

الطلب المحلي على الكتاب وتصديره للخارج

د. ناصر جلال

وزارة الثقافة

إن تحقيق تبادل المنافع في إطار أسعار عادلة ومتوازنة بما يحقق العائد المالي الناتج عن تحقيق واستخدام الموارد الاقتصادية لصناعة السلع والخدمات الثقافية بصفة عامة وصناعة الكتاب بصفة خاصة يتحقق من تلاقي جانب العرض المتمثل في الناشرين والموزعين ومنتجي الخدمات الثقافية مع جانب الطلب الذي تمثله كافة الأجهزة والمؤسسات والهيئات العلمية الثقافية المستفيدة من تلك الخدمات، والتجمعات المستخدمة للمنتجات الثقافية من مكتبات اطلاع، والأفراد من القراء والمستخدمين للبرامج الإلكترونية.

وتتضح أهمية مرحلة توزيع وتسويق الكتاب لتحقيق العائد الذي يغطي تكاليف الإنتاج، ويضمن مكافأة عادلة للجانب الأدبي لمؤلف المصنف من ناحية ويتضمن كافة الأنشطة التجارية المتصلة بتدقيق الكتب من دور النشر إلى الموزعين ومنهم إلى القارئ أو المستخدم بصفته المستهلك النهائي للكتاب.

وتشكل سمات التخلف الاجتماعي والاقتصادي أهم عقبات تسويق الكتاب محليا وإقليميا في الدول الناطقة باللغة العربية، وأهم تلك السمات ارتفاع معدلات الأمية بصورة متفاقمة، علاوة على انخفاض المستوى الاقتصادي للفرد والذي يمثل جانبا هاما في حجم الطلب، وضعف القوة الشرائية التي تدعم رغبة الفرد في الحصول على تلك الخدمات التي تم إنتاجها، يضاف إلى ذلك ضعف الوعي الثقافي وعدم تنمية عادات الاطلاع.

ويعتبر الطلب في كثير من الحالات هو العنصر الأكثر أهمية في تحديد ربحية المشروع، ولا يستطيع أي مشروع أن يعمل ويحقق الأرباح إلا إذا كان هناك طلب على منتجاته أو إذا كان هناك إمكانية لخلق الطلب على هذه المنتجات، أو إذا أنتج أنواعا جديدة من المنتجات يوجد عليها طلب قائم، أو إذا كان الطلب ثابتا وقويا وفي نمو مستمر، فإن ذلك يمكن المشروع من تدبير احتياجاته المالية بسهولة، كما أنه يجب تحديد حجم المبيعات منه لتحقيق الإيرادات المتوقعة وبالتبعية تحديد حجم التمويل اللازم بعد معرفة التكاليف المتوقعة^(١).

ويجب أن تماثل الكميات المعروضة والمطبوعة من الكتاب تقديرات الطلب عليه، والتي تحكمها القدرة على التوقع دون إفراط يؤدي إلى زيادة المخزون الراكد ودون إقلال يؤدي إلى نفاذ الكتاب من الأسواق والتوقف عن تزويد منافذ البيع لحين إعادة الطبع.

(١) عبد المنعم أحمد التهامي : دراسة الجدوى للمشروعات الجديدة - القاهرة: مكتبة عين شمس، ١٩٨٦.

وتؤثر التغيرات التي تطرأ على أذواق الأفراد وميولهم تأثيراً واضحاً على الطلب على الكتاب، ولكن يلاحظ أن هذا العامل لا يظهر عادة إلا في الأجل الطويل؛ لأن الأفراد عندما يتعودون على استخدام منتج أو وسيلة معينة لشغل وقت الفراغ فإنهم لا يقومون بتغييرها إلا إذا كانت هناك دوافع قوية تؤدي إلى حدوث هذا التغيير.

كما تؤثر التغيرات التي تطرأ على الدخل القومي وتوزيعاته على الفئات المختلفة تأثيراً كبيراً على الطلب، ومن ثم تؤثر على حجم الطلب على الإجمالي على الكتاب في الأسواق المحلية، وحجم الإيرادات المتوقعة، حيث توجد علاقة هامة بين الإيرادات ومستويات الدخل القومي، باعتبار أن الدخل القومي وما تمثله القوة الشرائية لدى المواطنين من العوامل الأكثر فاعلية في خلق الطلب وتعظيم الإيرادات.

والملاحظ أنه على الرغم من حالة الركود ونقص السيولة التي تواجهها السوق المحلية منذ ثلاث سنوات إلا أن حجم الأعمال في سوق الطباعة المصرية بلغ العام الماضي ما يقرب من ٦ مليارات دولار وهو ما يؤكد ضخامة السوق وقدرتها على جذب مزيد من الشركات العالمية في صناعة الطباعة والتي سجلت معدل نمو في حجم أعمالها تجاوز العام الماضي ٢٥٪. سنوياً تحتل السوق المحلية المركز الثاني بعد دولة الإمارات العربية المتحدة وذلك على مستوى جميع دول المنطقة باستثناء إسرائيل.

وينضح من الجدول التالي الكتب التي تم تسويقها محلياً في الفترة من عام ١٩٩٨ وحتى عام ٢٠٠٠ وهي توضح إلى حد كبير سوق الكتاب في مصر من خلال الكتب التي تم إيداعها في دار الكتب.

جدول رقم (١) الإيداع بدار الكتب عام ٢٠٠٠ مقارنة بعام ١٩٩٩.

البيان	معارف عامة	علوم فلسفية	علوم دينية	علوم اجتماعية	علوم اللغات	علوم بحثية
عام ٩٩	٣٦٨	٣٦٨	٣٨٩٩	١٩٠٨	٤٤٦	٤٤٦
عام ٩٨	٦٠٤	٥٧٤	٤٢٧٠	٣٠٩٢	٥٣٤	٧١٢
مقدار التغير	- ٢٣٤	- ٢٠٦	- ٣٧١	- ١١٨٤	- ٨٨	- ٢٤٦
عام ٢٠٠٠	٦٢٠	٤٩٩	٤٨٠٨	٣٣٥٩	٦١١	٥٨٤
مقدار التغير عام ٢٠٠٠ بالمقارنة بعام ١٩٩٩	٢٥٢ +	١٣١ +	٩٠٩ +	١٤٥١ +	١٦٥ +	١١٨ +

المصدر : الهيئة العامة لدار الكتب، نشرة الإيداع السنوية، سنوات مختلفة.

يتم تقدير الطلب المتوقع على الكتاب المطبوع بناء على المعلومات عن القراء الذين تتوافر لديهم الرغبة في الاطلاع والقراءة كذلك التعرف على تفضيلاتهم فيما يتعلق بخصوصيات ونوعية الكتب التي يفضلونها (علمية - تاريخية - اجتماعية - دراسية - أدبية) ويساعد ذلك على اختيار الموضوعات المناسبة لإنتاجها، بعد التعرف على الخصائص الأساسية للقارئ مثل السن، والجنس، والدخل، والحالة الاجتماعية، والحالة الثقافية.

ويواجه الناشر المصري مشكلة انقسام القراء إلى قطاعات تتباين مستوياتها الثقافية وقدراتها الشرائية، والتالي تختلف رغباتها اختلافاً واضحاً، حيث يختلف القارئ بالمدينة عنه بالريف، بالإضافة إلى اختلاف القارئ بالأسواق الخارجية في كل من السوق العربية والأجنبية عن القارئ بالسوق المحلية، وذلك يتطلب تنوع الإصدارات التي تشملها خطة الإنتاج لتغطي كل قطاعات القراء، مما يتطلب توافر البيانات والمعلومات الكافية عن حجم وخصائص كل قطاع، وإذا كان يمثل الحجم المناسب لتغطية تكاليف الإنتاج من عدمه.

هذا ويتم تحقيق مخصصات مالية سنوية مناسبة لشراء الكتب للمكتبات المدرسية بما لا يقل عن ٥٠٪ من جملة حصيلة الرسوم المجمعة في كل مدرسة، ويتم إنفاق الباقي على الأنشطة المكتبية الأخرى من مسابقات وأدوات كتابية ونفقات ضرورية أخرى للمكتبة، وقد بلغت تلك الحصيلة ما يقرب من ٢٩ مليون جنيه أي حوالي ١٥ مليون جنيه سنوياً تشكل طلب المكتبات المدرسية فقط في سوق الكتاب.

يضاف إلى ما سبق المخصصات المالية الأخرى التي توفرها بنود الموازنة العامة للدولة والتي تدرج في موازنة المديرية التعليمية على المستوى المحلي سواء لدعم نشاط المكتبات أو لتدعيم مراكز الحاسب الآلي بالمدارس بالبرامج والاسطوانات المدمجة التي تحتوي على مصنفاً أدبية وثقافية.

ويرجع انخفاض الطلب الفردي على شراء الكتاب في مصر إلى عدة عوامل هامة منها ارتفاع نسبة الأمية، فضلاً عن وجود أمية ثقافية لدى شريحة كبيرة من المتعلمين نظراً للأسلوب التعليمي المتبع وعدم تنمية عادة القراءة منذ الصغر، يضاف إلى ذلك الارتفاع المستمر في أسعار الكتب يقابلها انخفاض مستويات الدخل والقوة الشرائية للقراء، كذلك عدم توافر البيانات البيوجرافية الكاملة للكتاب المصري والتي توضح مضمون الكتاب المنشور وتيسر للقارئ تحديد احتياجاته والطلب الدقيق المتخصص بهدف البحث العلمي.

أما إيداع نسخ بدار الكتب والمؤسسات الأخرى فيتم بالمجان، ويجب أن تلعب المدارس الحكومية (حيث يوجد بها بشكل رسمي مكتبة لكل فصل) دوراً أساسياً في توزيع الكتاب ولكن هذا ليس قائماً الآن، أما في السعودية والكويت فإن الحكومات تشتري ١٠٠٠ نسخة لأي كتاب باللغة العربية كتبه مواطن أو مقيم ويتم الدفع في الحال لنشر تلك الأعمال الثقافية، وهذا النشاط جذب انتباه الكثير من الناشرين الذين

الطلب المحلي على الكتاب وتصديره للخارج ————— الفهرست س ٣ ع ١٠ (أبريل ٢٠٠٥)

يعتقدون الصفقات في تلك الدول، والحقيقة أن صناعة الطباعة وهي ترس في إنتاج دول العالم الثالث يجب أن يكون لدى مصر الكفاءة في إنتاج النوع المتميز ذي الغلاف الفاخر والذي ينتج بأربعة ألوان وصفحات ذات جودة عالية بغض النظر عن لغة النص^(١).

وبالرغم من ثبات معدل الذين يعرفون القراءة والكتابة والنمو المطرد في عدد السكان فإن قراءة أي شيء عدا الكتب الدينية أو الكتب المدرسية في تدهور حقيقي، أما المكتبات فقد تم تغيير مكانها في اقتصاديات المجتمع المصري بواسطة الذين يشار إليهم بأنهم الطبقة الجديدة، وجهاز التلفزيون قد استبعد الكتب من البيت والأسرة بمنتهى السهولة والسرعة.

وقد أجريت دراسة عام ١٩٦٦ مع بداية عصر التلفزيون أظهرت أن سوق الكتاب والصحف هو بالفعل سوق ضيق جداً لمن يتراوح أعمارهم ما بين ٤٠ - ٥٠ سنة^(٢).

وقد ارتفعت أسعار الكتب بشكل مطرد تصل إلى عشرة أضعاف ما كانت عليه وهذا الارتفاع في أسعار الكتب يرجع مباشرة إلى ارتفاع التكلفة التي ظلت بشكل عام الأساس الوحيد لعمل السعر ونصف تلك الزيادة راجعة إلى تكلفة الورق، أما الباقي فيرجع إلى التضخم الذي عانت منه مصر مع باقي دول العالم منذ ١٩٧٤، وقبل المقاطعة العربية كان الناشر في العادة قادرين على دعم الأسعار المصرية وذلك عن طريق البيع بالخارج في الأسواق العالمية إن أسعار بيع الكتب قريبة من التكلفة أو أقل من التكلفة بالقاهرة وأعلى من سعر التكلفة بعشر فترات في جدة أو الرياض، ولكن هذا فقط في حالة قدرة المنتج من الكتاب على المنافسة على الجودة^(٣).

إن مقاومة المشتري لارتفاع أسعار الكتب في مصر قد أثبتت إنها قوية جداً، وتمثل الكتب الدينية والكتب المدرسية مصدراً للحصول على الربح بالنسبة لبائعي الكتب بالقاهرة، أما النوع الوحيد من الكتب الذي يحقق اهتماماً متزايداً بالنسبة للنشر بصفة عامة فهي كتب الأطفال.

يضاف إلى ما سبق من أسباب وعوامل تؤدي إلى انخفاض الطلب على الكتاب ظاهرة قصور الاعتمادات المالية المخصصة لشراء الكتب للمكتبات الجامعية والمكتبات العامة المتخصصة باعتبارها سوقاً هامة لتسويق الكتاب.

1 - Nadia Rizk & John Rodenbek: "The book publishing industry in Egypt" in publishing in the third World"; Knowledge and development", by Amadia A. Arbaleda; & S. Gapinathan, Heine mann, London, 1985 p 96 - 109.

2 - Loc. Cit.

3- Loc. Cit.

ولا يخفي أن الضرائب والرسوم على نشاط النشر وصناعة الطباعة تؤدي إلى التأثير على الطلب الناتج عن التغيير في سعر الكتاب وهو ما يعرف بالمرونة السعرية للطلب والتي تقاس بمقدار التغيير النسبي في الكمية المطلوبة منسوباً للتغير النسبي في السعر، حيث تعني مرونة الطلب مدى تجاوب أو حساسية التغيير في الكمية المطلوبة إلى التغيير في السعر، مما يؤثر على الإيرادات، وتمثل المرونة أحد المقاييس الهامة المستخدمة في النظرية الاقتصادية، وبالمثل فإن مرونة العرض السعرية هي التغيير النسبي في الكمية المعروضة من سلعة منسوباً إلى التغيير النسبي في سعر هذه السلعة^(١).

وهذا ويميز كل سلعة في السوق ثمن يطلق عليه ثمن التوازن، وهو يعكس أهمية السلعة للمستهلكين وتوازن المستهلك والسعر النسبية للمنتجين وتوازن المنتج، فإذا فرضت الحكومة ضريبة على إحدى السلع، فإن ذلك يؤدي إلى ارتفاع سعرها، ومن ثم فإن جانبي السوق لا يعملان بنفس الأسعار، كما أن الضريبة تضع فاصلاً بين أسعار المستهلكين الذين يهتمون بالسعر شاملاً الضريبة، وأسعار المنتجين الذين لا يأخذون الضريبة في الحسبان وينخفض الإيراد الذي يحصل عليه المنتجون ويذهب الفرق للحكومة، وتنخفض الكمية التي يشتريها المستهلكون عند السعر المرتفع^(٢).

توزيع الكتاب في السوق الداخلي:

تقوم دور النشر بعقد اتفاقيات للتوزيع غير المباشر مع شركات ومؤسسات التوزيع التي تمثل تاجر الجملة لتوزيع إصداراتها بنظام الأمانة والمحاسبة على المبيعات كل فترة مقابل منح شركات التوزيع نسب خصم تصل إلى ٤٠٪ من سعر الغلاف مقابل الأعباء الخاصة بالتخزين والنقل والتوزيع والترويج والإعلان والتحصيل، ويقوم تاجر الجملة بدوره بالبيع لتجار التجزئة وشركات توزيع الصحف والمجلات ونوادي الكتب ومراكز بيع الكتاب بالتجزئة مقابل خصم يصل إلى ٢٠٪ من سعر الغلاف تنخفض إلى نسبة ١٠٪ للهيئات والمؤسسات، ويستفيد الجمهور في بعض الأحيان بنسبة خصم ٥٪ ترتفع إلى نسبة تصل إلى ٢٠٪ في أثناء المعارض أو نسبة ٥٠٪ على شراء الطبعات القديمة وبواقى الإصدارات.

وقد يتم البيع من دار النشر إلى تاجر الجملة نقداً مع الحصول على نسبة خصم أعلى، وفي بعض الأحيان يتم البيع مقابل عملية مبادلة أو مقايضة بإصدارات دار نشر أخرى وخاصة في حالة وجود منافذ للبيع والتسويق لدى دار النشر.

وتؤثر عدة عوامل هامة على توزيع الكتاب منها شهرة المؤلف، أو تفوق التأليف أو شهرة النص المترجم وشهرة مؤلفه، والإصدارات الحاصلة على جوائز، والإعلان عن الكتاب، وحجم السوق، وسعر

(١) د. علي لطفى: "دراسات في الاقتصاد الرياضى والقياسى"، دار المعارف، ١٩٧٣، ص ١٨٣.

2- Poul A. Samuelson: Economics, Eleventh Edition, McGraw Hill Kogalusha LTD, Tokyo, Japan 1980 p.366.

الكتاب، وتوفر الكتاب وسهولة الشراء، والمعارض السنوية للكتاب، والتخفيضات الممنوحة على سعر الكتاب، وجودة الطباعة وإخراج الكتاب، وتصميم الغلاف، وتوافر طبعات شعبية رخيصة من الكتاب، والدعم الذي تقدمه الحكومة وبعض الهيئات والمؤسسات للكتاب، ومناخ الديمقراطية السائد الذي يساعد على حرية النشر، ودور الوسائل الإعلامية المختلفة في عرض الكتاب، والقدرة الشرائية للأفراد ودرجة التحضر التي وصل إليها المجتمع والتي تبين تقديره للكتاب .

وتوجد عدة عوامل تقلل من توزيع الكتب أهمها الأمية، وانخفاض القدرة الشرائية لدى القراء مما يجعل سعر الكتاب عبئاً اقتصادياً، كذلك المنافسة الإعلامية، ورداءة مستوى الطباعة، وغياب الحرية في المجتمع.

إن لمصر وضع متميز في مجال النشر لأنها أول من أدخل الطباعة الحديثة والطباعة إلى منطقة الشرق الأوسط، كما أن صناعة النشر المصرية هي الأولى في السبق بالنسبة للعالم العربي كما أنها الأكبر، وفي نهاية الربع الأخير من القرن التاسع عشر، وقد تقدمت صناعة النشر وازدهرت في السوق الداخلي وعلى النقص النسبي في التطوير في باقي العالم العربي، حيث ظلت صناعة النشر حتى وقت متأخر تعتمد على مصر في الموضوعات التي يكتبها المصريون، وحيث إن الصناعة المصرية قد باعت ٥٠٪ بالكامل من منتجاتها فإن العلاقة يمكن أن توصف على أنها علاقة تكافلية.

وقد أدى النقص في رأس المال في الفترة ما بين ١٩٦٦ حتى ١٩٧٤ والذي صاحبه زيادة في المنافسة من الخارج، وبعد عام ١٩٧٤ فقد سمحت سياسة الباب المفتوح بدخول التقنية الحديثة ولكنها سمحت أيضاً بدخول التضخم والتكلفة المرتفعة، مما أدى إلى عدم استطاعة مصر توفير أسعار تنافسية بالأسواق الخارجية، بينما تراجعت عملية البيع بسبب تنظيمات التصدير المعقدة، والفشل في توفير دخل عام كاف لتحفيز شراء الكتاب ثم كانت الضربة الموجهة إلى مصر من خلال المقاطعة العربية بعد اتفاقية كامب ديفيد عام ١٩٧٩، التي لم تسبب صدمة لتدفق الكتب خارج مصر فقط بل الأكثر من هذا شجعت المنافسة اللبنانية في شغل الفراغ الذي تركته مصر، كما أنها قد حفزت في إقامة مؤسسات نشر عربية وأخرى غير عربية صممت خصيصاً لخدمة الدول التي اعتمدت على مصر في مجال الكتاب^(١).

إن الأثر المتراكم لتلك التغيرات على الصناعة كان مدمراً، حيث اقتصر النشر على الدول العربية مع عدم احتمالية وجود سوق للتصدير في الوقت الحالي، وحتى السوق المحلي أظهر دلائل متزايدة للفشل، وأفضل المبيعات للكتاب تنشر الآن خارج مصر، ويوجد مقاومة عنيفة لارتفاع الأسعار بينما الأجور والمعايير القياسية ظلت متدنية حتى الرغبة في القراءة تبدو أنها تتداني.

1 - Nadia Rizk & John Rodenbek. Ibid.

ويتضح من الجدول التالي نشاط المطبعة الثقافية بالهيئة العامة للكتاب عام ٢٠٠٠ مقارنة بعام ١٩٩٩ وتوضح عدد الكتب المؤلفة وكذلك الكتب المترجمة والمجلات والدوريات حيث يلاحظ زيادة في كمية الكتب المؤلفة بنسبة ٦٦,٢٪، ونقص في عدد النسخ بنسبة ١٧,٦٨٪، كذلك نقص في كمية الكتب المترجمة بنسبة ٣٣,٧٪ ونقص في عدد النسخ بنسبة ٣٣,٧٪، ونقص في كمية المجلات والكتب المجزأة بنسبة ١١,٣٨٪.

جدول (٢) نشاط المطبعة الثقافية بالهيئة العامة للكتاب

عام ٢٠٠٠ مقارنة بعام ١٩٩٩

البيان الشهر	الكتب المؤلفة		الكتب المترجمة		المجلات والكتب المجزأة	
	العدد	الكمية	العدد	الكمية	العدد	الكمية
جملة عام ١٩٩٨	٣٩٤	٨٢٢٩٥٠٠	٧٢	٦٢٩٥٠٠	٢٩	١٠٢٠٠٠
جملة عام ١٩٩٩	٣٦٢	١١٩٤٦٠٠	٨٦	٢٨٣٨٠٠	٣٦	١٢٢١٠٠
١٠٨٢٠٠	٣٦	١٨٨١٠٠	٥٧	٩١٦٥٤٠٠	٢٩٨	٢٠٠٠
١٣٩٠٠٠	-	٩٥٧٠٠٠	٢٩	٧٩٧٠٨٠٠٠	٦٤	-

المصدر: وزارة الثقافة: الإحصاءات الثقافية الكتاب السنوي ٢٠٠٠، ص ٢٢٣.

هذا ويتضح من الجدول التالي نشاط إصدار الكتب المترجمة بالمجلس الأعلى للثقافة من خلال المشروع القومي للترجمة منذ إنشائه عام ١٩٩٥ حتى نهاية يونيو عام ٢٠٠١ حيث تصل عدد الإصدارات التي تم ترجمتها ٢٥٨ إصدار وبلغت عدد اللغات المترجم عنها ١٥ لغة.

جدول (٣) بيان إصدارات المشروع القومي للترجمة

بالمجلس الأعلى للثقافة من ١٩٩٥ - ٢٠٠١

عدد الإصدارات	السنة -
٥	١٩٩٦/٩٥
٥	١٩٩٧/٩٦
٣٣	١٩٩٨/٩٧
٣١	١٩٩٩/٩٨
٧٣	٢٠٠٠/٩٩
١١١	٢٠٠١/٢٠٠٠

المصدر: وزارة الثقافة: الإحصاءات الثقافية الكتاب السنوي ٢٠٠٠، ص ٢٣.

تصدير الكتاب المصري للأسواق الخارجية

تعرف القدرة التصديرية بأنها القدرة الحالية والمستقبلية والفرص المتاحة للمنظمين أن يصمموا وينتجوا ويسوقوا سلعةً على مستوى عالمي، حيث تكون الخصائص السعرية، وغير السعرية لهذه السلع أكثر جاذبية من تلك الخاصة بالمنافسين الأجانب والمحليين، وتعتبر المنشأة ذات قدرة تنافسية في مجال التصدير إذا كانت تستطيع إنتاج منتجات وخدمات ذات جودة فائقة وتكاليف أقل من منافسيها على المستوى الدولي^(١).

ويعتبر التسويق القوة المحركة لديناميكية تقدم المجتمع ولم يعد قاصراً على وظيفة البيع، بل أصبح يمثل مجموعة من الجهود والوظائف التي تصاحب أو تسهل انسياب السلعة من المنتج إلى المستهلك في السوق الخارجي، ولم يعد التسويق قاصراً على تلك الجهود التي تبدأ بعد الإنتاج، بل اتسعت مسئولية النشاط التسويقي لتسبق عملية الإنتاج، ثم تصاحب انتقال السلعة وتسهل مهمة تداولها، ثم تلحق بعملية البيع، ومن ثم أصبح نشاط التسويق نشاطاً شاملاً ومستمرًا يبدأ بالسوق وينتهي بالسوق^(٢).

وترتبط قدرة المشروع الاقتصادي على المنافسة الدولية بطريقة جوهرية على القدرة التسويقية^(٣)، ويرتبط النمو الاقتصادي بنمو الصادرات كأحد مكونات الطلب الكلي والذي من شأنه أن يدفع بمعدل نمو الدخل، كما أن إدراك اقتصاديات الحجم يتطلب الوفاء بالطلب الخارجي خاصة في حالة ما إذا كان السوق المحلي صغيراً^(٤).

هذا ويؤدي ارتفاع التكاليف المستمرة في إنتاج الكتاب بصفة عامة إلى ضرورة أن يكون التوزيع منتشراً على أوسع نطاق ممكن ليس فقط في السوق المحلية، بل أيضاً في الأسواق الخارجية، هذا ولا يترتب

(١) حسن محمد الجيندي : «تأثير المعلومات التسويقية على تنمية القدرة التصديرية لشركات القطاع العام الصناعي» رسالة دكتوراه كلية التجارة، جامعة عين شمس ١٩٩٣، ص ١٠١.

(٢) وزارة الاقتصاد والتجارة الخارجية، مركز تنمية الصادرات المصرية، المؤتمر القومي للتصدير ١٩٨٥، د. صبري الشبراوي : التسويق الدولي للإنتاج المصري ودوره على تنمية الاقتصاد القومي، ص ١٥.

(3) Helleiner, G. K.: Transnational Enterprises, Manufactured Exports and Employment in less Developed Countries, in : Economic and political Weekly, Annual Number, 1976, p. 248.

Hone, A.: Multinational Corporation and Multinational Buying Groups: Their Impact on the Growth of Asia's Manufacturing Exports, in: World Development, Feb. 1974, P. 148.

(٤) د. محمد غرس الدين : «سياسة تنمية الصادرات الصناعية وارتباطها بالمتغيرات الاقتصادية الكلية في الاقتصاد المصري» الجمعية المصرية للاقتصاد والإحصاء والتشريع، المؤتمر العلمي السنوي الخامس عشر للاقتصاديين المصريين، «السياسات الاقتصادية لمصر في التسعينات» ديسمبر ١٩٩٠، ص ٤٤٩.

على هذا التوسع أية تكاليف إنتاجية جديدة، وذلك أنه تم إنفاق كل تكاليف الإنتاج تقريبا على الإعداد والتجهيز للطبعة الأولى من الكتاب ويمكن إعداد طبعات تالية من نفس الإصدار بتكلفة بسيطة نسبيا، ولهذا فإن أي إيراد يحققه التصدير الكتاب لأحد الأسواق يساهم في تغطية التكاليف الثابتة للإنتاج، أو في زيادة الربح بمقدار ما يزيد عن المصروفات التي تتطلبها عملية التوزيع كمصروفات نقل النسخ أو التأمين عليها.

ويمكن ذلك من اتباع سياسة للتمييز السعري نتيجة لاختلاف درجة مرونة الطلب واختلاف مستويات الدخل والأذواق كأساس اقتصادي لزيادة الإيرادات طبقا لمستويات الطلب بين الدول المختلفة مثل اتباع سياسة تقوم على الإغراق والتصدير بأقل من السعر المعتاد بهدف غزو أسواق أو دول معينة لمواجهة المنافسة وارتفاع مرونة الطلب في تلك الأسواق^(١).

وفيما يتعلق بصناعة النشر وإنتاج الكتاب المطبوع فإنه على الرغم من ضخامة الحجم النسبي من إنتاج الكتاب في مصر حيث يمثل أكثر من ٥٠٪ من إنتاج الكتاب في قارة إفريقيا، ويمثل ٦٠٪ من الإنتاج العربي للكتاب^(٢)، والذي يبلغ ٩ آلاف عنوان كتاب لم يسهم بالقدر المناسب لتلك الصناعة على المستوى العالمي، ويتضح ذلك من انخفاض نصيب مصر إلى ١,٥٪ من الإنتاج السنوي للعالم للكتاب. ويمثل مجموع إنتاج الدول العربية من الكتاب ٢,٥٪ من الإنتاج العالمي بما لا يزيد عن ١٥ ألف عنوان سنويا^(٣).

ويمثل الطلب الخارجي الفرق بين العرض المحلي والطلب المحلي، وحيث يعرف الفرق بين العرض والطلب بالعرض الزائد أو بعرض الصادرات حيث يزيد العرض عن الطلب عند سعر أعلى من سعر التوازن، مما يعني أن المتاح تصديره من السلعة يزيد، وبذلك يكون لمنحنى عرض الصادرات دائما ميل أقل من ميل منحنى العرض المحلي، حيث يكون النقص في العرض الخارجي أكبر من النقص في العرض المحلي بمقدار الزيادة في الطلب الداخلي^(٤).

(١) د. مصطفى محمد عز العرب : سياسات وتخطيط التجارة الخارجية القاهرة، ١٩٨٤، ص ١٥٧.

(٢) محمد هاني طلبة : «تسويق الكتاب المصري بين الحاضر والمستقبل»، ندوة قضايا الكتاب والنشر، المجلس الأعلى للثقافة، ديسمبر ١٩٩٤، ص ٧٩.

(٣) إبراهيم المعلم : «صناعة الكتاب العربي في خطر»، اتحاد الناشرين العرب، القاهرة، ١٩٩٦.

(٤) أحمد الصفدي : «الاقتصاد الدولي»، مكتبة نهضة الشرق، جامعة القاهرة، ١٩٨٦، ص ٢٧.

وتتضح أهمية مرحلة التصدير الخارجي للكتاب لتحقيق العائد الذي يضمن مكافأة عادلة للجانب الأدبي لمؤلف المصنف من ناحية، ويتضمن كافة الأنشطة التجارية المتصلة بتدفق الكتب من دور النشر إلى الموزعين بالخارج ومنهم إلى القارئ أو المستخدم بصفته المستهلك النهائي للكتاب.

هذا وقد ارتفعت صادرات الكتب والصحف والمجلات من ١,٤ ألف طن عام ١٩٩٠ إلى ٨,٩ ألف طن عام ١٩٩٨ على حين ارتفعت قيمة هذه الصادرات من ٢٦,٥ مليون جنيه عام ١٩٩٠ إلى ٣٧,٧ مليون جنيه عام ١٩٩٨، بزيادة ١,٤ مرة، وقد ارتفعت كمية المستورد من الكتب والمطبوعات والمجلات من ٣,٦ ألف طن عام ١٩٩٠ إلى ٤,٧ ألف طن عام ١٩٩٨، والمستورد من هذه الأصناف يتميز بالثبات النسبي خلال الفترة المذكورة ومن بين الأصناف المستوردة المراجع العلمية والمجلات العلمية المتخصصة وغيرها وفي مقابل استيراد هذه الأنواع فإن مصر تصدر أيضاً كتب وصحف ومجلات بلغت ٩,٧ ألف طن عام ١٩٩٤ انخفضت إلى ٤,٨ ألف طن عام ١٩٩٧ ثم ارتفعت إلى ٨,٩ ألف طن عام ١٩٩٨.

ويواجه تسويق الكتاب المصري وتصديره للخارج العديد من المعوقات الاقتصادية والتجارية منها اختلاف قيمة العملة، وعدم القابلية للتحويل إلى الجنيه المصري، وبطء إجراءات التصدير للخارج سواء للأسواق العربية التقليدية أو للأسواق العالمية نتيجة لأنظمة الرقابة الداخلية والخارجية والقيود المفروضة على حرية انتقال الكتب بين الدول العربية، وارتفاع تكاليف الشحن وعدم وجود خطوط شحن جوي وبري منتظمة، بالإضافة إلى عدم توافر الحماية الكافية لحقوق الملكية الفكرية في الأسواق العربية التقليدية وبالتالي تفشي ظاهرة القرصنة والتزييف والتقليد والاعتداء غير المشروع على حقوق الناشرين والمؤلفين.

هذا ونتيجة لرفع الرسوم الجمركية على الورق ومستلزمات الطباعة من أحبار وألواح وأفلام الطباعة بنسبة ٤٠٪ أوجد فروق أسعار الكتاب بين مصر ولبنان.

بالنسبة للورق وهو الخامات الرئيسية للطباعة فقد ارتفعت الجمارك من ٥٪ إلى ١٨٪ بقصد الحماية للمصانع المحلية والتي لا يتعدى إنتاجها ٣٨٪ من الطلب الكلي من الورق بالإضافة إلى رداءته بحيث لا يمكن استخدامه في صناعة كتاب التصدير.

وفيما يتعلق بمستلزمات الطباعة فقد ارتفعت الأعباء الضريبية من جمارك ومبيعات بالنسبة لأحبار الطباعة إلى ٤٦٪ وبالنسبة لألواح الطباعة ٣٥٪ وبالنسبة للأفلام المستخدمة في التصوير الطباعي ٤٦٪.

وبالنسبة لماكينات الطباعة وقطع الغيار ١٨٪ جمارك ومبيعات وقطع الغيار تتراوح النسبة من ٣٠٪ إلى ٥٠٪ مما يعوق عملية التطوير والتجديد والتحديث لخطوط الإنتاج.

وقد أدى ذلك إلى ارتفاع تكلفة الكتاب بنسبة ٢٣٪ في المتوسط في حين أن التعريفة الجمركية لاستيراد الكتاب المطبوع من الخارج لا تتعدى ٥٪ مما يؤثر تأثيراً كبيراً على عملية التصدير وخروج صناعة الكتاب وهروب المؤلفين والناشرين للطبع في بيروت وقبرص ولبنان.

إن التقسيم الوارد في التعريفية والفرقة بين أوزان الورق وعرض رولات الورق بالنسبة للتعريفية أمر لا مبرر له سوى زيادة العبء على الورق الأكثر استخداماً وتقليل التعريفية على الورق الأقل استخداماً، والحقيقة أن صناعة الطباعة في مصر تحتاج لتشجيع وتدعيم عن طريق تخفيض الجمارك والإعفاء من ضريبة المبيعات للآلات وقطع الغيار.

بالإضافة إلى تزوير الكتاب المصري والاعتداء على حقوق الملكية الأدبية والفنية بإصدار طبعات مقلدة غير مشروعة خاصة للكتب الأوسع انتشاراً وضياح كافة الحقوق المادية والأدبية للناسر والمؤلف والرسام وغيرهم.

كذلك قرار وزارة الاقتصاد بفرض الرقابة على الواردات مقابل رسوم معينة وما يتبع ذلك من معوقات في الإفراج الجمركي عن الورق مما يستغرق أيام عديدة يدفع عنها المستورد أرضيات لحين ورود نتيجة تحليل الورق رغم تقديم شهادات المنشأ ضمن المستندات معتمدة من السفارة المصرية في الدول المصدرة ولكن التعقيدات الإدارية من قبل جهاز الرقابة على الصادرات والواردات يضيف عبء جديد على الأعباء الجمركية والضريبية ويساعد في رفع الأسعار.

يواكب ذلك المعوقات الرقابية والبيروقراطية على تصدير الكتاب وكافة المطبوعات من مصر مما يستغرق وقتاً طويلاً ويكلف جهداً ومالاً أكثر من الدول المنافسة، وعلى الرغم أن الكتاب يسمح بتداوله داخل السوق المحلي إلا أنه يجد من العقبات الكثير من هذه الجهات عند تصديره وكذلك عند إرسال عينات البريد لتسويقها، بالإضافة إلى مشاكل الشحن الجوي والبحري والبري، وارتفاع التكلفة والتعقيدات الإدارية.

في الوقت الذي تواجه صناعة الطباعة منافسة غير العادلة بين القطاعين العام والخاص في مصر في مجال النشر والطباعة بمختلف أنواعها الثقافية والمطبوعات على اختلافها، فالسيطرة العظمى مازالت للقطاع العام والهيئات العامة والصحف القومية وما تتمتع به من مميزات وإمكانيات لا يقدر على منافستها القطاع الخاص بإمكانياته المحدودة ورغم اتجاه الدولة للأخذ بنظام الخصخصة مازالت المطابع الحكومية تنتشر وجاري إنشاء مطابع تجارية لدور الصحف بالمدن الجديدة خروجاً عن الهدف الأساسي الذي قامت عليه الصحافة هذا بالإضافة إلى خلق طاقات كبيرة غير مستغلة.

وغالبا لا يسمح بتصدير أي كتاب إلا بعد العرض على الرقابة على المطبوعات بوزارة الإعلام، وأيضاً يكون الكتاب متداولاً بالسوق المصري وعند تصديره يمنع، مع العلم بأن أي كتاب ديني لا توافق الرقابة بالتصدير إلا بعد الرجوع للأزهر الشريف، وحلاً لموضوع الأزهر والرقابة على المطبوعات أن تودع نسخاً من الكتب عند الانتهاء من الطبع بالأزهر الشريف والرقابة على المطبوعات، وتحدد مدة معينة ولتكن ١٥ يوماً ويصبح الكتاب مسموحاً بتصديره مباشرة دون الرجوع للأزهر أو الرقابة ما لم يمنع عن طريقهما.

والحقيقة أنه في ظل إلغاء الإقرار الجمركي واستمارة ت.ص ليس هناك ضرورة أن تظل الإجراءات الجمركية لتصدير الكتاب في تسع خطوات ويمكن الاكتفاء بخطوتين وهذه الخطوات تأخذ وقتا كبيرا يمكن اختصارها لإمكانية الشحن في نفس اليوم بدلا من اليوم التالي، وطبقا للقانون يتم الكشف على الشحنة المصدرة في حدود ١٠٪ من الشحنة ولكن عملية الكشف تخضع للموظف المختص بالدائرة الجمركية، مما يعرض الشحنة إلى فتح العديد من الطرود مما يشكل سوء التعبئة والتغليف عند وصول الكتب للخارج.

هذا وقد جرى العرف في التعامل بين الناشرين بمصر وأصحاب المكتبات والهيئات والجامعات بالخارج بضرورة إرسال نموذج من كل كتاب جديد يصدر لإمكانية دراسته وتحديد الكميات المطلوبة منه، وهذا يستلزم إرسال عينات ونماذج من الكتب عن طريق البريد، والمشكلة الكبيرة إذا أرسل النموذج كمطبوعات يتكلف النموذج مثل قيمته طوابع بريدية وهذا يشكل تكلفة كبيرة وقد يضطر الناشر إلى عدم إرسال النماذج وخاصة أن نسبة كبيرة من النماذج بهذه الطريقة لا تصل إلى العملاء، وبذلك تضعف فرصة زيادة التصدير وإذا أراد الناشر أن يطمئن بوصول النماذج للخارج قام بعمل طرد بريدي وهنا المشكلة الكبيرة حيث إن الإجراءات من رقابة وأزهر وجمارك التي تجري على الشحنات الكبيرة هي نفسها على النماذج التي تكون نسخة واحدة من كل كتاب مما يتطلب تخفيض رسوم الطوابع البريدية على الكتب، وكذلك تلغى إجراءات التصدير من رقابة وأزهر وجمارك على الطرود البريدية التي تكون نماذج نسخة واحدة من كل كتاب.

هذا ويجب الاتجاه إلى فتح أسواق جديدة للكتاب المصري من خلال نظام البيع القطعي أو نظام الصفقات، ويتميز اتجاه أو سياسة الصفقات بعدة خصائص هامة، أهمها أن المصدر يركز اهتمامه على الصفقة بذاتها محاولا الحصول على أفضل الشروط الممكنة دون أي اعتبارات جادة لاستمرار المعاملات في المستقبل، ويندر متابعة الصفقة للحصول على البيانات اللازمة التي تحقق استمرار المستورد في الشراء أو عن رد الفعل الذي يحدثه لدى القراء بالخارج أو عن المنافسة التي واجهها، ولذلك لا ينتج عنه إرساء لقواعد دائمة أو راسخة في الأسواق التصديرية الأجنبية، ويستخدم هذه السياسة عادة الناشر أو المصدر الذي لا توجد لديه خبرة كبيرة بالأسواق الخارجية، وإصدارته غير معروفة بالدول المستوردة، وحالة تذبذب الإنتاج من سنة لأخرى، ولا تسير الصفقات على وتيرة واحدة، فالصفقة قد تعقد مع عميل وفي سنة أخرى مع عميل آخر وقد تمر فترة طويلة قبل تكرار صفقة أخرى من نفس العميل، مما يجعل من الصفقة التالية وحدة قائمة بذاتها لا تستمد أي قوة من الصفقة السابقة^(١).

هذا ويقترح استخدام أسلوب الصفقات المتكافئة في تسويق الكتاب المصري لأسواق الدول النامية والإفريقية ودول الكومنولث المستقلة عن الاتحاد السوفيتي سابقاً، حيث تمثل الصفقات المتكافئة أسلوباً

(١) د. سامي عفيفي حاتم : إدارة التجارة الخارجية ، الجزء الأول ، مكتبة عين شمس ، القاهرة ، ١٩٨٦ ، ص ٦٣ .

للتعامل في مجال التجارة الدولية، وطبقا لهذا الأسلوب يتم الاتفاق بين دولتين على أن يكون التبادل التجاري بينهما متوازنا في الصادرات والواردات خلال فترة زمنية معينة (سنة عادة)، وبما لا يخل بالتزامات الدولتين تجاه المنظمات التجارية والمالية الدولية، وتحدد الدولتان قائمتين تنظمان السلع التي ستصدرهما كل منهما للأخرى خلال فترة زمنية محددة وكمياتها وأسعارها مقومة بالعملة الحرة، وبحيث تعادل صادرات كل منهما إلى الأخرى^(١).

وعند اتباع هذا الأسلوب بين دولتين ناميتين فإن كلا منهما تستفيد حيث يحدث توازن في التبادل التجاري بينهما، ومن ثم لا يكون هناك أي أثر سلبي على ميزان المدفوعات، ويؤدي هذا الأسلوب إلى مزيد من التعاون بين الدول النامية، ودراسة إمكانية إنشاء اتحادات تسويقية تضم المنتجين والمصدرين وتكون مهمتها التسويق الداخلي والخارجي وتشجيع إقامة شركات متخصصة في التسويق والتوسع في إيفاد بعثات ترويجية للخارج^(٢).

كذلك الاشتراك في المعارض العربية والأجنبية للكتاب، والعمل على إيجاد توكيلات تجارية بالخارج للترويج مقابل عمولة أو نسبة من الربح بما ينشط صادرات الكتاب، وتشجيع المكاتب التجارية في الخارج لتنشيط حركة الصادرات للكتاب المصري في البلاد التي تعمل بها، ودراسة السوق الخارجية والتعرف على احتياجاتها، وموافاة الناشرين المصريين بدراسات وافية عن السوق الخارجي وإمكانيات تصدير الكتاب المطبوع والإلكتروني، ومحاولة الوصول إلى اتفاقيات تجارية بما ينشط الصادرات والترويج لها بالخارج، كذلك توثيق الصلة بين أجهزة التصدير في دور النشر المصرية وبين مكاتب التمثيل التجاري الأجنبية الموجودة في مصر وتزويدها بقوائم الإصدارات وكافة المعلومات التي تساعد على ترويجها بالخارج، كذلك متابعة الإنتاج المحلي وإمكانيات التصدير والعمل على توفير القدر المتاح للتصدير بصفة مستمرة وذلك لمواجهة ما قد يرد من الخارج من طلبات بصورة سليمة كاملة بما يخلق لدى المستورد الأجنبي ثقة في الناشرين المصريين كمورد له^(٣).

(١) د. علي لطفى : دراسات في التنمية الاقتصادية ، مكتبة عين شمس ١٩٩٢ - ١٩٩٣ ، ص ٢٧٦ .

(٢) د. صبرى الشبراوى : «التسويق الدولى للإنتاج المصرى ودوره فى تنمية الاقتصاد القومى» ، مركز تنمية الصادرات المصرية ، ص ٣٣ .

(٣) عبد المنعم خلاف : الجانب التطبيقى فى الاستيراد والتصدير ، القاهرة ٨٥ / ١٩٨٦ ، ص ٢٥٠ .

ويتضح بصورة ملفتة للنظر ببطء إجراءات التصدير للكتاب المصري إلى الخارج نظراً لما تتطلبه عملية التصدير من ضرورة الحصول على تصاريح رقابية، وإجراءات التخليص الجمركي على طرود العينات المرسلة للخارج للتعريف بالإصدارات الجديدة، علاوة على القيود المفروضة على حرية انتقال الكتب لبعض الدول، وعدم القدرة على تقويم وتطوير الأداء والمشاركة المنتظمة في المعارض الدولية.

وتنحصر مشكلات صناعة الكتاب ومعوقات تصديره في ارتفاع الرسوم الجمركية وضرائب المبيعات على مستلزمات الإنتاج مما يعوق تطوير وتحديث خطوط الإنتاج، وانخفاض مستوى جودة الإنتاج المحلي من الورق والأحبار، يضاف إلى ذلك المعوقات الإدارية والرقابية على التصدير، ومشكلات ارتفاع تكاليف الشحن الجوي والبحري والبري للمصادر، وعدم وجود خطوط منتظمة للشحن حيث تصل شحنة الكتب إلى المغرب بالشحن البحري خلال شهرين، بالإضافة إلى صعوبة حصول السائقين على تأشيرات الدخول إلى معظم الدول العربية مما يترتب عليه شحن الكتب المصرية على خطوط النقل البري العربية، وبالتالي ارتفاع تكاليف الشحن.

هذا وتوضح حركة نشر وتسويق الكتاب على المستوى العالمي وجود كتل ثقافية ومجموعات لغوية، فالدول التي لديها لغة مشتركة توجد فيما بينها تبادلاً فكرياً في الإنتاج الثقافي الذي يستخدم لغة واحدة كوسيلة أدبية، وأهم تلك الكتل اللغوية كتلة المتحدثين باللغة الإنجليزية، ويقود الإنتاج الثقافي لتلك المجموعة من الدول: الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة، تليها كتلة الفرنكوفونية أو مجموعة الدول المتحدثة باللغة الفرنسية وتقود فرنسا الإنتاج الثقافي لتلك الدول، ومجموعة الدول المتحدثة باللغة العربية في أفريقيا وآسيا ويتزعم إنتاجها الثقافي الإنتاج المصري، وكذلك الكتلة الأسبانية في أوروبا وأمريكا اللاتينية، والكتلة الألمانية وتضم النمسا وسويسرا إلى ألمانيا في وحدة اللغة، والكتل الإيطالية والصينية والروسية والهندية والبنغالية والبرتغالية.

وتشكل الكتلة اللغوية إحدى العوامل الهامة في تشكيل حجم الطلب الكلي على الكتاب حيث يمتد السوق المحتملة للكتاب العربي إلى كافة المتحدثين باللغة العربية داخل مصر أو خارجها بالدول العربية وتمتد إلى الجاليات العربية في الدول الأجنبية، كذلك يمتد تأثير الكتاب الإسلامي إلى الدول الإسلامية في أفريقيا وآسيا، وفي حالة ترجمة الكتاب إلى اللغات التي تتحدث بها الكتل اللغوية الأخرى يتجاوز الكتاب المجموعة اللغوية الأصلية إلى آفاق عالمية أخرى وظهر ذلك جلياً في المؤلفات الأدبية الحائزة على جائزة نوبل في الأدب على المستوى العالمي ومؤلفات الأديب المصري العالمي نجيب محفوظ عند ترجمتها إلى الإنجليزية والفرنسية وعدة لغات أخرى.

ويمثل وجود كتلة من المثقفين ذات قوة شرائية اقتصادية وتأثير سياسي نواة لجمهور من القراء يتحكم طلبه في الإنتاج الأدبي، وتشكل الوسط الذي ينمو فيه المؤلفون، كما أن وجود تباين أو تجانس في أذواق الجمهور القارئ ومواقفه له أثره البالغ على تسويق الكتاب وذلك مرهون بدرجة التطور الفكري أو الثقافي، ونمط النظام السياسي والتركيب الاجتماعي^(١).

والحقيقة أن سوق التوزيع للكتاب في أفريقيا بعيد عن الفاعلية حيث أن منافذ بيع الكتب منحصرة داخل المدن الكبيرة، وفي بعض الدول الأفريقية تكون تلك المحلات في العواصم فقط، وتقابل المحاولات لإقامة منافذ لبيع الكتب في الجهات البعيدة عن المدن الكبيرة والعواصم غالباً بصعوبات غير متوقعة، وعلى سبيل المثال فإن تقرير أحد دور التوزيع الكبرى في سيراليون لبيع الكتب يفيد أن محاولات لإقامة أفرع لها في بعض القرى الصغيرة قد تطلب إنجازات مبالغ فيها في مقابل استغلال الأرض، وفي تلك المدن يمكن استئجار الأرض فقط وليس شراءها لأن القانون المحلي يمنع بيعها^(٢).

أما بالنسبة لمنطقة المدن فإن منفذ بيع الكتب يكون مجاوراً للمركز، ويأتي في الفاعلية بعد ذلك السيارات والعربات، إن الشكوى العامة بخصوص تلك الوسائل في التوزيع أن تلك الوسائل دائماً ما تكون غير مربحة بسبب التكلفة الرأسمالية المتمثلة في شراء سيارات أو عربات تكون مرتفعة جداً، وأخيراً يأتي الباعة الجائلون الذين يتجولون من قرية إلى أخرى أو من خلال التجمعات العامة.

وعلى وجه العموم أن أفريقيا كما هو الحال في أي مكان آخر فإن أكثر منافذ البيع فاعلية هي المكتبات ووكالات الصحف وأكشاك الكتب، وقد يكون تجار التجزئة وباعة الأصرفة والباعة الجائلون في التجمعات المدنية أو في القرى مفيدة لكنها في الواقع ليست فعالة، أما السيارات الصغيرة لبيع الكتب فإنها وسيلة فعالة لكنها مرتفعة التكاليف^(٣).

ولتشجيع شراء الكتب في الدول الأفريقية يجب أن يسعى ناشرو الكتب في أفريقيا سواء على المستوى المحلي أو المستوى الأجنبي أن يجعلوا أسعار كتبهم أرخص باستمرار، ويمكن للحكومات أن تقدم المساعدة من خلال إلغاء جميع الرسوم والعوائق على الكتب المصدرة، كما يجب اتخاذ إجراء لتخفيض رسوم الشحن، ويجب بذل المجهودات لتقليل الرسوم على نقل الكتب من خلال الطرق العادية البرية، ويجب حث سلطات السكك الحديدية بعمل تخفيضات كبيرة وخدمات طرق رخيصة، ويمكن أن تكون اتحادات بيع الكتب المحلية فعالة في تطوير تلك الخدمات.

(١) روبير اسكاربيت : « ثورة الكتاب »، مرجع سابق، ص ١٣٨.

(2) Clifford N. Fyle, "The production and flow of Books in Africa", in "Books for developing countries (Asia / Africa) UNESCO, No. 47, p. 30-31.

(3) Loc. Cit.

ويجب إقامة مكتبة في كل مدينة كبيرة، وأن يكون الهدف الأسمى هو تطوير سلسلة محلات بيع الكتب وذلك من خلال المساعدة في تمويل إقامة مباني لمحلات الكتب في منطقة تمارس فيها بيع الكتب، ويمكن تأجير الأرض والمبنى بعد ذلك لبائع الكتب بمعدل أسمى، إن تمويل تلك المحلات يجب أن لا ينظر إليه على أنه استنزاف لموارد الدولة غير ضروري، ولكن على أنه استثمار في التعليم وبالتوجيه في تطوير إمكانيات الشعب الثقافية، ويجب أن تحتفظ كل مكتبة مركزية في المدينة بسيارة صغيرة أو مكتبة متنقلة لنقل الكتب للبيع في المدن الأصغر والقرى، ويجب أن تدار تلك السيارة بواسطة البائع نفسه الذي يقوم بنقل الكتب بصفة دورية^(١).

وقد استخدمت وسائل عدة من أجل التوزيع بكميات ضخمة في أفريقيا، بالإضافة إلى محلات بيع الكتب والصحف الموجودة في المدن الكبرى، يوجد الكثير من المنافذ لبيع الكتب من خلال تجار التجزئة الذين يتعاملون مع الكتب والباعة الجائلين والباعة على السيارات وعلى الدراجات أو على الأقدام، يعملون إما على هذا أساس راتب شهري أو على أساس قومسيون ينقلون كتبهم من مكان إلى آخر ومن قرية إلى أخرى، وفي بعض المناطق تكون محلات بيع الكتب الصغيرة ملحقة بالمدارس وتدار بواسطة المدرسين أو النظار، ويكون هذا في الغالب نظير الربح الخاص، أن وسائل التوزيع الغير تقليدية لا يجب أن تستبعد فقط لأنها تقليدية تكون تلك الوسائل هي أفضلها في أفريقيا.

ويبدو أن معظم الوسائل الفعالة في التوزيع هي محلات بيع الكتب، ومع هذا فإن تجارة التجزئة بالأساس هي «تجارة موسمية» حيث إنهم يقومون بممارسة هذا العمل بمفردهم في بداية العام الدراسي عندما يكون الطلب متزايداً على الكتب المدرسية، ويأتي بعد ذلك الباعة الجائلون الذين يبيعون عادة الكتب أثناء الموسم المدرسي أكثر مما يتم بيعه على أساس تجار التجزئة^(٢).

ونظراً لتزايد وتفاقم ظاهرة القرصنة والتزوير للكتاب والمصنفات الأدبية والفنية فقد وقعت الدول العربية على اتفاقية حق المؤلف العربية عام ١٩٨١، ودعت كافة الدول العربية إلى وضع تشريعات وطنية لحماية الملكية الفكرية، وتجريم أعمال القرصنة والتزوير وحرمان دور النشر التي تقدم على أعمال القرصنة من المشاركة في المعارض العربية ومنع تداول مطبوعاتها في الدول العربية.

هذا وتناثر صادرات الصناعات الثقافية المصرية بالآثار الإيجابية للاتفاقية نظراً لتمييز قطاع الملكية الفكرية في مصر بميزة نسبية بالنسبة للأسواق العربية ووجود قاعدة أساسية للصناعات الثقافية يمكن أن تحقق عائدات كبيرة للاقتصاد القومي في حالة الحماية ووقف الخسائر الناتجة عن أعمال التزييف والقرصنة

(1) Clifford N. Fyle, Ibid.

(2) Clifford N. Fyle, Ibid.

وعدم الحماية لحقوق الملكية الفكرية، ومن ناحية أخرى سوف تتأثر مصر بالآثار السلبية للاتفاقية الناتجة عن حرية التجارة والهيمنة الأمريكية والمنافسة المتوقعة بما تملكه من إنتاج ثقافي بالأسواق العربية التقليدية والأسواق المحلية.

وسيترب على تطبيق هذه الأحكام في الدول العربية ضرورة إجراء بعض التعديلات في قوانينها المحلية، في شأن مدة الحماية المقررة في تشريعاتها كما هو الأمر في الإمارات والسعودية التي تبلغ مدة الحماية بها ٢٥ سنة للمصنفات السينمائية فقط، وقد فرقت الاتفاقيات بين الدول وبعضها البعض، إذ تمنح الدول المتقدمة فترة انتقالية لمدة عام، تعمل من خلالها على مواءمة التشريعات والقواعد القانونية لتطابق بنود الاتفاق، أما الدول النامية وتلك التي تمر بمرحلة التحول من نظام التخطيط المركزي إلى اقتصاد السوق، فقد منحت ٥ سنوات كفترة انتقالية، بينما امتدت هذه المرحلة إلى ١١ عاما بالنسبة للدول الأقل نمواً التي لا تتوفر لديها حماية في الملكية الفكرية لمنتجاتها في أي مجال.

النتائج

هذا وقد توصل الباحث إلى عدة نتائج لها تأثير بالغ الأهمية على حركة إنتاج وتسويق الخدمات الثقافية في مصر بوجه عام وعلى اقتصاديات صناعة الكتاب بوجه خاص، ويكن تقسيم نتائج الدراسة طبقاً للمراحل المختلفة لصناعة الخدمات الثقافية والتي تبدأ دائماً بمرحلة الإبداع والتأليف (مرحلة الإعداد) ثم يليها مرحلة الإنتاج أو تحويل وتصنيع هذا الإبداع الأدبي أو الفني إلى منتج ثقافي يلبي رغبة المتلقي لهذا الإبداع (مرحلة الإنتاج) ويتبعها مرحلة توزيع هذا المنتج بوسائل التسويق المختلفة من خلال منافذ البيع أو وسائل الاتصال سواء بالسوق المحلية أو بالأسواق الخارجية (مرحلة التسويق) وذلك على النحو التالي:

أولاً : مرحلة الإعداد:

- ١- تعد الانتهاكات المستمرة لحق المؤلف وإهدار الحقوق المالية له من أهم أسباب محاصرة الإنتاج الفكري وقتل عملية الإبداع.
- ٢- إن الزيادة في عدد العناوين المنشورة سنوياً سواء كانت مؤلفة أو مترجمة لا تواكب التقدم المنشود لحركة الثقافة على المستوى المحلي والعالمي.
- ٣- تزوير الكتاب المصري أو الاعتداء على حقوق الملكية الأدبية والفنية بإصدار طبعات مقلدة غير مشروعة من الكتب الناجحة الرائجة وضياح كافة الحقوق المادية والأدبية للناسخ والمؤلف والرسام وهو نفس ما يحدث بالنسبة للفيلم المصري ولشريط الفيديو ولشريط الكاسيت ولبعض برامج التلفزيون.

ثانيا: مرحلة الإنتاج:

- ١- انعكس الارتفاع المتواصل لتكاليف إنتاج الكتاب على ارتفاع أسعار البيع.
- ٢- إن الزيادة في عدد العناوين المنشورة سنويا سواء كانت مؤلفة أو مترجمة لا تواكب التقدم المنشود لحركة الثقافة على المستوى المحلي والعالمي.
- ٣- تفوق الكتب الدراسية ذات الطبيعة الوظيفية كتب الثقافة العامة المنشورة في حجم الطلب.
- ٤- انخفاض عدد النسخ المطبوعة وارتفاع نصيب النسخة من التكلفة الثابتة مما أدى إلى ارتفاعات متتالية في سعر النسخة.
- ٥- ارتفاع تكاليف الخامات ومستلزمات الإنتاج وقطع الغيار التي يتم استيرادها من الخارج لعدم تصنيعها محليا.
- ٦- ارتفاع تكاليف النقل والتخزين وتغيير أسعار الصرف، يؤدي ذلك من ناحية أخرى إلى ارتفاع تكاليف الطباعة مما أدى إلى ارتفاع نفقات الإنتاج في ظل الظروف الاقتصادية الحالية.
- ٧- ارتفاع الرسوم الجمركية وضرائب المبيعات على مستلزمات إنتاج الكتاب المستوردة في الوقت الذي ترتفع فيه أسعار تلك الخامات عالميا، فقد بلغت الجمارك على ورق الطباعة حوالي ١٨٪، والجمارك وضريبة المبيعات على حبر الطباعة ٤٦٪، الجمارك وضريبة المبيعات على ألواح الطباعة ٣٥، والجمارك وضريبة المبيعات على أفلام الطباعة ٤٦٪، والجمارك وضريبة المبيعات على ماكينات الطباعة ١٨,٥٪، مما يعني زيادة تكلفة الكتاب بحوالي ٢٣٪ في المتوسط.
- ٨- المنافسة غير العادلة بين القطاعين العام والخاص في مصر في مجال النشر والطباعة بمختلف أنواعها ثقافية وصناعية وتجارية، فالواقع الراهن في هذا المجال الذي تقدر حجم الإنتاج القومي فيه بحوالي ٣,٥ مليار جنيه والذي يشمل أكثر من ٢٥٠ دار نشر و٧٠٠ مكتبة و٢٠٠٠ مطبعة بعيد كل البعد عن كل ما يثار حاليا من إصلاح اقتصادي وخصخصة، وتطبيق لقوانين وآليات السوق، فالسيطرة العظمى لازالت للقطاع العام والهيئات العامة والصحف القومية والتي تتوسع باستمرار ثم تدخل مجالات العمل الخاص والتجاري مجالات المطبوعات.
- ٩- بالرغم من صدور القرار رقم ١٣٤ لسنة ٢٠٠١ الذي يحظر على الوزارات والمصالح الحكومية والأجهزة التي لها موازنات خاصة ووحدات الإدارة المحلية والهيئات العامة الخدمية والاقتصادية والمؤسسات العامة شراء أو تحديث أو تطوير مطابع إلا بعد موافقة مجلس الوزراء، إلا أن دار الأوبرا المصرية

تعلن عن إنشاء مطبعة بها تصل تكلفتها إلى ١٢ مليون جنيه، وتتبعها في ذلك هيئة البريد التي تعلن هي الأخرى عن المميزات التي تقدمها للأفراد والشركات في مطبعتها الجديدة.

١٠- في مصر الآن ٤٤٠٠ منشأة مسجلة بغرفة الطباعة و٣٦٠٠ غير مسجلة وبلغت الاستثمارات في هذا المجال ٥ مليارات جنيه تمثل مطابع القطاع الخاص والحكومي ويعمل بها ١٠٠ ألف عامل، إن الجمارك على الورق المستورد ٣٢٪ إضافة إلى ١٠٪ ضريبة دمغة، في حين أن الجمارك على الكتاب المطبوع بالكامل لا تتجاوز ٣٪ فقط مما أدى إلى هجرة طباعة الكتب من مصر والتي بلغت حتى الآن أكثر من ٤٠٠ مليون جنيه.

١١- إن الحكومة سمحت بفتح الباب على مصراعيه للاستيراد من الدول المتقدمة المعدات البالية والخامات التي انتهت صلاحيتها في وقت كانت فيه مطابع القطاع الخاص تعاني من فقر في الإمكانيات، فالتعامل مع هذه النفايات أدى إلى أن ٨٠٪ من مطابع مصر تعمل باستخدام معدات انتهت عمرها الافتراضي في الدول الموردة لها وأصبحت ٦٠٪ من المطابع تعمل بخامات رديئة جدا مما أدى إلى سوء مستوى المنتج النهائي وظهوره بصورة غير لائقة لم يستطع المنافسة محلياً أو خارجياً.

١٢- إن وجود الماكينات المستعملة قد شجعت على الدخول إلى سوق الطباعة بالحصول على ماكينات وبأسعار زهيدة، دون الدراية الكافية لطبيعة العمل ولا امتلاك الخبرة اللازمة بالعمل.

١٣- ساهمت الدولة في إشعال الأزمة عندما عقدت اتفاقيات مع بعض الدول لتسهيل دخول المطبوعات بإعفاءات جمركية دون استشارة غرفة الطباعة باعتبارها الجهة المنوط بها مراعاة مصالح الطباعة بالإضافة إلى أنه لم تقم المطابع الكبيرة بتطوير أقسامها المختلفة وإنما تم الاعتماد فقط على تطوير قسم الطباعة بإضافة طاقات طباعية أخرى والاعتماد على الطرق البدائية في باقي الأقسام مما أدى إلى تدنى مستوى المنتج النهائي في معظم هذه المطابع، وبالتالي هروب كثير من الأعمال للخارج وعدم الحصول على أي أعمال من خارج مصر.

١٤- إن حجم الطباعة والطاقات الموجودة في مصر قد تجاوزت احتياجات السوق بثلاثة أضعاف والسبب في ذلك أن الجهات الحكومية تشتري معدات طباعة دون الاحتياج الفعلي لها، وفي نفس الوقت بدأ القطاع الخاص يستثمر ونتج عن ذلك فائض أيضاً، أدى إلى تنافس الجهات المختلفة على الشريحة الموجودة في سوق الطباعة بمصر، وأدى التنافس إلى خفض الأسعار أو المنافسة السعرية وتأثر القطاع الخاص بها، ومن ثم أغلق أكثر من ٤٠٠ مطبعة خلال العامين الأخيرين والمتوقع زيادة العدد والسبب الرئيسي زيادة الطاقة الطباعية على حجم الطباعة الموجودة في مصر.

١٥- اتجاه بعض الجهات في مصر إلى الطباعة في الخارج بسبب انخفاض السعر الذي يعود إلى إعفاء منتجات الطباعة من الجمارك بينما خامات الطباعة عليها فئات جمركية عالية، وبالتالي ترتفع تكلفة الطباعة في مصر عن مثيلتها في الخارج مما أدى إلى كساد في حجم الطباعة في مصر.

١٦- إن السوق المصري عندما اكتشف ذلك كان عليه إما أن يواكب هذا التطور والذي يستلزم بدوره استثمارات إضافية لا يستطيع تقديمها، أو أن يستمر على ما هو عليه من تكنولوجيا، فالصراع حالياً بين التكنولوجيا الحديثة والحالية للطباعة سوف يؤدي ذلك بدوره إلى انسحاب العديد من المطابع في السوق على المدى البعيد ويؤدي ذلك إلى تدهور آخر للطباعة في مصر.

١٧- عن المشاكل الداخلية التي تتعرض لها صناعة الطباعة تتمثل في منافسة القطاعات الحكومية والمؤسسات العامة والصحفية للقطاع الخاص منافسة غير عادلة، فهذه الجهات لديها إمكانيات يصعب على القطاع الخاص منافستها، فالجهات الحكومية متوفر بها ماكينات عالية المستوى التكنولوجي ولا يستطيع القطاع الخاص استيرادها، فأى مؤسسة حكومية تفتح اعتماداً لاستيراد ماكينة مثلاً ٨ ألوان ثمنها ٨ ملايين جنيه، والقطاع الخاص لا يستطيع استيراد هذه الماكينة، ومن ناحية أخرى الأسعار تنخفض بالقطاع الخاص.

١٨- يرجع سبب الطباعة بالخارج إلى أن الورق المستورد يخضع لرسوم جمركية وضريبة مبيعات تصل إلى ٤٠٪ والمستورد يخضع لرسوم جمركية وضريبة مبيعات تنعكس على العميل مما يؤدي إلى الطبع في الخارج للحصول على سعر أقل.

١٩- إن التناقض الغريب في البضاعة الكاملة التصنيع تدخل في الجمارك وتأخذ ٢٪ في حين أن خامات الورق التي تدخل في جزء من عمليات التصنيع تصل الرسوم الجمركية عليها ٤٠٪.

٢٠- إن مشكلة الطباعة تكمن في الاتفاقيات الثنائية والشراكة والجات وكل ما هو فتح للأبواب على مصراعياها للاستيراد المفتوح، فلم تهين الحكومة المناخ الداخلي للصناعة لكي نقف على قدم ثابتة أمام منافسة هذه الدول بل مازلنا نتعرض لهزات عنيفة تؤدي لغلق الكثير من المصانع وتشريد العمال فهذا التيار الخارجي المدمر سيكتسح أمامه كل الصناعة المصرية إذا لم تسارع الحكومة بدراسة أوضاع الطباعة وتدعيمها سواء بالإعفاءات الضريبية أو بتمويل بأسعار منخفضة من البنوك.

ثالثاً: مرحلة التسويق:

ويمكن تقسيم النتائج التي تتعلق بمرحلة تسويق الخامات الثقافية إلى قسمين يختص الأول بالنتائج الخاصة بالتسويق أو التوزيع الداخلي بالسوق المحلية، ويتعلق القسم الثاني بمجموعة النتائج الخاصة بالتسويق الخارجي أو التصدير للخارج سواء كان التصدير للأسواق العربية التقليدية أو الأسواق الأجنبية:

١- التوزيع بالسوق المحلية:

- ١- يمثل انخفاض الطلب على الكتاب وعدم الإقبال على القراءة في مجالات الثقافة العامة مع الاكتفاء بقراءة الكتب الدراسية الوظيفية أهم معوقات انتشار الكتاب المطبوع والإلكتروني في مصر.
- ٢- انعكس الارتفاع المتواصل لتكاليف إنتاج الكتاب على ارتفاع أسعار البيع.
- ٣- انخفاض الدخل الحقيقي للقارئ وبالتالي انخفاض الطلب بصورة ملحوظة خلال السنوات السابقة.
- ٤- انخفاض الميزانيات المخصصة للمكتبات العامة والمدرسية لشراء الإصدارات الحديثة أدى إلى انخفاض الطلب الإجمالي على الكتاب.
- ٥- انخفاض القدرة على التوزيع وعدم الكفاءة الإدارية للشركات القائمة عليه.
- ٦- عدم انتشار مراكز توزيع الكتاب على أساس جغرافي سليم وتركزها في مناطق محددة جغرافيا.
- ٧- صعوبة عرض الكتاب وصعوبة الحصول عليها وخاصة للمقيمين بالأقاليم.
- ٨- عدم وجود نشرات تعريفية كاملة تسهل عملية الاختيار تؤدي إلى صعوبة التسويق للإصدارات الحديثة.
- ٩- عدم وجود بيانات بيبليوجرافية كاملة تسهل عملية البحث تؤدي صعوبة التسويق للإصدارات القديمة.
- ١٠- تفوق الكتب الدراسية ذات الطبيعة الوظيفية كتب الثقافة العامة المنشورة في حجم الطلب.
- ١١- أدى الارتفاع المستمر في أسعار الكتاب قياسا إلى القدرة الشرائية لدى الراغبين في اقتنائه، وهبوط المستوى الثقافي وضعف الرغبة في القراءة، وضيق الوقت المتاح للقراءة إلى انخفاض الطلب وانكماش حجم السوق المحلية.
- ١٢- انخفاض عدد النسخ المطبوعة وارتفاع نصيب النسخة من التكلفة الثابتة مما أدى إلى ارتفاعات متتالية في سعر النسخة.
- ١٣- يواجه الكتاب المصري نوعا آخر من المنافسة غير المباشرة التي يتعرض لها من وسائل الاتصال الحديثة مثل التلفزيون والفيديو كاسيت والبلث المباشر عبر الأقمار الصناعية للمحطات التلفزيونية الأجنبية، والألعاب التلفزيونية، وديسكات الليزر، وأجهزة الكمبيوتر المنزلي.
- ١٤- كما يواجه الكتاب أيضا منافسة من المسرح، والأنشطة الرياضية، ومباريات كرة القدم كبدايل أخرى لشغل وقت الفراغ لدى المشاهد.

٢- التصدير للأسواق الخارجية:

- ١- تؤثر التوترات في العلاقات السياسية بين الدول العربية إلى فشل السياسات التسويقية للكتاب بالأسواق العربية التقليدية.
- ٢- كما يؤثر في صادرات الكتاب ما تفرضه الدول العربية من رقابة على الكتاب وبالتالي فشل السياسات التسويقية للكتاب على المستوى الإقليمي.
- ٣- عدم وجود نشرات تعريفية كاملة تسهل عملية الاختيار تؤدي إلى صعوبة التسويق للإصدارات الحديثة في الأسواق الخارجية.
- ٤- عدم وجود بيانات بليوجرافية كاملة تسهل عملية البحث تؤدي إلى صعوبة التسويق للإصدارات القديمة في الأسواق الخارجية.
- ٥- إن الزيادة في عدد العناوين المنشورة سنويا سواء كانت مؤلفة أو مترجمة لا تواكب التقدم المنشود لحركة الثقافة على المستوى المحلي والعالمي.
- ٦- تزوير الكتاب المصري أو الاعتداء على حقوق الملكية الأدبية والفنية بإصدار طبعات مقلدة غير مشروعة في الأسواق الخارجية وخاصة في لبنان وضياع الحقوق المادية والأدبية للناسخ كافة.
- ٧- يتطلب تغطية نفقات الإنتاج المرتفعة للكتاب المطبوع والإلكتروني سعى المنتج لتعظيم الأرباح عن طريق فتح أسواق جديدة خارجية والانتشار على أكبر نطاق ممكن باعتباره منتجا قابلا للتسويق والاستغلال على أساس عالمي.
- ٨- انكماش نطاق التصدير بحيث لا يتجاوز حدود الأسواق العربية التقليدية مع فقد بعض الأسواق لظروف سياسية أو رقابية.

التوصيات:

ومن منطلق النتائج التي توصل إليها الباحث للمشاكل والمعوقات التي تواجه إنتاج وتسويق الخدمات الثقافية في مصر بصفة عامة وصناعة الكتاب بصفة خاصة وفي ضوء الفروض والأهداف التي قامت عليها هذه الدراسة يمكن تقسيم التوصيات التي توصل إليها الباحث طبقا للمراحل المختلفة لصناعة الخدمات الثقافية على النحو التالي:

أولاً: مرحلة الإعداد:

- ١- العمل على عودة دور مصر كعاصمة للتأليف والإبداع والنشر والطباعة.

- ٢- إلغاء القيود البيروقراطية كافة.
 - ٣- حماية حقوق التأليف والنشر التي تتعرض للاعتداء والتزوير في عدد من الدول العربية.
 - ٤- تعاون اتحاد الناشرين واتحاد الكتاب ونقابة الصحفيين ونقابة المهن السينمائية في تبني قضية الدفاع عن حقوق الملكية الأدبية والفنية.
 - ٥- حث كبار المسؤولين في الدولة على إدراك أهميتها وأبعادها وضرورة تحمل مسؤولياتهم في حماية هذه الحقوق وإدراكهم أن هذا جزء لا يتجزأ من مسؤوليتهم الدستورية والوطنية يستوجب منهم الاهتمام الحقيقي والفعال.
 - ٦- إجراء الاتصالات والاتفاقات والضغط لحماية ثقافة مصر وتراثها وإبداعها واقتصادها والحفاظ على حقوق مبدعيها وناشريها ومنتجها.
 - ٧- الاهتمام بالتصميم والإخراج الفني للكتاب وتقديمه بالأسلوب الذي يجذب القارئ ويشجع على القراءة والاقتناء.
 - ٨- إعداد القوائم البليوجرافية للإصدارات القديمة.
 - ٩- موافاة القراء والباحثين بقوائم الإصدارات الحديثة بصفة دورية لتسهيل الطلب على الكتاب.
 - ١٠- الاشتراك في معارض الكتاب المحلية والعربية والدولية بصفة مستمرة.
 - ١١- اتخاذ الإجراءات الفورية الرادعة وتشديد العقوبات على أعمال القرصنة في مجالي المطبوعات والبرمجيات.
 - ١٢- تنمية عادة القراءة منذ الصغر وفقا لأحدث الأساليب التربوية.
- ثانيا: مرحلة الإنتاج:**
- ١- تخفيض جميع الرسوم والأعباء على مستلزمات إنتاج الكتاب.
 - ٢- إنشاء منطقة حرة للكتاب المصري لا قيود عليها استيرادا وتصديرا وتوزيعا لتخفيض تكلفة الإنتاج.
 - ٣- مواكبة أحدث التطورات التكنولوجية في آلات ومعدات الطباعة.
 - ٤- رفع القيود الإدارية والجمركية والرقابية على مراحل الإنتاج.
 - ٥- الاهتمام بالتصميم والإخراج الفني للكتاب وتقديمه بالأسلوب الذي يجذب القارئ ويشجع على القراءة والاقتناء.

الطلب المحلي على الكتاب وتصديره للخارج ————— الفهرست س ٣٠١٠ (أبريل ٢٠٠٥)

٦- إعداد طبعات شعبية مخفضة من الكتب مرتفعة الأسعار للتشجيع على القراءة بالنسبة للشباب وتناسب القدرة الشرائية لهم.

٧- خفض تكلفة الكتاب دون الإخلال بالمضمون أو الإخراج الفني له ليناسب مستويات الدخل المختلفة في المجتمع.

٨- تنشيط صناعتي المطبوعات والبرمجيات.

٩- مراجعة التعريف الجمركية على خامات ومستلزمات الإنتاج الخاصة بالطباعة.

١٠- تخفيض أو إلغاء الرسوم الجمركية على مستلزمات الإنتاج من ورق وأحبار وزنكات وملحقاتها المفروضة على الخامات والكيماويات ومعدات الطباعة بجميع أنواعها، ولا سيما أن مستلزمات الإنتاج والمعدات وقطع الغيار تستورد بالكامل من الخارج ولا تصنع محليا.

١١- أهمية زيادة حجم الإعفاءات الضريبية للاستثمارات المحلية والأجنبية في صناعة الطباعة بهدف تنشيط حجم السوق واستعادتها للمكانة المرموقة التي كان تتمتع بها كمركز إقليمي للطباعة في قلب منطقة الشرق الأوسط وذلك إبان فترة الخمسينيات والستينيات.

١٢- حصر جميع مطابع مصر وما بها من ماكينات وحصر كل ما يخص هذه الماكينات مثل سنة الصنع وتاريخ الشراء، وإلغاء جميع الرسوم والجمارك وضرائب المبيعات على المعدات الرأسمالية لأقسام التجليد والتشطيب للكتب لتشجيع المطابع على تحديث هذه الأقسام وتعويض ذلك بالنسبة للدولة عن طريق زيادة الرسوم على ماكينات الطبع نفسها وكذلك ماكينات فصل الألوان لفترة معينة للحد من استيرادها نظرا لزيادة الموجود منها بالسوق على معدلات التشغيل الحالية المطلوبة.

١٣- عدم السماح بتحديد رخص المطابع التي يوجد بها ماكينات مضى عليها أكثر من ١٥ عاما أو فرض رسوم عالية عليها لدفعها إما إلى التطوير أو الابتعاد عن منافسة المطابع الحديثة لإعطاء فرص للمطابع الحديثة للاستمرار في تطوير نفسها، واستكمال معداتها لرفع قدرتها على المنافسة ليس فقط في السوق المحلي، ولكن في السوق العالمي.

١٤- الحد من المطابع الحكومية وأن يقتصر نشاطها على طباعة عملاها فقط، فهئة البريد تقدم إعلانات كبيرة تستدعي فيها الأفراد والشركات للطباعة بها، فمن المفروض أن تباشر نشاطها الخاص بها فقط في طوابع البريد وما يلزمها ولا تنافس السوق في مجالات الطباعة الأخرى.

ثالثاً: مرحلة التسويق:

ويمكن تقسيم التوصيات التي تتعلق بمرحلة تسويق الخدمات الثقافية إلى قسمين: يختص الأول بالتوصيات الخاصة بالتسويق أو التوزيع الداخلي بالسوق المحلية ويتعلق القسم الثاني بمجموعة التوصيات الخاصة بالتسويق الخارجي أو التصدير للخارج سواء كان التصدير للأسواق العربية التقليدية أو لفتح أسواق جديدة للأسواق الأجنبية:

- ١- التوزيع بالسوق المحلية:
- ١- العمل على عودة دور مصر كعاصمة للتأليف والإبداع والنشر والطباعة.
- ٢- إلغاء القيود البيروقراطية كافة.
- ٣- تعاون اتحاد الناشرين واتحاد الكتاب ونقابة الصحفيين ونقابة المهن السينمائية في تبني قضية الدفاع عن حقوق الملكية الأدبية والفنية.
- ٤- رفع القيود الإدارية والجمركية والرقابية على مراحل التسويق.
- ٥- الاهتمام بالتصميم والإخراج الفني للكتاب، وتقديمه بالأسلوب الذي يجذب القارئ ويشجع على القراءة والاقتناء.
- ٦- إعداد طبعات شعبية مخفضة من الكتب مرتفعة الأسعار للتشجيع على القراءة بالنسبة للشباب وتناسب القدرة الشرائية لهم.
- ٧- خفض تكلفة الكتاب دون الإخلال بالمضمون أو الإخراج الفني له ليناسب مستويات الدخل المختلفة في المجتمع.
- ٨- التوزيع الجغرافي الجيد لمنافذ البيع والتوزيع للكتاب.
- ٩- العرض الجيد للإصدارات الحديثة لتكون في متناول القارئ والحصول عليها بسهولة ويسر.
- ١٠- إعداد القوائم البليوجرافية للإصدارات القديمة.
- ١١- موافاة القراء والباحثين بقوائم الإصدارات الحديثة بصفة دورية لتسهيل الطلب على الكتاب.
- ١٢- الاشتراك في معارض الكتاب المحلية بصفة مستمرة.
- ١٣- التوسع في الميزانيات المقررة لتزويد المكتبات العامة بالإصدارات الثقافية لزيادة حجم الطلب على الكتاب.
- ١٤- تنشيط تسويق المطبوعات والبرمجيات في السوق المحلي.

- ١٥- تخفيض أسعار الإعلانات في الصحف والمجلات والتليفزيون على الكتب المطبوعة والإلكترونية باعتبارها منتجات ثقافية يجب أن تتمتع بنسب خصم خاصة.
- ١٦- تنمية عادة القراءة منذ الصغر وفقا لأحداث الأساليب التربوية.
- ١٧- تخفيض الضريبة على أسعار وسائل الدعاية والإعلان والتي تصل إلى ٣٦٪ من قيمة الإعلان.
- ١٨- دعم النشاط التسويقي لزيادة دخل الناشر والموزع.
- ١٩- أن يلتزم الناشر بالبيع بالسعر المحدد مع تقاضي عمولة محددة مقابل تسويق الكتاب بصفته حلقة الاتصال بين القراء والمؤلف.
- ٢٠- أن يقوم الناشر وبصفة مستمرة بدراسة وتقدير الطاقة الاستيعابية للسوق.
- ٢١- ترغيب القراء والترويج والدعاية والإعلان عن الكتاب بكافة الوسائل لزيادة الطلب عليه وملاحظة انطباعات القراء ومراعاتها في الإنتاج الجديد.

٢- التصدير للأسواق الخارجية:

- ١- تشكيل لجنة دائمة لتنمية صادرات الكتب والمطبوعات.
- ٢- وضع استراتيجية للصادرات متضمنة الأهداف الاستراتيجية لتصدير المنتجات الثقافية.
- ٣- وضع السياسات التي تمكن من تنفيذ استراتيجية تصدير الخدمات الثقافية وتحديد برنامج زمني للتنفيذ.
- ٤- اقتراح الوسائل والأساليب لمواجهة معوقات التصدير.
- ٥- العمل على عودة دور مصر كعاصمة للتأليف والإبداع والنشر والطباعة.
- ٦- إلغاء القيود البيروقراطية كافة.
- ٧- حماية حقوق التأليف والنشر التي تتعرض للاعتداء والتزوير في عدد من الدول العربية.
- ٨- تعاون اتحاد الناشرين واتحاد الكتاب ونقابة الصحفيين ونقابة المهن السينمائية في تبني قضية الدفاع عن حقوق الملكية الأدبية والفنية.
- ٩- إجراء الاتصالات والاتفاقات والضغوط لحماية ثقافة مصر وتراثها وإبداعها واقتصادها والحفاظ على حقوق مبدعيها وناشريها ومنتجيتها.

- ١٠- إنشاء منطقة حرة للكتاب المصري لا قيود عليها في التصدير والتوزيع.
- ١١- رفع القيود الإدارية والجمركية والرقابية على مراحل التسويق.
- ١٢- إعداد القوائم الببليوجرافية للإصدارات القديمة.
- ١٣- موافاة القراء والباحثين بقوائم الإصدارات الحديثة بصفة دورية لتسهيل الطلب على الكتاب.
- ١٤- الاشتراك في معارض الكتاب العربية والدولية بصفة مستمرة.
- ١٥- إقامة علاقات مباشرة مع دور النشر والموزعين الأجانب وتبادل الإصدارات فيما بينهم.
- ١٦- فتح أسواق جديدة للكتاب المصري والحفاظ على الأسواق التقليدية له.
- ١٧- اتخاذ الإجراءات الفورية الرادعة وتشديد العقوبات على أعمال القرصنة في مجالي المطبوعات والبرمجيات.
- ١٨- إلغاء الرقابة على صادرات الكتاب إلى الخارج.
- ١٩- إلغاء القيود المفروضة على تصدير الكتب بالطرود البريدية.
- ٢٠- توحيد إجراءات التصدير في جهة واحدة.
- ٢١- اتباع سياسة الوكلاء وذلك بالاعتماد على وكلاء مستوردين بالأسواق الخارجية للقيام بمهمة تسويق الكتاب المطبوع والإلكتروني المصري لما لهم من خبرة ودراية كافية مما يؤدي إلى الاستمرار وتكرار التصدير في الأسواق الخارجية.
- ٢٢- أن يلتزم بالبيع بالسعر المحدد مع تقاضي عمولة محددة مقابل تسويق الكتاب بصفته حلقة الاتصال بين القراء في الخارج ودور النشر المصرية.
- ٢٣- تكليف الوكلاء بدراسة وتقدير الطاقة الاستيعابية للسوق.

المراجع

- مصطفى محمد عز العرب : «سياسات وتخطيط التجارة الخارجية» مكتبة عين شمس، القاهرة، ١٩٨٤.
- سمير فريد: «في السينما العربية» دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، ١٩٧٦.
- علي محمد حلوة: «دراسات في بحوث التسويق» مدخل اجتماعي، المطابع الأميرية، القاهرة، ١٩٨٣.

الطلب المحلي على الكتاب وتصديره للخارج _____ الفهرست س ٢ ع ١٠ (أبريل ٢٠٠٥)

- سامي عفيفي حاتم: «محاضرات في إدارة التجارة الخارجية» الجزء الأول، مكتبة عين شمس، القاهرة، ١٩٨٦.

- أحمد الصفدي: «الاقتصاد الدولي» مكتبة نهضة الشرق، جامعة القاهرة، ١٩٨٦.

- عبد المنعم خلاف: «الجانب التطبيقي في الاستيراد والتصدير»، القاهرة ٨٥ / ١٩٨٦.

- علي لطفى: «التخطيط الاقتصادي - دراسة نظرية وتطبيقية» مكتبة عين شمس، القاهرة، ١٩٨١.

- _____: «التطور الاقتصادي - دراسة تحليلية لتاريخ أوروبا ومصر الاقتصادي، مكتبة عين شمس، ١٩٨٨ - ١٩٨٩.

- _____: «دراسات في التنمية الاقتصادية» مكتبة عين شمس، ٩٢ - ١٩٩٣.

- _____: «دراسات في الاقتصاد الرياضي والقياسي» دار المعارف، ١٩٧٣.

- _____: «دراسات في المالية العامة» مكتبة عين شمس، ٩٠ - ١٩٩١.

- علي لطفى، ود. رضا العدل «التخطيط الاقتصادي» النظرية والأساليب مكتبة التجارة والتعاون، ١٩٨٦.

- هشام حسبو: «الاتجاهات الحديثة في التحليل المالي والمحاسبى» مكتبة عين شمس، ١٩٩٢/٩١.

- محمد السيد محمد: «اقتصاديات الإعلام» المؤسسة الصحفية، مكتبة عالم الكتب، القاهرة، ١٩٧٩.

- عبد المنعم أحمد التهامي: «دراسة الجدوى للمشروعات الجديدة» مكتبة عين شمس، القاهرة، ١٩٨٦.

- إيهاب الليثي: «مبادئ في الإنتاج السينمائي» المعهد العالي للسينما، ١٩٩٠.

- فتحي سعيد عيد، د. خيرى محسب: «الأصول العلمية لمحاسبة التكاليف» مكتبة عين شمس، القاهرة، ١٩٨٠.

- محمود صادق بازركة: «إدارة التسويق» الجزء الثاني، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٨٢.

- عبد المعطي شرف: «تسويق الفيلم المصرى» رسالة ماجستير، جامعة عين شمس، ١٩٦٩.

- مصطفى محمد علي: «دراسة عن مشكلات صناعة السينما ووسائل علاجها» المعهد العالي للسينما، ١٩٨٢.

- **اميرة حسب الله محمد:** «أداء القطاع الخاص في ضوء المتغيرات المحلية والدولية» رسالة ماجستير، كلية التجارة، جامعة عين شمس، ١٩٩٢.
- **ناجي عيد عبد السيد:** «تقييم السياسات التسويقية في مساح القطاع العام بالتطبيق إلى البيت الفني للمسرح» رسالة ماجستير، كلية التجارة، جامعة عين شمس، ١٩٩١.
- **سمير حسن عبد الرازق:** «تخطيط الربح في المنشآت الصحفية في جمهورية مصر العربية» رسالة دكتوراه في المحاسبة، كلية التجارة، جامعة عين شمس، ١٩٨٥.
- **الجمعية المصرية للاقتصاد السياسي والإحصاء والتشريع:** «دور الاستثمار الخاص في تحقيق أهداف خطط التنمية» بحوث ومناقشات المؤتمر العلمي السنوي الثالث عشر للاقتصاديين المصريين - ١٩٨٨.
- **شعبان عبد العزيز خليفة:** «حركة نشر الكتب في مصر» دار الثقافة للطباعة والنشر، القاهرة، ١٩٧٤.
- **السيد أبو النجا:** «محنة الكتاب» جريدة الأخبار ١٢/١٠/١٩٨٠.
- **زكي نجيب محمود:** «الكتاب أولا.. والكتاب آخر» مجلة العربي - أغسطس، ١٩٨١.
- **نبيل راغب:** «العائد الفكري أهم من الخسائر المادية» جريدة الأهرام ١٢/١٠/١٩٨٣.
- **عبد الحميد يونس:** «مستقبل الكتاب العربي» - مجلة المصور - العدد ٣٠٤٤ بتاريخ ١٩٨٣/٢/١١.
- **عبد العزيز حموده:** «الكتاب المصري في أزمة» - جريدة الأهرام ١٠/٥/١٩٨٢.
- **مرسي سعد الدين:** «مشكلة عالمية الكتاب» - جريدة الأهرام ٧/٧/١٩٨١.
- **مرسي سعد الدين:** «تصدير الأدب المصري» - جريدة الأهرام ٣٠/٤/١٩٧٨.

المراجع الأجنبية

- U.N.E.S.C.O. :Statistical yearbook; 1998.
- U.N.E.S.C.O. : "Book development in Africa: problems and perspective" Paris, 1990. ;
- U.N.E.S.C.O. : "The economics of book Publishing in developement countries" Paris, 1977. ;
- U.N.E.S.C.O. : "New values and principles of Gross - cultural communication" Paris, 1980.
- U.N.E.S.C.O. : Reportes and papers on mass communication.
- Reports No. 25 : "Division of statistics on Culture and cammuniation " Statistics on film and Cinma Paris 1961.

Reports No. 29 : "Film Making on A low budget" :by (Myrtle Winter; 1960).

Reports No. 33 : "Mass Media in the development countries" 1961

Reports No. 34 : "Film production by international Co-Operation"edited by H.J.J.Jongbloed; 1961.

Reports No. 37 : "Developing information Media in Africa, Press Radio, Film, TVR. 1962

Reports No. 64 : "The role of film in development"by (Peter Hopkinson), 1971.

Reports No. 92 : "Trannational Communcation and Cultural industries"by Tomas Guback and Tapio Varis, 1982.

Reports No. 95 : "Development of communcation in the Arab States needs and priorities"

by Yahya Abu Baker, Saad Labib and Hamdy Kandil, 1983. .

Reports No. 98 : "The new international econmic order" Links between economics and communications" ,

"by Breda Pavlic and Cess, J. Hamelin .,1983

Reports No. 100 : "International flow of TV Programs"By Tapio Varis, 1985. .

Reports No. 104 : "Import / Export: International flow of Television Fiction"by Peter Larson, 1990. .

M. Marco C.E. Jbrooncjers;The impact of Trips. Intellectual Property protection in development countries.

Common market law review. Martinus Nijhoff Puplishing, London, Vol. 31.,

No. 6, December 1994

World bank: World tables, London; 1994.

World bank :World devloment report from plan to market, Oxford University press, 1996.