الفصل الثالث عشر

أثر السماح بتصوير المراجع العلمية على تسويق خدمات المكتبات الجامعية.

الفصل الثالث عشر
أثر السماح بتصوير المراجع العلمية على تسويق خدمات المكتبات الجامعية

توضح هذه الدراسة أهمية إدراج أسواق المعلومات كشبكة سوقية، والأخذ بعين الاعتبار أهمية القناة السوقية المختارة في عرض المخرجات الفكرية. من المفترض في المكتبة العامة، التي تعتبر وسيط بين المنتج والمستفيد، تطوير نشاطها لضمان استقلاليتها الإدارية والمالية، بالإعتماد على التمويل الذاتي من خلال الإعارة والتصوير وليس فقط من الضرائب. إن مصطلح المتاجرة بالمعلومة إعارة وتصوير ربما يبدوا مناسبا لما يندرج على وصف نشاطات المكتبات بشكل عام. أن تطوير خدمات المكتبات معتمد على تفعيل الخدمات الإضافية المساعدة كالإعارة والتصوير، الذي مازال ينظر إليه (التصوير) كوسيلة غير قانونية في جامعاتنا العربية. الإستراتيجية التسويقية المتمثلة بعرض المنتج الفكري على القارئ من خلال السماح بالتصوير لا تقلل من حجم الأرباح كما يفترض البعض، وإنما تساعد طرفي السوق - المؤلف والقارئ - من بلوغ أهدافهم الربحية والمنفعية، فضلا عن تفعيل دور المكتبة كمؤسسة علمية منتجة في أسوق المعلومات من خلال الصياغة السليمة لمزيج خدماتها التسويقي.

The Impact of Permitting Photocopy of the Scientific References
on Marketing the University Library Services
(Applied Study on the Libraries of the Jordanian Universities)

Dr. Basim Anagreh - Marketing Department, Jadara University, Jordan

Summary
This study illustrates the importance of including information markets as network industries, as well as taking into consideration the importance of the market

channel, at which their information products are distributed. It is supposed that the public library, deemed as intermediary between the producer and the beneficiary, should develop its activities through self-funding by lending and copying and not to depend only on the taxes, to ensure its administrative and financial independency. The term "information trading" seems an appropriate description of what constitute libraries' activities .
The development of library services depends on the activation of the support additional services such as lending and copying, which is still considered an illegal action in our Arab universities. The marketing strategy, represented in offering the intellectual product to the reader through permitting photocopy does not reduce the profits amounts, as some assumed, but assist both parties of the market to achieve their goals, in addition to activating the role of the library, as a productive scientific institution in the information markets through the proper formulation of the marketing mix to its services.

تتلخص مشكلة البحث في النظرة التقليدية السائدة للمكتبات الجامعية باعتبارها مؤسسة خدماتية غير مستقلة يقتصر دورها على تقديم خدمات القراءة والإعارة، وتجاهل آفاق تطوير خدماتها بسبب مجموعة من العوائق التشريعية والإدارية مثل منع التصوير داخل المكتبة، مما يعيق عملها كمؤسسة منتجة ويحد من دورها كوسيط بين المنتج الفكري والمستفيد الذي يسعى للحصول على المعلومة بأسرع السبل الممكنة. إن منع التصوير السائد في العالم العربي يتعارض مع معطيات ثورة المعلومات الحديثة ويقف عائقا أمام تطوير العملية التعليمية ويخالف أمزجة الطلبة في الحصول على المعلومة بأسهل السبل الممكنة.

3. أهمية البحث :

تكمن أهمية هذا البحث في اعتبار المكتبة الجامعية مؤسسة

منتجة يمكن إخضاع أنشطتها لآلية العرض والطلب، وصياغة سياسة تسويقية تضمن التمويل الذاتي للمكتبات من خلال الإستفادة من بعض الخدمات الإضافية المساعدة كالإعارة والتصوير التي يلجأ إليها الطلبة كبديل للشراء. أهمية الحلول المقترحة في هذا البحث تكمن في تفعيل العلاقة بين المنتج الفكري والمستهلك بتمكين الدارسين من الوصول إلى المعلومة باستخدام التقنيات الحديثة دونما حرج قانوني أو أخلاقي. تقديم الحلول التسويقية بالإستناد إلى المفاهيم الإدارية تمثل منهجيه علميه متطورة في تناول القضايا ذات الصلة بالمجالات العلمية الأخرى كالتشريعية والتربوية وغيرها.

4. فرضيات البحث: إن الخدمات الإضافية للمكتبة من إعارة وتصوير لا تقلّ أهمية عن البيع المباشر والمتبع عبر المكتبات التجارية، ولا تقلل من أرباح المنتجين من مؤلفين ودور نشر. كما أن السماح بتصوير المنتجات العلمية وفق آلية تسعيرية معينة ومقترحة في هذا البحث يضاعف عدد رواد هذه المكتبات، ويمكنها من دفع ثمن أعلى لهذه المنتجات لصاحبها المنتج الفكري مقابل السماح بالتصوير. عليه يمكن صياغة فرضيات البحث كالتالي:

1. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين سياسة المكتبات الجامعية الحالية ورضى المستهلك المستفيد في الحصول على المعلومة.

2. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين السماح بالتصوير وعدد رواد المكتبات وحجم إيرادها المالي وأرباح المنتجين الفكريين.

5. الدراسات السابقة:

هناك العديد من الأبحاث العربية التي تناولت إدارة المكتبات من وجهة نظر تنظيمية بحتة ولم تتطرق لمعالجة مشكلة التصوير. بعض الدراسات الأجنبية قدمت قاعدة علمية لتطوير آفاق عمل المنظمات العلمية

والتعليمية على أسس سوقية، وبعضها تناول حلولا مقترحة لحل مشكلة منع التصوير. أما أهم هذه الدراسات فهي :

1.Ball.H. (1985) Mehr Markt in Bildungswesen, Europaeische Hochschulschriften, Bd. 618, Frankfurt a.M.Germany.

تناولت هذه الدراسة وجهات النظر المتعلقة بملكية المعلومة وتوصل الباحث إلى أن المعلومة بحد ذاتها ملك عام، أما ما يترتب عليها من آثار ماديه ومعنوية كالدخل والحوافز والجوائز العلمية فهي ملك خاص.

2. Lith, van Ulrich (1997) Markt und persoenlische Freiheit, Tuebingen. Walter Eucken Institut. Germany.

تناولت هذه الدراسة تكريس آلية السوق في التعامل مع المؤسسات العلمية والتعليمية، حيث توصل الباحث إلى أن إخضاع الخدمات العلمية لآلية السوق يسهل عملية تحديد كلفة المنتج في هذا القطاع والسعر التنافسي للمنتجات المعلوماتية، بما لا يبرر من وجهة نظر اقتصادية احتكار القطاع العام للمؤسسات التعليمية. هذه الآلية تمهّد لسعر التوازن المطلوب في أسواق المعلومات.

أما أفضل الدراسات التي تناولت السياسة التسعيرية لخدمات المكتبات بتقديم نماذج رياضية في تحديد السعر المثالي لخدمات المكتبات فهي:

3.Oz. sh. (2000) The Economic of Network Industries, , USA. & Johnson ,W. (1985) The Economic of Copying in Journal of pol Econ, .s.174-185

4. إضافة إلى هذه الدراسات الأجنبية فقد تمت الإستفادة من مجموعة من المؤلفات العربية المتعلقة بإدارة المكتبات بجوانبها التنظيمية، نذكر منها: إدارة وتنظيم المكتبات للدكتور ربحي عليان (2005). أخيرا لم يتردد الباحث من عرض تجربته العملية أثناء دراسته في الجامعات الغربية.

الإطار الفكري:

لتعميق القناعة بالحلول المطروحة يستعرض الباحث أمرين مهمين، الأول ضرورة التمييز بين ملكية المعلومة (حقوق الملكية الفكرية) والآثار المادية والعلمية المترتبة على تقديم هذه المعلومة للمجتمع الإنساني. الثاني، ضرورة مساعدة الطلبة في الوصول إلى المعلومة بأسهل السبل الممكنة، خاصة أن التقنيات الحديثة سهلت عمليات التصوير والتكثير.

1. هل المعلومة ملك عام أم خاص؟

إن فكرة اشتمال الخدمات العلمية على مزايا القطاعين العام والخاص وتبعية منظماتها لكلا القطاعين، تفرض علينا معالجة التساؤل الذي يدور حول ملكية المعلومة نفسها: هل هي ملكية خاصة بمنتجها أم هي ملك عام؟ إن تحديد ملكية المعلومة خطوة مهمة، خاصة أن خدمات المكتبة معتمدة على المعلومة ومرتبطة قانونيا بالجهة المنتجة، وتلعب دور الوسيط بين المنتج والمواطن.

إن الرأي القائل بأن المعلومة ملك خاص يرتكز بالأساس إلى مبادئ حرية الفرد بالاستحواذ على كل أشكال الملكية الفكرية معتبرا ذلك جزءا من الإنجازات الفردية شبيها بالملكية المادية. من جهة أخرى يرى أصحاب رؤوس الأموال أن ملكية المعلومة الشخصية هي أحد أهم شروط نجاح الاستثمارات الخاصة في الموارد البشرية ومن دونها يتم عزل القطاع الخاص عن الاستثمار في المجالات الصحية والتعليمية، ويسبب حالات إحباط لكل المختصين من أطباء ومعلمين وغيرهم في السعي نحو الاستقلالية في العمل والتصرف بما يملكونه من مواهب فردية وقدرات علمية وفق الآلية السوقية. الانعكاسات السلبية لهذا الاتجاه الفكري هي حرمان الآخرين من الانتفاع بالمعلومة إلا بالشروط التي يرتئيها صاحبها بدعوى الملكية الفكرية.

أما الرأي القائل بأن المعلومة ملك عام لا ينفي بديهية توثيق المعلومة وحق انتفاع المنتج الشخصي بها، لكنه يرى أهمية توافر أطر قانونية وأخلاقية تمنع احتكار المعلومة بتحديد السقف الأعلى لحقوق الملكية الفكرية. أهم الأفكار التي يستند إليها الباحث هي سيرة الأنبياء عليهم السلام وكبار علماء التاريخ، حيث لم يتواتر عنهم الاهتمام بالأجر المادي مقارنة بعلماء هذا العصر ﴿ قُل لَّآ أَسْـَٔلُكُمْ عَلَيْهِ أَجْرًا إِلَّا ٱلْمَوَدَّةَ فِى ٱلْقُرْبَىٰ ﴾ آية كريمة القرآن الكريم، آيه 23. من جهة أخرى يعتبر صاحب المعلومة نفسه نتاج المجتمع الذي منحه الدعم المادي والمعنوي بما يكفي لإنتاج هذه المعلومة، ومن أشكال هذا الدعم: التعليم الأساسي المجاني والتسهيلات المادية والمعنوية من قبل الأهل والدولة إضافة إلى العقود الدولية للمنح الدراسية، وصور الدعم غير المباشر كالإعفاءات الجمركية والضريبية.

إن حكر المعرفة أو الخبرة ليس بالأمر الجديد، فقد أخذ أشكالا مختلفة في الحضارات القديمة، حيث عمدت بعض العائلات الصينية والأوروبية على احتكار بعض المهن والعلوم، حتى جاء الإسلام مرغبا بالعلم ونشره ومعتبرا كتمانه من المحرمات. بالمقابل ولحل معضلة هذا الإشكال الفكري، هل يمكن للآلية السوقية أن تقدم حلا سوقيا مقنعا وترفع الحرج العلمي والأخلاقي لعمليات تصوير وتكرار المعلومات باستخدام التقنيات الحديثة؟ الفقرات التالية تتناول الإجابة على هذا السؤال بتوضيح الدور الوسيط الذي يمكن للمكتبة أن تلعبه بين كافة أطراف هذه العملية الإنتاجية.

2. العملية الإنتاجية لأنشطة المكتبات:

إن تميّز خدمات المكتبات بميزات القطاعين الخاص والعام يوضح موقع الوظيفة الإنتاجية للمنظمة المعلوماتية بشكل عام ضمن التصنيف التالي، فهي:

1. مؤسسات علمية منتجة للمعلومة: الجامعات ومراكز البحث العلمي

2. مؤسسات معلوماتية تتاجر بالمعلومة: مراكز التصوير والصحافة ودور النشر والإذاعة والتلفزيون والمكتبات التجارية الخاصة.

3. مؤسسات تقوم بدور الوسيط في نشر المعلومة كالمكتبات الجامعية.

إن تبعية أي منظمة لأحد القطاعين سواء العام أو الخاص لا يمنعها من الوصول إلى تحقيق أهدافها الإنتاجية بالوصول إلى تعظيم الربح أو أفضل خدمة للجمهور، أو لتفعلية التكاليف إذا كانت حكومية مطلقة. لذا فإن اعتبار المكتبة مؤسسة منتجة يتطلب تطبيق معايير الكفاءة الإنتاجية، حيث يتوقف نجاح كل منظمة على المهارة الإدارية في الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة (البشرية والمادية والمعلوماتية) لتحصيل أكبر قدر من التغير(Δ) في المخرجات مقارنة مع المدخلات، للحد من التكاليف والخروج بأكبر قدر من الإيرادات. أما خطوات تعظيم الكفاءة الإنتاجية لخدمات المكتبات ($\Delta O/\Delta I$) فهي:

1. التقليل من المدخلات ($I_1 \ldots I_n$) للحد من التكاليف المتصاعدة ($c_1 \ldots c_n$) ومما يقلل من مجموع التكاليف الكلية:

$$\text{Min}\,(I_1 + \ldots + I_n) \rightarrow \text{Min}\,(c_1 + \ldots\ldots c_n)$$
$$\text{Min} \sum I \rightarrow \text{Min} \sum C$$

⇨

2. محاولة تقديم أفضل جودة ممكنة من خدمات المكتبات لتعظيم القيمة المضافة (Value Added) والتي تعرف بفارق قيمة المنتج إستنادا إلى فارق الجودة المعتمد على المهارة الإدارية باستخدام نفس المدخلات.

3. تكريس مجموعة المفاهيم الإدارية، حيث أن عملية تفعيل العملية الإنتاجية (Production Process) لأعمال المكتبات تفترض تكريس مجموعة من النظريات الإدارية التي من شأنها ضمان نجاح أعمال المؤسسة ومن أهمها:

أ. الإدارة بالأهداف Management By Objectives

مفاهيم الإدارة بالأهداف توضح كلا من رسالة المكتبة ورؤيتها المستقبلية وغاياتها لمجموع العاملين والمستهلكين فيما يتعلق بالخطط المستقبلية. هل تقتصر إدارة المكتبة على عرض خدمات القراءة والإعارة أم تفكر بتقديم خدمات إضافية أخرى؟ هل تقتصر خدماتها على جمهور الطلبة أم تفكر بتنشيط خدماتها لتشمل كافة قطاعات المجتمع المحلي؟ ما هو أفق تجاوبها مع المتغيرات التكنولوجية؟

هل تفرض هذه المتغيرات التكنولوجية إعادة صياغة متجددة لأهداف المكتبة العلمية والتعليمية؟ كيف يمكن تحقيق أهداف المكتبة بتوصيل المعلومة للطلبة بأسهل السبل الممكنة وباستخدام التقنيات الحديثة مع وجود عوائق قانونية وفكرية تحول دون ذلك؟

ب. نظرية النظم Systems Theory

إن التوافق بين مخرجات العملية الإنتاجية كما ونوعا مع المتغيرات البيئية الخارجية (الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية والقانونية والسكانية (الديموغرافية) والتكنولوجية، إضافة إلى المنافسة المحلية والخارجية، يتطلب من إدارة المكتبة تقديم المعلومة بأسرع وقت ممكن وفق التصورات الاستهلاكية لجمهور المستفيدين. استنادا لنظرية النظم ونظرية النظام المفتوح فإنه من التناقض إستنفاذ معطيات البيئة الخارجية المتمثلة بالمدخلات ثم التباطؤ بالاستجابة لرغبات جمهور المستفيدين بما يحتاجونه من مخرجات.

ج. النظرية الظرفية The Contingency Theory

تطرح هذه النظرية أهمية تجديد الخطط الإدارية وضمان مرونتها بما ينسجم مع متطلبات كل عملية إنتاجية وأمزجة المستفيدين المتجددة، وهنا تكمن أهمية الجرأة في اتخاذ القرار المناسب في الوقت المناسب، حيث لا تكفي معرفة المعلومة فقط، وإنما لا بد من متابعتها بالموقف الإداري

(النظرية الموقفية أو الظرفية) الملائم لكل حاله إدارية. النموذج التالي يبين ملخص سير العملية الإنتاجية لأعمال المكتبات وبما يندرج على جميع المنظمات بتحديد الأرباح المتمثلة في الفرق الحاصل بين (المخرجات× السعر) – (المدخلات× التكلفة)

$$(O_1.P_1 + O_2.P_2 + \ldots + O_n.P_n) - (I_1.c_1 + I_2.c_2 + \ldots + I_n.c_n) = \text{Profit}$$

3. موقع عمليات التصوير في المزيج التسويقي لخدمات المكتبات

ان البحث عن أفضل علاقة إنتاجية لخدمات المكتبات يفرض علينا إعادة النظر في صياغة المزيج التسويقي بشكل جذري، وتطوير المنتج المعلوماتي لخدمات المكتبات بما يتفق مع ثورة الاتصالات والمعلومات الحديثة في نشر المعرفة ورفع المستوى العلمي للمواطنين من خلال الوسيلة التقنية المناسبة وأهمها التصوير، مع ضمان الأطر القانونية والإدارية الصحيحة لنشر وتكثير المعلومة. يمكن صياغة عناصر المزيج التسويقي لخدمات المكتبات وفق التصورات الحديثة التالية:

1. المنتج: في الوقت الذي تعتبر فيه المعلومة نتاج المؤسسات التعليمية، يقتصر دور المكتبة على تقديم منتجها بصفة خدمات معلوماتية، حيث أن منفعة المستهلك الأساسية تكمن في المعلومة الفكرية غير الملموسة أكثر منها في الإطار الحاوي للمعلومة. القراءة والإطلاع تبقى هي الخدمة الرئيسية لأعمال المكتبات، بينما تمثل خدمات الإعارة والتصوير خدمات مساعدة في جذب أكبر عدد من القراء والمطلعين.

2. التسعير: تعتمد مكتبات الجامعات العربية بشكل عام على الرسوم المكتبية وغرامات التأخير في تغطية بعض التكاليف الإنتاجية، متجاهلة الإستفادة من التصوير كوسيلة لتشيط المنتج المعلوماتي من جهة، وتغطية نسبة غير قليلة من تكاليف العملية الإنتاجية.

3. التوزيع والترويج من خلال التصوير: المادة المصورة تشكل أحد قنوات توزيع المادة العلمية وكذلك وسيلة ترويج لها ولمنتجها، وهذا يفرض علينا البحث عن فرص تسويقية تسمح بالتصوير كأحد قنوات توصيل المعلومة للمستفيدين.

4. البيئة المادية والمعنوية وعملية التفاعل مع جمهور المستهلكين: إن الإهتمام بأجواء جاذبة لرواد المكتبات الجامعية، مثل تخصيص قسم خاص بالتصوير وأماكن تسلية ومناظر طبيعية وصور للعلماء، وكذلك الإستعانة بموظفين مدربين على التعامل مع الفئة الاستهلاكية يزيد من جاذبية المواطنين والطلبة للمكتبات الجامعية.

نكتشف من عرض عناصر المزيج التسويقي أن السماح بالتصوير يمثل وسيلة تطوير المنتج المعلوماتي، ويشكل محور التكامل لبقية العناصر الأخرى، بما يعمل على زيادة أعداد رواد المكتبات الجامعية، الذي يمكن بدوره زيادة إيرادات المكتبة لتغطية تكاليفها ويدعم استقلاليتها الإدارية والمالية. الشكل رقم (2) يعرض بشكل واضح أهمية التصوير في تفعيل أنشطة المكتبة وتسهيل وصول المعلومة للطلبة، وأن منعها يعيق الحركة العلمية ويشل أعمال المكتبات ودور النشر.

تصميم الباحث

تمثل عمليات التصوير وفق النموذج السابق أحد أهم ركائز العملية التسويقية لخدمات المكتبات لارتباطها بمجموعة الأفكار التالية:

1. تعتبر عمليات التصوير مجرد تكثير للمعلومة وليس سرقة أو انتحالا لها لاحتفاظ مادة التصوير باسم المؤلف وعنوان دار النشر.

2. إستحالة منع عمليات التصوير والتكثير بسبب انتشار التقنيات الحديثة.
3. جودة المادة المصورة لا تقارن بجودة الكتاب الأصلي، خاصة وأن المادة المباعة من مراكز التصوير لا يمكن بيعها مرة أخرى إلا بثمن قليل.
4. عمليات التصوير تضاعف من أعدد الرواد والمشتركين ودافعي الرسوم السنوية، مما يؤدي إلى تفعيل مجمل الخدمات الإضافية من إرشاد واستشارات علمية واستقدام مراجع خارجية مقابل رسوم إضافية وتنشيط العروض الثقافية وقسم بيع الكتب المرافق لأقسام المكتبة مما يعظم إيرادات المكتبة ويمكنها من دفع الضرائب وتشغيل أيدي عاملة إضافية.

الملفت للانتباه أن المكتبات في الدول الغربية التي تسمح بالتصوير وفقا لأحكام قضائية (مثال: ألمانيا) تعج بعمليات التصوير، مقارنة بمكتباتنا التي يندر فيها هذا النشاط العلمي المرغوب. أهم الأحكام القضائية التي سمحت للطلبة بالتصوير هو الحكم الصادر عن Court of Appels, F.3d.1512.74.1996. USA أما أهم الأسباب التي تدعوا الطلبة للتصوير فليست مقتصرة على الأسباب المادية، بل هناك دوافع أخرى منها: إضافة الملاحظات، سهولة الحمل وتنظيم الملفات، الرغبة باللون الأبيض للأوراق، السرعة في تناول المادة العلمية وتقليد طلابي.

4. السياسة التسعيرية لخدمات المكتبات:

وفقا للنتائج المستخلصة من الفقرات السابقة نرى أن سياسة تسعير خدمات المكتبات مرتبطة بشكل تكاملي مع تسعير الخدمات العلمية والفكرية من مؤلفات علمية وسمعية وبصرية. لذلك نجد أن أهمية صياغة سياسة تسعيرية وفق علاقة سوقية تربط إدارة المكتبة بدور النشر والمؤلفين بشكل مباشر، هي فكرة مهمة وضرورية، وعليه فإن عملية تسعير خدمات المكتبات تقع في اتجاهين:

الأول: من خلال رسوم الإعارة وتكلفة التصوير وأجور الخدمات الأخرى.
الثاني: من خلال تحكم إدارة المكتبة بسعر المنتج الفكري المعروض عليها.

يمكن توضيح هذه الصورة السوقية بمقارنتها بالعمليات التسعيرية لخدمات البنوك، حيث أن البنك بدوره كوسيط مالي يقوم بالتحكم بسعر فائدة الادخار تبعا لحجم الطلب على الأموال، والذي على أساسه يقوم البنك بتحديد فائدة (ربح) الاقتراض. فالعمليتان مرتبطتان ومتكاملتان، وهكذا يمكن لإدارة المكتبة كوسيط بين المؤلف والمستهلك المستفيد من ربط تكاليف بعض الخدمات المقدمة بسعر المنتج الفكري المعروض. فإذا كان حجم الطلب على منتج معين مرتفع (كتاب ، فيلم ، خدمات انترنت) يمكن للمكتبة شراءه بسعر مرتفع مقابل حرية التصرف بطريقة عرضه.

من الخطأ التصور أن السعر الأنسب للمؤلفات العلمية هو الأقل كما هو الحال مع أنواع السلع الاستهلاكية. ما تتميز به الخدمات عن السلع هي إمكانية الاستفادة من التحكّم بأسعار الخدمات الإضافية ومن عملية فصل الفئات الاستهلاكية أثناء العملية التسويقية. من الأمثلة على ذلك فرض أسعار مرتفعة على المشروبات في المطاعم مع الاحتفاظ بالسعر التنافسي للمأكولات المقدمة، وإمكانية ربط السعر بجودة الخدمة المقدمة في القطارات بدرجه أولى أو ثانيه. وهكذا يمكن لإدارة المكتبة إبقاء رسوم الاشتراك والاستعارة منخفضة ورفع تكلفة تصوير الكتب والمراجع داخل المكتبة أو تكاليف الخدمات الإضافية الأخرى. لا شك أن عمليات التصوير تقلل من حجم الطلب على المنتجات العلمية لدى المكتبات التجارية، لكن ليس بالصورة المحذور منها، حيث أن الفئات المعتمدة على التصوير هي فئات مختلفة عن المؤسسات العلمية والحكومية والخاصة القادرة على دفع السعر المطلوب، فضلا عن إمكانية رقابة التزامها بقوانين الملكية الفكرية بإلزامها شراء الكتاب قبل لجوئها لعمليات التصوير، وهذا ما لا يمكن تطبيقه على المستهلك النهائي مثل الطالب. على الطرف الآخر يمكن للمنتجين ودور النشر بيع منتجاتهم للمؤسسات العلمية والجامعات والمكتبات العامة ومراكز التصوير والدوائر الرسمية والشركات الخاصة بأسعار

مرتفعة، وبسعر التصوير للطلبة. شبيه هذه السياسة التسويقية متبع لدى المؤسسات الصحفية للمجلات السياسية والفنية وغيرها التي تقدم بسعرين متباينين، سعر سوقي مرتفع وسعر خاص للجمعيات الطلابية. المردودات المالية لعمليات التصوير والخدمات الإضافية المرتبطة بها والمذكورة في الشكل رقم (2) تمكّن إدارة المكتبة من دفع ثمن أعلى لهذه المنتجات. هذه التصورات التسعيريه تقدم حلا جذريا لأسواق المؤلفات العلمية، وخاصة أن آلية العرض والطلب هي التي تحدد القيمة الحقيقية للمنتج الفكري وثمنه المعروض على المكتبات والمؤسسات.

لتجنب الجمود السوقي يمكن لأصحاب الإنتاج الفكري التكثيف من بعض الجهود العلمية والأساليب الفنية المتبعة في إصدار طبعات جديدة لمؤلفاتهم تشتمل على إضافات علمية متجددة وبيانات حديثة تواكب التطورات العلمية مما ينشط عملية إعادة طرح المنتج بصورة جديدة تفرض على المؤسسات إعادة شرائها، إضافة إلى إمكانية تزويد المؤلفات ببعض الصور الحديثة والتعليقات الشيقة الملفتة للانتباه، تاهيك عن أساليب التغليف الجميلة أو إرفاق المنتج بأشرطة وديسكيتات إضافية بما يسمى بالحزمة السلعية. هذه الاستراتيجية التسويقية لطرفي المعادلة السوقية تقدم إجابة على فرضية البحث الثانية، التي تفترض إمكانية تحقيق نفس الأرباح عن طريق الإعارة والسماح بالتصوير الذي يزيد من عدد رواد المكتبة، بدلا من الاعتماد المطلق على البيع المباشر عبر المكتبات التجارية.

5. الموديل الرياضي للدراسة:

الموديل الرياضي التالي يقدم تحليلا رياضيا إضافيا لمجموعة الأفكار السابقة، والتي تأخذ بعين الاعتبار مصالح طرفي العملية التسعيرية، المنتج وإدارة المكتبة، وفق آلية العرض والطلب:

نفترض أن هناك مركزا واحدا للنشر متكفل بتسويق أحد الكتب. الإمكانيات المتاحة هي البيع المباشر من خلال المكتبات التجارية أو البيع

للمكتبات العامة بهدف الإعارة والتصوير. نفترض وجود λ من المكتبات و η من القراء. P^b هو سعر الكتاب في حالة البيع المباشر و P^r يرمز إلى تكلفة الاستعارة (الثمن) لهذا الكتاب من خلال المكتبات العامة.

وفقا لآلية العرض والطلب تعتبر كلا من منفعة المستهلك المتمثلة باقتران المنفعة، وحسابات الربح المستندة إلى مقارنة تكلفة المنتج بالإيرادات كمعايير تبنى على أساسها هذه الدراسة للوصول إلى أجدى السياسات التسعيرية لخدمات المكتبات.

(1) إقتران المنفعة (U) :

في حالة شراء واقتناء الكتاب: $\{ \beta - P^b$

في حالة استعارة الكتاب: $U = \{ \beta - P_i^r - \delta$

في حالة عدم الإطلاع على الكتاب: $\{ o$

مع الإشارة إلى أن $\beta > 0$ مؤشر لقياس منفعة المستهلك في حالة شراء الكتاب و δ مؤشر لقياس التكلفة التي يتحملها المستهلك في حالة استعارة الكتاب (تكلفة النقل والانتظار، الجهد، رسوم الإعارة...)

(2) الإرباح في حالة بيع الكتاب للمستهلك عن طريق المكتبات التجارية:

يمكن للناشر في هذه الحالة تحقيق أكبر قدر من الإرباح عن طريق استنفاذ كامل المنفعة المرجوة للمستهلك بطرح الحد الأعلى للسعر الذي يمكن أن يدفعه ويحقق له كامل المنفعة β . هذا يعني أن (U=0) إذا كان المؤشر β بأعلى قدر ممكن. استنادا إلى اقتران المنفعة:

$$\beta - p^b = 0 \rightarrow U = 0 \rightarrow \beta = p^b$$

وبهذا فأن الربح يساوي: $\Pi^b = \eta (p^b - \mu) = \eta (\beta - \mu)$ م1

م1 تمثل أول معادله رئيسيه والتي تمثل الأرباح في حالة البيع المباشر.

(3) حسابات الأرباح في حالة بيع الكتاب للمكتبة مع السماح بالتصوير:

بيع الناشر الكتاب لعدد من المكتبات η بهدف الإعارة والتصوير

يحصل أكبر قدر من الأرباح إذا كانت $P_i^r = \beta - \delta$ (بالمقارنة بالحالة السابقة).

السؤال المطروح هو : ما هو السعر (رسوم الاستعارة) التي يجب فرضها على المستهلك لتحقيق أكبر قدر من الإرباح. هذا معتمد على أعلى ثمن يمكن للمستهلك دفعة وهو : $P_i^r = \beta - \delta$ مع خصم التكاليف المترتبة على المستهلك من عملية الاستعارة. أما الكميه المعارة من الكتب لكل مكتبة فهي عبارة عن عدد القراء مقسوما على عدد المكتبات $q_i = \eta / \lambda$ إذا السعر المفروض على كل مستعير هو الذي يمكن لكل مستهلك دفعه مضروبا بالكمية المتعلقة به $P_i^r . q_I$ وحيث أن $P_i^r = \beta - \delta$ إذا:

$$P_i = P_i^r . q_I = (\beta - \delta)\, \eta / \lambda$$

الأرباح الممكن تحصيلها عن طريق الإعارة هي :

$$\pi^r = (\beta - \delta)\ \eta / \lambda\ .\ \lambda - \mu\ .\ \lambda = \text{الإيرادات} - \text{التكلفة}$$

$$\pi^r = (\beta - \delta)\ \eta - \mu\ .\ \lambda \quad \ldots\ldots \text{م}_2$$ وهذا بدوره يعادل :

(4) آخر مرحله في هذه الدراسة هي عملية المقارنة بين أرباح كلا من الإعارة والبيع المباشر : π^b أو π^r وذلك بافتراض تساوي م1 = م2

$$\eta\ (\beta - \mu) = (\beta - \delta)\ \eta - \mu\ .\ \lambda$$

بالتحليل الجبري $\eta\ .\ \beta - \eta\ .\ \mu = \eta\ .\ \beta - \eta\ .\ \delta - \mu\ .\ \lambda$

بالاختصار: $\eta\delta = \eta\mu - \mu\lambda$ إذا $\delta = \mu(\eta - \lambda) \square \eta$ الحالات التي يكون فيها مؤشر تكلفة استعارة الكتاب (δ) أقل من شق المعادله الأيمن تكون الإعارة مجدية أكثر من البيع المباشر. هذا يعني :

$$\delta \leq \mu\ (\eta - \lambda) / \eta \leftrightarrow \pi^r \geq \pi^b$$

نستنتج من المعطيات الأخيرة أنه من الممكن أن تكون الأرباح في حالة الإعارة أعلى منها في حالة البيع التجاري في الحالات التالية :

أولا : عندما لا تكون هناك رغبة مبدئية في اكتناز الكتاب وهذا ما هو الحاصل لغالب المستفيدين بسبب قلة تكلفة الإعارة (δ قليلة جدا).

ثانيا: عندما تكون كلفة إنتاج الكتاب عالية، وهذا يعني بشكل آخر عجز المستهلك عن شراء الكتاب. وهذا أيضا ما هو حاصل في غالب الأسواق المعلوماتية (لا عالية)

ثالثا : قلة عدد المكتبات نسبة إلى عدد القراء. أما إذا كان عدد المكتبات مساويا لعدد القراء فلن تكون هناك حاجه للإعارة، لأن كل مواطن لديه مكتبه. ومع الافتراض المثالي بأن هناك مكتبه واحده تقدم الكتاب للإعارة فسيتم جني أكبر قدر من الأرباح وذلك لدفع تكاليف كتاب واحد فقط . من جهة أخرى فان الاعتماد على الإعارة يقلل من الحاجة إلى طباعة أعداد كبيرة من الكتب وهذا بدوره يخفض من تكلفة الإنتاج ويزيد بشكل غير مباشر من الأرباح .

6. التحليل الإحصائي للدراسة:

اعتمد هذا البحث 100 إستبانة وزعت على طلبة الجامعات الأردنية - إقليم الشمال - كعينة بحث استردت بالكامل، لمجتمع الدراسة المكون من الطلبة الأردنيين.

1.6. ثبات أداة الدراسة:

للتأكد من ثبات أداة الدراسة فقد تم احتساب معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا حيث تراوح (0.71- 0.76) والجدول (1) يبين هذه المعاملات، وقد اعتبرت هذه النسب مناسبة وملائمة لغايات هذه الدراسة.

جدول (1) معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا

المجال	الاتساق الداخلي
الفقرات التي تشكل الفرضية الأولى	0.71
الفقرات التي تشكل الفرضية الثانية	0.72
الأداة ككل	0.76

2.6. فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين سياسة المكتبات الحالية ورضا المستهلك المستفيد". للتحقق من صحة هذه الفرضية تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأداء عينة الدراسة عن الفقرات المتعلقة بالفرضية الأولى، والجدول أدناه يبين ذلك.

جدول (2) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأداء عينة الدراسة عن الفقرات المتعلقة بالفرضية الأولى مرتبة تنازليا حسب المتوسطات الحسابية

الرتبة	الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	1	هناك عدم وضوح في الجوانب القانونية المتعلقة بالتصوير من حيث السماح أو المنع	4.01	.76
2	5	منع التصوير يمنع الطالب في التعرف على المراجع العلمية بشكل عام ومتعددة الأجزاء بشكل خاص	3.98	1.11
3	3	منع التصوير يربك الطالب غير المقتدر ماليا	3.97	1.18
4	4	منع التصوير يتناقض مع معطيات ثورة المعلومات التي تسهل عمليات التصوير	3.86	.91
5	2	منع التصوير يعيق الطالب في الوصول إلى المعلومة التي يريدها	3.83	1.27
		الفقرات المتعلقة بالفرضية الأولى ككل	3.93	.70

يبين الجدول (2) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفقرات التي تشكل الفرضية الأولى، وقد تراوحت المتوسطات الحسابية مابين (3.83- 4.01)، حيث جاءت الفقرة رقم (1) والتي تنص على "هناك عدم وضوح في الجوانب القانونية المتعلقة بالتصوير من حيث السماح أو المنع" في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (4.01)، بينما جاءت الفقرة رقم (2) ونصها "منع التصوير يعيق الطالب في الوصول إلى المعلومة التي يريدها" بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (3.83). وبلغ المتوسط الحسابي للفرضية الأولى ككل (3.93). كما تم مقارنة المتوسط الحسابي للفقرات التي تشكل الفرضية الأولى مع العلامة المعيارية (3) - معيار قبول الفرضية- باستخدام اختبار "ت" كما هو مبين في الجدول رقم (3).

جدول (3) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار "ت" للفقرات التي تشكل الفرضية الأولى مقارنة بالمعيار (3)

	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
الفرضية الأولى	100	3.93	.703	13.231	99	.000

يتبين من الجدول أعلاه وجود فروق ذات دلالة احصائية (□=0.05) بين المتوسط الحسابي والعلامة المعيارية (3) حيث بلغت قيمة "ت" 13.231 وبدلالة احصائية بلغت 0.000، مما يشير إلى رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة.

الفرضية الثانية: "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين السماح بالتصوير وتفعيل العملية التدريسية وزيادة عدد رواد المكتبات الجامعية وأرباح المنتجين الفكريين" للتحقق من صحة هذه الفرضية تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأداء عينة الدراسة عن الفقرات المتعلقة بالفرضية الثانية، والجدول أدناه يبين ذلك.

جدول (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأداء عينة الدراسة عن الفقرات المتعلقة بالفرضية الثانية مرتبة تنازليا حسب المتوسطات الحسابية

الرتبة	الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	1	السماح بالتصوير يشجع الطالب على القراءة والمطالعة	4.52	.59
2	2	السماح بالتصوير يساعد الطالب في الحصول على المعلومة بالسرعة الممكنة	4.06	.94
3	5	السماح بالتصوير يساعد المكتبة على شراء المراجع المطلوبة	4.06	1.01
4	4	السماح بالتصوير يساعد المكتبة على تغطية نفقاتها	3.95	1.23
5	3	السماح بالتصوير يزيد من عدد رواد المكتبة الجامعية	3.86	1.04
		الفقرات المتعلقة بالفرضية الثانية ككل	4.09	.56

يبين الجدول (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفقرات التي تشكل الفرضية الثانية، وقد تراوحت المتوسطات الحسابية مابين (3.86 -4.52)، حيث جاءت الفقرة رقم (1) والتي تنص على "السماح بالتصوير يشجع الطالب على القراءة والمطالعة" في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (4.52)، بينما جاءت الفقرة رقم (3) ونصها "السماح بالتصوير يزيد من عدد رواد المكتبة الجامعية" بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (3.86). وبلغ المتوسط الحسابي للفرضية الثانية ككل (4.09). كما تم مقارنة المتوسط الحسابي للفقرات التي تشكل الفرضية الثانية مع العلامة

المعيارية (3) - معيار قبول الفرضية- باستخدام اختبار "ت" كما هو مبين في الجدول رقم (5).

جدول (5) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار "ت" للفقرات التي تشكل الفرضية الثانية مقارنة بالمعيار (3)

	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
الفرضية الثانية	100	4.09	.560	19.457	99	.000

يتبين من الجدول أعلاه وجود فروق ذات دلالة احصائية (□=0.05) بين المتوسط الحسابي والعلامة المعيارية (3) حيث بلغت قيمة "ت" 19.457 وبدلالة احصائية بلغت 0.000، مما يشير إلى رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة.

3.6. معامل ارتباط بيرسون

كما تم إيجاد معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين مجموع الفقرات التي تمثل كل من الفرضيتين إذ بلغ 0.240 وهو إيجابي ودال إحصائيا وهذه النتيجة تدعم فكرة البحث ايجابيا، بأن السماح بالتصوير يزيد من رضى المستهلك المستفيد المتمثل بالطالب والمواطن بشكل عام، وكذلك يزيد من عدد رواد المكتبات بما يرفع من إيراداتها وقدرتها على الإنفاق وتشغيل الموظفين، وكذلك شراء المنتجات الفكرية بأسعار مرتفعة، وبما يعوض المنتج الفكري ويشجعه على السماح بتصوير مؤلفاته ومنتجاته المختلفة داخل المكتبة، كمنظمة خدماتية تقوم بدور الوسيط الفكري بين طرفي معادلة تسويقية في أسواق المعلومات الحديثة المرتبطة بالتقدم التكنولوجي والتقنيات الحديثة التي تجعل من منع التصوير أمرا غير قابل للتطبيق.

Correlations

		H2
H1	Pearson Correlation	.240(*)
	Sig. (2-tailed)	.016
	N	100

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

النتائج والتوصيات:

أهم ما سعى إليه الباحث هو إلقاء الضوء على مشكلة أصبحت تشكل حرجا قانونيا وأخلاقيا في حياتنا الجامعية والمتمثلة بمنع التصوير، مما اضطر الباحث في التفكير بحلول إدارية وتسويقية توافق بين حقوق المنتج الفكري ومعطيات الثورة التكنولوجية التي جعلت من منع التصوير أمرا مستحيلا. هذه الحلول عرضت في البحث على عدة مراحل وبشكل متكامل، حيث تتوجت بنتائج على الشكل التالي:

1. التأكيد على أن المعلومة ملك عام، حيث لا يمكن لأسباب دينية وأخلاقية احتكارها، وملك خاص لما يترتب عليها من مردودات مادية ومعنوية.

2. النماذج الإدارية المقترحة تسهل على المتتبعين لهذا الموضوع إمكانية اعتبار المكتبة مؤسسة منتجة تنطبق عليها جميع تعريفات المنظمة، مما يمكّنها من القيام بدور سوقي وسيط بين المنتج الفكري والقارئ المستفيد، وتجاوز الدور التقليدي المقتصر على عرض المادة العلمية دونما الأخذ بعين الاعتبار المتغيرات البيئية الخارجية وأمزجة الاستهلاكية المتأثرة بالتسهيلات التي تقدمها ثورة المعلومات.

3. أهمية السماح بعمليات التصوير متفقة مع التصورات التسويقية المقترحة بالاستفادة من تفعيل الخدمات الإضافية المساعدة لأعمال المكتبات المعتمدة على التصوير، وتصب في مصلحة جميع الأطراف المشتركة في أسواق المعلومات من منتج ومستهلك والمكتبة كوسيط.

4. بيع المنتج العلمي للمكتبات الجامعية مقابل السماح بالتصوير يعتبر سياسة تسعيرية بديلة عن الاعتماد المطلق على البيع التجاري، بما يضاعف من أعداد رواد المكتبات ويمكنها من دفع الثمن المطلوب من المردودات المالية للخدمات الإضافية المعتمدة على التصوير، مما يمكّن المكتبة من التمويل الذاتي وتطوير آفاق عملها للمشاركة في إنعاش الاقتصاد الوطني.

5. كلا من النموذج الرياضي المعتمد على إقتران المنفعة والتحليل الإحصائي أكدا فكرة البحث، ودعما النتائج المذكورة سالفا، بالتوصية بأهمية السماح بتصوير الكتب العلمية للطلبة والدارسين والباحثين تمشيا مع متطلبات العصر الحديث..