

# موقف عينة من اتحاد الناشرين المصريين من وباء كورونا: تقرير إحصائي

إعداد لجنة التطوير المهني والنشر الإلكتروني برئاسة م. علي عبد المنعم – اتحاد الناشرين المصريين

مقدمة :

في مستهل عمل (لجنة التطوير المهني والنشر الإلكتروني) باتحاد الناشرين المصريين قامت اللجنة بتصميم استبيان رأي خاص بمنافذ بيع الكتب الورقية داخل السوق المصري خاصة في ظل مواجهة انتشار جائحة الكورونا، كما تم توزيع الاستبيان عبر الإنترنت من خلال موقع اتحاد الناشرين المصريين.

جاءت الاستجابات على الاستبيان دون المستوى المأمول نظرا لأن من شارك فيه بلغ فقط عدد 51 مكتبة، وهو ما يقدم نتائج يعتمد عليها في إطار ضيق، وربما تعود أسباب عدم الرد إلى :

- 1- أنه وزع في وقت انتشار مرض فيروس كورونا على مستوى العالم.
- 2- ربما لعدم وجود معرفة كافية بعمل اللجنة.
- 3- ربما لتفضيل الناشر أو المكتبة في مصر أن تبقى أرائه طي الكتمان.
- 4- التخوفات من استخدام النتائج الإحصائية في غير محلها.

وهي كلها أمور غير صحيحة، ولابد من التعامل مع ثقافة الاستبانات بشكل أكثر وعياً وأكثر ثقافة لأهميتها في تعديل اتجاهات التكلفة الاقتصادية لكل ناشر أو مكتبة وفي بناء جمهور واسع للكتاب المصري.

على أية حال هذه النتائج تمثل نتائج عينة من المكتبات المصرية نظرا للصعوبات في الحصول على نتائج بحثية كاملة..

تم تحليل الاستبيان ومن ثم تم رصد النتائج في شكل جداول إحصائية وفقرات في غاية الأهمية فتعطي لجميع أعضاء اتحاد الناشرين والمكتبات فكرة عن وضعية منافذ البيع بجانب العديد من الموضوعات المثيرة للاهتمام لدى هذه العينة. ومن المهم التأكيد على أن الاجابة بشكل واسع على مثل هذه الاستبانات سيشكل طريقاً علمياً صحيحاً لانتشار الكتاب المصري في العالم العربي وغيره من الأسواق.

## نتائج الاستبانة:

### 1- نوع المشاركة في الرد على الاستبانة

جدول (1) نوع المشاركات في الرد على الاستبانة

نوع المشاركة	عدد المشاركات	نسبة المشاركة التقريبية
قطاع خاص	48	94%
مؤسسات صحفية	2	4%
قطاع حكومي	1	2%

- 1- شارك في الاستبانة 51 مكتبة كانت الأغلبية الساحقة منهم من القطاع الخاص وبنسبة 94%
- 2- لم يمثل القطاع الحكومي والمؤسسات الصحفية سوى بنسبة 6%
- 3- يتطلب الأمر حث القطاع الحكومي والمؤسسات الصحفية على أهمية المشاركة في مثل هذه الاستبانات التي تلقى مزيد من الضوء على واقع النشر في مصر.
- 2- منافذ البيع والفروع لدى الناشرين المصريين
  - 1- أشارت نسبة 68% من المشاركين في الاستبانة أنهم لا يمتلكون منافذ بيع أخرى أو فروع أخرى لمكتباتها، وهذا مؤشر لا يستهان به لعدم وجود سلاسل مكتبات بوفرة في السوق المصري.
  - 2- من هنا لابد من توفير اتفاقات تعاون بين الناشرين المصريين لتوزيع أعمال الناشرين الذين لا يمتلكون منافذ بيع لتوزيع أعمالهم لدى هذه المؤسسات التي تملك ميزة تفضيلية لتسويق وتوزيع أعمالها.
- 3- مدى تأثير نسبة مبيعات الكتب الورقية في الفترة الأخيرة بسبب الكورونا :

جدول (2) مدى تأثير الكورونا على نسبة مبيعات الكتب الورقية

عامل الانخفاض	عدد المشاركات	نسبة المشاركة
انخفضت أكثر من 75%	19	37.25%
انخفضت أكثر من 51% إلى 75%	13	25.49%
انخفضت من 25% إلى 50%	8	15.69%
انخفضت أقل من 10%	7	13.73%
انخفضت من 11% إلى 25%	3	5.88%

- 1- اشار أكثر من نصف العينة (32) مكتبة بأن توزيع وبيع الكتاب الورقي تأثر بنسب تتراوح بين 50-75% من المبيعات
- 2- أشارت بقية العينة إلى أن نسبة الانخفاض في المبيعات والتوزيع للكتب تراوح بين أقل من 10 إلى 50% لدى 18 مكتبة
- 3- وهو ما يعني أن حركة مبيعات الكتب تواجه مأزق فعلي في وقت انتشار جائحة كورونا وما زالت
- 4- ومن المهم أن يقوم اتحاد الناشرين بعقد مجموعة من الندوات التي تخصص لمساعدة الناشرين على زيادة مبيعاتهم وبطرق متعددة.
- 4- تأثير جائحة كورونا على نسبة مبيعات الكتب الورقية من على المواقع الإلكترونية

جدول (3) تأثير جائحة كورونا على نسبة مبيعات الكتب الورقية من على المواقع الإلكترونية

عامل الانخفاض	عدد المشاركات	نسبة المشاركة
ارتفعت أقل من 10%	11	21.57%
ارتفعت من 11% إلى 25%	10	19.61%
انخفضت نسبة المبيعات	10	19.61%
لم تتأثر نسبة المبيعات	9	17.65%
ارتفعت من 25% إلى 50%	5	9.80%

هناك تباين في آراء عينة الناشرين عن مدى ارتفاع أو انخفاض مبيعات الكتب في فترة انتشار فيروس كورونا، وربما يعود السبب في ذلك:

- 1- مدى جودة موقع الناشرين
- 2- عدد العناوين المطروح على الانترنت
- 3- مدى التفاعل على الموقع
- 4- مدى تغطية محرك البحث جوجل لعمليات البحث على الموقع
- 5- عدد زوار الموقع الذين يعلمون بوجوده
- 6- مدى تواجد الناشر على منصات أخرى غير موقعه

وهناك أسباب متعددة أخرى.

## ملاحظات متفرقة من واقع تحليل الاستيانه :

- 5- اتفقت نسبة 52.00% من المشاركات على أن التأثير الأكثر خطورة على مبيعات الكتب هو وجود ملفات ال PDF للكتب على الانترنت
- 6- جاءت نسبة 76% من المشاركات أن المكتبة جزء من دار نشر أو شركة شقيقة لدار النشر، وهذا مؤشر قوي عن قوة العلاقة التجارية بين الناشر والمكتبة.
- 6- أن نسبة 53% فقط من المشاركين كانت تقوم بعمل أنشطة وفعاليات ثقافية بانتظام، على الرغم من أن تلك الأنشطة تؤثر بنسبة 70% على المبيعات سواء بشكل مباشر أو غير مباشر.
- 7- في ترتيب التصنيفات الأكثر مبيعاً للمراتب الخمسة الأولى:
  - تصنيف الكتب الأدبية والروايات كأكثر التصنيفات مبيعاً بنسبة 74.51%.
  - تصنيف كتب الأطفال بنسبة 56.86%.
  - تصنيف الكتب الفكرية والفلسفية بنسبة 37.25%.
  - تصنيف الكتب الأجنبية بنسبة 33.33%
  - تصنيف الكتب الدينية والتراث بنسبة 33.33%
- 8- جاءت نسبة مبيعات الكتب لباقي السلع المباعة بالمكتبة مثل الهدايا والقرطسيات 70%.
- 9- جاءت نسبة 70% من المشاركات تقوم بالبيع من خلال موقع إلكتروني خاص بها أو من على صفحات التواصل الاجتماعي أو التليفون.
- 10- مثلت نسبة مبيعات الموقع الإلكتروني وصفحات التواصل نسبة 20% من إجمالي مبيعات المكتبات.
- 11- اتفقت نسبة 60% من المشاركات على أن هناك إزدیاد على طلب الكتب المترجمة.
- 12- اتفقت نسبة 76% من المشاركات على أن سلوك القارئ المشتري الأكثر حدوثاً هو شراء الكتب سريعاً.
- 13- مثلت الشريحتين العمريتين من 25 حتى 35 عاماً و الشباب ما بين 18 عاماً وحتى 24 عاماً النسبة الأكبر في الشرائح السنية الأعلى إقبالاً على شراء الكتب.

## 5- أهم المشاكل التي كانت تواجه المكتبات قبل انتشار فيروس كورونا

جدول (5) أهم المشاكل التي تواجه المكتبات قبل انتشار جائحة الكورونا

المشكلة	عدد المشاركات	نسبة المشاركة التقريبية
التزوير وقرصنة الكتب	34	66.67%
القدرة الشرائية للعملاء	33	64.71%
ارتفاع قيمة الإيجارات	29	56.86%

تعاني دور النشر من مجموعة متلازمة من العوامل السببية التي تؤثر على مبيعات الكتب في مصر ، وكما هو واضح بالجدول فإن هناك ثلاثة أسباب رئيسية تضعف سوق النشر المصري:

1- التزوير وقرصنة الكتب

2- القدرة الشرائية للعملاء في ظل ارتفاع قيمة الدولار

3- ارتفاع قيمة ايجارات المباني

وهو ما يتطلب جهدا كبيرا من اتحاد الناشرين المصريين لمواجهة عمليات التزوير والقرصنة بالتعاون مع مكاتب مكافحة القرصنة والتزوير أو ما يمثلها في العالم العربي وبالتنسيق مع اتحاد الناشرين العرب.

التوصيات :

1- حث القطاع الحكومي والمؤسسات الصحفية على أهمية المشاركة في مثل هذه الاستبانات التي تلقى مزيد من الضوء على واقع النشر في مصر.

2- توفير اتفاقات تعاون بين الناشرين المصريين لتوزيع أعمال الناشرين الذين لا يمتلكون منافذ بيع لتوزيع أعمالهم لدى هذه المؤسسات التي تملك ميزة تفضيلية لتسويق وتوزيع أعمالها.

3- أن يقوم اتحاد الناشرين بعقد مجموعة من الندوات التي تخصص لمساعدة الناشرين على زيادة مبيعاتهم وبطرق متعددة.

4- عند توافر مواقع للناشرين المصريين على الانترنت فلا بد من الاهتمام بالعناصر التالية :

(a) الارتفاع بجودة موقع الناشرين

(b) أهمية زيادة عدد العناوين المطروح على الانترنت

(c) أهمية وجود مسئول يقوم بالتفاعل على الموقع

(d) التأكد من مدى تغطية محرك البحث جوجل لعمليات البحث على الموقع أو ما يعرف ب SEO

(e) أهمية الانتباه لزيادة عدد زوار الموقع

(f) أهمية تواجد الناشر على منصات أخرى غير موقعه

5- أهمية أن يبذل اتحاد الناشرين المصريين الجهد الكبير لمواجهة عمليات التزوير والقرصنة بالتعاون مع مكاتب مكافحة القرصنة والتزوير أو ما يمثلها في العالم العربي وبالتنسيق مع اتحاد الناشرين العرب.

6- تحتل الروايات وكتب الأطفال والكتب المترجمة قمة السلم الهرمي لأنواع وموضوعات التي يحبها القراء ومن المهم أن يعمل الناشرون على مثل هذا التنوع.

7- أهمية الإشارة على أنه من الضروري التباحث حول عمليات النشر الإلكتروني من خلال منصات تقام لهذا الغرض بالتشارك بين كبار الناشرين في مصر أولاً ومن ثم بعد استكشاف كل القضايا المتعلقة بالنشر الإلكتروني يتم ادخال صغار الناشرين بها، وهو ما قام به الناشرون في أمريكا والولايات المتحدة في عقد التسعينيات.

8- أخيراً من المهم أن يشارك جميع أعضاء اتحاد الناشرين المصريين في مثل هذه الاستبيانات التي يمكن أن تمثل دعماً كبيراً لكل ناشر في توجهاته في السوق المحلية والعربية.