٨. يجب أن تدرك المكتبات العامة والعاملين بها أن وسائل التسويق الالكتروني أصبحت أحد البدائل الإستراتيجية الهامة لمواجهة ضعف تمويل المكتبات العامة، بالإضافة لما تحققه من دخل غير مباشر للمكتبات من خلال التسويق للأنشطة والدورات التي ترفع من إيرادات المكتبة وتزيد عدد المستفيدين. وأنها تسمح بتوطيد العلاقة بين المكتبات العامة والمستفيدين من خدماتها من خلال التعرف على احتياجاتهم والاستجابة السريعة لتلبية تلك الاحتياجات. وفي هذا الصدد تقدم الدراسة توصية للمكتبات العامة باستغلال شبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة وموقع Facebook بصفة خاصة، لاحتلاله مكانة متقدمة في وسائل التسويق الالكتروني المكتبات العامة متقدماً على المواقع الالكترونية التقليدية.

الشكل رقم (٣٢) يوضح مجمل لما يمكن أن تقوم به المكتبات العامة من إجراءات عملية بهدف تنمية مواردها المادية والعينية وتدعيم مدخلاتها الاقتصادية، ويدعم تلك الإجراءات التسويق الالكتروني.



شكل (٣٢) يوضح المدخلات الاقتصادية للمكتبات العامة.

ب- المخرجات

تعنى المخرجات الاقتصادية للمكتبات العامة ما يمكن أن تقدمه المكتبة لإفادة المستفيدين والمجتمع المحلي لها والدولة بصفة عامة في المجالات الاقتصادية.

وفي هذا الصدد فإن الدراسة تقدم حزمة من الإجراءات التي يمكن أن تقوم بها المكتبات العامة من أجل تحقيق ذلك تتمثل في الآتي:

١. دعم قطاعات القوى العاملة في مصر من خلال ما تحتويه المكتبات العامة من أوعية معلومات وكذلك ما تقدمه من أنشطة ودورات متنوعة تخدم تلك القطاعات وهي قطاع الخدمات الاقتصادية، القطاع الصناعي، القطاع الزراعي، القطاع السياحي. حيث يجب أن تقوم المكتبات العامة بالدور المنوط بها في مجال التوعية ودعم تلك القطاعات من خلال تقديم التوعية والمعلومات التي يحتاجها العاملون بها من خلال التزويد بالمقتنيات اللازمة.

٢. تقديم المحاضرات وورش العمل المناسبة وعلى كل مكتبة عامة مراعاة نطاقها الجغرافي وطبيعة عمل جمهورها المستهدف ومثال ذلك:

✓ ما تقدمه مكتبة مصر العامة بالأقصر من دعم وتوعية في مجال السياحة.

✓ ما تقدمه مكتبة مصر العامة بالزاوية الحمراء والتي تقع في منطقة ذات كثافة سكانية عالية ويعمل عدد كبير من السكان في مجال الحرف الصناعية الصغيرة مثل مجال ميكانيكا وكهرباء السيارات وملحقاتها، وورش اللحام وسباكة المعادن، كما يقع في محيط المكتبة كلية التعليم الصناعي، لذا فقد روعي عند تكوين المجموعة الأولى من مقتنيات المكتبة أن تشتمل على قدر مناسب من أوعية المعلومات يخدم تلك المجالات ويساهم في دعم كلا من العاملين والدارسين في هذه المجالات الصناعية.

وعلى هذا المنوال يمكن أن تقدم كل مكتبة عامة ما يناسب طبيعة مجتمعها ومراعاة النمط الاقتصادي والمهني الذي يغلب على النطاق السكاني الذي تخدمه.

٣. تقديم المكتبات العامة فرص التدريب للطلبة وحديثي التخرج لطلبة أقسام المكتبات وكليات رياض الأطفال وتكنولوجيا التعليم الفنون الجميلة والفنون التطبيقية والتربية الفنية والتربية النوعية بما يزيد خبراتهم ويساهم في تأهيلهم لسوق العمل وهي بذلك تقدم أحد الحلول لمشكلة البطالة.

٤. يمكن قيام المكتبات العامة بتقديم الدورات التدريبية والمهنية وورش العمل التي تتناول كيفية اجتياز المقابلات الشخصية والاستعداد لها، وورش التنمية البشرية وتطوير الذات والتي تساعد في تأهيل الشباب لسوق العمل أو تحسين أوضاعهم الوظيفية، ومن ثم تحسين أوضاعهم الاقتصادية، والمساهمة بحل جزئي ولو بصفة غير مباشرة لمشكلة البطالة.

٥. استحداث خدمة "إتاحة الوظائف الشاغرة" كنوع متطور من خدمات البث الانتقائي، وهي تعتبر من الخدمات الحديثة المساهمة في حل مشكلة البطالة والتي تم تطبيقها مؤخراً بمكتبة مصر العامة الرئيسية.

٦. إقامة ملتقيات للتوظيف للشركات الخاصة والمستفيدين من المكتبة وجمهور مجتمعها بشكل عام. للعمل على إيجاد فرص عمل مناسبة للشباب، وتعتبر ملتقيات التوظيف من الأساليب الحديثة في التوفيق بين صاحب العمل من جانب وبين الشاب المناسب والمؤهل لشغل الوظيفة، وتدخل تلك الخدمة أيضاً ضمن مساهمات المكتبات العامة في حل مشكلة البطالة.

٧. إقامة المكتبات العامة لمعارض بيع للمنتجات والمشغولات اليدوية من مخرجات ورش العمل الفنية التي تنظمها مما يساهم في تحقيق دخل للمرأة المعيلة والسيدات محدودتي أو منعدمي الدخل.

٨. إقامة الفعاليات المتنوعة مثل المحاضرات والندوات وحملات التوعية في مجالات ترشيد استهلاك المياه والطاقة والغذاء، وكذا التوعية بقوانين العمل وقوانين الضرائب والخدمة العامة، ومتطلبات سوق العمل والتأهيل للحصول على وظيفة مناسبة، الأمر الذي يصب في تحقيق منفعة اقتصادية للأفراد والدولة.

والشكل رقم (٣٣) يبين يوضح مجمل لما يمكن أن تقوم به المكتبات العامة من إجراءات عملية تهدف إلى تعظيم مخرجاتها الاقتصادية.



شكل (٣٣) يوضح المخرجات الاقتصادية للمكتبات العامة.

نتائج الدراسة

١. تتعرض المكتبات العامة لمجموعة من التحديات الاقتصادية من تخفيض الميزانيات، وعدم كفاية الموارد، وارتفاع أسعار المقتنيات والتجهيزات، مما يؤدي إلى وجود عجز في موازنتها.
٢. إدارة النواحي المالية بالمكتبات العامة أحد أهم التحديات التي تواجه هذه المكتبات لكي تتلاءم مع التطورات والضغوط الاقتصادية.
٣. تقوم المكتبات العامة التابعة لجهات حكومية بتقدير نفقاتها وإيراداتها وفقاً لأسس تقديرية للنفقات العامة التي تضعها الدولة وتقوم بالصرف على احتياجاتها وفقاً لأبواب الموازنة.
٤. الزيادة في موازنة مصروفات المكتبات العامة لا توازي الزيادة الفعلية في احتياجاتها المالية.
٥. أصبحت المكتبات العامة التابعة للدولة مطالبة بالتمويل الذاتي لجزء من موازنة مصروفاتها تبلغ نسبته وفق آخر عام مالي تناولته الدراسة لحوالي ٢٧.٢%.
٦. لم يعد لدي الجمعيات الأهلية التي تشرف على مكتبات عامة من التبرعات ما يغطي الفجوة بين مصروفات وإيرادات تلك المكتبات.
٧. ينحصر الجانب الأعظم من إيرادات المكتبات العامة في إيراد العضوية، وإيراد ما تقدمه من أنشطة، أما خدمات المعلومات فتقدم مجاناً ضمن قيمة اشتراك عضوية أو بمقابل رمزي.
٨. إيراد العضوية بمكتبات مصر العامة بالقاهرة الكبرى ساهم بمقدار ٢٨.١% من إجمالي موازنة إيرادات العام المالي ٢٠١٦/٢٠١٧، بينما ساهمت إيرادات الأنشطة بنسبة ٥٧.٩% من نفس الموازنة.
٩. لجأت المكتبات العامة محل الدراسة على اختلاف تبعيتها إلى ابتكار أنشطة ودورات للعمل على إدرار إيراد مالي يساهم في تمويل جزء من موازنة المصروفات، وبهدف تضيق الفجوة بين الإيرادات والمصروفات.
١٠. نجحت تلك الأنشطة في تحقيق الهدف الاقتصادي من مدخلات مالية للمكتبات العامة محل الدراسة مثلت النسبة الأكبر في مصادر إيرادات المكتبات عينة الدراسة.

١١. تعتبر تلك الأنشطة المستحدثة أحد أهم البدائل الإستراتيجية لتحقيق الجدوى الاقتصادية المباشرة للمكتبات العامة.
١٢. لجأت المكتبات العامة عينة الدراسة إلى عقد بروتوكولات تعاون مع جهات خارجية للحصول على إهداءات عينية، رفعت عن كاهلها بعض الأعباء المالية، الأمر الذي يعد بديلاً لتوفير النفقات، ومن ثم تحقيق مكاسب اقتصادية.
١٣. تقوم بعض المكتبات العامة بإتاحة بعض قاعاتها للاستخدام من قبل الجهات الخارجية نظير حق انتفاع (قيمة إيجارية)، كما أقامت معارض لبيع الكتب القديمة، وذلك كأحد وسائل زيادة الإيرادات.
١٤. تقدم المكتبات العامة عينة الدراسة مجموعة من الدورات التدريبية والورش الفنية والمهنية التي تساعد في تأهيل الشباب لسوق العمل أو تحسين أوضاعهم الوظيفية، ومن ثم تحسين أوضاعهم الاقتصادية، والمساهمة بحل جزئي ولو بصفة غير مباشرة لمشكلة البطالة.
١٥. أدخلت بعض المكتبات العامة خدمة "إتاحة الوظائف الشاغرة"، وإقامة ملتقيات للتوظيف.
١٦. تقيم بعض المكتبات العامة معرض بيع للمنتجات والمشغولات اليدوية من مخرجات الورش الفنية التي تنظمها مما يسهم في تحقيق دخل للمرأة المعيلة والسيدات محدودي أو منعدمي الدخل.
١٧. تقدم المكتبات العامة عينة الدراسة مجموعة من الفعاليات في مجالات ترشيد الاستهلاك، والتوعية بقوانين العمل والضرائب والخدمة العامة، ومتطلبات سوق العمل والتأهيل للحصول على وظيفة مناسبة، الأمر الذي يصب في تحقيق منفعة اقتصادية للأفراد والدولة.
١٨. بلغت نسبة إدراك المستفيدين لوجود منافع اقتصادية للمكتبات العامة ٨٦% من إجمالي المشاركين في استبيان الدراسة.

١٩. بلغت نسبة إدراك المستفيدين لتقديم المكتبات العامة لدورات وورش عمل تساعد على التأهيل لسوق العمل نسبة ٨٠%، بينما بلغت نسبة المشاركين في تلك الفعاليات ٦٤.٦% من إجمالي المشاركين في استبيان الدراسة.
٢٠. بلغت نسبة إدراك المستفيدين لتقديم المكتبات العامة لمحاضرات وندوات لتوعية الجمهور بالجوانب الاقتصادية نسبة ٦٦%، بينما بلغت نسبة المشاركين في تلك الفعاليات ٥٣.٤% من إجمالي المشاركين في استبيان الدراسة.
٢١. وسائل التسويق الالكتروني تعتبر أحد البدائل الإستراتيجية لمواجهة ضعف تمويل المكتبات العامة كونها وسيلة تسويق مجانية، بالإضافة لما تحققه من دخل غير مباشر للمكتبات من خلال التسويق للأنشطة والدورات التي ترفع من إيرادات المكتبة.
٢٢. حققت وسائل التسويق الالكتروني بالمكتبات العامة عينة الدراسة نجاحاً ملحوظاً في السنوات الأخيرة، وقد رصدت الدراسة هذا التطور خلال الفترة منذ عام ٢٠١١ حتى عام ٢٠١٧.
٢٣. تحتل شبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة وموقع Facebook بصفة خاصة مكانة متقدمة في وسائل التسويق الالكتروني المكتبات العامة متقدماً على المواقع الالكترونية، وموقع YouTube.

توصيات الدراسة

١. ضرورة دعم المكتبات العامة ل خطة وأهداف "إستراتيجية التنمية المستدامة: رؤية مصر ٢٠٣٠"، ليس فقط فى المحور الثامن الخاص بالثقافة والذي يتبع البعد الاجتماعي، بل فى جميع المحاور العشر بأبعادها الثلاث الاقتصادي، الاجتماعي والبيئي.
٢. ضرورة تعامل الدولة والأفراد مع المكتبات العامة من منطلق كونها مؤسسات داعمة للاقتصاد الوطنى، وليست مؤسسات مستهلكة وتشكل أعباء اقتصادية.
٣. الإقرار بأن ما تقدمه المكتبات العامة من ورش وأنشطة مستحدثه على اختلاف أنواعها هو جزء من خدماتها، وأن تحقيق إيراد من تلك الأنشطة هو أمر حيوي لمعاونة المكتبات العامة على الاستمرار فى تقديم باقي خدماتها.
٤. على إدارات المكتبات العامة استخدام تلك الأنشطة فى الترويج للإطلاع والإعارة لأوعية المعلومات ذات المحتوى المرتبط بتلك الأنشطة.
٥. إدراج مساهمة المكتبات العامة فى تأهيل الشباب لسوق العمل سواء عن طريق الدورات التدريبية، أو إقامة ملتقيات التوظيف، وخدمات الوظائف الشاغرة وغيرها ضمن أهداف المكتبات العامة.
٦. إدراج إكساب المستفيدين مهارات مهنية تعينهم على تحسين أوضاعهم الاقتصادية ضمن أهداف المكتبات العامة.
٧. ضرورة إتباع بعض أساليب الخصخصة مثل الاهتمام بجودة الخدمات، وسياسة التوظيف.
٨. التوسع فى عقد برتوكولات التعاون بين المكتبات العامة والجهات الخارجية ذات الصلة، والتي تصب فى توفير منافع مالية واقتصادية للمكتبات.
٩. تقنين إمكانية قيام المكتبات العامة بإتاحة حق الانتفاع بقاعاتها للجهات الخارجية بمقابل مادي أو عيني، مع ضرورة تحقق المكتبة من ملائمة ما تقدمه الجهة الخارجية المنتفعة لللائحة المكتبة.
١٠. إضافة معارض بيع منتجات الورش المهنية والفنية ضمن خدمات المكتبات العامة.
١١. التوسع فى تطبيق معارض بيع الكتب القديمة والتالفة وذات معدلات الإعارة الضعيفة.

١٢. ضرورة الحفاظ على طبيعة و قدسية قاعات الاطلاع بمنأى عن ما يقام من أنشطة وفعاليات قد يكون بعضها مزعج للقراء، لذا يقترح تبطين جدرانها بطبقات عازلة للصوت إذا أمكن.
١٣. إقرار مناهج دراسية لطلبة أقسام المكتبات في مجال اقتصاديات المكتبات والإدارة المالية للمكتبات العامة ومؤسسات المعلومات.
١٤. تدريس مناهج لطلبة أقسام المكتبات تتناول التسويق المعلوماتي، وتطبيقات وسائل التسويق الإلكتروني بالمكتبات العامة ومؤسسات المعلومات.
١٥. ضرورة تدريب أخصائي المكتبات على وسائل التسويق الإلكتروني وأنماط الإفادة منها.
١٦. العمل على تحديث المواقع الالكترونية لتشمل أحدث الخدمات والأنشطة التي تقدمها المكتبات، مع العمل على رفع كفاءتها بصفه دورية، وربطها بصفحات المكتبات على موقع Facebook للاستفادة بشعبيته لدى المستخدمين.
١٧. تكثيف المكتبات العامة للتسويق لما تقدمه من فعاليات لجذب المزيد من المستخدمين وابتكار طرق غير تقليدية لزيادة أعداد المشاركين في ما تنظمه من الفعاليات المشار إليها.
١٨. الاهتمام بنشر أخبار عن المكتبات في المواقع الالكترونية الأخرى خاصة ذات الصلة أو المواقع الإخبارية كأحد أساليب التسويق الإلكتروني غير المباشر.
١٩. ضرورة اهتمام المكتبات العامة بتوثيق الإحصائيات والتقارير الخاصة بوسائل التسويق الإلكتروني وتفاعل المستخدمين معها.
٢٠. استخدام برامج نظم المعلومات الجغرافية GIS، Google maps لأهميتهما في توقيع أماكن المكتبات جغرافي ومن ثم مساعدة المستخدمين بعناوين ومواقع أقرب المكتبات وأسهل الطرق للوصول إليها.

أولاً: المصادر العربية

١. إبراهيم صبري المتولي. الإدارة المكانية لمؤسسات الثقافة العربية. القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠١٦.
٢. أثيرتون، بولين. مراكز المعلومات: تنظيمها وإدارتها وخدماتها، ترجمة حشمت قاسم. القاهرة: دار غريب، ١٩٨٠.
٣. أحمد أمين أبوسعده. السياسة العامة لخدمات مكتبة مصر العامة الإلكترونية. القاهرة: مكتبة مصر العامة، ٢٠١١.
٤. _____ . تقرير إدارة تكنولوجيا المعلومات. القاهرة: مكتبة مصر العامة، ٢٠١٥.
٥. أحمد أنور بدر. العلاقات العامة بالمكتبات ومراكز المعلومات. المكتبات والمعلومات العربية. س١٣، ع٣، يوليو ١٩٩٣.
٦. _____ . هل يمكن أن تتحول الأفكار إلى رأس مال: دراسة في مداخل ومكونات ومنظورات وأدوار رأس المال الفكري في إدارة المعرفة، مكتبة فهد الوطنية، مج ١٦، ع ٢، ٢٠١٠.
٧. أحمد أنور عمر. المعنى الاجتماعي للمكتبة: دراسة لأسس الخدمة المكتبية العامة والمدرسية. الرياض: دار المريخ، ١٩٨٣.
٨. أحمد سيد مصطفى . الإدارة الإستراتيجية: دليل المدير العربي للتفكير والتغيير الاستراتيجي. القاهرة : المؤلف، ٢٠٠٥.
٩. أحمد عبد الله العلي. المكتبة العامة في خدمة المجتمع. القاهرة، ٢٠٠٦.
١٠. أحمد نافع المدادحة، سلامة سويلم النوافعة. مبادئ التخطيط والتنظيم في المكتبات. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠١٣.
١١. أحمد يوسف حافظ أحمد. النشر الإلكتروني ومشروعات المكتبات الرقمية العالمية والدور العربي في رقمنة وحفظ التراث الثقافي. القاهرة: دار نهضة مصر، ٢٠١٣.
١٢. أسامة السيد محمود. ميزانيات المكتبات العامة في مصر: دراسة تحليلية. المكتبات والمعلومات العربية. س١٨، ع٣ (يوليو ١٩٩٨). ص ص ٢٩ - ٦١.
١٣. أكرم عبد الجليل فياض. التقرير الثلاثي لمكتبة مصر العامة بدمياط. دمياط، ٢٠١٧.
١٤. التخطيط الإستراتيجي لأعضاء الإدارة العليا. مركز الخبرات المهنية (بميك): القاهرة، ٢٠٠٧.

١٥. التقرير السنوي لإدارة تكنولوجيا المعلومات. جمعية الرعاية المتكاملة، ٢٠١١.
١٦. الدليل الموحد لإجراءات الرقابة المالية قبل الصرف على الإنفاق العام. وزارة المالية، ٢٠١٤. ص ٢٧.
١٧. الموازنة في ٢٥ سؤال وجواب. وزارة المالية: قطاع الموازنة العامة للدولة. القاهرة. ٢٠١٤.
١٨. أماني جمال مجاهد. استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة. دراسات المعلومات. ٨ع (مايو ٢٠١٠).
١٩. _____ . تقييم دور المكتبة العامة في ظل المعطيات العصرية الحالية. المؤتمر القومي الثاني عشر لأخصائيي المكتبات والمعلومات في مصر. دمياط، ٢٠٠٨.
٢٠. أمنية مصطفى صادق. دور خدمات المعلومات في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في مصر. أطروحة دكتوراه. جامعة القاهرة، ١٩٩٠.
٢١. _____ . شبكات المعلومات الالكترونية المفتوحة وآثارها على العمل بالمكتبة مع تصور وطني لأبعاد دورها في خدمات المعلومات بمصر. عالم الكتب. مج ١٨. ع ١٩٩٧، ٢٠٠٨.
٢٢. بروفي، بيتر. قياس أداء المكتبة: المبادئ والأساليب. ترجمة. سليمان بن صالح العقلا. الرياض: مطبوعات مكتبة الملك فهد الوطنية، ٢٠٠٨.
٢٣. توفيق محمد عبد المحسن. تكنولوجيا التسويق والبيع عبر الانترنت. القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٨.
٢٤. ثناء إبراهيم موسى فرحات. إدارة المكتبات ومراكز المعلومات من منظور حديث. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠١١.
٢٥. جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع. الإحصائية المجمع لعام ٢٠١٤. القاهرة، ٢٠١٥.
٢٦. _____ : الإدارة الفنية للمكتبات. ميزانية أوعية المعلومات (٢٠١٠-٢٠١٣). القاهرة، ٢٠١٤.
٢٧. _____ : الإدارة المالية. مقارنة الفائض/العجز لمواقع الجمعية عن أعوام ٢٠١٢-٢٠١٣-٢٠١٤. القاهرة، ٢٠١٥.
٢٨. حسنى عبد الرحمن الشيمي. اقتصاديات المعلومات: المعلومات ومضاعفة الثروة الاقتصادية والإنسانية. القاهرة: دار الفجر، ٢٠٠٩.

٢٩. إدارة المعرفة: الرأسمالية بديلاً. القاهرة: دار الفجر، ٢٠٠٩.
٣٠. خالد بن عبد الرحمن لجبري. دور الانترنت في دعم وظائف المكتبة وتطويرها. الرياض: مجلة الملك فهد الوطنية، ٢٠٠١.
٣١. خالد حسين إبراهيم. الإدارة المالية للمكتبات المتخصصة المصرية: دراسة تحليلية؛ إشراف: أسامة السيد محمود، محمود محمود عفيفي. (أطروحة) دكتوراه. حلوان: جامعة حلوان، كلية الآداب، ٢٠٠١.
٣٢. دينا شفيق عبد الحميد. الأنشطة المكتبية ودورها في الإبداع. الإسكندرية: مؤسسة حورس الدولية، ٢٠١٠.
٣٣. ربحي مصطفى عليان، اقتصاد المعلومات، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠١٠.
٣٤. رضا إبراهيم المليجي. إدارة التميز المؤسسي بين النظرية والتطبيق. القاهرة: عالم الكتب، ٢٠١٢.
٣٥. رمضان عبد الحميد الطنطاوي. الموهوبون: أساليب رعايتهم وأساليب التدريس لهم. عمان: المجلس العربي للموهوبين والمتفوقين، ٢٠٠٠.
٣٦. زين عبد الهادي. اقتصاديات خدمات المعلومات. القاهرة: إبيس.كوم، ٢٠٠٤.
٣٧. سامي ميرك. المكتبة الوطنية في بيئة الويب ٢: نحو نموذج جيل ثاني للمكتبات الوطنية العربية ودوره في مواصلة إرساء مجتمع المعرفة العربي المعاصر. المؤتمر الثالث والعشرون للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات "الحكومة والمجتمع والتكامل في بناء المجتمعات المعرفية العربية. الدوحة، ٢٠١٢.
٣٨. سعاد عودة. المنفعة الاقتصادية للمكتبة: دراسة عن مساهمة المكتبات في تعزيز التنمية الاقتصادية. المؤتمر القومي التاسع عشر لأخصائيي المكتبات والمعلومات في مصر. مكتبة مصر العامة بالزاوية الحمراء، ٢٠١٦.
٣٩. سعد عبد الموجود أبوزيد. أنماط الاستفادة من التسويق الالكتروني في المكتبات العامة بمصر: دراسة ميدانية. دراسة مقدمة لجائزة الشارقة للأدب المكتبي. القاهرة، ٢٠١٥.
٤٠. التسويق الالكتروني في المكتبات العامة بمصر: دراسة ميدانية. التسجيل، العدد السابع والعشرون، ٢٠١٤.
٤١. خطة تسويق مكتبة مصر العامة بالزاوية الحمراء. القاهرة: مكتبة مصر العامة بالزاوية الحمراء، ٢٠١٣.

٤٢. _____ . التقرير السنوي لإدارة الأنشطة الثقافية والفنية لعام ٢٠١٧. القاهرة: مكتبة مصر العامة بالزاوية الحمراء، ٢٠١٨.
٤٣. سهير أحمد محفوظ. الخدمات المكتبية وأدب الأطفال: دراسات وبحوث. القاهرة: المكتبة الأكاديمية، ١٩٩٧.
٤٤. _____ . الخدمة المكتبية العامة للأطفال. القاهرة: مكتبة زهراء الشرق، ١٩٩٩.
٤٥. سيد الهواري. الإدارة: الأصول والأسس العلمية. القاهرة: سيد الهواري، ١٩٩٦.
٤٦. شريف كامل شاهين. نظم المعلومات الإدارية للمكتبات ومراكز المعلومات: المفاهيم والتطبيقات. الرياض: دار المريخ للنشر، ١٩٩٤. ص ٢١٦.
٤٧. شعبان عبد العزيز خليفة. تشريعات الكتب والمكتبات والمعلومات في مصر. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٧. ج ٢.
٤٨. شيماء السيد سالم. الاتصالات التسويقية المتكاملة. القاهرة: مجموعة النيل العربية، ٢٠٠٦.
٤٩. طارق محمود عباس. مستقبل المكتبات المدرسية والعامة في ظل العولمة الإلكترونية. القاهرة: مركز الأصيل للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣.
٥٠. عصام منصور، يعقوب ملا يوسف. النشر الإلكتروني في المكتبات ومراكز المعلومات: مفاهيم نظرية وتطبيقات عملية. القاهرة: دار الفلاح، ٢٠١١.
٥١. علاء يسري زكى محمد. تسويق خدمات المعلومات في المكتبات الجامعية. رسالة ماجستير. جامعة المنوفية: كلية الآداب. قسم المكتبات والمعلومات، ٢٠٠٥.
٥٢. عماد حسن عبد الحفيظ. الأنشطة التسويقية لخدمات المعلومات الإلكترونية بمكتبة الإسكندرية. رسالة ماجستير. جامعة الإسكندرية: كلية الآداب. قسم المكتبات والمعلومات، ٢٠١٠.
٥٣. عمر أحمد همشرى. الإدارة الحديثة للمكتبات ومراكز المعلومات. عمان: دار صفاء، ٢٠١١.
٥٤. فتن سعيد بامفلح. خدمات المعلومات في ظل البيئة الإلكترونية. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠١٢.
٥٥. قاموس الإدارة مع مسرد بالمصطلحات الإنجليزية المقابلة، نقله عن الإنجليزية نبيل غطاس. بيروت: مكتبة لبنان، ١٩٨١.

٥٦. كورول، شايلا. التخطيط الاستراتيجي لخدمات المكتبات والمعلومات. ترجمة. حشمت قاسم. الإسكندرية: مركز الإسكندرية للوسائط الثقافية والمكتبات، ١٩٩٨.
٥٧. مجدى محمد عبد الله. التسويق الذكي. القاهرة: ماهي للنشر والتوزيع وخدمات الكمبيوتر، ٢٠٠٩.
٥٨. محمد حسنين هيكل. مصر والقرن الواحد والعشرون: ورقة في حوار. القاهرة: دار الشروق، ١٩٩٤.
٥٩. محمد عبد العظيم أبو النجا. التسويق الإلكتروني: آليات التواصل مع العملاء. الإسكندرية: الدار الجامعية، ٢٠٠٨.
٦٠. محمد عبد العظيم الدكاوي. مبادئ علم الاقتصاد الجزئي والكلية. القاهرة: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠١٥.
٦١. محمد فتحي عبد الهادي. إعداد اختصاصي المكتبات والمعلومات في بيئة إلكترونية. الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات. ع ١٨ (٢٠٠٢). ص ١٣-٢٢.
٦٢. _____ . البحث ومناهجه في علم المكتبات والمعلومات. القاهرة : الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٢.
٦٣. _____ ، يسرية محمد عبد الحليم زايد. التكتيف والاستخلاص: المفاهيم. الأسس. التطبيقات. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٨.
٦٤. _____ . الخصخصة في مجال المكتبات والمعلومات. القاهرة. المنظمة العربية للتنمية الإدارية، ٢٠٠٦.
- (ملتقى وورش عمل: التحول نحو استخدام أساليب القطاع الخاص في إدارة المكتبات).
٦٥. _____ . المكتبات العامة مراكز ثقافية ومجتمعية. الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات، م ١١، ع ٢٠، يوليو ٢٠٠٣.
٦٦. _____ ، نبيلة خليفة جمعة. المكتبات العامة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠١.
٦٧. _____ . المكتبة والطفل. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠١.
٦٨. _____ . المكتبات والمعلومات: دراسات في الإعداد المهني والبيبلوجرافيا والمعلومات. القاهرة: مكتبة الدار العربية للكتاب، ١٩٩٨.
٦٩. _____ . مجتمع المعلومات بين النظرية والتطبيق. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٨.
٧٠. _____ . مقدمة في علم المعلومات: نظرة جديدة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠١٣.
٧١. محمد محمد الهادي. الإدارة العلمية للمكتبات ومراكز التوثيق والمعلومات. القاهرة: المكتبة الأكاديمية، ١٩٩٠.

٧٢. _____ . توجهات الإدارة العلمية للمكتبات ومرافق المعلومات وتحديات المستقبل. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٨. ص ١٠٣.
٧٣. محمد مجاهد الهلالي وآخرون. تشريعات ولوائح العمل في المكتبات العامة. القاهرة: مركز الغندور، ٢٠٠٨.
٧٤. محمود عبد الكريم عبد العزيز الجندي. الخدمة المكتبية العامة في محافظة المنوفية: دراسة ميدانية لواقعها والتخطيط لمستقبلها. رسالة ماجستير. جامعة المنوفية. كلية الآداب، ١٩٩٣.
٧٥. محمود قطر. الإدارة الاستراتيجية للمكتبات الجامعية المصرية: دراسة تطبيقية على المكتبة المركزية بجامعة حلوان. رسالة دكتوراه. جامعة حلوان. كلية الآداب، ٢٠٠٨.
٧٦. _____ . تسويق خدمات المعلومات بالمكتبات العامة لجمعية الرعاية المتكاملة ؛ إشراف : محمود عفيفي، سهير محفوظ. (أطروحة) ماجستير. حلوان: جامعة حلوان، كلية الآداب، ٢٠٠٤.
٧٧. مروة شبل عجيزة. التسويق الإلكتروني في العالم العربي. القاهرة : دار النشر للجامعات، ٢٠١٢.
٧٨. مصطفى حسام الدين. تطوير المكتبات العامة في مصر: رؤية مستقبلية " Cybrarians Journal. ع٦ (سبتمبر ٢٠٠٥).
٧٩. مصطفى محمود أبو بكر ، فهد بن عبدالله النعيم. الإدارة الاستراتيجية وجودة التفكير والقرارات: في المؤسسات المعاصرة. الإسكندرية: الدار الجامعية، ٢٠٠٨.
٨٠. مكتبة مصر العامة. تقرير انجازات المكتبة الرئيسية وفرعيها بالزيتون والزواية الحمراء للعام المالي ٢٠١٦/٢٠١٧.
٨١. منال صبحي محمد الحناوي. أيدلوجية المكتبة العامة نحو مجتمع مدني متطور. المؤتمر القومي الثالث عشر لأخصائيي المكتبات والمعلومات في مصر. العريش، ٢٠٠٩.
٨٢. مورييس أبو السعد. مكتبة مبارك العامة : الإدارة والتخطيط والتقييم. الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات.: ع٢٠ (٢٠٠٣).
٨٣. ميشيل أرمسترونج. تقنيات الإدارة: الدليل الأكثر رواجاً. الرياض: مكتبة جرير، ٢٠٠٧.
٨٤. ناتالي لوفالوا. الوقف أو البحث عن الموارد المالية كإستراتيجية من أجل البحث والتعليم العالي بالقطاعين العام والخاص. - باريس: الملحقية الثقافية السعودية في فرنسا، ٢٠١٢.

٨٥. ناريمان اسماعيل. اقتصاديات المعلومات: دراسة للأسس النظرية وتطبيقاتها العملية على مصر وبعض البلاد الأخرى. القاهرة: المكتبة الأكاديمية، ١٩٩٥.
٨٦. نيفين حسين حشمت. التسويق الدولي والإلكتروني. الإسكندرية: دار التعليم الجامعي، ٢٠١٠.
٨٧. هشام بن عبد الله العباسي. التسويق الإلكتروني لخدمات المكتبات عبر الانترنت. دراسات عربية في المكتبات وعلم المعلومات. مج ١١، ع ٣ (سبتمبر ٢٠٠٦).
٨٨. وحيد عيسى موسى. خدمات المعلومات الإلكترونية في بعض المكتبات القومية والعامة: دراسة ميدانية لإدارة الجودة الشاملة. رسالة دكتوراه. جامعة بني سويف: كلية الآداب. قسم والمكتبات، ٢٠٠٧.
٨٩. وحيد موسى سعد. إدارة الجودة الشاملة في المكتبات: دراسة تطبيقية في بعض المكتبات المصرية. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، ٢٠٠٩.
٩٠. يسرية زايد. مؤشرات أداء المكتبات: قراءة في مواصفة أيزو الدولية رقم ١١٦٢٠. الفهرس. ع ٤٠، ٢٠١٢.

ثانياً: المصادر الأجنبية

1. A.Johnson, Catherine. Do public libraries contribute to social capital?: A preliminary investigation into the relationship. Library & Information Science Research. Volume 32, Issue 2, April 2010. Available [online]: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0740818810000083>>[8/4/2018]
2. Aabo, Svanhild. Valuing the benefits of public libraries. Information Economics and Policy 17 (2005) 175–198. New Library World. Vol.106 Issue 11/12.
3. _____. Are public libraries worth their price?: A contingent valuation study of Norwegian public libraries. New Library World, Vol. 106 Iss: 11/12, pp.487 – 495.
4. Ahsan Ullah, Mohammad, and Anjuman Ara Khanam. Strategic Management Models: An Evaluation. Prime University Journal. Volume–2, Number–2. July–December, 2008.

5. Armstrong , Michael. A Handbook of management techniques. London: KoganPag, 2002.
6. Berger, Patricia. An investigation of the relationship between public relations activities and budget allocation in public libraries. Information Processing & Management. Volume 15, Issue 4, 1979, Pages 179–193. Available [on line]:<<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0306457379900207>> [15/6/2017]
7. Buchanan, Steven. Evaluating the strategic plans of public libraries: An inspection–based approach. Library & Information Science Research 34 (2012) PP.125–130.
8. Chaffy , Dave. Internetmarketing. London: Pearson education, 2000.
9. _____ ,and PR Smith, e–marketing excellence: planning and optimizing your digital marketing. Amsterdam: Elsevier, 2008.
2009.
10. Charlesworth, Alan. Digital Marketing: A practical approach . London: Routledge, 2014.
11. _____. The Digital Revolution. London: Dorling Kindersley, 2009.
12. DeBoer, Larry. Economies of scale and input substitution in public libraries. Journal of Urban Economics. Volume 32, Issue 2, September 1992, Pages 257–268. Available [on line]:
<<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0094119092900089>> [14/8/2016].
13. Dess, Gregory G.and G.T Lumpkin. Strategic management: Text and cases. Boston: McGraw – Hill, 2010.
14. Elliott ,Eileen. Marketing Concepts for Libraries and Information Services, London: Facet Publishing, 2002.

15. Flaten, Trine Kolderup. Management, Marketing and Promotion of Library Services Based on Statistics, Analyses and Evaluation. Library & Information Science Research, September 2007. pages: 441 – 443.
16. Grave, Strong. Challenges Facing California's Libraries. UCLA: School of Public Affairs, 2007.
17. Heim, Kathleen M., and Danny P. Wallace. Adult services: An enduring focus for public libraries. Chicago: American Library Association, 1990.
18. International encyclopedia of information and library science. London: Routledge , 1997.
19. Johns, Gary. Organization Behavior. New York: Harper Collins, 1996.
20. Katherine Wagner. Finance for nonfinancial managers: 24 lessons to understand and evaluate financial health. New York: McGraw–Hill Companies, 2005.
21. Kent, Allen. Encyclopedia of Library and Information Science. New York: Marcel Dekker, 2003.
22. Kim, Giyeong. A critical review of valuation studies to identify frameworks in library services. Library & Information Science Research 33 (2011) pp. 112–119.
23. Ko, Young Man. An economic valuation study of public libraries in Korea. Library & Information Science Research 34 (2012) PP. 117–124.
24. Lear, Brett W. Adult Programs in the library. Chicago: American Library Association, 2002.
25. Marie, Maradeix. Strategies pour la recherche et l'enseignement superieur dans les secteurs public et prive. Paru: Eyrolles, 2010.

26. Mathews, Brain. Marketing Today's Academic Library: A Bold New Approach to Communicating with Students Chicago: American Library Association, 2009.
27. Matthews, Joseph R. Strategic Planning and Management for Library Managers. Libraries Unlimited, 2005.
28. Mayère, Anne. Pour une économie de l'information, Paris : CNRS, 1990.
29. McCabe, Gerard B. Planning for a New Generation of Public Library Building. Westport CT: Greenwood Publishing Group, 2000. Available [online]:
<https://books.google.com.eg/books?id=BKpnqbyE2AsC&printsec=frontcover&hl=ar&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>[4/1/2017]
30. McCarthy, Keiven F., and Kimberly Jinnett. A new framework for building participation in the arts. Santa Monica CA: Rand, 2001. Available [online]:
<https://books.google.com.eg/books?id=kxAmwVuE21wC&printsec=frontcover&hl=ar&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>[5/1/2017]
31. Mckay, Duncan. Effective financial planning for library and information services. 2nd ed. London: Aslib, 2003. Available [online]:
<https://books.google.com.eg/books?id=KoqOAgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ar&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>[4/1/2017]
32. Mcknight, Michelynn. The agile librarian's guide to thriving in any institution. California: ABC-CLIO, 2010. Available [online]:
<<https://books.google.com.eg/books?id=c4JS-llaNUYC&printsec=frontcover&dq=The+agile+librarian%27s+guide+to+thriving+in+a>

ny+institution&hl=ar&sa=X&ved=0ahUKEwjttbHAzrfdAhUE0BoKHWE9ATUQ6wEIKj
AA#v=onepage&q=The%20agile%20librarian's%20guide%20to%20thriving%20in%
20any%20institution&f=false>[4/5/2017]>

33. Miller, Berna. The quest for lifelong learning. American Demographics. (March), 1997.
34. Monroe, Margaret E. The cultural role of the Public library. New York: Academic Press, 1981.
35. Morris, Anne, and JohonSumsion, Economic Value of Public Libraries in the UK, Libri, 2002, vol. 52, pp 78–87.
36. Nelke, Margareta. Business concept and information strategies. Strategic Business Development for information and centers libraries. Cambridge: Chandos Publishing, 2011.
37. O'Sullivan, Arther, and Steven M.Sheffrin, Macroeconomics: Principles, Applications and tools. New Jersy: Prentice Hall, 2012.
38. Patil, S.K, and Pranita Pradhan. Library Promotion Practices and Marketing of Library Services: A Role of Library Professionals. Procedia –Social and Behavioral Sciences. 133, 2014.
39. Poll, Roswitha. Library Management with Cost Data. Buenos Aires, Argentina: 70th IFLA General Conference and Council, 2004.
40. Robertson, Deborah, et al. Cultural Programming for libraries: Linking libraries, communities and culture. Chicago: American Library Association, 2005.
41. Ryan, Damian, Calvin Jones. Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging. London: Kogen Page Limited, 2008.
42. Siess, Judith A. Time management, Planning and Prioritization for Librarian. Lanham: Scarecrow Press, 2002.

43. Singh, Rajesh. Does your library have an attitude problem towards 'marketing'?
Revealing inter-relationship between marketing attitudes and behaviour. The
Journal of Academic Librarianship, Vol 35, No. 1,(Jan. 2009) pp. 25-32.
Available [on line]:
<<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0099133308001948>>[17/
11/2017].
44. Spinka , Amanda, and Charles Cole. Information and poverty: information-
seeking channels used by African American low-income households. Library
& Information Science Research 23 (2001) 45-65.
45. Strauss, Judy, and Raymond Forst. E-Marketing. Boston: Pearson, 2012.
46. Trotta Carmine J, and Marica Trotta. The Librarian's Facility Management
Handbook. New York: Neal-Schuman Publisher, 2000.
47. U.D. Goldsmith, Melissa, and Anthony J. Fonseca. Proactive Marketing for the
New and Experienced Library Director: Going Beyond the Gate Count. Available
[on line]: <<https://doi.org/10.1016/C2013-0-23220-7>>[17/2/2017].
48. Van Fleet, connie, and Douglas Raber. The Public library as a social/cultural
institution: Alternative perspectives and changing contexts n adult services: An
enduring focus for public libraries. Chicago: American Library Association, 1990.
49. Wallace, Linda K. Libraries Mission and Marketing: Writing Mission Statements
that Work. ALA Editions, 2004.
50. Webb, Terry. Building Libraries for the 21st Century: The Shape of Information.
McFarland, 2004.
51. Wei Wei, Sue O'Neill Johnson, Sylvia E. A. Piggott. Leadership and Management
Principles in Libraries in Developing Countries. Haworth Press, 2004.
52. Wheelen, Tomas, and David Hunger. Strategic Management & Business Policy:
globalization, innovation, and sustainability. , New Jersey: Prentic- Hall. 14th ed.
2015.

ثالثاً: مصادر الانترنت

1. <http://alarabicclub.org/index.php?p_id=212>[14/2/2015].
2. <<http://books.google.com/books?id=KJ3Nnr5Ws4oC&printsec=frontcover>>[5/7/2017].
3. <<http://books.google.com/books?id=WqVjTp0UNKIC&printsec=frontcover>>[28/8/2017].
4. <http://en.wikipdia.org/wiki/strategic_management>[10/1/2015].
5. <<http://www.escd.org.eg/>>[14/7/2017].
6. <<https://escholarship.org/uc/item/3mn9c0w3/>>[1/6/2018].
7. <https://www.facebook.com/groups/mpldmhr2/?ref=br_rs/>[1/6/2018].
8. <<https://www.facebook.com/jism.mpl/>>[1/6/2018].
9. <<https://www.facebook.com/mpl.luxor/>>[2/6/2018].
10. <<https://www.facebook.com/mplminia/>>[1/6/2018].
11. <www.facebook.com/ShobraPublicLibrary>[1/1/2018].
12. <<http://gate.ahram.org.eg/News/١٤٢٦١٩٨.aspx>>[14/6/2018].
13. <<https://hrdiscussion.com/hr2090.html>>[18/4/2018].
14. <<http://www.ifla.org/node/8498>> [6/11/2016].
15. <www.infotoday.com/mls/jun99/how.to.html>[13/1/2016].
16. <<http://informatics.gov.sa/index.php>>[14/1/2016].
17. <<https://www.investopedia.com/terms/f/feasibility-study.asp>> [18/6/2018].
18. <<http://www.journal.cybrarians.org/>>[24/2/2016].
19. <<http://www.mpl.org.eg/ar/pages/eservices.html>>[12/10/2015].
20. <<http://www.mpl.org.eg/ar/pages/eservices.html>>[11/7/2017].

21. < <https://muse.jhu.edu/article/177800> > [17/5/2018].
22. < www.sciencedirect.com [16/7/2015].
23. < <http://www.uobabylon.edu.iq/uobColeges/lecture.aspx?fid=9&lcid=34410> > [28/8/2018].
24. ODLIS: Online Dictionary for Library and Information Science
< <http://lu.com/odlis/index.cfm> > [4/5/2016]
٢٥. أحمد أمان. تقرير معدلات أداء المكتبات الإقليمية خلال ثلاث سنوات. رسالة إلكترونية. ٣٠ يناير ٢٠١٨.
٢٦. أكرم عبد الجليل فياض. التقرير الثلاثي لمكتبة مصر العامة بدمياط رسالة إلكترونية. ١٠ فبراير ٢٠١٨.
٢٧. هبة محمد إسماعيل. الإحصائية المقارنة السنوية ٢٠١٥-٢٠١٦. رسالة إلكترونية. ١١ يونيو ٢٠١٧.

رابعاً: المقابلات الشخصية.

١. أحمد الهواشي. مقابلة شخصية. ٣١ مارس ٢٠١٨.
٢. رشا عصمت توفيق. مقابلة شخصية. ١٣ فبراير ٢٠١٨.
٣. رياض طاهر رضوان. مقابلة شخصية. ٢٩ أبريل ٢٠١٧.
٤. شيماء إمام محمود. مقابلة شخصية. ١٦ فبراير ٢٠١٨.
٥. محمد محمد عاشور. مقابلة شخصية. ١١ يناير ٢٠١٨.
٦. ياسر مصطفى عثمان. مقابلة شخصية. ١٤ أكتوبر ٢٠١٧.

جامعة المنوفية

كلية الآداب

قسم المكتبات والمعلومات

استمارة استبيان

موجهة للسادة أعضاء المكتبات العامة

"كأحد أدوات جمع البيانات للحصول على رسالة دكتوراه بعنوان:

" البدائل الإستراتيجية لتحقيق الجدوى الاقتصادية من المكتبات:

دراسة ميدانية لعينة من المكتبات العامة"

إعداد

سعد عبد الموجود أبوزيد

إشراف

أ.د أمنية مصطفى صادق

د. أسماء صلاح

السيد الأستاذ /

تحية طيبة .. وبعد ،،،

فى إطار الحرص على زيادة مشاركتكم فى الأنشطة والخدمات التى تقدمها المكتبة، فإن هذا الاستبيان يهدف إلى قياس كل من جدوى المكتبة الاقتصادية بالإضافة إلى تحديد مستوى علمكم واستفادتكم من الأنشطة التى تقدمها المكتبة، ونحن نأمل ومن خلال تعاونكم أن نخرج بالبيانات اللازمة لتحقيق الهدف من هذا الاستبيان. لذا نرجو من سيادتكم التكرم بالإجابة على جميع أسئلة الاستبيان بدقة ، علما بأن البيانات الواردة فيه سرية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي ، وإجاباتكم هي موضع اهتمامنا ، كما نحيطكم علما أن هذا الاستبيان أداة أساسية لجمع البيانات اللازمة لإعداد رسالة دكتوراه.

بعنوان

" البدائل الإستراتيجية لتحقيق الجدوى الاقتصادية من المكتبات:

دراسة ميدانية لعينة من المكتبات العامة"

والمقصود بالجدوى الاقتصادية فى هذا الاستبيان هو مدى معاونة المكتبة لجمهورها فى تحسين مستواهم الاقتصادي سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، كذلك قياس العائد المادي لبعض الأنشطة التى تقدمها المكتبة

مع خالص الشكر والتقدير لتعاونكم معنا

الباحث

سعد عبد الموجود أبوزيد

أولاً : البيانات الشخصية

١. الاسم: (اختياري)
٢. السن :
٣. النوع: (ذكر) (أنثى)
٤. المهنة:
٥. اسم المكتبة التي تتردد عليها.

ثانياً : أسئلة تتعلق بالجدوى الاقتصادية لأنشطة المكتبة.

١. هل تعتقد أن للمكتبة جدوى اقتصادية؟ نعم () لا ()
٢. هل ترى أن المكتبة تقدم دورات وأنشطة تأهل جمهورها لسوق العمل؟ نعم () لا ()
٣. إذا كانت إجابتك على السؤال السابق ب (نعم) هل حضرت أي من هذه الدورات؟ أذكر أمثلة.
٤. هل تنظم المكتبة أنشطة لتوعية الجمهور بالجوانب الاقتصادية؟ مثل ترشيد الاستهلاك أو مكافحة البطالة قوانين العمل والضرائب.. الخ
إذا كانت إجابتك على السؤال السابق ب (نعم) هل حضرت أي من هذه الفعاليات؟ أذكر أمثلة.
٥. هل أسعار الاشتراك بالمكتبة باهظة () مناسبة () منخفضة ()
٦. هل أسعار الاشتراك بأنشطة المكتبة باهظة () مناسبة () منخفضة ()
٨. ما هي الوسائل التي تتعرف من خلالها على
- الموقع الإلكتروني للمكتبة. ()
- صفحة المكتبة على موقع Facebook. ()
- مدونة المكتبة. ()
- الرسائل النصية القصيرة SMS. ()
- الملصقات (البوسترات) والنشرات المطبوعة ()

٩. هل ساهمت أحد الوسائل التالية في زيادة مشاركتك في أنشطة المكتبة؟

لا	إلى حد ما	نعم	الوسيلة
			الموقع الإلكتروني للمكتبة.
			صفحة المكتبة على موقع Facebook.
			مدونة المكتبة.
			الرسائل النصية القصيرة SMS.
			قناة المكتبة على موقع YouTube
			الملصقات (البوسترات) والنشرات المطبوعة بالمكتبة

١٠. هل سبق وأن حصلت على أحد خدمات المكتبة عن طريق البريد ا () نعم () لا ()
لإلكتروني أو موقع المكتبة على الانترنت؟

١١. هل أنت عضو في الوسائل التالية:

لا	نعم	الوسيلة
		الموقع الإلكتروني للمكتبة
		صفحة المكتبة على موقع Facebook
		مدونة المكتبة
		قناة المكتبة على موقع YouTube

١٢. هل تتابع الوسائل التالية:

لا	نادراً	شهرى	أسبوعي	يومي	الوسيلة
					الموقع الإلكتروني للمكتبة
					صفحة المكتبة على موقع Facebook

					مدونة المكتبة
					قناة المكتبة على موقع YouTube

نعم () لا ()

١٤. ما هي مزايا التعرف على أنشطة وأخبار المكتبة عبر وسائل الإعلام الالكتروني؟

- سهولة التصفح. () - سرعة الوصول للمعلومات. ()

- تنوع الأخبار. () - أخرى (يرجى

ذكرها).....

١٥. هل ما تقوم به المكتبة للتعريف بأنشطتها عبر وسائل الإعلام

نعم () إلى حد ما () لا ()

الالكتروني كافي من وجهة نظرك؟

١٦. إذا كانت إجابتك ب (لا) فما هي مقترحاتك لتطوير أساليب التعريف بأنشطة المكتبة؟

ملحق رقم (٢)

قائمة المراجعة

جامعة المنوفية

كلية الآداب

قسم المكتبات والمعلومات

قائمة مراجعة

موجهة لمديري المكتبات العامة عينة الدراسة

"كأحد أدوات جمع البيانات للحصول على رسالة دكتوراه بعنوان:

" البدائل الإستراتيجية لتحقيق الجدوى الاقتصادية من المكتبات:

دراسة ميدانية لعينة من المكتبات العامة"

إعداد

سعد عبد الموجود أبوزيد

إشراف

أ.د. أمنية مصطفى صادق

د. أسماء صلاح

الهدف من قائمة المراجعة:

تهدف القائمة إلي قياس مدى نسبة مساهمة وسائل تمويل المكتبة المختلف في إجمالي دخل المكتبة، وتحديد مشاكل التمويل والتدابير التي اتخذتها المكتبة لمواجهة تلك المشاكل.

كما تهدف القائمة لتحديد دور المكتبة في المشاركة الاقتصادية المجتمعية سواء بالتوعية الاقتصادية أو من خلال معاونتها في تحسين المستوى الاقتصادي لجمهور المستفيدين منها. إضافة إلى تحديد وسائل التسويق الإلكتروني التي تستخدمها المكتبات العامة وقياس قدرتها على جذب المزيد من المستفيدين.

أهداف الدراسة

- وضع دليل عملي يشمل مقترحات بإجراءات تنفيذية لحل المشكلات التمويلية التي تواجهها المكتبات العامة.
- رصد التحول الحادث في الأهداف والخدمات الأساسية للمكتبة العامة في مصر ومدى ارتباط هذه الأهداف والخدمات بالجوانب المالية من جانب وباحتياجات المستفيدين من جانب آخر.
- المقارنة بين خدمات المعلومات التي تقدمها المكتبات العامة والخدمات المستحدثة من ناحية القدرة على جذب الجمهور، والعائد المادي الذي تحققه.
- كيفية استخدام وسائل التسويق الإلكتروني في المكتبات العامة.

قائمة المراجعة

المجموعة الأولى: بيانات المكتبة

١. ما هو الاسم الرسمي للمكتبة؟
٢. ما الجهة التي تتبعها المكتبة؟
٣. ما هي وسائل التواصل مع المكتبة وبياناتها؟
٤. ما هو تاريخ إنشاء المكتبة؟

المجموعة الثانية: مشاكل ومصادر التمويل

٥. ما هي مصادر تمويل المكتبة؟
٦. هل توجد صعوبات تمويلية تواجه المكتبة؟ وما كنهها؟
٧. ما هي التدابير التي اتخذتها المكتبة لمحاولة حل تلك الصعوبات؟
٨. هل يوجد بروتوكولات أو اتفاقيات أبرمتها المكتبات مع مؤسسات محلية أو دولية؟
٩. هل ساهمت تلك الاتفاقيات في التغلب على الصعوبات المالية؟

المجموعة الثالثة: حجم الإيرادات ونسبة مشاركة كل مصدر

١٠. كم تبلغ موازنة التزويد السنوي عن آخر ثلاث سنوات؟
١١. كم يبلغ عدد أعضاء المكتبات وما هي فئاتهم؟
١٢. ما هي أسعار الاشتراك بالمكتبة؟
١٣. كم يبلغ إيرادات العضوية عن آخر ثلاث سنوات؟
١٤. هل تقدم المكتبة خدمات المعلومات بمقابل أم مجاناً؟
١٥. ما هو إيراد المكتبة من خدمات المعلومات؟
١٦. هل تقدم المكتبة أنشطة بمقابل مالي؟
١٧. ما هو عدد المشاركين فيها؟
١٨. كم تبلغ إيرادات هذه الأنشطة؟

المجموعة الرابعة: مساهمة المكتبة في التنمية الاقتصادية للمجتمع

١٩. هل تقدم المكتبة أنشطة تخدم عملية التوعية الاقتصادية؟
٢٠. هل تقدم المكتبة دورات وورش عمل تساهم في تأهيل الشباب لسوق العمل؟

٢١. هل تقدم المكتبة دورات مهنية وحرفية؟
٢٢. هل تقدم المكتبة برامج أو خدمات من شأنها معاونة المستفيدين في الحصول على فرصة عمل؟

المجموعة الخامسة: التسويق الالكتروني ووسائله

٢٣. هل تستخدم المكتبة وسائل التسويق الالكتروني؟
٢٤. ما هي تلك الوسائل؟
٢٥. ما عدد المشاركين بكل وسيلة؟
٢٦. هل ساهمت تلك الوسائل أو بعضها في زيادة عدد المستفيدين؟

ملخص

تتعرض المكتبات العامة لمجموعة من التحديات الاقتصادية من تخفيض ميزانيات، وعدم كفاية الموارد، وارتفاع أسعار المقتنيات والتجهيزات. وتعد إدارة النواحي المالية بالمكتبات العامة أحد أهم التحديات التي تواجه هذه المكتبات في ظل عجزها عن الوفاء بتغطية تكاليف ما تقدمه من خدمات وفي ظل تقلص مواردها وارتفاع تكاليف الخدمات.

وتعد هذه الدراسة من الدراسات النادرة التي تتناول الجوانب المالية والاقتصادية بالمكتبات خاصة المكتبات العامة، وتتميز بالآتي:

١. استطاعت الحصول على البيانات المالية الخاصة بالمكتبات العامة عينة الدراسة خاصة القوائم المالية للإيرادات المتنوعة وتحليلها ومقارنتها عبر عدة سنوات مستخلصة النتائج المستهدفة، كما أن معايشة الباحث لما تعرضت وتعرض له المكتبات العامة بمصر من تحديات اقتصادية قد دعم الجانب العملي والتحليلي بالدراسة.

٢. اهتمت الدراسة بتحليل ما تقدمه المكتبات العامة من خدمات للمستفيدين تصب في صالح تحسين أوضاعهم الاقتصادية سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة من خلال ما تقدمه من ورش ودورات تساهم في تأهيلهم لسوق العمل، وكذا بعض الخدمات المستحدثة مثل ملتقيات التوظيف، وإتاحة الوظائف الشاغرة.

٣. أثبتت الدراسة أن المكتبات العامة تساهم في التوعية الاقتصادية للمجتمع من خلال ما تقدمه من فعاليات متنوعة في مجالات ترشيد الاستهلاك، والأنشطة الاقتصادية المتنوعة.

٤. خصصت الدراسة فصلاً كاملاً عن أهم وسائل التسويق الإلكتروني وكيفية استخدامها والاستفادة منها لصالح التدعيم الاقتصادي للمكتبات العامة.

٥. قدمت الدراسة في ختامها مجموعة من الخطوات الاسترشادية لإعداد دليلاً عملياً يضم عدد من الإجراءات التي يمكن أن تطبقها المكتبات العامة سعياً لتنمية مواردها المالية والعينية وبهدف تقليل الفجوة ما بين المصروفات والإيرادات.

٦. اختتمت الدراسة بكشاف هجائي ضم أهم الكلمات الدالة الواردة بها.

فيما يخص النتائج التي توصلت لها الدراسة فقد كان من أهمها:

١. أصبحت المكتبات العامة التابعة للدولة مطالبة بالتمويل الذاتي لجزء من موازنة مصروفاتها تبلغ نسبته وفق آخر عام مالي تناولته الدراسة لحوالي ٢٧.٢%.

٢. لم يعد لدي الجمعيات الأهلية التي تشرف على مكتبات عامة من التبرعات ما يغطي الفجوة بين مصروفات وإيرادات تلك المكتبات.

٣. إيراد العضوية بمكتبات مصر العامة بالقاهرة الكبرى يساهم بمقدار ٢٨.١% من إجمالي موازنة إيرادات العام المالي ٢٠١٦/٢٠١٧، بينما تساهم إيرادات الأنشطة بنسبة ٥٧.٩% من نفس الموازنة.

٤. لجأت المكتبات العامة محل الدراسة على اختلاف تبعيتها (وزارة الثقافة - جمعية أهلية) إلى ابتكار أنشطة ودورات للعمل على إدرار إيراد مالي يساهم في تمويل جزء من موازنة المصروفات، ولتضييق الفجوة بين الإيرادات والمصروفات.

٥. تعتبر تلك الأنشطة المستحدثة أحد أهم الخيارات والبدائل الإستراتيجية لتحقيق منفعة اقتصادية مباشرة للمكتبات العامة.

٦. لجأت المكتبات العامة عينة الدراسة إلى عقد برتوكولات تعاون مع جهات خارجية للحصول على إهداءات عينية، رفعت عن كاهلها بعض الأعباء المالية، الأمر الذي يعد خياراً وبديلاً لتوفير النفقات، ومن ثم تحقيق مكاسب اقتصادية.

٧. تقوم بعض المكتبات العامة بإتاحة بعض قاعاتها للاستخدام من قبل الجهات الخارجية مقابل حق انتفاع (قيمة إيجارية)، كما أقامت معارض لبيع الكتب القديمة، وذلك كأحد وسائل زيادة الإيرادات.

٨. تقدم المكتبات العامة عينة الدراسة مجموعة من الدورات التدريبية والورش الفنية والمهنية التي تساعد في تأهيل الشباب لسوق العمل أو تحسين أوضاعهم الوظيفية، ومن ثم تحسين أوضاعهم الاقتصادية، والمساهمة بحل جزئي ولو بصفة غير مباشرة لمشكلة البطالة.
٩. تقيم بعض المكتبات العامة معرض بيع للمنتجات والمشغولات اليدوية من مخرجات الورش الفنية التي تنظمها مما يسهم في تحقيق دخل للمرأة المعيلة والسيدات أو منعدي الدخل.
١٠. تقدم المكتبات العامة عينة الدراسة مجموعة فعاليات في مجالات ترشيد الاستهلاك، والتوعية بقوانين العمل والضرائب والخدمة العامة، ومتطلبات سوق العمل والتأهيل للحصول على وظيفة مناسبة، الأمر الذي يصب في تحقيق منفعة اقتصادية للأفراد والدولة.
١١. بلغت نسبة إدراك المستفيدين لوجود منافع اقتصادية للمكتبات العامة ٨٦% من إجمالي المشاركين في استبيان الدراسة.
١٢. بلغت نسبة إدراك المستفيدين لتقديم المكتبات العامة لدورات وورش عمل تساعد على التأهيل لسوق العمل نسبة ٨٠%، كما بلغت نسبة المشاركين في تلك الفعاليات ٦٤.٦% من إجمالي المشاركين في استبيان الدراسة.
١٣. بلغت نسبة إدراك المستفيدين لتقديم المكتبات العامة لمحاضرات وندوات لتوعية الجمهور بالجوانب الاقتصادية نسبة ٦٦%، بينما بلغت نسبة المشاركين في تلك الفعاليات ٥٣.٤% من إجمالي المشاركين في استبيان الدراسة.
١٤. وسائل التسويق الالكتروني أحد البدائل الإستراتيجية لمواجهة ضعف تمويل المكتبات العامة كونها وسيلة تسويق مجانية، بالإضافة لما تحققه من دخل غير مباشر للمكتبات من خلال التسويق للأنشطة والدورات التي ترفع من إيرادات المكتبة.
١٥. حققت وسائل التسويق الالكتروني بالمكتبات العامة عينة الدراسة نجاحاً ملحوظاً في السنوات الأخيرة، وقد رصدت الدراسة هذا التطور خلال الفترة منذ عام ٢٠١١ حتى عام ٢٠١٧.

١٦. تحتل شبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة وموقع Facebook بصفة خاصة مكانة متقدمة في وسائل التسويق الالكتروني المكتبات العامة متقدماً على المواقع الالكترونية، وموقع YouTube.

مستخلص

تعتبر الدراسة من الدراسات النادرة التي تتناول الجوانب المالية والاقتصادية بالمكتبات خاصة المكتبات العامة، وتتميز بكونها قد استطاعت الحصول على البيانات المالية الخاصة بالمكتبات العامة عينة الدراسة خاصة القوائم المالية للإيرادات المتنوعة وتحليلها ومقارنتها عبر عدة سنوات مستخلصة النتائج المستهدفة، كما أن معايشة الباحث لما تعرضت وتعرض له المكتبات العامة بمصر من تحديات اقتصادية قد دعم الجانب العملي والتحليلي بالدراسة. وقد توصلت إلى أن المكتبات العامة التابعة للدولة مطالبة بالتمويل الذاتي لجزء من موازنة مصروفاتها تبلغ نسبته وفق آخر عام مالي تناولته الدراسة لحوالي ٢٧.٢%، وأن إيراد العضوية بمكتبات مصر العامة بالقاهرة الكبرى يساهم بمقدار ٢٨.١% من إجمالي موازنة إيرادات العام المالي ٢٠١٦/٢٠١٧، بينما تساهم إيرادات الأنشطة بنسبة ٥٧.٩% من نفس الموازنة. كما رصدت لجوء المكتبات العامة على اختلاف تبعيتها (وزارة الثقافة - جمعية أهلية) إلى ابتكار أنشطة للعمل على إدرار إيراد مالي يساهم في تمويل جزء من موازنة المصروفات، ولتضييق الفجوة بين الإيرادات والمصروفات، وقد نجحت تلك الأنشطة في تحقيق الهدف الاقتصادي من مدخلات مالية للمكتبات العامة محل الدراسة مثلت النسبة الأكبر في مصادر إيرادات المكتبات عينة الدراسة. بلغت نسبة إدراك المستفيدين لوجود منافع اقتصادية للمكتبات العامة ٨٦% من إجمالي المشاركين في استبيان الدراسة. كما بلغت نسبة إدراك المستفيدين لتقديم المكتبات العامة لفعاليات تساعد على التأهيل لسوق العمل نسبة ٨٠%، فيما بلغت نسبة المشاركين في تلك الفعاليات ٦٤.٦%. وقد بلغت نسبة إدراك المستفيدين لتقديم المكتبات العامة لمحاضرات وندوات لتوعية الجمهور بالجوانب الاقتصادية نسبة ٦٦%، بينما بلغت نسبة المشاركين في تلك الفعاليات ٥٣.٤%. وقد قدمت الدراسة مجموعة إجراءات عملية كدليل استرشادي للمكتبات العامة للعمل على تقليل الفجوة بين مصروفاتها وإيراداتها.

م	المصطلح	الصفحات الواردة بها
.١	Facebook	١٣٠، ١٢٩، ١٢٨، ١٢٧، ١٢٦، ١٢٥، ١٢٤، ١٢٠، ١٠٢، ٢٠، ٤
		١٣١، ١٣٤، ١٣٥، ١٣٦، ١٣٧، ١٣٩، ١٤٧، ١٥٤، ١٥٦.
.٢	Youtube	٩٢، ١٢٠، ١٢١، ١٣٤، ١٣٥، ١٣٦، ١٣٩، ١٥٤.
.٣	الاجتماعي	٤، ٥، ٤٠، ٤٨، ٥٨، ٨٦، ٩٥، ١٠٣، ١١٨، ١١٩، ١٢٠، ١٢٩، ١٣٠، ١٣٢، ١٣٣، ١٣٩، ١٤٧، ١٥٤.
.٤	الاجتماعية	٢٥، ٣١، ٣٥، ٤٧، ٥٥، ١١٨، ١١٩، ١٢٠، ١٤١، ١٤٥.
.٥	الأجور	٢٩، ٣٣، ٣٤.
.٦	إحصائيات	١٠، ٢٠، ٢١، ٣٨، ٥١، ٦١، ٦٢، ٦٨، ٧٠، ٧١، ٧٥، ٨٣، ٨٩، ١٠٠، ١٠٣، ١٠٩، ١٢٤، ١٢٥، ١٢٨، ١٢٩، ١٣٠، ١٣٣، ١٣٩، ١٥٦.
.٧	الإدارة	٧، ١٢، ٢١، ٢٢، ٢٥، ٣٤، ٣٥، ٣٦، ٤٢، ٤٧، ٤٨، ٤٩، ٥٢، ٥٦، ٧٨، ٨٧، ٩٠، ٩٢، ٩٩، ١٣٠، ١٣٣.
.٨	الإدارة المالية	١٢، ٢٢، ٢١، ٢٦، ٣٤، ٣٦، ٣٧، ٣٨، ٤٧، ٤٩، ٧٨، ٨٧، ١٥٦.
.٩	الإدارية	١٠، ١٢، ١٣، ١٩، ٢٦، ٢٩، ٣٥، ٤٣، ٤٦، ٤٩، ٩٠.
.١٠	استبيان	١٠، ١١، ٢٠، ٥١، ٨٩، ١٠٣، ١٠٦، ١٠٨، ١٠٩، ١١٠، ١١٣، ١٢٠، ١٣٣، ١٣٤، ١٣٥، ١٣٦، ١٣٨، ١٥٣، ١٥٤.
.١١	الاستثمار	١٣، ١٤، ١٨، ١٩، ٣١، ٣٣، ٣٤، ٣٧، ٥٤.
.١٢	إستراتيجية	١٢، ١٤، ١٦، ١٧، ١٨، ٤٢، ٨٣، ٨٥، ٨٩، ١١٣، ١١٤، ١١٥.

		١١٧، ١١٨، ١٣٩، ١٤٧، ١٥٣، ١٥٤.
١٣	الأصول	٣٣، ٣٤، ٤٨.
١٤	الاعتماد	٢٦، ٢٧، ٥٢.
١٥	الأعضاء	٣، ١١، ١٤، ١٢٧، ١٣١، ١٣٣.
١٦	الإعلام	٢٠، ٥٣، ٩٠، ٩٣، ٩٤، ١١٣، ١١٤، ١٢١، ١٢٢، ١٣٧، ١٣٩.
١٧	الاقتصادية	٣، ٦، ٧، ٨، ٩، ١٠، ١١، ١٢، ١٥، ١٦، ١٨، ١٩، ٢١، ٢٢، ٢٥، ٢٦، ٢٨، ٣١، ٣٢، ٣٥، ٣٨، ٣٩، ٤٠، ٤١، ٤٢، ٤٤، ٤٧، ٥١، ٥٤، ٦٤، ٧٥، ٧٧، ٨٤، ٨٥، ٨٩، ٩١، ٩٣، ٩٤، ٩٧، ١٠٠، ١٠٢، ١٠٦، ١٠٧، ١٠٩، ١١٣، ١٣٩، ١٤٤، ١٤٦، ١٤٨، ١٤٩، ١٥٠، ١٥٢، ١٥٣، ١٥٤، ١٥٥.
١٨	أكاديمي	٤، ٥١، ٥٣، ٥٥، ٥٦.
١٩	أنشطة	٣، ٤، ٦، ٨، ٩، ١١، ١٢، ١٣، ١٥، ٢١، ٣٠، ٣٢، ٣٦، ٤٢، ٥١، ٥٢، ٥٣، ٥٤، ٥٥، ٥٦، ٥٧، ٥٨، ٦١، ٦٢، ٦٣، ٦٤، ٦٦، ٦٧، ٦٨، ٦٩، ٧٠، ٧١، ٧٢، ٧٣، ٧٤، ٧٥، ٧٦، ٧٧، ٧٨، ٨٢، ٨٣، ٨٤، ٨٥، ٨٩، ٩٨، ١٠٦، ١١١، ١١٣، ١١٤، ١١٦، ١١٩، ١٢٠، ١٢١، ١٢٧، ١٢٩، ١٣٢، ١٣٣، ١٣٥، ١٣٦، ١٣٧، ١٣٩، ١٤١، ١٤٤، ١٤٥، ١٤٧، ١٤٨، ١٥٢، ١٥٣، ١٥٤، ١٥٥، ١٥٦.
٢٠	بروتوكول	٤٣، ٦٤، ٨٥، ٩٠، ١٤٦، ١٥٣، ١٥٥.
٢١	بمقابل	٤، ٥، ٨، ٤١، ٤٣، ٤٦، ٥٥، ٥٨، ٦٣، ٧٥، ٨٤، ١١٣، ١٤٥، ١٤٦، ١٥٢، ١٥٥.

٢٢.	تأهيل	٤، ٩، ٣١، ٣٢، ٤٤، ٤٧، ٥١، ٨٩، ٩٠، ٩١، ٩٣، ٩٤، ٩٥، ٩٩، ١٠٣، ١٠٤، ١٠٥، ١٠٦، ١٠٧، ١٠٩، ١٤٥، ١٤٩، ١٥٠، ١٥٣، ١٥٤، ١٥٥.
٢٣.	التزويد	٣، ٤، ٣٠، ٣٥، ٣٩، ٧٧، ٧٨، ١٤٨
٢٤.	التسويق	٣، ٤، ٥، ٦، ٧، ٩، ١٠، ١١، ١٤، ١٥، ١٧، ١٩، ٢٠، ٢١، ٢٢، ٣٠، ٥٢، ٦٣، ٩٢، ١٠٥، ١١٠، ١١٣، ١١٤، ١١٥، ١١٦، ١١٧، ١١٩، ١٢٠، ١٢١، ١٢٢، ١٢٩، ١٣٤، ١٣٦، ١٣٩، ١٤٧، ١٥٤، ١٥٦.
٢٥.	التسويق الإلكتروني	٤، ٥، ٦، ٧، ٩، ١٠، ١١، ١٥، ١٩، ٢٠، ٢١، ٢٢، ٩١، ٩٣، ٩٥، ١٠٦، ١١٣، ١١٤، ١١٥، ١١٦، ١١٨، ١١٩، ١٢٢، ١٢٤، ١٢٧، ١٢٩، ١٣٣، ١٣٤، ١٣٦، ١٣٨، ١٣٩، ١٤٠، ١٤٧، ١٤٨، ١٥٤، ١٥٦.
٢٦.	التعليم	٣، ٥، ٧، ١٢، ٢٢، ٢٦، ٣٩، ٥٤، ٥٦، ٦١، ٩١، ١٠٥، ١٤٥، ١٤٦، ١٤٩.
٢٧.	التعليم المستمر	٥، ١٤٤.
٢٨.	التعويضات	٢٩
٢٩.	تقديرية	٢٧، ٣٦، ٣٧، ٤٧، ١٥٢.
٣٠.	تكلفة	٤، ١٢، ١٥، ١٨، ٢٩، ٣٠، ٣١، ٣٢، ٣٧، ٤٣، ٤٦، ٥٩، ١١٥، ١٤٥
٣١.	التمويل	٤، ٨، ١٣، ١٤، ٢٦، ٥٢، ٨٤، ١٥٢، ١٥٤.

الجامعة الأمريكية	٣٢	٤، ٤٣، ١٠٢.
الجدوى	٣٣	٥، ٦، ١٨، ١٩، ٢١، ٢٢، ٥١، ٨٩، ١١٣، ١٤٤، ١٥٣.
الجمعيات الأهلية	٣٤	٣، ٨، ٩، ٨٤، ١٤٧، ١٥٢.
جمعية الرعاية المتكاملة	٣٥	٤، ٧، ١٠، ١٤، ٥٦، ٥٧، ٥٩، ١٤٢.
جمعية مصر للثقافة وتنمية المجتمع	٣٦	٤، ٨، ٩، ٤٠، ٤٣، ٤٤، ٥٦، ٥٧، ٥٨، ٥٩، ٧٧، ٨٠، ٨١، ٨٢، ٨٣، ٨٧، ٩٩، ١٠١، ١٠٢، ١١١، ١٢٩، ١٣٠، ١٣١، ١٣٢.
جمهورية	٣٧	٣، ٤، ٥، ٦، ٧، ٨، ٩، ١١، ١٩، ٢٠، ٣٠، ٣١، ٤٣، ٤٦، ٥١، ٥٥، ٥٦، ٥٨، ٥٩، ٧٥، ٧٨، ٨٩، ٩٥، ٩٧، ٩٨، ١٠٣، ١٠٥، ١٠٦، ١٠٧، ١٠٩، ١١٠، ١١٣، ١١٤، ١١٨، ١٢٠، ١٢٢، ١٢٣، ١٢٩، ١٣٢، ١٣٣، ١٣٦، ١٤٦، ١٥٠، ١٥٤.
الحكومة	٣٨	٨، ١٤، ٢٨، ٢٩، ٣٤، ٤٣، ٤٤، ١٤١.
خدمات	٣٩	٣، ٤، ٥، ٦، ٩، ١٢، ١٤، ٣٠، ٣٢، ٣٥، ٣٨، ٣٩، ٤١، ٤٢، ٤٣، ٤٤، ٤٥، ٤٦، ٥٢، ٥٣، ٥٤، ٥٥، ٥٧، ٥٨، ٦٤، ٦٦، ١١٣، ١١٥، ١١٦، ١١٨، ١١٩، ١٢٠، ١٢١، ١٢٢، ١٢٩، ١٣٦، ١٣٧، ١٤٦، ١٤٨، ١٤٩، ١٥٦.
خصخصة	٤٠	١٣، ٣٨، ٤٢، ٤٣، ٤٥، ٤٦، ٤٧، ٤٩، ١٤٦، ١٥٥.
الدخل	٤١	١٤، ١٧، ٢٨، ٣٦، ٤٠، ٤٧، ٥٣، ٥٩، ٦١، ٨٠، ١٠٨، ١٤٦، ١٥٠، ١٥٣.
دورات	٤٢	٣، ٥، ٨، ١١، ١٣، ٢١، ٣٢، ٤٦، ٥٧، ٦١، ٦٣، ٦٦، ٧٠، ٧١.

١٠٠، ٩٩، ٩٨، ٩٧، ٩٦، ٩٥، ٩٤، ٩٣، ٩٠، ٨٩، ٨٤، ٨٣، ٧٥		
١١٠، ١٠٩، ١٠٨، ١٠٧، ١٠٦، ١٠٥، ١٠٤، ١٠٣، ١٠٢، ١٠١		
١٤٨، ١٤٧، ١٤٦، ١٤٥، ١٤٤، ١٣٩، ١٣٥، ١٢٧، ١١٩، ١١٣		
١٤٩، ١٥٢، ١٥٣، ١٥٤، ١٥٥.		
١١، ٣٠، ٤٣، ٥٩، ٧٣، ٧٨	الدوريات	.٤٣
٩، ٢٧، ٢٩، ٣٢، ٤١، ٤٧، ٥٢، ٦٦، ١٠٩، ١٤٨، ١٥٠، ١٥٢	الدولة	.٤٤
١٥٣، ١٥٥.		
٢٥.	رأس المال	.٤٥
٢٩، ٣٥، ٣٦، ٣٧، ٣٨، ٤٨.	الرقابة	.٤٦
٣٩، ٩٢.	زراعة	.٤٧
١٩، ٢٧، ٢٨، ٢٩.	السلطة التشريعية	.٤٨
٣٠، ٩٢، ١١٨.	السلع	.٤٩
٣، ٤، ٥، ٦، ٩، ٣١، ٣٢، ٤٤، ٤٧، ٨٩، ٩٠، ٩١، ٩٢، ٩٣، ٩٥	سوق العمل	.٥٠
٩٨، ٩٩، ١٠٢، ١٠٣، ١٠٤، ١٠٥، ١٠٦، ١٠٧، ١٠٨، ١٠٩، ١٤٥		
١٤٩، ١٥٠، ١٥٣، ١٥٤، ١٥٥.		
٤٠، ٤١، ٧٥، ٨٥، ٩٨، ١٤٩.	سياحة	.٥١
٢٥، ٣٢، ٥٨، ١٢٢، ١٢٣، ١٤١.	السياسة	.٥٢
٧، ٤٠، ٥١، ٥٤، ٦٨، ٧٥، ٩٠، ٩١، ٩٤، ٩٥، ٩٨، ٩٩، ١٠٢	الشباب	.٥٣
١٠٣، ١٠٧، ١٠٩، ١٤٥، ١٤٩، ١٥٣، ١٥٥.		

١١، ٢١، ٢٩، ٣١، ٤٠، ٤٧، ٤٨، ٦٠، ١٥٢.	الصرف	.٥٤
٣٩، ٤٠، ١٤٨، ١٤٩.	الصناعي	.٥٥
٣، ٤، ٥، ٦، ١٣، ٢١، ٣٧، ٥٧، ٨٣، ٨٩، ١٤٦.	عائد	.٥٦
٣، ٤٥، ٧٨، ٧٩، ٨٠، ٨٣، ٨٧، ١٤٤، ١٥٢.	العجز	.٥٧
٢٩، ٣٠، ٥٢، ٨٥، ١٤٧، ١٤٨، ١٥٣.	عينية	.٥٨
٢٦، ٤٠، ١٠٠، ١٠٢، ١٤٥، ١٥٠.	فرص عمل	.٥٩
٧، ١٨، ١٩، ٣١.	الفوائد	.٦٠
١٧، ١٨، ٢٦.	القرارات	.٦١
٣، ٤، ٦، ١٣، ٣٥، ٣٦، ٣٨، ٤٥، ٥١، ٥٧، ١٤٨.	المادي	.٦٢
١٠، ١١، ١٢، ١٩، ٢١، ٢٦، ٢٧، ٣٧، ٤٤، ٤٥، ٥٨، ٥٩، ٦٠، ٦١، ٦٢، ٦٣، ٦٧، ٦٨، ٦٩، ٧٠، ٧٢، ٧٣، ٧٤، ٧٥، ٧٦، ٧٧، ٨٣، ٨٤، ٨٥، ٨٦، ٩٠، ٩٧، ٩٩، ١٠٨، ١١١، ١٤٥، ١٤٦، ١٥٢.	المالي	.٦٣
٥، ٦، ٨، ١٠، ١١، ١٢، ١٣، ١٤، ١٥، ١٦، ١٩، ٢٠، ٢١، ٢٢، ٢٥، ٢٧، ٢٩، ٣١، ٣٢، ٣٣، ٣٤، ٣٦، ٣٧، ٣٨، ٤٢، ٤٤، ٤٦، ٤٧، ٤٨، ٤٩، ٥٢، ٥٨، ٥٩، ٦٠، ٦١، ٦٨، ٧١، ٧٧، ٧٨، ٨٤، ٨٥، ٨٧، ٨٩، ٩٢، ٩٦، ٩٩، ١٠٢، ١٤٦، ١٤٧، ١٥٢، ١٥٣، ١٥٦.	المالية	.٦٤
٩٠، ٩١، ١٤٥.	مايكروسوفت	.٦٥
٤، ٥، ٦، ٤١، ٧٧، ٨٤، ٩٠، ٩١، ٩٩، ١٠٢، ١٠٣، ١١٣، ١١٨.	مجان	.٦٦

		١٢٢، ١٢٣، ١٣٩، ١٥٢، ١٥٤.
٦٧.	المجلس الثقافي البريطاني	٣، ١٠، ٤٢.
٦٨.	المحلية	٧، ١٢، ٢٥، ٣١، ٣٣، ٤٥، ٤٧، ٩٠، ١٠٦، ١٤٥.
٦٩.	مراجعة	١٠، ١١، ١٢، ٢٦، ٢٧، ٢٩، ٩٦.
٧٠.	مرافق المعلومات	٢٢، ٢٥.
٧١.	المركز الثقافي	٨، ٤٠، ٤٤، ٧٩، ٨١، ٨٢، ١٠١، ١٠٢، ١٣٠، ١٣٢.
٧٢.	المستفيدين	٣، ٥، ٦، ٨، ٩، ١١، ١٠، ١٢، ١٣، ١٤، ١٩، ٢٠، ٣٢، ٤٣، ٤٤، ٤٦، ٥٨، ٦٣، ٨٤، ٨٩، ٩١، ٩٢، ٩٣، ٩٤، ٩٥، ٩٦، ٩٧، ٩٨، ١٠٠، ١٠١، ١٠٣، ١٠٤، ١٠٥، ١١٣، ١١٤، ١١٥، ١١٦، ١١٧، ١١٨، ١١٩، ١٢١، ١٢٤، ١٢٦، ١٢٧، ١٢٩، ١٣٠، ١٣٢، ١٣٣، ١٣٤، ١٣٥، ١٣٧، ١٣٨، ١٤٥، ١٤٦، ١٤٧، ١٤٨، ١٥٠، ١٥٣، ١٥٤، ١٥٥، ١٥٦.
٧٣.	المشروعات	٢٦، ٣٩، ٤٠، ٤٦، ١٠٦.
٧٤.	المصادر	٣، ٨، ١٣، ١٤، ٣٩، ٤٣، ٦٦.
٧٥.	المعلومات	٥، ٦، ١٠، ١٢، ١٣، ١٤، ١٥، ١٧، ٢٠، ٢١، ٢٢، ٢٥، ٢٦، ٢٧، ٣١، ٣٣، ٣٥، ٣٦، ٣٧، ٣٨، ٣٩، ٤٠، ٤١، ٤٢، ٤٣، ٤٤، ٤٥، ٤٦، ٤٧، ٤٨، ٥١، ٥٢، ٥٣، ٥٤، ٥٦، ٥٩، ٦٤، ٦٦، ٧٣، ٧٧، ٧٨، ٨٤، ٨٦، ٨٧، ١١٤، ١١٥، ١١٦، ١١٧، ١١٨، ١١٩، ١٢٠، ١٢١، ١٢٤، ١٢٩، ١٣٠، ١٣٣، ١٣٧، ١٤١، ١٤٢، ١٤٥، ١٤٧.

- ١٤٨ ، ١٥٢ ، ١٥٥ ، ١٥٦ .
- ٧٦ . المكتبات العامة ٣ ، ٤ ، ٥ ، ٦ ، ٧ ، ٨ ، ٩ ، ١٠ ، ١١ ، ١٣ ، ١٤ ، ١٥ ، ١٨ ، ١٦ ، ١٩ ، ٢١ ، ٢٢ ، ٢٥ ، ٢٦ ، ٢٧ ، ٢٩ ، ٣٠ ، ٣١ ، ٣٢ ، ٣٣ ، ٣٤ ، ٣٥ ، ٣٦ ، ٣٨ ، ٣٩ ، ٤٠ ، ٤١ ، ٤٢ ، ٤٣ ، ٤٤ ، ٤٥ ، ٤٦ ، ٤٧ ، ٤٨ ، ٥١ ، ٥٢ ، ٥٣ ، ٥٤ ، ٥٥ ، ٥٦ ، ٥٧ ، ٥٨ ، ٦٤ ، ٦٥ ، ٧٦ ، ٧٧ ، ٧٨ ، ٨٠ ، ٨٢ ، ٨٣ ، ٨٤ ، ٨٥ ، ٨٦ ، ٨٩ ، ٩١ ، ٩٩ ، ١٠٢ ، ١٠٣ ، ١٠٤ ، ١٠٥ ، ١٠٦ ، ١٠٧ ، ١٠٨ ، ١٠٩ ، ١١٠ ، ١١٤ ، ١١٥ ، ١١٦ ، ١١٨ ، ١١٩ ، ١٢٧ ، ١٢٩ ، ١٣٠ ، ١٣٢ ، ١٣٣ ، ١٣٧ ، ١٣٩ ، ١٤٢ ، ١٤٤ ، ١٤٦ ، ١٤٧ ، ١٤٨ ، ١٤٩ ، ١٥٠ ، ١٥٢ ، ١٥٣ ، ١٥٤ ، ١٥٥ ، ١٥٦ .
- ٧٧ . مكتبة ٦ اكتوبر ٨ ، ٧٩ ، ٨١ ، ٨٢ ، ١٠١ ، ١٠٢ ، ١٣٠ .
- ٧٨ . مكتبة المعادى ٨ ، ٤٠ ، ٤٤ ، ٧٩ ، ٨١ ، ٨٢ ، ١٠١ ، ١٠٢ ، ١٣٠ ، ١٣١ ، ١٣٢ ، ١٣٣ .
- ٧٩ . مكتبة خالد بن الوليد ٨ ، ٧٩ ، ٨١ ، ٨٢ ، ١٠١ ، ١٠٢ ، ١٠٣ ، ١٣١ ، ١٣٢ .
- ٨٠ . مكتبة شبرا الخيمة ٨ ، ٧٩ ، ٨١ ، ٨٢ ، ١٠١ ، ١٠٢ ، ١٠٣ ، ١٣٠ ، ١٣٢ .
- ٨١ . مكتبة م. نصر ٨ ، ٧٩ ، ٨١ ، ٨٢ ، ١٠١ ، ١٠٢ ، ١٣٠ ، ١٣١ ، ١٣٢ .
- ٨٢ . مكتبة مصر العامة ٤ ، ٨ ، ١٠ ، ٢٩ ، ٣٠ ، ٣١ ، ٣٣ ، ٣٤ ، ٣٩ ، ٤٠ ، ٤٤ ، ٤٨ ، ٥٥ ، ٥٦ ، ٥٨ ، ٥٩ ، ٦٠ ، ٦١ ، ٦٤ ، ٦٢ ، ٩٠ ، ٩٢ ، ١١١ ، ١٢٠ ، ١٢١ ، ١٢٢ ، ١٢٣ ، ١٢٤ ، ١٢٥ ، ١٢٦ ، ١٢٧ ، ١٤١ ، ١٤٩ ، ١٥٢ .
- ٨٣ . مكتبة القاهرة الكبرى ٧ ، ٣١ ، ٣٣ ، ٣٤ .
- ٨٤ . مكتبة مصر العامة ٨ ، ٦٥ ، ٧٠ ، ٧١ ، ٩٥ ، ٩٦ ، ١٢٨ ، ١٢٩ .
- بالإسماعيلية

٨٥	مكتبة مصر العامة بالأقصر	٨، ٦٥، ٧٣، ٧٤، ٧٥، ٧٦، ٨٥، ٩٨، ١٢٨، ١٢٩، ١٤٩.
٨٦	مكتبة مصر العامة بالزاوية الحمراء	٣٠، ٣٣، ٣٤، ٣٩، ٤٨، ٦١، ٦٢، ٦٤، ٧٦، ٨٦، ٩٠، ٩٢، ١١١، ١٢٥، ١٢٦، ١٤٩.
٨٧	مكتبة مصر العامة بالزيتون	٣٣، ٦٠، ٦١، ٦٤، ٨٦، ٩٢، ١١١، ١٢٦.
٨٨	مكتبة مصر العامة بالغردقة	٨، ٦٥، ٧١، ٧٢، ٩٧، ١٢٨، ١٢٩.
٨٩	مكتبة مصر العامة بالمنيا	٨، ٦٥، ٧٥، ٧٦، ٧٧، ٩٨، ٩٩، ١٢٨.
٩٠	مكتبة مصر العامة بدمنهور	٨، ٦٥، ٦٨، ٦٩، ٩٤، ٩٥، ١٢٨، ١٢٩.
٩١	مكتبة مصر العامة بدمياط	٨، ٦٥، ٦٦، ٦٧، ٨٦، ٩٣، ٩٤، ١٢٨، ١٢٩.
٩٢	الموارد	٢٥، ٣٤، ٣٥، ٣٦، ٤٢، ٤٧، ٥٣، ٩٠، ١٤٤، ١٥٢.
٩٣	الموازنة	٩، ١٩، ٢١، ٢٢، ٢٦، ٢٧، ٢٨، ٢٩، ٣١، ٣٢، ٣٤، ٤٧، ٤٨، ٦٣، ٨٤، ١٥٢.
٩٤	مؤسسات	٥، ١٤، ٢٥، ٤١، ٤٣، ٤٥، ٤٩، ٥٢، ٥٦، ٥٧، ٩١، ١١٥، ١١٦، ١١٧، ١٢٢، ١٤٧، ١٥٥، ١٥٦.
٩٥	الميزانية	٧، ١١، ١٢، ١٥، ١٩، ٣٧، ٤١، ٥٢، ٥٣.

٩٦.	ندوات	٤، ٤٠، ٦٤، ٦٦، ٧١، ١٠٦، ١٠٧، ١٠٨، ١٠٩، ١١٠، ١١٣، ١١٩، ١٥٠، ١٥٤.
٩٧.	النفقات	٣، ١٣، ٢٧، ٢٨، ٣١، ٣٢، ٣٤، ٣٦، ٤٢، ٤٧، ٥٩، ٨٥، ١٤٤، ١٤٧، ١٥٢، ١٥٣.
٩٨.	نقدية	٢٨، ٢٩، ٧٧.
٩٩.	ورش عمل	١٣، ٤٠، ٤٩، ٦٨، ٩٠، ١٠٢، ١٠٩، ١٢٧، ١٤٦، ١٤٩، ١٥٠، ١٥٤.
١٠٠.	وزارة الثقافة	٣، ٧، ٨، ٢٧، ٥٦، ٨٤، ١٤٧.

Summary

The Problem of study:

Public libraries inability to cover the cost of fulfilling the services provided under the shrinking resources and rising costs of services. So Public libraries tend to develop new services were not previously offered within what they offer which often offer to the public in exchange for material return covers the direct cost.

The library users become demanding by the services which return it personally to improve the economic situation, in both of which became the marketing of those services and activities a real no recreational need to achieve both the community and the material expected return, taking into account that the financial return is not a goal in itself but a means to cope with Libraries funding problems and the development of its resources in order to continue to be able to offer more services and activities.

The Importance of study:

Public Library provides services free of charge in general regardless of the financial allocations support her and their sources, whether public or private. But the current situation is public libraries offer innovative services such as technical and professional courses (Music - Drawing - Crafts - hair and throwing and representation - Small Industries - Maintenance - human development ... etc) and these services are provided are provided to achieve three goals:

First, it is one of the factors to attract the public and meet their needs in order to ensure the continued popularity of the library and thus the continuation of the library in the provision of services and the feasibility of achieving its inception.

The second opportunity for the public library to impart more of continuing education as well as the skills that qualify him for the job market and thus raise the economic level indirectly to the public.

Third: Covers the gap between expenses and revenues.

Also public libraries need to electronic marketing as one of the most important factors for attracting and retaining the beneficiaries of public libraries in the ability to perform the cultural and social role in addition to the roles they can do to support the educational process and information literacy in Egyptian society.

The importance of this study, which deals with all of the activities and services developed with the direct economic return to the library - and indirect audience - compared to traditional services accepted academically it is one of the basics of public library services, which are provided free or at nominal cost in terms of the ability of each to the public to attract and achieve all each of the material entered the library, as the study addresses the role of e-marketing for the activities of public libraries as a means to promote these activities and work to attract more audience beneficiaries, which means achieving societal and cultural return privileged in the first place, as well as make money contributes to the support public Libraries activities and then the ability to ensure its continuation.

Objectives of the study

The study seeks to achieve the following objectives:

1. Put a manual guide for public libraries to manage and improve their budget.
2. Monitor the shift in the incident objectives and basic services to the public library in Egypt and how these goals and services to the financial aspects of the beneficiaries and the needs of the other.
3. Comparison between the information provided by public libraries and services developed in terms of the ability to attract the public, material and yield achieved by services.
4. The extent of the public's need for activities that qualify for the labor market and return it in the future to improve the economic level and the possibility of public libraries in meeting those needs.
5. How to use the means of e-marketing in public libraries in Egypt.

6. determine the effectiveness of the means of e-marketing in influencing the beneficiaries of the services and activities of public libraries in Egypt and attract more of them.

RESULTS of THE STUDY

- Public libraries ,which are under supervision of government agencies, estimate their expends and revenues according to the basis of public expenditure estimates established by the state and spend on their needs according to the budget sections.
- The increase in the budget of public library expends does not correspond to the actual increase in its financial needs.
- The public libraries of the state are required to self-finance for a part of the budget of their expends, according to the last financial year covered by the study, to about 27.2%.
- NGOs that supervise the public libraries are no longer able to fill the gap between the expends and revenues of these libraries.
- The majority of the revenues of public libraries are limited to membership and activities income, but information services are provided free or nearly for free fee.
- Revenues ,of the membership in Miser Public Libraries in Cairo ,contribute 28.1% of the total revenues for year budget 2016/2017, while the revenues of activities contribute 57.9% of the same budget.
- The various public libraries, under study , (Ministry of Culture – NGO) have innovated activities and courses as new sources of financial revenues that contributes to the finance of the expends budget and to decrease the gap between income and expends.
- These activities succeeded to achieve the economic objective through the financial inputs of the public libraries, under study, which

represented the largest percentage of revenues sources of the study libraries sample.

- These innovated activities are considered one of the most important strategic options and alternatives for direct economic benefit to public libraries.
- The public libraries (sample of the study) betook making cooperation protocols with third parties to get some kind of donations, which can help in financial burdens, which are considered as an option and alternative to save expenses and thus achieve economic gains.
- Some public libraries rent some of their halls for third parties in return for the right of use (rent value), and established exhibitions for selling old books, as one of increasing revenues ways.
- Public libraries (sample of study) provide a group of training courses and technical workshops that help to qualify the youth to the real work life (labor market) or improve their work conditions, and thus improve their economic situation, and to give an indirect solution for unemployment problem.
- Some public libraries have inserted "unoccupied jobs " service and "employment forums" to their programs.
- Some public libraries hold an exhibition for selling some products and handicrafts from the outputs of the technical workshops organized by those libraries, thus provide, in somewhat , income to women with limited or no income.
- Public libraries)sample of the study(provide seminars in monetarism of consumption, awareness of labor laws, taxes and public service,

and requirements of the labor market and qualifying for a suitable job, which contribute to the economic benefit for individuals and country.

- The awareness percentage of beneficiaries of the existence of economic benefits for public libraries reached 86% of the total participants in the study survey.
- The awareness percentage of beneficiaries of provided courses and workshops by the public libraries ,to help in labor market rehabilitation, was 80%, and the participants in those events was 64.6% of the total participants in the study survey.
- The awareness percentage of beneficiaries of the provided lectures and seminars by the public libraries, for raising public awareness of the economic aspects ,was 66%, while the participants percentage in those events was 53.4% of the total participants in the study survey.
- E–marketing means are one of the strategic alternatives to face the public libraries weak funding ,as they are free marketing means, in addition to the indirect income of libraries through marketing for activities and courses that increase the revenues of the library.
- The e–marketing means in public libraries have achieved a remarkable success in recent years. The study has monitored this development during the period from 2011 to 2017.
- Social networks in general, Facebook in particular, occupy an advanced position in public libraries e–marketing.

Abstract

This study is considered one of the rare studies that discuss and analyzes the financial and economic aspects of libraries, especially public libraries.

The study was formed from five chapters, practical guide, results, recommendations and finally an index for the most important Key words which was included by the study.

The study was able to obtain the financial data for the Public libraries of the study sample, especially the financial statements, to analyze and compare them over several years, one of the important results was Public libraries are required to self-finance part of the budget of their expenditures, according to the last financial year, which the study dealt with about 27.2%.

Revenues, of the membership in Miser Public Libraries in Cairo, contribute 28.1% of the total revenues for year budget 2016/2017, while the revenues of activities contribute 57.9% of the same budget.

Finally, the practical guide presented a set of practical procedures as a guide for public libraries to reduce the gap between their expenditures and their revenues. It gives them several different ideas which it can be activated to attract more users and gain more economic benefits for the public libraries.