

مشكلات بواقي الكتب وانعكاساتها الاقتصادية على صناعة النشر: دراسة مسحية

لدور النشر المصرية

اعداد

د. سالى محى الدين أبو الذهب

قسم المكتبات والمعلومات

كلية الاداب جامعة عين شمس

sally11298@hotmail.com

المخلص

نظرًا لما تملكه صناعة النشر في مصر من أهمية كبرى بوصفها محركًا للاقتصاد في الدولة، وبوصفها تشكّل إحدى مصادر القوة الناعمة للدولة، إلى جانب أنها تعد مصدرًا مهمًا للدخل القومي، إلا أنها شهدت الكثير من التحديات والمشكلات التي انعكست عليها، وبالأخص على إحدى قنواتها الرئيسية؛ ألا وهي قطاع الناشرين. ومن هنا جاءت أهمية هذه الدراسة التي تسعى إلى إلقاء الضوء على واحدة من تلك التحديات، وهي مشكلة بواقي الكتب Remainder Books لدى الناشرين في مصر، للوقوف على الأسباب وراء تراكم الكتب ومشكلات تسويقها، ومدى تأثير ذلك على اقتصاد هذه الصناعة.

الكلمات المفتاحية: الكتب الزائدة - بواقي الكتب - الكتب المتبقية - البواقي - علامات البواقي- اقتصاديات الكتب - صناعة النشر - مشكلات النشر

تمهيد:

صناعة النشر هي صناعة قديمة في العالم العربي - بشكل عام -، وفي مصر - بصفة خاصة، فهي تعد إحدى مصادر القوى الناعمة المصرية. فالنشر صناعة متكاملة الأركان تتألف من عدة مكونات؛ وهي: التأليف، والطباعة التي تشتمل على التجهيزات والإخراج الفني، وكذلك التوزيع، والتسويق^(١). وقرار الناشر بنشر كتاب معين، يتضمن تحديد عدد نسخ الكتاب الذي يعتقد أنه يمكن تسويقها بشكل عام، وإخفاق الناشر في تحديد عدد النسخ المناسب يتسبب في خسارة مادية؛ سواء لفشله في تسويقها أو عدم قدرته على مواجهة الطلب عليها، وفي جميع الأحوال فإن الكتب الزائدة عن التسويق، يُعبّر عنها الناشر بعلامة تفيد بأنها كتب متبقية، وهذا ما يطلق عليه "بواقي الكتب أو الكتب المتبقية Remainder Books".

أولاً: الإطار المنهجي للدراسة:

١/١ مشكلة الدراسة وأهميتها:

مما لا يدع مجالاً للشك أن النشر قد تغير بشكل كبير على مدار الخمسة عشر عامًا الماضية، فإذا كان الكتاب بوجه عام يواجه الكثير من التحديات التي تتراوح ما بين تدني موضوعات الكتب المنشورة، ومشكلة الرقابة بمختلف أشكالها، وانتشار ظاهرة السرقات الأدبية (القرصنة) والاعتداء على حقوق المؤلف والناشر... وغيرها من المشكلات، فإن إحدى المشكلات الرئيسية لصناعة النشر تكمن في تحديد كمية الكتب المطلوب طباعتها حيث يتم طباعة المزيد من العناوين كل عام، ولكن متوسط عدد النسخ التي يتم تسويقها أقل من النسخ المطبوعة، مقارنة بنظيرتها في أواخر السبعينيات. فبعد فترة من الوقت يجد الناشر أن نفسه أمام مخزون كبير من الكتب المتبقية، والتي ستصبح عبئاً بعد ذلك عليهم، وهذا ما يطلق عليه "الكتب المتبقية أو بواقي الكتب Remainder Books"^(١)، فقد أشارت إحصائيات الناشرين المصريين، إلى أن متوسط بواقي الكتب لدى الناشرين قد يصل إلى حوالي ٣٠% أو تزيد قليلاً من

إنتاجهم؛ أي ما يصل قيمته إلى (٤٥٠.٠٠٠.٠٠٠) جنيه مصري تهدر سنويًا، وذلك نتيجة عدم القدرة على تسويقها، مما يعكس بالسلب على اقتصاد النشر في مصر؛ ومن تَمَعلى صناعة النشر^(٣).

ومن هنا تكمن مشكلة هذه الدراسة، من خلال طرح السؤال الرئيس لهذه الدراسة، وهو "ما مشكلة بواقى الكتب لدى الناشرين، وما مدى انعكاساتها الاقتصادية على صناعة النشر في مصر؟

وعلى ذلك تستمد الدراسة أهميتها في تَعْرِفِ مشكلة الكتب المتبقية أو البواقى، والأسباب وراء ظهورها لدى الناشرين، ومدى تأثير هذه الظاهرة في اقتصاد صناعة النشر في مصر، والسبل التي يمكن من خلالها تحويل هذه الخسارة إلى قيمة مضافة في صناعة النشر في مصر.

٢/١ الهدف من الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس؛ وهو "معرفة مشكلات الناشرين المصريين مع بواقى الكتب، وقيمتها الاقتصادية التي تمثلها". ولتحقيق هذا الهدف تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الفرعية الآتية:

١. تَعْرِفُ ماهية بواقى الكتب أو الكتب المتبقية، والفرق بينها وبين الكتب المستعملة.
٢. الكشف عن الأسباب التي دعت إلى تراكم نسخ الكتب /أو العناوين التي تصدرها دور النشر المصرية.
٣. الرصد والتحليل لحجم بواقى الكتب لدى الناشرين في مصر خلال المدة من (عام ٢٠١٥ وحتى ٢٠١٩م) وقيمتها الاقتصادية.
٤. الكشف عن الطرق والأساليب التي تتبعها دور النشر المصرية للتخلص من نسخ الكتب المتبقية لديهم.
٥. اقتراح الحلول الممكنة للتغلب على مشكلة بواقى الكتب لدى الناشرين في مصر.

٣/١ تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن تساؤل رئيس: "ما مشكلات بواقى الكتب وانعكاساتها الاقتصادية على صناعة النشر في مصر؟". ويتفرع عن هذا السؤال عدة تساؤلات فرعية متمثلة في الآتي:

١. ما المقصود ببواقى الكتب أو الكتب المتبقية، والفرق بينها وبين الكتب المستعملة؟
٢. ما الأسباب التي دعت إلى تراكم نسخ الكتب/أو العناوين التي تصدرها دور النشر المصرية؟
٣. ما حجم بواقى الكتب لدى الناشرين في مصر خلال المدة ٢٠١٥ حتى ٢٠١٩م، وما قيمتها الاقتصادية؟
٤. ما الطرق والأساليب التي تتبعها دور النشر المصرية للتخلص من نسخ الكتب المتبقية لديهم؟
٥. ما الحلول الممكنة التي يمكن أن تتبعها دور النشر المصرية للتغلب على مشكلة بواقى الكتب لديهم؟

٤/١ مجال وحدود الدراسة:

- الحدود الموضوعية: تتناول هذه الدراسة بالرصد والتحليل حجم بواقى الكتب لدى الناشرين في مصر؛ لمعرفة قيمتها الاقتصادية المهذرة، وأهم الحلول الممكنة للتغلب على هذه المشكلة.

- **الحدود الزمنية:** تناولت الدراسة مشكلة بواقى الكتب لدى الناشرين في مصر خلال المدة من (٢٠١٥م وحتى ٢٠١٩م).
- **الحدود الشكلية:** تركز الدراسة على الكتب الورقية المطبوعة فقط.
- **الحدود اللغوية:** تهتم الدراسة بالكتب المنشورة باللغة العربية، أو المترجمة للغة العربية، لدى الناشرين في مصر.
- **الحدود المكانيّة:** تناولت الدراسة ظاهرة بواقى الكتب لدى الناشرين في مصر.

٥/١ منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات:

تعد هذه الدراسة من الدراسات المسحية، وهي- كما يتضح من اسمها- تهدف إلى مسح دور النشر المصرية لكشف الظروف المحيطة بالظاهرة وجوانبها وأبعادها لزيادة معرفة الباحث وإلمامه بمشكلة البحث حتى يتعمق في الدراسة.

وقد اعتمدت الباحثة في الدراسة على المنهج الوصفي مع استخدام الأسلوب المسحي الذي يعتمد على جمع البيانات من الميدان، ومن ثم دراسة الأوضاع الراهنة حول الظاهرة وأسبابها واتجاهاتها، ثم تحليل تلك البيانات وتفسيرها للوصول إلى نتائج علمية تهيئاً لوضع تصور أو خطط مستقبلية خاصة بها نحو الأفضل.

١/٥/١ إجراءات الدراسة وأدواتها:

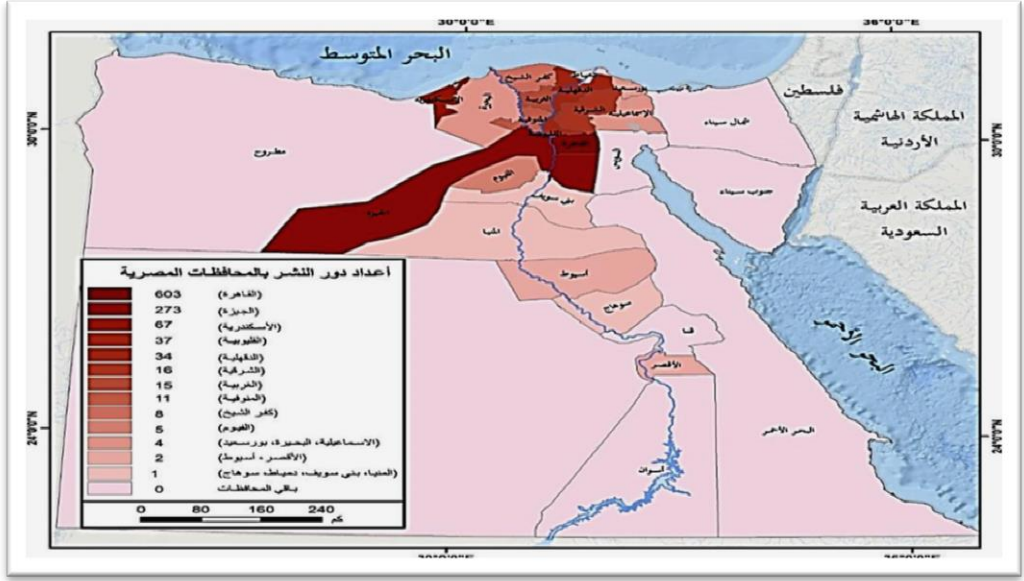
أعدت الباحثة استبياناً لجمع معلومات حول مشكلة الكتب المتبقية، ورصد حجم الكتب المتبقية لدى دور النشر المصرية، مستعينة بالاستبيانات التي أعدت في بعض الدراسات السابقة، والاطلاع على كثير من الدراسات الخاصة بتصميم الاستبيانات^(٤)، ثم بناء الاستبيان في صورته المبدئية، واختباره على عينة مبدئية قدرها (١١) دار نشر مصرية، وبعد الانتهاء من بناء الاستبيان عُرض على مجموعة من المحكمين من أساتذة علم المكتبات والمعلومات كما هو موضح بالملحق رقم (١)، وقد نقدت الباحثة اقتراحات السادة المحكمين، وبعد التأكد من صلاحيتها؛ صممت الباحثة الاستبيان في شكله النهائي، وأصبح يتكون من ١٣ سؤالاً كما هو موضح بالملحق رقم (٢). ونُشر الاستبيان وورِّع على عينة الدراسة من دور النشر المصرية، بالاعتماد على أكثر من أسلوب في مراسلة دور النشر، والمتمثلة في:

- أ- إرسال الاستبيان عبر البريد الإلكتروني E-mail الخاص بالدار ومدير الدار.
- ب- الزيارة المباشرة لمعظم دور النشر عينة الدراسة.
- ج- المقابلات الشخصية مع مسؤولي دور النشر المصرية من المحافظات كافة، في أثناء حضور اجتماع الجمعية العمومية لاتحاد الناشرين المصريين، بهدف معرفة آرائهم حول مشكلة بواقى الكتب، والأسباب وراء تراكم الكتب وعدم بيعها.
- د- الاتصال المباشر بالمسؤولين لبعض دور النشر من خلال أرقام التليفونات المعلنة على موقع الدار.

وقد استغرقت عملية توزيع الاستبيانات ومتابعة استيفائها الفترة من ٢ أغسطس ٢٠٢١ وحتى ١٠ إبريل ٢٠٢٢م.

٦/١ مجتمع الدراسة وحجم العينة:

- اعتمدت الباحثة في حصر دور النشر المصرية وتحديدتها على عدة مصادر، تمثلت في الآتي:
- الحصول على نسخة من قاعدة بيانات الناشرين المسجلة باتحاد الناشرين المصريين لعام ٢٠٢١.
 - مواقع دور النشر المصرية المتاحة على الشبكة العنكبوتية.
- وقد وصل مجتمع الدراسة إلى (١٠٩٥ دار نشر مصرية موزعة على تسعة عشر محافظة مصرية) كما هو موضح بالشكل رقم (١).



الشكل رقم (١) خريطة جغرافية بتوزيع دور النشر على المحافظات المصرية

- ويتضح من الشكل السابق أن أغلب دور النشر المصرية تركزت في ثلاث محافظات رئيسية؛ وهي: محافظة القاهرة، تليها محافظة الجيزة، تليها محافظة الإسكندرية).
- وقد استبعدت الباحثة (٦٠٥ دار نشر) من مجتمع الدراسة؛ وذلك لعدة أسباب تمثلت في الآتي:
١. دور النشر التي تقوم بنشر الإصدارات إلكترونياً.
 ٢. دور النشر التي توقفت عن ممارسة المهنة في الوقت الحالي نتيجة لجائحة كورونا^(*).
 ٣. دور النشر التي تعمل في مجال التوزيع فقط.
 ٤. دور النشر المتخصصة في نشر الكتب الدراسية وتوزيعها.
 ٥. دور النشر التي تأسست في عام ٢٠٢٠م؛ إذ إنها لم تكن موجودة في الفترة الخاصة بالدراسة.
 ٦. استبعاد المطابع والمستوردين والوزارات والجهات الحكومية؛ إذ إنها لا تُعدُّ دورَ نشرٍ.

وبناءً على ذلك، وبعد تطبيق تلك الحدود، وصل مجتمع الدراسة إلى ٤٩٠ دار نشرٍ مصرية. ولتحديد حجم العينة اعتمدت الباحثة على معادلة ستيفن تامسون، وعلى الموقع <http://www.raosoft.com/samplesize.html> الذي يعتمد على المعادلة نفسها لتحديد حجم العينة المطلوبة للدراسة، وهي:

$$n = \frac{N \times p(1-p)}{\left[\left[N-1 \times (d^2 \div z^2) \right] + p(1-p) \right]}$$

حيث إن:

Z: الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الدلالة (٠,٩٥) وتساوي (١,٩٥)

N: حجم المجتمع

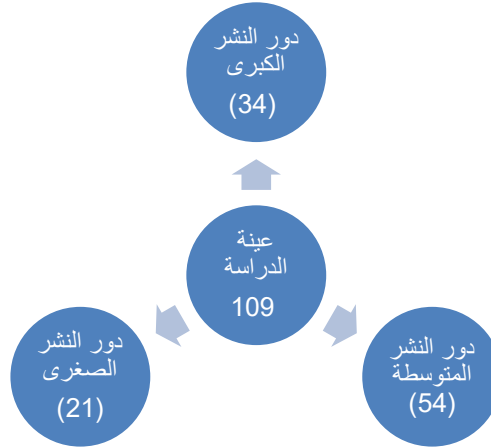
Q: نسبة الخطأ وتساوي (٠,٠٥)

P: نسبة توفر الخاصية والمحايدة وتساوي (٠,٥٠)

وبعد تطبيق تلك المعادلة للحصول على ١٠% عينة من مجتمع الدراسة الفعلي، كانت عينة الدراسة (١٠٩ دار نشرٍ مصرية) كما هو موضح بالملحق رقم (٣). ومن ثمّ فقد قسّمت الباحثة دور النشر إلى ثلاث طبقات على أساس معيار إنتاجها للكتب، ومدى توزيعها، وهي:

أ. دور نشرٍ كبيرى ب. دور نشرٍ متوسطة. ج. دور نشرٍ صغرى.

وحرصت الباحثة على أن تمثل عينة الدراسة طبقات دور النشر المشار ذكرها بالتساوى، إلا أنه أثناء توزيع الاستبيان تم مواجهة العديد من الصعوبات مع دور النشر، والتي تم الإشارة إليها في الجزء الخاص بصعوبات الدراسة، وعليه أصبح عدد أفراد العينة الفعلي ممن استجابوا للرد على الاستبيان، كما هو مبين بالشكل رقم (٢)



الشكل رقم (٢) توزيع عدد أفراد العينة الفعلي الخاضع للدراسة

٧/١ صعوبات الدراسة:

واجهت الباحثة الكثير من الصعوبات، أهمها:

١. ندرة الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت مشكلة الكتب المتبقية لدى دور النشر المصرية.
 ٢. إرسال الاستبيان بأكثر من وسيلة لدور النشر للحصول على إجابات عن الاستبيان.
 ٣. امتناع دور النشر إعطاء أرقام دقيقة عند الاستفسار عن عدد الكتب التي نشرت خلال فترة الدراسة وحجم المبيعات وحجم الكتب المتبقية لديهم؛ لأنه يصعب حصر حجم الإنتاج للأعوام السابقة لذلك قاموا بإعطاء متوسط للأعداد.
 ٤. عدم قبول بعض دور النشر إعطاء إجابة إلا بعد الرجوع إلى الشئون القانونية للدار؛ باعتبار أن تلك البيانات سرية وخاصة بالدار.
 ٥. تجاهل الرد على الاستبيان من قبل بعض المسؤولين عن دور النشر المصرية، على الرغم من مراسلتهم عدة مرات.
- وللتغلب على تلك الصعوبات، أرسلت الباحثة الاستبيان لأكثر من دار نشر؛ حتى تغطي العينة المطلوبة للدراسة.

٨/١ مصطلحات الدراسة:

تشتمل الدراسة على عدد من المصطلحات الأساسية، ومن أهمها:

- **النشر Publishing** ^(٥): فالنشر كما جاء في الموسوعة العربية العالمية بأنه "عملية إعداد وتصنيع وتسويق الكتب والمجلات أو أية مطبوعات أخرى، أما نشر الكتب فهو صناعة صغيرة نسبياً، ولكنها ذات أهمية بالغة في الحياة التعليمية والثقافية"، وصناعة النشر هي قلب الصناعات الثقافية؛ حيث تصنف ضمن أشكال الصناعات الثقافية/ الإبداعية/ الملكية الفكرية وتدخل ضمن الاقتصاد القائم على المعرفة وتحسب ضمن الناتج القومي.
- **دور النشر Publishing houses**: ^(٦) يعرف الناشر أو دار النشر بأنه مؤسسة أو شخص يقوم بإصدار الكتب أو المجلات والصحف وطبعها وتوزيعها، ويتحمل مسئولية التمويل إلى جانب مخاطر النشر، كما يعرف بأنه الذي يدير عملية النشر بين المؤلف والطابع والموزع بماله وجهده ووقته حتى يصل إلى القارئ.
- **التوزيع Distribution** ^(٧): وهو يعد الحلقة الثالثة في صناعة النشر، الذي يقوم به بائع الكتب أو الموزع، والذي يهدف إلى توصيل النسخ المطبوعة إلى المستهلكين، أو السوق المتاحة للكتاب؛ وهي: المكتبات، والأفراد.
- **بواقى الكتب أو الكتب المتبقية Remainder books**: ^(٨) عرف قاموس ODLISE البقايا أو المخزون الزائد لدى الناشرين (النسخ غير المباعة من الكتب)، التي تُشترى بالقرعة من قبل تجار الكتب على أساس بيعها بسعر مخفض مرة أخرى. وتوضع علامة على المتبقي لتميزه عن النسخ المباعة بسعر القائمة، والمؤلف هنا لا يتلقى أي إيرادات من بيع النسخ المتبقية.
- وحقبة كتب البواقى ليس بالضرورة أن تعكس جودة العمل، فقد تكون نتيجة طباعة نسخ كثيرة، أو عرض النسخ بسعر مرتفع، أو أن يكون الموضوع مقصوراً على فئة معينة، أو سريع الزوال، أو أن المحتوى مختصر.

- **البيع أو الرد Sale or Return:** تجار التجزئة أو الجملة يشترون الكتب من الناشرين على أساس أنه إذا لم يتم بيعها خلال فترة زمنية معينة (تتراوح من شهر إلى اثني عشر شهراً بعد طلبها) فإنها تُعاد إلى الناشر مقابل الحصول على تعويض. وهذا يجعل المخاطر المالية تقع على عاتق الناشر على المدى الطويل، وهو المقابل للبيع النهائي.
- **المرتجع Returns:** الكميات غير المباعة من كتب معينة، والتي قد يُعيدها بائع الكتب إلى الناشر بناءً على اتفاق مسبق، غالباً ما يستخدم المندوبون حق إرجاع الكميات المباعة للناشر كنقطة مساومة لإقناع أصحاب المكتبات بشراء الكتب الجديدة.
- **النسخ الزائدة Overs:** وهو أسلوب متبع يتم بمقتضاه طباعة نسخ أكثر قليلاً من العدد المطلوب لتعويض النسخ التي قد تتلف أثناء الطباعة أو التجليد. ومن المقبول تجارياً أن تسمح المطبعة بطباعة ٥% أكثر أو أقل من الكمية المطلوبة ما لم يتفق على غير ذلك، وسوف يتحمل الناشر تكلفة النسخ الإضافية.^(٩)
- **الكتب المستعملة Used Book:** وهي تكون قد مرت بمراحل البيع المعروفة، واستقرت لدى المستفيد، الذي -بعد فترة من الوقت- يتخلص منها؛ إما لتقدمها، أو لأنها تشغل حيزاً يريد أن يستغله في أشياء أخرى.^(١٠)
- **علامة البواقى Remainder Mark:** علامة يضعها الناشر على الكتاب تشير إلى أنه باقٍ. عادة ما يتم ذلك بقلم دائم، أو ختم، أو طلاء بخاخ على الحافة الخارجية، أو على غلاف الكتاب.^(١١)
- **اقتصاد المعرفة Knowledge economy:** هو كما عرفت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية بأنه الاقتصاد الذي يُعدُّ فيه إنتاج المعرفة وتوزيعها واستخدامها المحرك الأساس لعملية النمو الاقتصادي وخلق فرص توظيف عبر الصناعات كافة.^(١٢)
- **الصناعات الثقافية^(١٣):** عرفت اليونسكو هذا المصطلح بأنه تلك الصناعات التي تجمع بين ابتكار المضامين وإنتاجها والاتجار بها، وهي ذات طبيعة ثقافية غير قابلة لتغيير مضامينها ومحمية بقانون حقوق المؤلف، ويمكن أن تكون في شكل بضاعة أو خدمة، ويشمل ذلك الطباعة والنشر، والوسائط المتعددة، والوسائط السمعية والبصرية، والمنتجات الفوتوغرافية والسينمائية، وكذلك الحرف اليدوية، والفنون، والعمارة، والمتاحف، والآثار، والسياحة الثقافية، وكل ما يرتبط بالعمل الإبداعي.

١٠/١ الدراسات السابقة:

أولاً الدراسات العربية:

بعد مراجعة الإنتاج الفكري المنشور باللغة العربية في قواعد البيانات، وأدلة الرسائل الجامعية،

وقاعدة الهادي للإنتاج الفكري، تبين عدم توافر بحوث أو دراسات تتناول بصورة مباشرة مشكلة بواقى الكتب لدى الناشرين، أو مدى تأثيرها في اقتصاد صناعة النشر في مصر. كل ما هو موجود مقالته بحثية وحيدة تطرقت لموضوع الكتب المتبقية في افتتاحية إحدى المجلات العربية. ولكن أغلب الدراسات العربية تركزت إما على دراسة النشر؛ سواء أكان تقليدياً أو إلكترونياً، وإما على دور النشر من حيث مواقعها الإلكترونية وكيفية تسويق إصداراتها، وهناك بعض الدراسات التي قد تكون ذات صلة بموضوع الدراسة؛ لتناولها الكتب المستعملة، وكيفية التعامل معها، والمواقع الإلكترونية المخصصة لبيعها. وفيما يلي عرض موجز لبعض تلك الدراسات مرتبة وفقاً للتسلسل الزمني:

- **دراسة منى محمد السيدمرسي (٢٠٠١م)^(١٤)** التي تعرض ظاهرة الكتب المتاحة على جنبات الطرق في القاهرة الكبرى، عن طريق اختيار عدد من أرصفة الكتب بين مناطق تغطي المستويات الاجتماعية المختلفة (الراقية والمتوسطة والشعبية)؛ إذ تناولت الدراسة الاتجاهات العددية الموضوعية واللغوية للكتب المطروحة على الأرصفة، والسمات والخصائص لمؤلفي هذه الكتب مترجميها وناشريها ومشتريها، وطرق حصول البائعين على الكتب المتاحة على تلك الأرصفة، وقد استخدم الاستبيان والمعاينة وتحليل المحتوى، فضلا عن إعداد قاعدة بيانات ببيولوجرافية؛ بوصفها أدوات أساسية لهذه الدراسة الميدانية البيولوجرافية البيوميترية.
- **دراسة أحمد عبادة العربي (٢٠٠١)^(١٥)**: التي هدفت إلى تعرّف واقع حركة نشر الكتب بمحافظات الوجه البحري، ومدى إسهامها في حركة النشر بمصر، كما تهدف الدراسة إلى تعرّف أعداد المؤلفين وإنتاجهم من الكتب، وتعرّف حقوقهم الأدبية والمادية، ونظم المحاسبة المادية بينهم وبين الناشرين. وكذلك حصر ما نشر من كتب بدور النشر بمحافظات الدراسة وتوزيعه عدديا وموضوعيا ولغويا؛ للخروج بمؤشرات عن سوق النشر، وتعرّف أنواع نشر الكتب بدور النشر بمحافظات الدراسة.
- **دراسة محمد على أبو سالم (٢٠٠٥)^(١٦)**: التي قامت على التعريف بدور مؤسسة دار المعارف في حركة النشر في مصر، وذلك منذ إنشائها عام ١٨٩٠ حتى عام ٢٠٠٠، وذلك من خلال الضبط البيولوجرافى للإنتاج الفكري الصادر عن الدار، فضلا عن دراسة العلاقة بين دار المعارف والمؤلفين، ومراحل إنتاج الكتاب وتصنيعها بالدار، وكيفية التسويق والتوزيع للأعمال الصادرة عن الدار.
- **وفي دراسة رضا سعيد مقبل (٢٠٠٥)^(١٧)**: سعت هذه الدراسة إلى تعرّف نشأة حركة النشر وتطورها في محافظة الإسكندرية، وذلك من خلال الضبط البيولوجرافى للكتب الصادرة في الإسكندرية حتى نهاية عام ٢٠٠٢، لتعرّف واقع حركة النشر السكندري، والعلاقات بين الناشر والمؤلف، ومراحل إنتاج الكتب وطباعتها في الإسكندرية، وأساليب التوزيع والتسويق داخل الإسكندرية وخارجها، وأيضا المعوقات التي تواجه حركة النشر في الإسكندرية.
- **دراسة أماني محمد إبراهيم (٢٠١٠م)^(١٨)**: التي سعت إلى تعرّف عينة من أسواق الكتب القديمة في مصر، وعينات من أسواق الكتب القديمة في بعض الدول العربية؛ مثل: العراق، والمغرب، وسوريا، والكويت، والسعودية، والجزائر، وفلسطين. كما تناولت الدراسة تجارة الكتب المستعملة في بعض دول العالم؛ مثل: إنجلترا، والصين، وفرنسا، واليابان، وإسبانيا، والولايات المتحدة الأمريكية. ومن أمثلة الأسواق الشهيرة التي وردت في الدراسة سوق المتنبي ببغداد، وسوق باب الأحد بالمغرب، وسوق المسكية وسوق عكاظ بسوريا... وغيرها. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الميداني .
- **دراسة محمد عبد الفتاح كامل (٢٠١٢م)^(١٩)**: اهتمت بدراسة المواقع العربية والأجنبية المتخصصة في تجارة الكتب المستعملة بفئاتها الثلاثة؛ وهي: المواقع التي تبيع الكتب المستعملة فقط، والمواقع التي تبيع وتشتري الكتب المستعملة، والمواقع التي تشتري الكتب المستعملة فقط، وذلك بهدف تحديد سمات تلك المواقع وخصائصها. وفي النهاية يقدم الباحث نموذجًا مقترحًا لموقع متخصص في تجارة الكتب المستعملة مستعينًا بالعديد من النماذج العربية والأجنبية المتخصصة في هذا المجال. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي الميداني لحصر مواقع تجار الكتب المستعملة المتاحة على شبكة الإنترنت، فضلا عن اعتماده على الأسلوب التقييمي لتقييم تلك المواقع وفقا للمعايير المحددة.
- **دراسة رؤوف عبد الحفيظ هلال (٢٠١٦)^(٢٠)**: التي تهدف إلى توفير صورة واضحة ودقيقة عن الواقع الفعلي لممارسات الترويج المستخدمة في دور النشر المصرية، تمكن من تحليلها، ومن ثم

تقويمها، وتعديل مساراتها، بحيث تصبح أداة فاعلة تدر عائداً اقتصادياً على الناشرين، وتسهم في حل كثير من المشكلات التي تتعلق بتسويق الكتب. وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك خلافاً في ممارسات الترويج المستخدمة في دور النشر محل الدراسة؛ تأتي نتيجة عدم وجود خطة للترويج يقوم على إعدادها وتنفيذها عمالة مؤهلة تأهيلاً مهنياً في مجال النشر والترويج، وتتاسب جميع فئات دور النشر، تراعي أهدافها وإمكاناتها المادية، كذلك المزيج الترويجي الملائم لها، وآليات التقييم المناسبة.

- دراسة نهى بشير أحمد (٢٠١٨)^(٢١) تهدف الدراسة إلى تحليل دور الأرصفة بوصفها أحد منافذ بيع الكتاب المصري في محافظة طنطا، حيث تناولت الدراسة عينة محددة من شوارع مدينة طنطا، التي تتركز فيها هذه الظاهرة، ولكن مع التركيز على الكتب فقط، ودراستها من حيث العدد واللغة والموضوعات، فضلاً عن دراسة سمات المستفيدين. كما قامت الدراسة أيضاً برصد وتحليل القيمة الاقتصادية للكتب المعروضة على فرشاة الطريق من أجل الوقوف على التوجهات العامة نحو الثقافة والمعرفة. واعتمدت الدراسة على المنهج الميداني لدراسة الكتب المتاحة على أرصفة طنطا.

- دراسة رؤوف عبد الحفيظ هلال (٢٠٢٠)^(٢٢): وهي تعد الدراسة العربية الوحيدة عن ظاهرة الكتب المتبقية، التي سعت إلى التعريف بها وإيضاح اختلافها عن الكتب المستعملة، ومدى الانعكاس السلبي لهذه الظاهرة على اقتصاد النشر في مصر، مشيراً بالإحصائيات إلى مدى الخسائر التي تعاني منها صناعة النشر في مصر، وذلك في محاولة لإنقاذ هذه الصناعة، وإعادة هذه الخسارة إلى بوتقة الاقتصاد، مع وضع حل استراتيجي مقترح للحد من هذه الظاهرة.

- وهناك دراسة اتحاد الناشرين العرب التي قدمها الدكتور خالد عزب (٢٠٢١)^(٢٣) حول دراسة حركة النشر في الوطن العربي بين عامي ٢٠١٥ و ٢٠١٩م، والتي كشفت مدى معاناة الناشرين من التزوير والقرصنة، ليس على صعيد المزور والمقرصن المحدود القدرات فحسب، بل أيضاً على صعيد الشركات الدولية الكبرى. كما قامت برصد واقع حركة النشر ومشكلاتها في الوطن العربي، واشتملت على مسح لعدد الكتب المنشورة في الوطن العربي والبلدان العربية الأكثر إنتاجاً للكتب في الفترة المذكورة، ووفقاً للتقرير حازت مصر على المرتبة الأولى، بواقع ١١٥ ألف كتاب تم نشره خلال السنوات الخمس من أصل ٣١٥ ألف كتاب نُشِرَ في الفترة نفسها في بقية بلاد الوطن العربي. وكشفت الدراسة كذلك، أن الاتجاه العام هو النمو المتزايد في حركة نشر الرواية المطبوعة.

وبعد الاطلاع على تلك الدراسات، وجدت الباحثة أن تلك الدراسات منها ما درس حركة نشر في مصر؛ إما في محافظة واحدة، أو في مجموعة من المحافظات، ومنها ما تطرق إلى دراسة الكتب المستعملة التي تُباع على الأرصفة، أو التي تُباع في متاجر بيع الكتب المستعملة؛ سواء بشكل تقليدي أو بشكل إلكتروني من خلال مواقع تجار الكتب المستعملة المتاحة على شبكة الإنترنت، وهذا ما يختلف عن تلك الدراسة، التي تناولت مشكلة كتب البواقيلدى دور النشر المصرية، وتعرّف قيمتها الاقتصادية المهذرة؛ وبذلك تعد الدراسة الحالية أول دراسة عربية تتناول مشكلة بواقى الكتب لدى الناشرين في مصر، فهي تختلف عن الدراسات السابقة، ولكنها مكتملة لها في مجال صناعة النشر.

ثانياً: الدراسات الأجنبية: -

- أشارت دراسة (1997) James, Hileman, C., Dewitt, Paker (24) إلى ارتفاع تكلفة الكتب الجامعية بالنسبة لطلاب جامعة هارفارد، مما شكل عبئاً إضافياً على كثير من هؤلاء الطلاب، فكان البديل هو إتاحة الكتب المستعملة لهم، وهذه الكتب عادة ما تكون أقل تكلفة من الكتب الجديدة .

- وفي دراسة (2002) Windwalker, Stephen (25) تناولت بائعي الكتب المستعملة في الولايات المتحدة، كما تناولت متاجر الكتب المستعملة على شبكة الإنترنت، وتحدثت عن المصادر التي تأتي

منها هذه الكتب، ويعد هذا الكتاب دليلاً عملياً إذا أراد القارئ بيع كتبه المستعملة من خلال شبكة الإنترنت، وذلك من خلال إعداد وصف جيد لحالة الكتاب المعروض للبيع. وقد خصص الكتاب جزءاً لمديري مواقع تجارة الكتب المستعملة؛ فتناول برامج الحاسب الآلي اللازمة لكي يعمل موقع بيع الكتب المستعملة بكفاءة، ووضح الأسباب التي تدعو المستفيدين إلى الإقبال على موقع دون الآخر .

- أما دراسة (26) Barrie, Rappapolt (2003) أشارت إلى النمو البطيء لصناعة الكتاب، والركود الذي تواجهه هذه الصناعة، وذلك بالأرقام والنسب الإحصائية، كما أشارت إلى أنه يجب وضع استراتيجية جديدة خاصة بتجارة الكتب، لضمان مواجهة هذه التحديات، وذكرت الدراسة أنه في الفترة من أبريل ٢٠٠٢ وحتى ديسمبر من العام نفسه تم بيع ١١٠ مليون كتاب مستعمل بإجمالي مبيعات ٤٠٠ مليون دولار.

- وتناولت دراسة (27) Mutter, Juhn, Milliot, Jim (2004) ازدهار تجارة الكتب المستعملة على شبكة الإنترنت في السنوات القليلة الماضية، الأمر الذي كان سبباً في تحول العديد من متاجر الكتب المستعملة التقليدية إلى الشكل الإلكتروني، وساعد على ذلك سهولة إتاحة الكتب إلكترونياً على شبكة الإنترنت، كما أشارت الدراسة إلى أن نسبة مبيعات الكتب المستعملة يبلغ حوالى ٣٠-٤٠% من إجمالي مبيعات الكتب .

- وفي دراسة (28) Ellis, Ian C (2006) هذا الكتاب موجه إلى القراء الذين يمتلكون كتباً مستعملة في مكتباتهم الشخصية، ويرغبون في بيع هذه الكتب، وتناول الكتاب في البداية تأثير شبكة الإنترنت في تجارة الكتب المستعملة، وكيف يمكن للقارئ أن يقوم بعمل تقييم للكتب الخاصة به قبل عرضها للبيع، وما العوامل التي تقلل أو تزيد من سعر الكتاب، وكيفية تلافي الأخطاء الناتجة عن سوء تسعير الكتب، وما نوعية الكتب التي تبحث عنها متاجر الكتب لشرائها.

- وبدأت الدراسة (29) McGrath, Skip بالحديث عن أماكن وجود الكتب المستعملة، وما الكتب التي يمكن بيعها أو عدم بيعها، وكيف يمكن شراء الكتب الجديدة، وكيف يتم تسعير الكتاب قبل بيعه على شبكة الإنترنت، وكيف يمكن للمستخدم بيع كتابه من خلال مواقع مثل: Half.Com Amazon.Com- ABe.Com وما مزايا بيع الكتب على شبكة الإنترنت، كما أشارت الدراسة إلى أنه يُباع حوالى ٨ مليار كتاب مستعمل في الولايات المتحدة سنوياً منها أكثر من ٢ مليار كتاب يُباع من خلال موقع Amazon .com, Half.com, E-Bay

ثانياً: الإطار النظري للدراسة:

٠/٢ تمهيد:

إن النشر صناعةً مهمةً للغاية في اقتصاد المجتمعات المتقدمة؛ لأنها تخاطب وعي الإنسان بالفنون والعلوم والآداب، فهو لا يُعدُّ نشاطاً معرفياً وإنتاجياً عادياً يُسهم في دوران عجلة الإنتاج من خلال آلياته المنظمة من دور نشر ومطابع ومعارض كتب ومكتبات فحسب، بل يعد "صناعةً ثقيلة، لاعتمادها على المعرفة والمُنجز الثقافي والخبرة الجمالية التي يُقدمها المؤلف في أعماله، وتتلفها دور النشر والمطابع لتهيئها لتلقي القارئ، الذي يعد الطرف النهائي والأخير في عملية كبيرة ومعقدة، تبدأ بأصالة الأفكار وتنتهي بالتفاعل معها، ومن هنا يتبين لنا أن النشر يتضمن ثلاث حلقات، يشترك فيها ثلاثة أطراف على النحو الآتي: التأليف - الطباعة - التوزيع.

هذه الحلقات الثلاث تتكامل فيما بينها لتشكل ما يعرف بصناعة النشر، ولا يمكن لأية حلقة منها أن تكون قائمة بذاتها، مستقلة عن الحلقتين الأخرين، ومن ثمَّ تسمى كل واحدة منها نشرًا. والأطراف الثلاثة:

المؤلف - الطابع - الموزع لا يَعْرِفُ بعضهم الآخر، ولا علاقة مباشرة تربط بينهم، ومن ثَمَّ دعت الضرورة إلى وجود طرف رابع يجمع بين هذه الأطراف الثلاثة، ويدير العلاقة بينهم، وهو الناشر الذي يحصل على العمل من المؤلف في مقابل مبلغ مادي يحصل عليه المؤلف، فضلاً عن الذبوع والانتشار لعمله، ثم يتولى الناشر تصميم الكتاب وصَقِّه وإخراجه، قبل أن يدفع به إلى المطبعة التي تحوله إلى نسخ مطبوعة، ويدفع لها الناشر التكاليف كافة، ثم يدفع به بعد ذلك إلى بائع الكتب أو الموزع، ومن ثَمَّ يحصل الناشر على ماله المستثمر وربحه بعد خصم نسبة ربح الموزع. مما سبق يتضح الدور الكبير الذي يقوم به الناشر في نشر الثقافة بين الأفراد؛ لأن لديه دوراً مؤثراً في عملية النشر، التي غابتها نشر الثقافة والمعرفة من خلال الكتاب المطبوع،^(٣٠) فضلاً عن الدور الذي تقوم به في تحديد عدد نسخ الكتاب الذي يمكن للسوق التعامل معه، حتى لا يُطَبَّعَ عددٌ قليل من النسخ فيخسر الربح الذي كان من الممكن أن يحققه من بيع الكتب الإضافية، ولا يقوم بطبع عددٍ كبيرٍ جداً من النسخ، فتتراك مع الكتب غير المباعة، وبعد فترة من الوقت يجد الناشر أن لديه مخزوناً كبيراً من الكتب غير المباعة، التي عادةً ما تُقدَّمُ -أولاً- للمؤلف بسعر مخفض، أو القيام بإحدى الخيارين، إما إتلاف الكتب وإعادة تدويرها، أو القيام بإعادة بيعها إلى تجار الكتب المستعملة والمكتبات بأسعار مخفضة، وهو ما يفضله كثير من الناشرين في معظم الحالات، وعندما يحدث هذا تصنف الكتب على أنها "الكتب المتبقية أو بواقي الكتب Remainder Books".^(٣١)

١/٢ مفهوم بواقي الكتب:

في واقعنا المصري، تعد الكتب المتبقية واحدة من المشكلات الرئيسية التي تواجه صناعة النشر، والتي أثرت بالسلب في اقتصاد النشر في مصر. ولكن قبل البدء في تعرُّف مدى تأثير تلك الظاهرة في صناعة النشر، علينا التعريف أولاً بها، مناقشة "كيف؟"، و"لماذا؟" ظهرت هذه المشكلة، حيث أثرت الكتب المتبقية في جميع أطراف هذه الصناعة.

أولاً: ما يتعلق بالمؤلف:

الذي يقضي سنواتٍ من عُمره في كتابة عمله، وبعد فترةٍ من العمل الشاق، تبدأ رحلة مصاعبٍ أخرى، يميز تفاصيلها أن يكون الناشر من القطاع الخاص أو القطاع الحكومي، ولكل تعقيداته ومشكلاته التي تفرضها طبيعة عمله وآليات إنتاجه. فالنشر أصبح مكلفاً في عصرنا الحالي بسبب ارتفاع تكاليف الأوراق والأحبار وعمل المطابع - عوضاً عن ضعف سوق التوزيع وتراجع المقرئية الورقية- ما يبرز مشكلة "تحمل تكاليف النشر، وغالباً ما تطلب كثيراً من دور النشر من المؤلفين أن يسهموا -ولو بنسبة- في تكاليف طباعة كتبهم، على أن يحصلوا على نسخ من أعمالهم تساوي قيمة ما دفعوه. وفي كثيرٍ من الأحيان يجد المؤلف نفسه مضطراً إلى ذلك، لينشر كتابه، بدلاً من انتظار فترات طويلة في طابور النشر الحكومي.

ثانياً: ما يتعلق بالناشر:

وهنا تظهر مشكلة أخرى، حيث يتم الاتفاق بين الناشر والمؤلف على عددٍ معين من النسخ، شفهيًا، بدون عقدٍ ولا إثبات، وهو ما يفتح الباب أمام (بعض) الناشرين، لعدم الوفاء بعدد النسخ المتفق عليه ويقوم بطبع نسخ أكثر لتحقيق أرباح أعلى، فالكاتب بمجرد أن يرى كتابه قد خرج من المطبعة، ويتسلم نسخته الأولى، ينسى تفاصيل كثيرة، ومنها العقد وعدد النسخ، وحتى إن كانت له حقوق مالية من النسخ المباعة أم لا.^(٣٢) من هنا تبدأ مشكلة الكتب المتبقية أو بواقي الكتب.

ثالثاً: ما يتعلق بمشكلة بواقي الكتب:

وهناك تعريفات كثيرة لمشكلة بواقي الكتب أو الكتب المتبقية، منها: تعريف جون jone منسق عملية تصفية الكتب في موقع vjbooks أثناء حديثه عن صناعة النشر وكيفية تصفية الكتب المتبقية وتميزها،

أشار إلى أن الكتب المتبقية أو بواقى الكتب، هيكتب أعادها تجار الكتب والمكتبات والموزعون إلى الناشر، فالناشر بعد إصداره لكتاب جديد يقوم بطرحه بكميات كبيرة في محلات الكتب والمكتبات بشرط أن تكون قابلة للإرجاع في حالة عدم بيعها، وبعد مرور فترة من الوقت يجد تجار الكتب والمكتبات لديهم كتب غير مبيّعة، ويحتاجون إلى إزالتها من على الأرفف وإفصاح المجال لكتب أكثر شهرة، فيقومون بإرسال جميع نسخ هذا الكتاب إلى الناشر واسترداد الأموال (٣٣).

وفي تعريف آخر نشر في مقال بجريدة The New York Times أن بواقى الكتب هي كتب مطبوعة لم تعد تباع جيداً، ويتم تصفية نسخها المتبقية غير المبيعة من قبل الناشر بأسعار مخفضة للغاية، وعلى الرغم من أن الناشر قد يتكبد خسارة كبيرة من مبيعات هذه الكتب، إلا أنه قادر على استرداد بعض تكاليفه على الأقل في أثناء عرضها للبيع مرة أخرى بسعر مخفض، فضلاً عن توفير مساحة في المستودعات للكتب الجديدة. (٣٤)

وقد صرح جون Jones كمنسق عملية تصفية الكتب لدى أحد الناشرين يدعى سميث بارك للنشر "بأن قائمة الكتب المتبقية لدى الناشرين أصبحت ضخمة وصلت إلى الملايين من الكتب الواردة فيها، والتي يتم تصفيتها بمقابل جزء ضئيل من سعرها الأساسي، وذلك نتيجة لتوقف بيعها، أو عندما يكون الناشر في حاجة ماسة إلى التخلص منها. وعلى الرغم من أن ذلك يسبب للناشرين خسارة، إلا أنه في الوقت نفسه يكون قد حقق بعض الأرباح، وفي الوقت نفسه قد تم توفير مكان في المستودعات... فعلى سبيل المثال: كتاب يتم التخلص منه بهذه الطريقة بحمل قيمة ٢٠ \$ في السوق، في الأغلب أن يتم اقتنائه بواسطة ناشر متخصص في تصفية الكتب بسعر ١ \$ أو ما يقارب ذلك، ثم يباع في المحلات بسعر يعادل ٥ \$.

وقد وصفت المتحدثة الرسمية لشركة سايمون وشيستر، جودي بريس بيرنر، هذه العملية علناًها "تنظيف صيفي روتيني لكل ما هو مخزون"، ولكن أضاف العاملون في مجال تصفية الكتب أن القيام بمثل تلك العملية كان أمراً خارجاً عن المؤلف (٣٥).

في حين أشار كيفين (٣٦) Kevin O'Donnell في مقاله أن ظاهرة بواقى الكتب كانت منتشرة في الولايات المتحدة بكثرة وبكميات أكبر مما كانت عليه قبل قرار ١٩٧٩م. ومنذ ذلك الحين، ارتفع أيضاً - بشكل كبير - عدد الكتب غير المبيعة التي أُلْفِتْ ببساطة (من خلال إتلافها أو حرقها أو إعادة تدويرها) بدلاً من بيعها بتخفيض كبير؛ حيث عرف الكتاب المتبقي بأنها عملية ناتجة عن قيام بائع الكتب بإرسال جميع نسخ هذا الكتاب إلى الناشر واسترداد الأموال.

ويُعدُّ قرار حكم المحكمة العليا لعام ١٩٧٩ في قضية شركة Thor Power Tool Company ضد مفوض الإيرادات الداخلية من أحد أسباب تغير صناعة النشر، وضح ذلك "كيفين" في مقاله حيث أشار إلى أن شركة Thor Power Tool Company قامت بالقضاء على الاحتياطي الضريبي، ومن ثمَّ جعلت إبقاء المخزون عند الناشرين من سنة إلى سنة أكثر تكلفة، ونتيجة لذلك، قام الناشر بنقل عمليات الطبع وذلك لتقليل المخزون، بل وأصبحوا أسرع في التخلص من المخزون حتى لا تفرض عليهم ضريبة؛ فعلى سبيل المثال: سحب المطبوع من السوق وإعادة تدويره قبل نهاية السنة الضريبية.

رابعاً: ما يتعلق بسوق البواقى:

وفي الدراسة التي أعدها الدكتور شعبان خليفة (٣٧)، التي استعرض فيها فترة الخمسينيات والستينيات، وظهور ما يسمى بـ "سوق البواقى" حيث قَسَمَ التجار الذين يبيعون الكتب في تلك السوق ثلاث فئات:

١. تجار متخصصون في هذا الشأن؛ أي بيع الكتب القديمة فقط.
٢. تجار تجزئة وغالبية من تجار سوق الأزبكية.

٣. البقالون وتجار الدست.

ولم يقتصر سوق البواقى على الكتب القديمة فقط، بل إنه في كثير من الأحيان كان المؤلفون يشكون من أنه بمجرد صدور كتاب يجدون منه نسخاً في سوق البواقى، ولم يمر على صدوره شهر أو شهران؛ والسبب في ذلك أن الطابع في هذا الوقت كان يطبع عددًا من النسخ لصالحه- أي لحسابه الخاص- ويقوم بتسليمها إلى تجار سوق البواقى حتى ولو بدون غلاف، ومن الأسباب التي تكمن خلف بيع الناشرين لنسخ المطبوعة في سوق البواقى تتمثل في:

١. زيادة عدد نسخ الطبعة عن حاجة السوق الفعلية.
٢. زيادة المحتوى الموضوعي للكتاب وعدم إقبال القراء عليه.
٣. عدم الإقبال على شراء الكتب والقراءة بصفة عامة في مصر.
٤. سوء ظروف التوزيع في مصر عامة؛ فكثير من دور النشر لا تملك محلات بيع.
٥. عدم شهرة المؤلف مما يجعل الناس يجمعون عن الشراء .
٦. تقادم المادة العلمية.
٧. قلة العملة في جيوب القراء، وارتفاع أسعار الكتب.
٨. كتب مضى عليها وقت طويل.
٩. عدم جودة الطبع بسبب عدم توافر الخامات الجيدة.
١٠. عدم مناسبة وقت طرح الكتاب في السوق.
١١. سوء توزيع الكتاب من حيث مواقع بيعه.
١٢. ظهور كتب رديئة في الموضوع نفسه، التي تحارب الكتب الجيدة.
١٣. مصادرة الكتب في بعض الدول العربية مما يؤدي بالناشر إلى الاضطرار لبيعها في سوق البواقى.

ومن خلال تلك التعريفات يمكننا الخروج بأن هناك فرقاً واضحاً بين مفهوم الكتب المتبقية لدى الناشرين، وهي التي لم يتم بيعها، وتشغل حيزاً في مخازن الناشرين، فيلجأ بعضهم إلى بيعها لتجار الجملة والتجزئة للتخلص منها، وبين الكتب المستعملة التي تكون قد مرت بجميع مراحل البيع المعروفة، وحققت العائد المادي المرجو منها، ثم استقرت لدى المستفيد الذي بعد فترة من الوقت يتخلص منها؛ إما لتقدمها، أو لأنها تشغل حيزاً يريد أن يستغله في أشياء أخرى^(٣٨)، فيقوم ببيعه لتجار الجملة ثم يعاد مروره بمراحل البيع مرة أخرى. مع العلم أنه قد تتضمن الكتب المستعملة الطباعات التي نفذت ودور النشر التي لم تعد موجودة والدوريات والكتب القديمة والنادرة وغيرها من الكتب التي تكون رخيصة الثمن بالمقارنة بالكتب الجديدة^(٣٩).

٢/٢ تمييز الكتب المتبقية عن بقية إصدارات الناشرين:

أن الكتب المتبقية هي كتب جديدة وُرِعَتْ على تجار بيع الكتب، ولكن لم تُبَعْ كلُّ النسخ، فيتم إرجاع رصيد المخزون غير المبيع إلى الناشرين للحصول علناً وإيماناً. في ذلك الوقت، يقوم الناشر بوضع علامة على كل كتاب للإشارة إلى أنه سبق أن مر عبر قناة البيع بالتجزئة، بدون هذا التصنيف، لن يتمكن

الناشرون من تمييز دورة الحياة المناسبة لمخزونهم، مما يجبرهم على التعامل مع جميع الكتب على أنها جديدة، وأطلق على تلك العلامة "علامة الباقي" Remainder Mark.

وقد ذكر قاموس Dictionary university عدة تعريفات لمصطلح (العلامات الباقية)؛ منها: أنها علامة يضعها الناشر على كتاب للإشارة إلى أنه باقٍ، وعادة ما يتم ذلك بقلم دائم أو ختم أو طلاء بخاخ على الحافة الخارجية أو على غلاف الكتاب. وفي تعريف آخر بأنها علامة (ختم مطاطي، فلم تحديد محسوس، أو رذاذ، غالبًا على الحافة السفلية للكتاب) تشير إلى أن الكتاب قد أعيد إلى الناشر على أنه غير مباع، ثم عُرض للبيع مرة أخرى لاحقًا بسعر منخفض جدًا.^(٤٠)

وفي قاموس Odlis تعرف (علامة الباقي) بأنها علامة يضعها الناشر على الحافة السفلية للكتاب، وعادة ما تكون بختم، أو قلم تعليم دائم، أو طلاء بخاخ للإشارة إلى أنه باقٍ (يُباع بخضم بعد النشر الأولي)، كوسيلة للتمييز بينه وبين بقية الإصدارات، وعلى الرغم من أهميتها فإنها تُعدُّ ضررًا لهواة الجمع.^(٤١)

وتخدم هذه العلامات غرضًا في عالم النشر، وهو إعادة بيع الكتاب بسعر أقل لمتاجر البيع أو بائعي الكتب الآخرين، وتسمح هذه العلامة للناشرين باسترداد بعض تكاليف الطباعة الخاصة بهم، وتحدد العلامة هذه الكتب بحيث لا يمكن إعادتها إلى الناشر مرة أخرى. ويمكن للناشر استخدام كثيرًا من الطرق المختلفة لتمييز كتبه، يمكن صنع العلامات المتبقية باستخدام أختام مطاطية، أو أقلام تلوين، أو حتى صبغات بالرش على الحواف العلوية والسفلية، مما جعل الكتاب يبدو وكأنه مطلي بالرش، غالبًا ما تكون تلك العلامة على الحافة السفلية للكتاب، على قالب النص بالقرب من العمود الفقري، ويجب الأخذ في الاعتبار أن العلامات المتبقية ليست مشكلة كبيرة إذا كنت تشتري كتابًا كنسخة للقراءة. ومع ذلك، إذا كنت تشتري الكتاب لإعادة بيعه، فضع في اعتبارك أن العلامات المتبقية تُعدُّ عيبًا من قبل معظم هواة الجمع، باستثناء حالات نادرة جدًا.^(٤٢)

في الخمسينيات والستينيات من القرن الماضي، كانت العلامات المتبقية الأكثر شيوعًا على الأوراق النهائية (عادةً ورقة النهاية الأمامية المجانية) -علامة H - Random House، و P، ونجم في دائرة، وما إلى ذلك، ومع زيادة الكتب المتبقية في أواخر السبعينيات والثمانينيات وما بعدها، أصبحت الخطوط المائلة والنقاط الموجودة أسفل أو أعلى الكتل النصية (والتي كانت أسرع وأسهل في التطبيق) الطريقة الأكثر شيوعًا لتحديد المتبقي. كما طُبِّقَتْ علاماتٌ مماثلة من قبل بائعي كتب التجزئة، سواء أكانوا مستخدمين أم جُددًا، لضمان عدم إعادة شراء العناصر المبيعة، أو عدم منحهم انتماءً كاملاً. غالبًا ما يضع تجار التجزئة هؤلاء علامة على كتب "الصفقات" الخاصة بهم بطريقة تشبه إلى حد ما العلامات المتبقية، تسبب هذه العملية حدوث حالة شاذة؛ مثل نسخة مراجعة مع "علامة الباقي". وعلى الرغم من أن علامات المكتبات هذه من الناحية الفنية ليست علامات متبقية، ولكن التأثير السلبي على قيمة الكتاب مشابه^(٤٣).

عادةً ما تكون الكتب المتبقية إما أغلفة صلبة أو أغلفة ورقية تجارية، ولكن بعض الكتب ذات الأغلفة الورقية الأصغر حجمًا كانت متبقية أحيانًا، الطريقة الأكثر شيوعًا لوضع العلامات على هذه الكتب كانت عبارة عن ثقب في الغلاف الأمامي، عادةً في الزاوية العلوية، مما يؤدي أحيانًا إلى طمس السعر الأصلي. وتقل (علامة الباقي) من قيمة الكتاب مقارنة بنسخة غير مميزة من الطباعة نفسها، ويمكن أن يعتمد التأثير على القيمة أيضًا على العنوان. تقريبًا، فعلى سبيل المثال: أحد الأمثلة على ذلك هو مجموعة القصص القصيرة لروبرت أولين بتلر "A Good Scent from a Strange Mountain" والتي سرعان ما بقيت كأول طباعة، ثم فازت بجائزة بوليتزر، وأعيدت للطباعة، وما حدث في جميع كتب كورماك كارثي المبكرة، وعدم شرائها لوجود علامة البواقى عليها، فحتى هواة الجمع الذين قد يرفضون عادةً النسخ التي تحمل علامات متبقية، سوف يستثنون كتبه، فقد يختلف الجامعون الفرديون في مدى استيائهم من العثور

على علامة الباقي، ولكن يجب دائماً الإشارة إلى العلامة وموقعها (إن لم يكن على الحافة السفلية) في وصف الكتاب. ويوضح الجدول الآتي رقم (١) بعض الأمثلة الأكثر رواجاً للعلامات المتبقية في الصناعة^(٤٤):

الجدول رقم (١) نماذج لبعض علامات البواقى التي يستخدمها الناشر لتمييز بواقى الكتب

معنى العلامة	شكل العلامات المتبقية
العلامات المتبقية بسيطة بشكل عام ؛ غالباً ما تبدو كنقاط أو خطوط عشوائية من علامة سحرية سوداء أو ملونة. تختلف العلامات المتبقية من الخفي، إلى اللامع ، إلى العرضي الظاهر.	
في بعض الأحيان يتم استخدام الرموز، على سبيل المثال: يستخدم آيس فانتاسي Ace Fantasy حرف "B" الكبير على حافة واحدة، في حين يستخدم سايمون أندشوستر Simon & Schuster ختم شعارها "الرجل البذر".	
من الستينيات إلى أواخر الثمانينيات، استخدم Doubleday و Delacorte وعدد قليل من الناشرين الآخرين صبغة أرجوانية أو متعددة الألوان تم رشها على الحافة العلوية أو السفلية للكتاب بالكامل، مما أعطى تأثيراً منقطاً. عندما يتم تطبيقه بشكل خفيف، يكون التأثير زخرفياً إلى حد ما.	
توجد علامة متبقية في أعلى الكتاب ، مهما كانت سرية، فهي أسوأ من تلك الموجودة في الجزء السفلي، لأنه يمكن رؤيتها عندما يتم وضع الكتاب على الرف.	

وهذه ليست العلامات الوحيدة التي تحدد الكتب المتبقية. يكتب بعض الناشرين حرف "R" بسيط على الغلاف الداخلي الأمامي، بينما يقوم آخرون بختم صفحة العنوان. قد تحتوي الكتب ذات الأغلفة الورقية القديمة التي بقيت على ثقب في الغلاف الأمامي أو زاوية مقطوعة بشكل صدفي للتعرف عليها. ومع ذلك نلاحظ أنه في حين وجود نسخة من كتاب بعلامة متبقية قد يكون أقل قيمة لهواة جمع الطباعات الأولى الحديثة، فإنه لا يعني أن كل الكتب المتبقية سيئاً. بادئ ذي بدء، لا يمكن لأي ناشر تخزين جميع الكتب غير المباعة إلى أجل غير مسمى، والبدل عن التخزين هو بيعها ككتب باقية، بالإضافة إلى ذلك، أن المؤلفين لا يتلقون أي ربح من بيع النسخ المتبقية، غالباً ما يتم منحهم الفرصة لشرائها بتكلفة زهيدة، وفي النهاية والأهم من ذلك، أن الكتب المتبقية تعد طريقة لمنح القراء الجدد فرصة ثانية لاكتشاف كتب المؤلف بصورة غير مكلفة، وخاصة الكتب التي نشرت في وقت سابق من حياتهم المهنية.

٣/٢ أسباب تراجع مبيعات دور النشر المصرية وظهور مشكلة الكتب المتبقية:

تعد صناعة النشر هي قلب الصناعات الثقافية، وعلى الرغم من إسهاماتها الكبيرة في تنمية المعرفة ونشرها، وتنشئة أجيال من المثقفين والمبدعين، فإنها واجهت الكثير من الأزمات والتحديات خلال فترة الدراسة، وفتت في سبيل تطورها وقيامها بدورها المرجو بدعم الاقتصاد الوطني للبلاد. بوصفها مورداً رئيساً من موارد الدخل القومي... ومن أبرز تلك التحديات ما يلي:

١. ضعف تسويق الكتاب:

فليس هناك من شركة واحدة لتسويق الكتاب لها مصداقية أو قواعد تلزم شركات التسويق في مصر بتسديد الأتعاب المالية للناشرين. فديون الناشرين عند بعض الموزعين عالية جدًا، يصعب تحصيلها. إلى جانب قيام بعض شركات التوزيع أو المكتبات باستيراد الكتاب لحسابها الخاص أو لتبعية في مركزها أو مكتبتها، لا لتوزعه كما يجب على فروع أخرى في المحافظات والأقاليم داخل مصر فقليلاً ما تجد أن كتاباً موجوداً في مكتبة من مكتبات القاهرة متوفراً في المنصورة مثلاً، مما يترتب عليه عدم بيع النسخ المطبوعة كافة، وتراكم عناوين الكتب لدى الناشرين، وكل ذلك ناتج عن عدم توافر قوانين أو قواعد تنظم الأمور المالية بين الناشرين والموزعين^(٤٥).

٢. أزمة تزوير الكتب في مصر:

أن ظاهرة الكتب المزورة أو المقرصنة جريمة في حد ذاتها حافلة بالكثير من ألوان الانتهاك لحقوق المؤلفين ودور النشر، تبدأ بإعادة طبع الكتب كما هي بما عليها من أسماء دار النشر والمؤلف، وتصل إلى تغيير اسم المؤلف، إما بحذفة تمامًا أو بوضع اسم آخر.^(٤٦) لذلك فهي من أهم القضايا التي تواجهها دور النشر المصرية، والتي يحاول اتحاد الناشرين التصدي لها منذ بداية ظهورها في أعقاب ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١، والتي تزايدت في الفترة الأخيرة بشكل ملحوظ؛ لأنها تهدد صناعة النشر، وتندز بإفلاس وغلق كثير من دور النشر، بالإضافة إلى حصول القارئ على طباعات رديئة من الكتب والمطبوعات وبأسعار مخفضة تسبب في خسائر مالية كبيرة للمؤلفين والناشرين على السواء^(٤٦).

٣. قرار تحرير سعر صرف الجنيه المصري وما ترتب عليه:

فقد أدى قرار البنك المركزي المصري الذي أعلن في نوفمبر ٢٠١٦ مبتحريه سعر صرف الجنيه أمام العملات الأجنبية، ليتم التسعير وفقاً لآليات العرض والطلب بهدف القضاء على السوق السوداء التي انتعشت في البلاد نتيجة الضغوط على الدولار، أدى إلى ارتفاع أسعار جميع المنتجات المحلية والمستوردة والخامات الخاصة بها بما لا يتناسب مع القدرة الشرائية للأفراد، وقد ترتب عن هذا القرار عدة مشكلات تهدد صناعة النشر في مصر وتوقع حركة بيع الكتاب، وهي كمايلي:

أ- ارتفاع سعر الكتاب: فمن الطبيعي أن تؤدي الأسعار الخاصة بالكتب دوراً رئيساً في انتشار الكتب من عدمه، ولكن مع أزمة تعويم الجنيه أدى ذلك إلى ارتفاع أسعار الورق وخامات الطباعة. فمن خلال التواصل مع كبار تجار الورق* الموردين لدور النشر في مصر تبين أن سعر طن الورق في عام ٢٠١٥ م كان يصل إلى ١٢ ألف جنيه، ومع أوائل عام ٢٠١٦ بدأ الارتفاع في سعر طن الورق إلأن وصل نحو ١٨ ألف جنيه، مع قرار البنك المركزي المصري الأخير بتعويم الجنيه وصل إلى ٢٢ ألف جنيه لطن الورق. ومن عام ٢٠١٧ م بدأ سعر طن الورق يتراوح أسعاره ما بين ٢٣ و٢٤ ألف جنيه، ثم بعد ذلك حدث تراجع في سعر طن الورق بشكل بسيط حتى وصل إلى ٢٠ ألف جنيه مع بداية عام ٢٠١٨ م، واستمر طن الورق في تراجع حتى وصل في عام ٢٠١٩ م إلى ١٨ ألف جنيه، وعلى الرغم من ذلك التراجع فإن تكلفة بيع الكتب للقراء مازالت مرتفعة مقارنة بالأعوام السابقة قبل ٢٠١٥ م، والتي انعكست بشكل كبير على صناعة النشر في مصر.

ب- ارتفاع تكلفة المعارض: على الرغم من الناشر يرحب بالمعارض المحلية والإقليمية لأنها تشكل نصف دخله تقريباً، إلى جانب أنها تضعه على احتكاك مباشر مع القارئ، لكن الذي حدث في السنوات الأخيرة أن تكلفة الاشتراك في المعارض قد ارتفعت بشكل كبير حتى بات من الصعب على الناشر أن يعطي خصمنا كبيراً للقارئ لتشجيعه على الشراء مما أثر على مبيعات الناشر، وتراكم النسخ لديه.^(٤٧)

ج- **الارتفاع المستمر في معدل الضرائب والرسوم الجمركية على مستلزمات إنتاج الكتاب، مصروفات شحن الكتب، فضلاً عن الارتفاع المستمر في أسعار الدعاية والإعلان المستخدمة في تسويق الكتاب** (٤٨).

٤. منافسة الكتاب الإلكتروني:

في ظل أهمية الكتاب الإلكتروني، الذي يعود ظهوره إلى أوائل الثمانينيات من القرن العشرين وبالتحديد إلى عام ١٩٨٢م، وتعدد الطرق والوسائل للحصول على الكتاب واستخدامه، بدأ كثير من الناشرين والمؤلفين يلجئون إلى الكتاب الإلكتروني، بوصفه حلاً من أجل قراءة أعمال كُتّابهم المفضل ينفي ظل ارتفاع أسعار الكتاب الناتجة عن تعويم الجنيه، وعدم استطاعتهم تسويق النسخ الورقية من الكتاب، وتحقيق أرباح؛ لضعف القدرة الشرائية للقراء، فضلاً عن شدة إقبال القراء على الكتاب الإلكتروني أكثر في الفترات الأخيرة (٤٩).

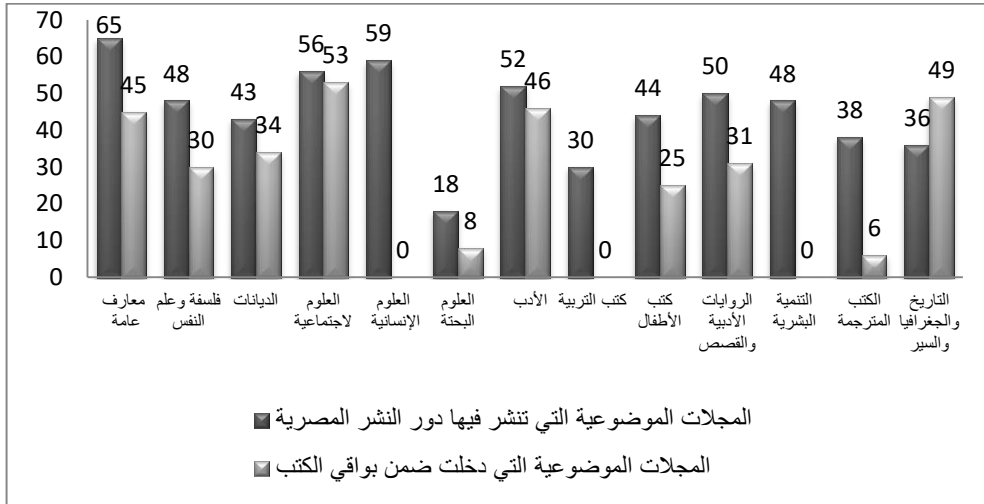
ثالثاً: الإطار العملي للدراسة:

٣/٠ تمهيد:

لِتعرّف الواقع الفعلي لمشكلة بواقى الكتب ومدى تأثيرها السلبي في اقتصاد النشر المصري، تم تصميم استبيان مكون من ١٣ سؤالاً، وتوزيعه على عينة الدراسة، التي كان عددها ١٠٩ دار نشر، وتم فرز الإجابات وتحليل الاستبيان ومعالجته كما هو موضح في هذا الجزء.

١/٣ المجالات الموضوعية لدور النشر عينة الدراسة، وحجم الكتب المتبقية منها:

يوضح الشكل رقم (٣) فروع المعرفة البشرية التي تنشر فيها دور النشر المصرية عينة الدراسة في الفترة من ٢٠١٥ حتى ٢٠١٩، وأكثر المجالات التي دخلت ضمن بواقى الكتب.



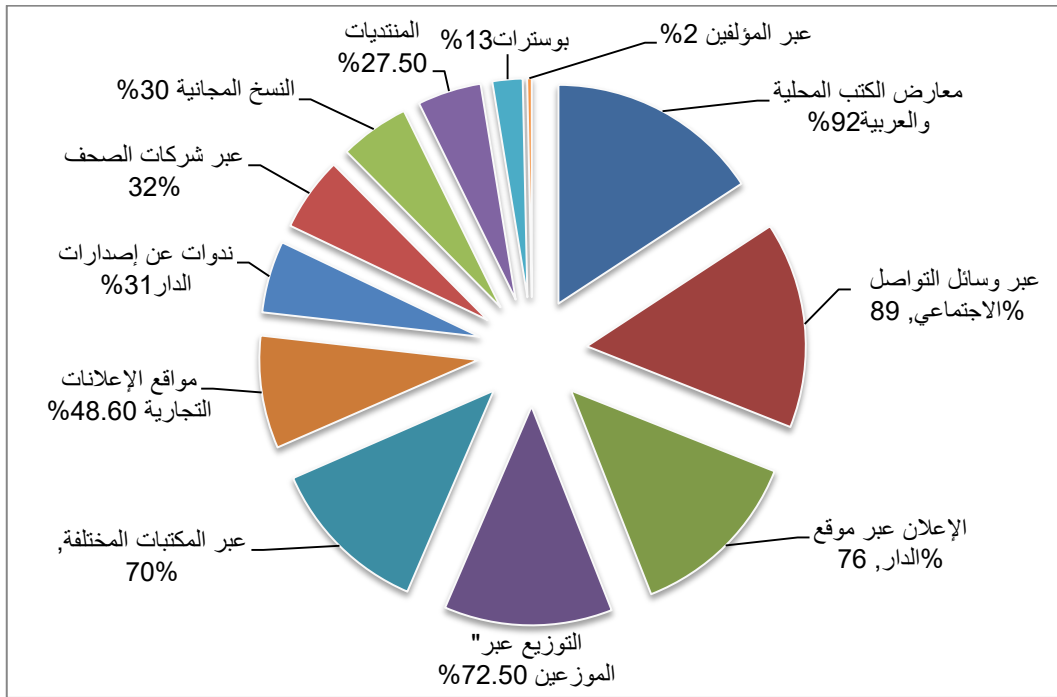
الشكل رقم (٣) تحليل نتائج التوزيع الموضوعي لدور النشر عينة الدراسة وحجم الكتب المتبقية منها

يتضح من الشكل السابق:

- مدى تنوع الاهتمامات الموضوعية لدى دور النشر المصرية عينة الدراسة، على الرغم من ذلك أظهرت الدراسة أن هناك أحد عشر مجالاً من مجالات المعرفة البشرية لا تُباع لها نسخ العناوين المطبوعة؛ إذ يشير الشكل السابق إلى أن أكثر المجالات الموضوعية التي تنشر فيها دور النشر عينة الدراسة هي المعارف العامة بواقع ٦٥ دار نشر بنسبة ٦٠%، يليها في المرتبة الثانية وبنسب متقاربة فروع العلوم الإنسانية بواقع ٥٩ دار نشر بنسبة ٥٤%، وفروع العلوم الاجتماعية بواقع ٥٦ دار نشر بنسبة ٥١%؛ وذلك لمحاولة تحقيق جميع رغبات المستفيدين، وتحقيق أعلى ربح ممكن.
- أن مجال العلوم الاجتماعية من أكثر مجالات المعرفة البشرية التي تدخل ضمن بواقى الكتب بواقع ٥٣ دار بنسبة ٤٩% من دور نشر، يليها في المرتبة الثانية كل من مجال الأدب بواقع ٤٦ دار بنسبة ٤٢%، ومجال المعارف العامة بواقع ٤٥ دار بنسبة ٤١% من دور النشر عينة الدراسة.

٢/٣ الوسائل التسويقية المتبعة لدور النشر المصرية عينة الدراسة:

أظهرت الدراسة مدى تنوع الوسائل الترويجية المتبعة لمنشورات دور النشر المصرية في الفترة من ٢٠١٥ حتى ٢٠١٩م، كما هو موضح بالشكل رقم (٤)



الشكل رقم (٤) الوسائل الترويجية المتبعة لمنشورات دور النشر المصرية عينة الدراسة

ويشير الشكل السابق إلى أن التسويق عبر معارض الكتب المحلية والعربية يأتي في مقدمة الوسائل الترويجية المتبعة بتكرار ١٠٠ دار نشر بنسبة ٩٢% من عينة الدراسة؛ وذلك بوصفها الوسيلة الأساسية لدور النشر المصرية، يليها التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي بتكرار ٩٧ دار نشر بنسبة ٨٩% من عينة الدراسة.

وفي المرتبة الثانية يأتي الإعلان عبر موقع الدار بتكرار ٨٣ دار نشر بنسبة ٧٦%، ثم التوزيع عبر الآخر (الموزعين) بعدد ٧٩ دار نشر بنسبة ٧٢%، ثم الترويج عبر المكتبات ومراكز المعلومات المختلفة بعدد ٧٦ بنسبة ٧٠% من عينة الدراسة.

وحصلت وسيلة التسويق عبر الدعاية من خلال المؤلفين على نسبة منخفضة وصلت إلى ٢ بنسبة ٢% من عينة الدراسة، نتيجة لعدم اهتمام أغلب المؤلفين ببيع مؤلفاتهم بعد استلامهم نسخًا من الكتب.

٣/٣ عدد العناوين التي ينشرها الناشر من عينة الدراسة خلال عام:

يوضح الجدول رقم (٢) متوسط عدد العناوين التي تنشرها كل دار نشر من عينة الدراسة في كل مجال موضوعي خلال عام واحد.

الجدول رقم (٢) متوسط عدد العناوين المنشورة في كل مجال موضوعي في السنة

م	متوسط عدد العناوين المنشورة في كل مجال موضوعي في السنة	عدد دور النشر	%
١	أكثر من ١٥ عنوانًا	٣٦	٣٣%
٢	من ١٥ - ١٠ عنوانًا	١٦	١٥%
٣	من ١٠ - ٥ عناوين	٤٨	٤٤%
٤	أقل من ٥ عناوين	٩	٨%
	المجموع	١٠٩	١٠٠%

يتضح من الجدول السابق أن متوسط أغلب دور النشر المصرية عينة الدراسة تنشر من (٥ إلى ١٠) عناوين لكل مجال موضوعي في السنة بتكرار ٤٨ دار نشر، بنسبة ٤٤% من عينة الدراسة. مع ملاحظة أن هناك ٥٢ دار نشر بنسبة ٤٧,٧% من عينة الدراسة متوسط العناوين التي تنشرها فوق ١٠ عناوين، وعلى الرغم مما أظهرته الدراسة من أن ارتفاع تكلفة الورق وخامات الطباعة أحد الأسباب الرئيسة وراء ظهور مشكلة بواقى الكتب لدى الناشرين؛ فإن دور النشر هذه كان هدفها هو تغطية جميع اهتمامات المستفيدين وتحقيق أقصى ربح من تلك العناوين، مما ترتب عليه زيادة في طبع النسخ وعدم بيعها وتراكمها بالمخازن.

٤/٣ متوسط عدد النسخ المطبوعة من كل عنوان خلال السنة:

يشير الجدول رقم (٣) إلى متوسط عدد النسخ التي تقوم دور النشر المصرية عينة الدراسة بطبعتها عن كل عنوان تقوم بإصداره في العام الواحد.

الجدول رقم (٣) متوسط عدد النسخ المطبوعة عن كل عنوان في السنة

م	متوسط عدد النسخ المطبوعة عن كل عنوان في السنة	عدد دور النشر	%
١	أكثر من ٧٠٠ نسخة	١٨	١٧%
٢	من ٧٠٠ - ٥٠٠ نسخة	١٣	١٢%
٣	من ٥٠٠ - ٣٠٠ نسخة	٢٣	٢١%
٤	من ٣٠٠ - ١٠٠ نسخة	٥٤	٥٠%
٥	أقل من ١٠٠ نسخة	١	١%
	المجموع	١٠٩	١٠٠%

يتضح من الجدول السابق أن ٥٠% من عينة الدراسة بواقع (٥٤ دار نشر) متوسط النسخ المطبوعة لكل عنوان في السنة من ١٠٠ إلى ٣٠٠ نسخة؛ بسبب ارتفاع تكاليف بيع الكتب التي لا تتناسب والقدرة الشرائية للقراء الناتجة عن تعويم الجنيه، كما تم الإشارة له مسبقاً، فضلاً عن أضرار للنشر كانت تطبع ٥٠ نسخة فقط عن كل عنوان، وإصدار عدد قليل من العناوين؛ وذلك محاولة لبيع ما تراكم لديها من نسخ مطبوعة من الأعوام السابقة.

كما يلاحظ قيام بقية دور النشر عينة الدراسة بطبع من فوق ٣٠٠ نسخة لكل عنوان؛ إذ ترى تلك الدور أن تكاليف طبع ٥٠٠ أو ١٠٠٠ نسخة للعنوان الواحد هي تكاليف طباعة ٣٠٠ نسخة أو أقل، لذلك لم تقم بتقليل عدد النسخ المطبوعة؛ دون النظر إلى ما تتحمله من أعباء مالية إضافية لتخزين تلك النسخ بالمستودعات الخاصة بها.

٥/٣ تكاليف الإنتاج والبيع لمنشورات دور النشر عينة الدراسة:

يوضح الجدول رقم (٥) متوسط تكاليف إنتاج عناوين الكتب التي تصدرها خلال فترة الدراسة؛ فضلاً عن متوسط سعر بيع تلك العناوين للمستفيدين خلال فترة الدراسة.

الجدول رقم (٥) متوسط تكلفة إنتاج الكتب وبيعها للقراء في الفترة من ٢٠١٥ / ٢٠١٩

%	عدد دور النشر	متوسط تكلفة إنتاج الكتب وبيعها من ٢٠١٩ / ٢٠١٥	
		بيع	إنتاج
٢٩%	٣٢	من ٣٠ إلى ٦٠ جنيه	أقل من ٣٠ ج
٦٣%	٦٩	من ٦٠ إلى ٩٠ جنيه	من ٣٠-٦٠ ج
١٥%	٢٦	من ٩٠ إلى ١٢٠ جنيه	من ٦٠-٩٠ ج
٢%	٨	فوق ١٢٠ جنيه	فوق ٩٠ ج

بعد التحليل لمتوسط تكلفة إنتاج الكتب وبيعها في دور النشر المصرية عينة الدراسة في الفترة من ٢٠١٥م حتى ٢٠١٩م، لوحظ تفاوت التكاليف على حسب حجم صفحات الكتاب وعددها؛ إذ أظهرت الدراسة أن أغلب دور النشر المصرية تعرض إصدارتها للقراء بتكلفة تتراوح بين (٦٠-٩٠) جنيهاً مصرياً؛ وذلك بالنسبة للكتب فوق ١٠٠ صفحة بتكرار (٦٩ دار نشر) بنسبة ٥٤% من عينة الدراسة؛ لأن إنتاج الكتاب يتراوح سعره من ٣٠-٦٠ ج؛ وذلك نتيجة الآثار الناجمة عن التعويم بعدما ارتفعت تكاليف كل مدخلات صناعة الكتاب. وبعضها الآخر يعرض إصداراته بتكلفة تتراوح من (٣٠-٦٠) جنيه بالنسبة للكتب أقل من ١٠٠ صفحة لصغر حجمها؛ وذلك لأن إنتاج الكتب يقل عن ٣٠ ج. وعلى الرغم من ذلك فإنها لا تتناسب مع القدرة الشرائية للقراء.

٦/٣ متوسط عدد العناوين المنشورة في دور النشر عينة الدراسة خلال الفترة من ٢٠١٥-٢٠١٩م.

بعد التحليل لمتوسط عدد العناوين المنشورة بدور النشر المصرية في الفترة من ٢٠١٥م حتى ٢٠١٩م، أظهرت الدراسة أن أغلب دور النشر المصرية بدأت من عام ٢٠١٥ وحتى ٢٠١٩ تنشر من ٥٠ إلى ١٠٠ عنوان كما هو موضح بالجدول رقم (٦)، كل حسب تخصصه بواقع ٦١ دار نشر بنسبة ٥٦% من عينة الدراسة، وذلك أقل بكثير عما كان يتم إصداره في السنوات السابقة؛ بسبب عدم بيع الكتب وتراكمها في المخازن.

الجدول رقم (٦) متوسط عدد العناوين التي تنشرها دور النشر المصرية

م	متوسط عدد العناوين المنشورة خلال الفترة من ٢٠١٥ حتى ٢٠١٩ م	عدد دور النشر	%
١	فوق ١٥٠ عنواناً	٢٦	٢٤%
٢	من ١٥٠ - ١٠٠ عنواناً	١٣	١٢%
٣	من ١٠٠ - ٥٠ عنواناً	٦١	٥٦%
٤	أقل من ٥٠ عنواناً	٩	٨%
	المجموع	١٠٩	١٠٠%

٧/٣ متوسط عدد النسخ المتبقية من العناوين التي تنشرها دور النشر عينة الدراسة:

يشير الجدول رقم (٧) إلى أن متوسط عدد النسخ المتبقية من العناوين التي تنشرها دور النشر المصرية عينة الدراسة خلال الفترة من ٢٠١٥ حتى ٢٠١٩ م يتراوح بين ٢٠٠٠ و ٤٠٠٠ نسخة بواقع (٥٣ دار نشر) بنسبة ٤٨,٦% من عينة الدراسة، كما أظهرت الدراسة بعد التحليل أن هناك ٣٠ دار نشر من عينة الدراسة وصل متوسط عدد النسخ المتبقية من جميع العناوين المنشورة فوق ٤٠٠٠ نسخة، وهي نسبة كبيرة وتشكل عبئاً على الناشر في تخزينها، فضلاً عن عدم تحقيق أية مكاسب منها؛ مما يؤثر في اقتصاد النشر في مصر.

الجدول رقم (٧) متوسط عدد النسخ المتبقية من العناوين التي تنشرها دور النشر المصرية

م	متوسط عدد النسخ المتبقية من العناوين التي تنشرها دور النشر المصرية عينة الدراسة في الفترة من ٢٠١٥ حتى ٢٠١٩ م	عدد دور النشر	%
١	أكثر من ٨٠٠٠ نسخة	١٤	١٢,٨%
٢	من ٤٠٠٠ إلى ٨٠٠٠ نسخة	١٦	١٤,٦%
٣	من ٢٠٠٠ إلى ٤٠٠٠ نسخة	٥٣	٤٨,٦%
٤	أقل من ٢٠٠٠ نسخة	٢٦	٢٣,٩%
	المجموع	١٠٩	١٠٠%

٨/٣ أسباب عدم بيع جميع نسخ العناوين المطبوعة لدى دور النشر عينة الدراسة:

بعد التحليل للأسباب وراء عدم بيع جميع نسخ العناوين المطبوعة لدى دور النشر المصرية عينة الدراسة في الفترة من ٢٠١٥ إلى ٢٠١٩ م، أظهرت الدراسة أن هناك ١٥ مشكلة تهدد صناعة النشر وتغوق من بيع جميع نسخ العناوين المنشورة لدى دور النشر المصرية عينة الدراسة، التي تكاد تكون جميعها مشكلات متصلة بعضها بالآخر، كما هو موضح بالجدول رقم (٨).

جدول رقم (٨) أسباب عدم بيع جميع نسخ العناوين المطبوعة لدى دور النشر المصرية

م	أسباب عدم بيع نسخ العناوين المنشورة لدى دور النشر في الفترة من ٢٠١٥ حتى ٢٠١٩ م	عدد دور النشر	%
١	تفشي ظاهرة التزوير (التقليد)	٧٨	٧٢%
٢	عزوف المثقفين عن القراءة	٦١	٥٦%
٣	ظهور الكتاب الإلكتروني	٥٩	٥٤%

م	أسباب عدم بيع نسخ العناوين المنشورة لدى دور النشر في الفترة من ٢٠١٥ حتى ٢٠١٩ م	عدد دور النشر	%
٤	ارتفاع سعر الكتاب	٤٩	٤٥%
٥	وجود كم هائل من المؤلفات التي ملأت أرفف المكتبات	٤٧	٤٣%
٦	الحالة الاقتصادية للدولة (تعويم الجنيه)	٣٥	٣٥%
٧	لم تُسوّق الكتب بشكل فعال	٢٨	٢٦%
٨	وجود عدد من المؤلفين في المجال نفسه	٢٨	٢٦%
٩	عدم المعرفة بالمؤلف نفسه	٢١	١٩%
١٠	طبع نسخ كثيرة من الكتاب	١٧	١٦%
١١	تقادم المادة العلمية للمؤلف	٨	٧%
١٢	قلة عدد المكتبات في المحافظات	٨	٧%
١٣	قله المشاركة في المعارض	٦	٦%
١٤	إلغاء بعض المعارض على المستوى الدولي والمحلي	٤	٤%
١٥	عدم وجود شركات توزيع تعمل في المحافظات المصرية كافة	٢	٢%

وقد جاء في مقدمة تلك المشكلات كما هو موضح بالجدول السابق، والتي أثرت في سوق النشر، جاءت مشكلة نفشي ظاهرة الكتب المزورة أو المقرصنة بتكرار ٧٨ دار نشر بنسبة ٧٢% من دور النشر عينة الدراسة، التي تعد جريمة في حد ذاتها، والتي تحفل بالكثير من ألوان الانتهاك لحقوق المؤلفين ودور النشر.

تليها في المرتبة الثانية- بنسب متقاربة جدًا- مشكلتان من المشكلات المعضلة الكبرى لدور النشر المصرية، ألا وهما العزوف عن القراءة عند جيل اليوم، ونفورهم من الكتب والمكتبات، بواقع ٦١ دار نشر بنسبة ٥٦%، نتيجة لعدم وجود النهم والحماسة في طلب العلم ورفع الجهل عن النفس، فضلًا عن إقبالهم عما ينشر إلكترونيًا على شبكة الإنترنت، وإقبال القراء أكثر على الكتاب الإلكتروني منذ بداية رقمنة الكتب من عام ٢٠١٦، التي أصبحت من ضمن المشكلات التي تواجهها دور النشر في مصر بواقع ٥٩ دار نشر بنسبة ٥٤%، خاصة مع ارتفاع أسعار الخامات من الورق والأحبار وخامات الطباعة وتكاليف الشحن؛ مما ترتب عليه ارتفاع في تكاليف صناعة الكتاب نفسه وبيعه لجمهور المستفيدين، مما جعل دور النشر المصرية تواجه مشكلة أخرى في عدم قدرتها على بيع النسخ المطبوعة كافة بواقع ٤٩ دار نشر بنسبة ٤٥%.

في حين أن مشكلة عدم وجود شركات توزيع وتسويق محترفة تعمل على إتاحة وتوصيل كل ما تنشره دور النشر في المحافظات المصرية كافة حصلت على ٢ دور نشر بنسبة ٢% من دور النشر عينة الدراسة، على الرغم من أنها تعد من المشكلات الكبرى التي تواجهها دور النشر في المساعدة على الوصول الميسر لكل ما ينشر جديدًا في مجالات المعرفة البشرية إلى القارئ في المحافظات كافة التي لا يتوافر فيها دور نشر وتقل فيها المكتبات العامة، بجانب ارتفاع تكاليف نقل الشحنات، وصعوبة النقل تمثل تحديًا كبيرًا أمام الناشر، وانعكس ذلك على القارئ عندما يطلب الكتاب فيجد سعره مرتفعًا، ومن ثمَّ فكلية الكتاب قد لا تعوض - أحيانًا - بسبب هذه الظروف.

٩/٣ وسائل تميز نسخ الكتب المتبقية عن بقية الإصدارات في دور النشر عينة الدراسة:

أظهرت الدراسة مدى معرفة بعض الناشرين في مصر بمفهوم علامات البواقى، والدور الذي تلعبه تلك العلامات في تمييز الكتاب الجديد - الذي نُشِرَ، ولكنه لم يُبَع - عن الكتب المستعملة التي يبيعت،

والاستفادة منها أكثر من مرة. حيث أظهرت نتائج التحليل أن ٢٧ دار نشر مصرية بنسبة ٢٥% من إجمالي عينة الدراسة على دراية ومعرفة بعلامات البواقى ودورها في تمييز نسخ الكتب المتبقية من العناوين التي تنشرها.

يتضح من الجدول رقم (٩) مدى تنوع العلامات التي اعتمدت عليها دور النشر المصرية عينة الدراسة في تمييز نسخ الكتب المتبقية عن بقية الإصدارات، فقد أظهرت الدراسة أن هناك ست علامات متبعة لتمييز نسخ بواقى الكتب في دور النشر المصرية عينة الدراسة.

الجدول رقم (٩) أنواع العلامات المتبعة لتمييز نسخ الكتب المتبقية في دور النشر المصرية عينة الدراسة

م	أنواع العلامات المستخدمة لتمييز نسخ الكتب المتبقية	عدد دور النشر	%
١	استخدام رمز معين	١٦	٥٩,٢%
٢	أول حرف من اسم الناشر	٤	١٤,٨%
٣	تقب في الغلاف الأمامي	٢	٧,٤%
٤	خطوط عشوائية في الجزء السفلي للكتاب	٢	٧,٤%
٥	كتابة سنة الطباعة على الكتاب	٢	٧,٤%
٦	حصرها بكشوف	١	٣,٧%
	الإجمالي	٢٧	١٠٠%

وقد تبين من التحليل أن أكثر العلامات المستخدمة والمتبعة لتمييز نسخ بواقى الكتب هي

" استخدام رمز معين يحدده الناشر" بواقع ١٦ دار نشر بنسبة ٥٩,٢% من إجمالي دور النشر المصرية المهمة بعلامات البواقى وهم (٢٧ دار نشر) ، يليها في المرتبة الثانية علامة "وضع أول حرف من اسم الناشر" بواقع ٤ دار نشر بنسبة ١٥%. في حين جاءت طريقة "حصر العناوين بعدد النسخ في كشوف" أقل الطرق المتبعة في دور النشر بواقع دار نشر واحدة .

١١/٣ طرق التخلص من بواقى الكتب في دور النشر عينة الدراسة:

الجدول رقم (١٠) طرق التخلص من بواقى الكتب

م	كيفية التخلص من بواقى الكتب	عدد دور النشر	%
١	الاحتفاظ بها في مستودعات الدار	٧٤	٦٨%
٢	عرضها بسعر مخفض	٧٣	٦٧%
٣	توزيعها على المستفيدين كنوع من الدعاية أثناء المعارض	٤٧	٤٣%
٤	بيع الكتب لتجار التجزئة أو الجملة	٤٦	٤٢%
٥	إرجاعها مرة أخرى للمؤلف	١٥	١٤%
٦	إعدام المتبقي من الكتب	٤	٤%
٧	القيام بإهدائها إلى المكتبات	٣	٣%

أظهرت الدراسة تعدد الطرق المتبعة في التخلص من نسخ الكتب المتبقية لدى دور النشر المصرية عينة الدراسة، وتأتي في مقدمة تلك الطرق كما هو موضح بالجدول السابق طريقتين رئيسيتين؛ هما:

قيام دور النشر المصرية بالاحتفاظ بالنسخ المتبقية في مستودعاتها الخاصة بها بتكرار ٧٤ دار نشر بنسبة ٦٨% من إجمالي دور النشر عينة الدراسة، على الرغم ما يسببه ذلك من زيادة الأعباء على الناشر من تكاليف التخزين، الطريقة الأخرى قيام دور النشر عينة الدراسة بإعادة طرحها للبيع مرة أخرى بسعر مخفض قد يصل إلى ٥٠% من سعر الكتاب بتكرار ٧٣ دار نشر بنسبة ٦٧% لمحاولة بيع النسخ مرة أخرى وتحقيق أية أرباح منها.

٤/ القيمة الاقتصادية المهذرة ممن الكتب المتبقية:

إن صناعة الكتاب تقدم إسهامات كبيرة في الاقتصاد الدولة، وعلى الرغم من ذلك، فإن مبيعات الكتب تراجعت في الفترة من ٢٠١٥ حتى ٢٠١٩ بسبب الاضطرابات السياسية والاقتصادية التي مرت بها مصر، والتي بدورها حذت من القوة الشرائية للقراء وتراجعت أهمية شراء الكتب لصالح احتياجات أخرى.

وهذا ما لوحظ في أثناء تحليل نتائج الاستبيان الذي وُزِعَ على عينة من دور النشر المصرية من خلال حساب المتوسط الحسابي للعناوين التي تصدرها دور النشر، وتكلفتها، ومدى الربح والخسارة منها من خلال الاعتماد على المعادلة الرياضية الآتية:

قانون الوَسط الجِسابي = مَجْموع الِقيم/عددِها ... ويُعبّر عنه رياضياً بـ:

$$(س١ + س٢ + + س٥) / ن$$

حيثُ إنّ: س١، س٢ : تُمثّل رموز القيم

ن: العدد الكلي للقيم.

وقد توصلت الباحثة إلى أن أغلب عينة الدراسة نشرت ما بين ٥٠ إلى ١٠٠ عنوان خلال فترة الدراسة، وباحتساب متوسط عدد العناوين التي أصدرتها دور النشر المصرية عينة الدراسة يساوي مجموع (١٠٠+٥٠) / ٢ يساوي ٧٥ عنوان في خلال خمس سنوات. وأن متوسط عدد النسخ التي تُطَبَعُ عن كل عنوان يساوي مجموع (٣٠٠+١٠٠) / ٢ يكون ٢٠٠ نسخة للعنوان الواحد.

وهذا يعني أن دور النشر عينة الدراسة طبعت ١٥ ألف نسخة لـ ٧٥ عنواناً خلال فترة الدراسة، وهو عدد ليس بالقليل في ظل الظروف التي شهدتها البلاد في أثناء تلك الفترة.

ولاحتساب تكلفة إنتاج تلك النسخ وبيعها، وجدت الباحثة أن دور النشر عينة الدراسة يختلف إنتاج الكتب وبيعها فيها حسب حجم الكتاب، وأن أغلبهم يكلف إنتاج العنوان الواحد من ٣٠ إلى ٦٠ جنيهًا مصريًا، وهذا يعني أن متوسط إنتاج النسخة الواحدة يساوي ٤٥ جنيهًا. ويصبح متوسط تكلفة الإنتاج التي تحملها الناشر خلال فترة الدراسة تساوي ٤٥ * ١٥٠٠٠ = ٦٧٥٠٠ ج، ومتوسط الأرباح المفروض تحقيقها يساوي ١١٢٥٠٠٠ ج.

ولكن لوحظ من خلال تحليل نتائج الاستبيان أن أغلب الناشرين متبقي عندهم من ٢٠٠٠ إلى ٤٠٠٠ نسخة؛ أي أن متوسط المتبقي من النسخ لديهم حوالي ٣٠٠٠ نسخة لمختلف العناوين، كلفوا الناشر ١٣٥٠٠٠ ج خسرهم الناشر مع ضرورة الأخذ في الاعتبار قيمة الجنيه المتغيرة خلال هذه الفترة.

٥/ رؤية مقترحة لحل مشكلة بواقى الكتب لدى الناشرين في مصر:

تحاول هنا الباحثة عرض لمجموعة من الحلول المقترحة كمحاولة للقضاء على مشكلة بقاء الكتب لدى الناشرين، والمتمثلة في الآتي:

١. محاولة التفكير في إيجاد حلول للوصول إلى المستفيدين لا لانتظار مجيئه، تقترح الباحثة إما تأسيس منصة إلكترونية متخصصة في بيع الكتب الجديدة المتبقية لدى دور النشر المصرية، ويجب أن يتم ذلك من قبل اتحاد الناشرين المصريين، بحيث يكون دورها تجميع جميع ما تبقى من نسخ مطبوعة من كل عنوان، وإعادة بيعها مرة أخرى باستخدام أدوات الدفع الإلكتروني؛ وذلك لتنشيط حركة بيع الكتب في المحافظات والأقاليم كافة، أو تصميم تطبيق يتاح من خلال تطبيق متجر play store الموجود في جميع أنظمة الأندرويد، والذي أصبح يستخدمه جميع الأفراد. حيث يتم الاعتماد على MongoDB service، وهي برامج متاحة بالمجان تساعد على تصميم مثل تلك الأنواع من التطبيقات، ويُسمح لكل ناشر بإنشاء حساب خاص له لعرض العناوين المتبقية لديه، ويتم الشراء من خلال هذا التطبيق - ويظهر هنا دور اتحاد الناشرين في المساعدة في التعاقد مع مراكز الشحن متعددة الفروع، أو يتم الشحن من خلال البريد المصري؛ وبهذا يصل الكتاب للمستفيد بأقل تكلفة ممكنة في الشحن.
٢. توعية الناشرين بكيفية تسويق إصداراتهم وتحديد النسخ.
٣. ضرورة القيام بإنشاء مصانع للورق في مصر بدلاً من استيراد الورق ومستلزمات الطباعة خاصة بعد تعويم الجنيه، وما ترتب على ذلك من الزيادة المتتالية في أسعار الورق وخامات الطباعة. مع القيام بوضع قوانين ورقابة على تجار الورق لحد من الزيادة في الخامات، وبخاصة أن أغلب تلك الخامات مستوردة، وذلك حتى لا تكون صناعة الكتاب تحت رحمة جشع التجار.
٤. تقليل الجمارك على الورق المستورد، وتقليل الضرائب على الناشرين.
٥. تقليل تكلفة الاشتراك في المعارض، وبخاصة لدور النشر المصرية وجعلها بسعر رمزي، على أن يتم الزيادة بالنسبة لدور النشر العربية والأجنبية.
٦. محاولة قيام معارض داخلية بشكل مستمر لتشجيع بيع الكتب في أماكن مختلفة، خاصة الأماكن التي تقل فيها المكتبات.
٧. قيام الناشرين أصحاب دور النشر الصغيرة أو المتوسطة بالدمج أو التحالف معاً؛ حتى تستطيع أن تفرز نفسها في السوق وتحقق أرباح من توزيع الكتب.
٨. ينبغي على الناشرين أن يكونوا على دراية بالمعرفات الرقمية التي تحول صناعة النشر من صناعة محلية إلى صناعة دولية؛ لأن هناك معرفات رقمية ينبغي استخدامها؛ منها معرف رقمي خاص بأسماء الناشرين، والذي يمكن من خلاله معرفة بيانات الناشر وعنوانه وإصداراته، وهذا يساعد في زيادة بيع الكتب المترجمة؛ إذ تساعد على بيع الكتب على المستوى الدولي. ويمكن من خلالها معرفة الكتب المتبقية وأنواعها. وهناك دراسة^(٥٠) تمت على موضوع المعرفات الرقمية وخرجت بنتيجة أن مصر لا تستخدم تلك المعرفات؛ وهذا يعد سبباً لتراكم الكتب لدى ناشرها على الرغم من أن عدد النسخ قليلة عما سبق، وهذا عكس ما يحدث بالخارج؛ لذلك لابد من إعادة هندسة صناعة النشر في مصر واستخدام المعرفات الرقمية.

نتائج الدراسة:

١. قيام أغلب دور النشر المصرية عينة الدراسة بنشر ما بين ١٠٠-٥٠٠ عنوانًا خلال خمس سنوات من ٢٠١٥-٢٠١٩م بنسبة ٥٤% من عينة الدراسة، موزعة بين مختلف مجالات المعرفة البشرية التي تنشر فيها دور النشر للوصول إلى أكبر شريحة ممكنة من القراء. ويُطبع من كل عنوان ما بين ١٠٠-٣٠٠ نسخة، وفي حالات معينة تُطبع أعدادٌ محدودة من النسخ للعنوان الواحد، أو اختيار كتب معينة لطباعتها، وترك البقية حسب الطلب.
٢. قيام بعض دور النشر بطباعة أكثر من ٣٠٠ نسخة للعنوان الواحد؛ إذ إن تكلفة طباعة ١٠٠ نسخة هي التكلفة نفسها لطباعة ٥٠٠ نسخة أو أكثر، مما يترتب عليه تراكم عدد كبير من النسخ في المستودعات الخاصة بالدار.
٣. إن استمرار ارتفاع أسعار خامات إنتاج الكتاب خلال الفترة من ٢٠١٥ حتى ٢٠١٩؛ انعكس بالسلب على صناعة الكتاب واقتصاد النشر في مصر، مما ترتب عليه قيام الناشرين بأمرين:
 - أولهما: قيام بعضهم بالتقليل فيما يُنشرُ من عناوين، والتقليل في حجم المبيعات والأرباح التي يحققها بسبب ارتفاع سعر بيع الكتاب الذي لا يتناسب مع القدرة الشرائية للقارئ المصري مما أدى إلى عدم إقبال القراء على شراء الكتب، وهذا ما تسبب في وجود نسخ من الكتب متبقية لدى الناشرين.
 - ثانيًا: القيام بإنتاج الكتب بجودة أقل عما كان سابقًا، باستخدام أروا أنواع الورق لرخص سعره، ومحاولة في تحقيق بعض من الأرباح.
- وفي الحالتين فإن الخسارة تعد كبيرة خاصة لدور النشر الصغيرة والمتوسطة غير القادرة على التعامل مع مثل هذه الزيادة في الأسعار، فضلًا عن ظهور كتب لا تحقق معايير المنافسة العالمية.
٤. على الرغم من تعدد وسائل تسويق الكتب، فإنه لم يعد متاحًا أمام الناشرين في مصر إلا الأسلوب التقليدي لتسويق الكتاب، وهو معارض الكتب الإقليمية والمحلية، أو التوزيع من خلال المكتبات، مع العلم أن عدد المكتبات أصبح لا يتناسب وعدد إصدارات دور النشر؛ وذلك نتيجة تركيز المكتبات في بعض المحافظات؛ مثل: القاهرة، والجيزة، والإسكندرية، كما هو موضح بالخريطة رقم (١)، بجانب عدم كفاية عددها لتغطية السوق بشكل جيد، فيصعب على الناشرين تسويق منتجه، مما ترتب عليه ضعف تسويق الكتاب في مصر، مع الأخذ في الاعتبار أنه في السنوات الأخيرة أصبحت تكلفة الاشتراك في المعارض كبيرة؛ مما انعكس بالسلب على ما يحققه الناشر من ربح.
٥. إن المكتبات الموجودة تعاني نقصًا كبيرًا في ميزانيتها، وتعاني من عدم التحديث.
٦. متوسط نسبة الكتب المتبقية في أغلب دور النشر المصرية عينة الدراسة كبيرة؛ إذ إن أغلب دور النشر يتبقى لديها نسخ من ٢٠٠٠-٤٠٠٠ نسخة بنسبة ٤٨,٦%، في حين أن هناك ٣٠ دار نشر تبقى لديها فوق ٤٠٠٠ نسخة بنسبة ٢٧,٥%، وهي نسبة كبيرة تشكل عبئًا على الناشر في تحمل تكاليف التخزين، وتكاليف الطباعة في حالة عدم بيعها، وهو ما يؤثر بالسلب في اقتصاد النشر.
٧. أن متوسط تكلفة بيع الكتاب للقراء وصلت من ٦٠-٩٠ج في ٥٩ دار بنسبة ٥٤% من عينة الدراسة، وذلك نتيجة لارتفاع سعر إنتاج الكتاب من ٣٠-٦٠ج.
٨. قيام الناشرين في مصر بنشر عدد متواضع من العناوين الجديدة التي تصدر سنويًا خلال الفترة من ٢٠١٥ حتى ٢٠١٩؛ ويرجع ذلك إلى ١٥ سببًا أدت إلى تراكم نسخ العناوين التي أصدرتها دور النشر

المصرية عينة الدراسة؛ أهمها: فقدان أماكن توزيع مهمة نتيجة قلة القدرة الشرائية لبعض المؤسسات التي تعودت على شراء عدد من النسخ لتلبية جميع احتياجات مستفيديها، تفشي التزوير وضياع حقوق المؤلف والناشر، انتشار الكتاب الإلكتروني، ارتفاع سعر الكتاب الناتج عن قرار تعويم الجنيه، وجود كم هائل من المؤلفات التي ملأت أرفف المكتبات وعزوف القراء عن القراءة.

٩. أن ٢٧ دار نشر مصرية بنسبة ٢٥% من إجمالي عينة الدراسة على دراية ومعرفة بعلامات البواقى ودورها في تميز نسخ الكتب المتبقية من العناوين التي تنشرها. وأنها استخدمت ٦ علامات متبوعة لتمييز نسخ بواقى الكتب، وأن أكثر العلامات المستخدمة والمتبعة لتمييز نسخ بواقى الكتب" استخدام رمزاً معيناً يحدده الناشر" بواقع ١٦ دار نشر بنسبة ٥٩,٢% من إجمالي دور النشر المصرية.

١٠. قيام دور النشر المصرية بالاحتفاظ بالنسخ المتبقية في مستودعاتها الخاصة بها بتكرار ٧٤ دار نشر بنسبة ٦٨% من إجمالي دور النشر عينة الدراسة، على الرغم ما يسببه ذلك من زيادة الأعباء على الناشر من تكاليف التخزين.

التوصيات:

خرجت الدراسة بعدة توصيات منها:

١. قيام اتحاد الناشرين المصريين، ودار الكتب القومية -بوصفها المكتبة الوطنية- بعقد ورش عمل للناشرين لتوعيتهم بالمعرفات الرقمية وكيفية استخدامها للحد من ظاهرة الكتب المتبقية.
٢. محاولة كل من وزارة التعليم العالي ووزارة التعليم الأساسي، دعم صناعة الكتاب والناشرين من خلال قيامها بتزويد المكتبات المدرسية والمكتبات الجامعية والعامّة بنسخ من الكتب/أو العناوين الجديدة التي تصدرها دور النشر المصرية أولاً بأول؛ فهي تعد فرصة كبيرة لدور النشر في تحقيق جزء من المبيعات بشكل جيد في ظل انتشار المدارس والجامعات في المحافظات كافة.
٣. إنشاء نوع من التحالف الاستراتيجي بين دور النشر الصغيرة أو المتوسطة؛ حتى تفرض نفسها في السوق، وتحقق أرباحاً من توزيع الكتب.

المصادر:

١. مصطفى، سعيد عبده (٢٠٢٠). هموم ناشر. - القاهرة: دار المعارف، ٢٢١ص

2. Chron Contributor(2020). What Is a Publisher's Overstock?.Retrieved from:
<https://work.chron.com/publishers-overstock-19873.html>

٣. هلال، رؤوف عبد الحفيظ (٢٠٢٠). الكتب المتبقية وتحديات اقتصاد النشر في مصر. - المكتبات.نت. - مج ٢١، ٢٤. ص ص ٣-٥

٤. صادق، أمنية (٢٠٠٤). الأخطاء الشائعة في تصميم الاستبيانات وعرض بياناتها: دراسة تحليلية. - الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات. - مج ١٢، ١٢ع، ٢١. ص ١٣٣.

أشار إلى ذلك رئيس اتحاد الناشرين المصريين أ/ سعيد عبده في كلمته أثناء افتتاح الدورة السادسة عشر لمعرض مكتبة الإسكندرية الدولي للكتاب، أن هناك أكثر من ٣٥% من الناشرين توقفت عن زوال المهنة بسبب جانحة كورونا، والتي تعد من أكثر المعوقات في صناعة النشر.

٥. الموسوعة العربية العالمية (١٩٩٩) // مجموعة من العلماء والباحثين - ط٢. - القاهرة: مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر والتوزيع. متاح على الرابط: <https://waqfeya.net/book.php?bid=٨٢٤٦>
٦. رشاد، محمد (غير محدد) الناشر وأثره في صناعة النشر. اتحاد الناشرين العرب. مقال غير منشور. متاح على الرابط الآتي: <http://arab-pa.org/Ar/StaticPages/HomeAr.aspx>
٧. المرجع السابق
٨. قاموس ODLISE متاح على الرابط: http://products.abc-clio.com/ODLIS/odlis_r
٩. برفستوك، ألسون (٢٠٢٠). كيف تقوم بتسويق الكتاب؟: الدليل الذي لا غنى عنه لمضاعفة الأرباح والاستفادة من جميع القنوات للوصول للسوق/ ترجمة هدى فؤاد. - ط١. - القاهرة: مجموعة النيل العربية. ص ٤٨٠
10. TheNew York Times Archives August 7, 1991, Section C, Page 14
11. Dictionary university. Definition & Meaning remainder mark.
Retrieved from: <https://dictionary.university/remainder%20mark>
١٢. عفيف، غوار (٢٠١٥). اقتصاديات النشر والتوزيع في الجزائر. جامعة وهران: كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية. قسم المكتبات والعلوم الوثائقية. متاح على الرابط :
- <https://elearn.univoran1.dz/pluginfile.php/49441/course/overviewfiles/%D8%A5%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF%D9%8A%D8%A7%D8%AA%20%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B4%D8%B1%20%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%B2%D9%8A%D8%B9.pdf?forcedownload=1>
١٣. اتحاد الناشرين العرب (٢٠١٢). صناعة النشر إحدى الصناعات الثقافية ودورها في تعزيز التواصل الثقافي العربي. مقال متاح على موقع الاتحاد على الرابط الآتي:
- <http://www.arabpa.org/CodeBehind/Gallery/Gallery/oth/%D8%B5%D9%86%D8%A7%D8%B9%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B4%D8%B1%20%20%D8%A7%D9%84%D9%83%D9%84%D9%85%D8%A9%20%D9%83%D8%A7%D9%85%D9%84%D8%A9.pdf>
١٤. مرسى، منى محمد السيد (٢٠٠١). الكتب المتاحة على أرصفة القاهرة الكبرى: دراسة ميدانية / إشراف شعبان عبد العزيز خليفة. جامعة القاهرة. كلية الآداب. قسم المكتبات والمعلومات (أطروحة ماجستير).
١٥. العربي، أحمد عبادة (٢٠٠١). نشر الكتب في بعض محافظات الوجه البحري بمصر: دراسة تطبيقية على محافظات الغربية والدقهلية والشرقية والمنوفية. - جامعة طنطا - كلية الآداب- قسم المكتبات والمعلومات. (أطروحة دكتوراة).
١٦. أبو سالم، محمد على (٢٠٠٥). دراسة حالة في حركة النشر في مصر. - جامعة المنوفية - كلية الآداب- قسم المكتبات والمعلومات. (أطروحة دكتوراة).
١٧. مقبل، رضا سعيد (٢٠٠٥). حركة نشر الكتب في محافظة الإسكندرية. - جامعة المنوفية - كلية الآداب - قسم المكتبات والمعلومات. (أطروحة دكتوراة).

١٨. إبراهيم، أماني محمد (٢٠١٠م). أسواق الكتب القديمة فيمصر. جامعة الأزهر، كلية الدراسات الإنسانية، قسم المكتبات، (أطروحة ماجستير).
١٩. كامل، محمد عبد الفتاح (٢٠١٤). مواقع تجارة الكتب المستعملة على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية تقييمية مقارنة. - المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات. - مج ١٤، ص ٢٦١ - ٣٠٩.
٢٠. هلال، رؤوف عبد الحفيظ (٢٠١٦). الممارسات المستخدمة في ترويج الكتب دراسة مسحية لدور النشر المصرية. - المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات. - مج ٣، ص ٤٤ - ٢٥٨-٢٢١.
٢١. أحمد، نهى بشير (٢٠١٨). الكتب المتاحة على الأرصفة بمدينة طنطا: دراسة ميدانية. - المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات. - مج ٥، ص ٤٤ - ٢٩٦ - ٣٤٥.
٢٢. هلال، رؤوف عبد الحفيظ (٢٠٢٠). الكتب المتبقية وتحديات اقتصاد النشر في مصر. مرجع سابق.
٢٣. اتحاد الناشرين العرب (٢٠٢١). حركة النشر في الوطن العربي من ٢٠١٥ حتى ٢٠١٩. متاح على <http://www.arab-pa.org>.
24. Paker , Dewitt, C., Hileman, James (1997) Used Book And College Text Book Industry. Publishing Research Quarterly :Springer ,Vol 3 , N 3 Available [online]<<http://www.springerlink.com/>>
25. Windwalker, Stephen. (2002) Selling Used Books Online: The Complete Guide To Bookselling .-Amazon's. Marketplace And Other Online Sites.- Belmont, Mass. : Harvard Perspectives Press.
26. 26. Barrie , Rappapolt (2003). The used book marketplace: fact or fiction. Publishing Research Quarterly vol 19 n 3. Available [online]<<http://www.springerlink.com/>>
27. 27. Mutter, Juhn , Milliot , Jim (2004) . What price used books, publisher weekly. -vol 251, issue 39 Available [online]<<http://www.publishersweekly.com>>
28. Ellis, Ian C (2006). Book finds : How to find, buy, and sell used and rare books .- New York : Berkley Pub Group.
29. McGrath, Skip (2016) . Sell Used Books on eBay, Amazon and the Internet: The complete guide to starting and running an online book. - edit 14.- Skip McGrath and Vision-One Press .p150. Available [online] <http://d23ahgmynj1rhq.cloudfront.net/sellingusedbooksskipmcgrath.pdf>
٣٠. رشاد، محمد (٢٠٢٠). صناعة النشر في عالمنا العربي. مقال نشر في اتحاد ناشرين العرب متاح على الرابط [:http://www.arab-pa.org/UploadFiles/uploadEditor/file](http://www.arab-pa.org/UploadFiles/uploadEditor/file)
٣١. هلال، رؤوف عبد الحفيظ (٢٠٢٠). الكتب المتبقية وتحديات اقتصاد النشر في مصر. مرجع سابق
٣٢. قناوي، حمزة (٢٠٢٠). صناعة النشر في الوطن العربي: التحديات وآفاق الحل. - جريدة المصري اليوم. متاح على الرابط:

<https://www.almasryalyoum.com/news/details/1628310>

33. 3Jone(2016). Remainder Marks.- VJ Books. Available [online]

<https://www.vjbooks.com/What-is-a-Remainder-Mark-on-a-book-s/646.htm>

34. TheNew York Times(1991).ArchivesAugust 7.- Section C.- P 14

35. Cohen, Roger (1991-08-07). Book Notes.- The New York Times.- Section C,p14.Avaliable [online]

<https://www.nytimes.com/1991/08/07/books/book-notes-410691.html>

36. O'Donnell, Kevin(2005). How Thor Power Hammered Publishing.- Science Fiction and Fantasy Writers of America .- Volume 27, Issue 1. Available [online]

<https://www.sfw.org/2005/01/05/how-thor-power-hammered-publishing>

٣٧. خليفة، شعبان عبد العزيز(١٩٧٢). حركة نشر الكتب في مصر: واقعها ومستقبلها/ إشراف أحمد أنور عمر.- جامعة القاهرة:كلية الآداب . قسم المكتبات والمعلومات .(أطروحة دكتوراة).

٣٨. هلال، رؤوف عبد الحفيظ (٢٠٢٠). الكتب المتبقية وتحديات اقتصاد النشر في مصر. مرجع سابق.

٣٩. كامل، محمد عبد الفتاح (٢٠١٤). مرجع سابق

40. Dictionary university. Definition & Meaning remainder mark.

C.<https://dictionary.university/remainder%20mark>

٤١. قاموس ODLIS متاح على الرابط الآتي: http://products.abc-clio.com/ODLIS/odlis_r

42. Jone(2016). Remainder Marks. IDBL

43. Contributor.Chron(2017). What Is a Publisher's Overstock?. Available [online] AT:<https://work.chron.com/job-duties-publisher-24391.html>

٤٤. النصوص الأولية والصور عُرفَتْ من أكثر من موقع INDEPENDENT ONLINE BOOKSELLERS ASSOCIATION المتاح على

<https://www.ioba.org/conditions-definitions>

و bookdepot وهي شركة في تجارة كتب الصفقات بالجملة متاح علي:

<https://www.bookdepot.com/>

٤٥. الرئيس، رياض نجيب (٢٠٠٧). في وصف حالة النشر في العالم العربي: أزمات ولا حلول! -. أوراق مؤتمر المعروفة .- دبي (٢٨/٢٩ أكتوبر . متاح على الرابط:

<http://www.mafhoum.com/press10/310C33.htm>

٤٦. النمر، نهلة (٢٠١٣). تزوير الكتب يهدد بانقراض صناعة النشر .- الوفد : البوابة الإلكترونية. متاح الرابط :

<https://alwafd.news/%D8%AB%D9%82%D8%A7%D9%81%D8%A9%D9%88%D9%81%D9%86/595590%D8%AA%D8%B2%D9%88%D9%8A%D8%B1%D8%A7>

%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%A8%D9%8A%D9%87%D8%AF%D8%AF%D8%A8%D8%A7%D9%86%D9%82%D8%B1%D8%A7%D8%B6%D8%B5%D9%86%D8%A7%D8%B9%D8%A9%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B4%D8%B1

٤٧. الرئيس، رياض نجيب (٢٠٠٧). مرجع سابق.

٤٨. المرجع السابق.

٤٩. عليان، ربحي (٢٠١٤). المصادر الإلكترونية للمعلومات / إيمان السامرائي. - دار اليازوري العلمية: الأردن.

٥٠. زكي، فاطمة يحيى (٢٠٢٢). المعرفات المعيارية لصناعة النشر في البيئة الرقمية: دراسة تحليلية للبنية والاستخدام والتطبيق / إشراف يسرية عبدالحليم زايد. - كلية الآداب جامعة القاهرة. قسم المكتبات والمعلومات (أطروحة دكتوراة).

الملحق رقم (١) لجنة تحكيم الاستبيان

كلية الآداب

قسم المكتبات والمعلومات

تم تحكيم الاستبيان من قبل مجموعة من المحكمين من أساتذة علم المكتبات والمعلومات، وهم كالتالي:

١. الاستاذ الدكتور/ شوقي سالم

استاذ علم المكتبات المتفرغ بقسم المكتبات والمعلومات - كلية الآداب - جامعة الإسكندرية

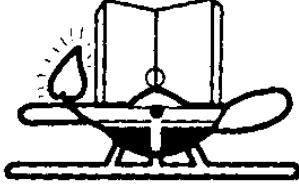
٢. الاستاذ الدكتور/ زين الدين محمد عبد الهادي

استاذ علم المعلومات بقسم المكتبات والمعلومات - كلية الآداب - جامعة حلوان

٣. الاستاذ الدكتور/ رؤوف عبد الحفيظ هلال

استاذ علم المعلومات المتفرغ بقسم المكتبات والمعلومات - كلية الآداب - جامعة عين شمس

الملحق رقم (٢) إستبيان للعرض على دور النشر المصرية



كلية الآداب



قسم المكتبات والمعلومات

الأستاذ الفاضل / مدير دار النشر

تحية طيبة وبعد...

يهدف هذا الاستبيان بشكل أساسي إلى إلقاء الضوء على مشكلة الكتب المتبقية لدى الناشرين في مصر، والتعرف على الأسباب وراء حدوث هذه الظاهرة، ومدى تأثيرها على اقتصاد صناعة النشر في مصر؛ من أجل للوصول إلى سبل لإنقاذ صناعة الكتب في مصر. وهذا البحث من أجل استكمال متطلبات بحث الترقية.

لذا فإن مساهمتك في الإجابة ستكون ذات أهمية، وأي بيانات يتم ذكرها سوف تحاط بالسرية التامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

ولكم خالص الشكر والتقدير،،،

الباحثة

د. سالى محى الدين أبو الذهب

مدرس بقسم المكتبات والمعلومات

كلية الآداب. جامعة عين شمس

أولاً: بيانات عامة عن الدار:

- اسم دار النشر:
- المحافظة:
- العنوان:
- رقم التليفون:
- الموقع الإلكتروني:

ثانياً: مجال الدراسة:

١. ما التخصصات التي تقوم الدار بالنشر فيها؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- () معارف عامة
- () ديانات
- () التاريخ والجغرافيا () فلسفة وعلم النفس
- () القصص والروايات الأدبية () الأدب () كتب أطفال () التنمية البشرية
- () العلوم الاجتماعية () العلوم البحتة () العلوم الإنسانية () كتب التراجم
- () كتب التربية () كتب مترجمة () كتب التراث والكتب الإسلامية
- () اللغات () الفنون () قواميس () جميع فروع المعرفة البشرية
- () موضوعات أخرى (اذكرها):

٢. كيف تسوق الدار للعناوين الجديدة الصادرة لديهم؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- () المكتبات العامة والمتخصصة والمدرسية والجامعية والمراكز الثقافية () البوسترات
- () عبر وسائل التواصل الاجتماعي () التوزيع عبر شركات الصحف والمجلات
- () مواقع الإعلانات التجارية مثل الأمازون وغيرها () النسخ المجانية
- () معارض الكتب المحلية والعربية () دعابة من خلال المؤلفين
- () التسويق عبر المنتديات والمدونات () الإعلان عبر موقع الدار
- () التوزيع عبر الغير "الموزعين" () القيام بندوات عن إصدارات الدار

٣. ما عدد العناوين التي تنشرها الدار في كل تخصص في السنة؟

- () أقل من ٥ عناوين () من ٥ - ١٠ عناوين
- () من ١٠ - ١٥ عنوان () فوق ١٥ عنوان

٤. كم نسخة تقوم الدار بطبعتها عن كل عنوان في السنة؟

- () أقل من ١٠٠ نسخة () من ١٠٠ - ٣٠٠ نسخة
- () من ٣٠٠ - ٥٠٠ نسخة () من ٥٠٠ - ٧٠٠ نسخة
- () فوق ٧٠٠ نسخة

٥. ما متوسط عدد العناوين التي أصدرتها دار النشر في الفترة من ٢٠١٥ وحتى ٢٠١٩؟

- () أقل من ٥٠ عنوان () من ٥٠ - ١٠٠ عنوان
- () من ١٠٠ - ١٥٠ عنوان () فوق ١٥٠ عنوان

٦. ما متوسط تكلفة إنتاج الكتاب التي يتحملها الناشرين خلال الفترة من ٢٠١٥ حتى ٢٠١٩؟

- () أقل من ٣٠ ج () من ٣٠ - ٦٠ ج () من ٦٠ - ٩٠ ج () فوق ٩٠ ج

٧. ما متوسط تكلفة بيع الكتاب للقراء خلال الفترة من ٢٠١٥م حتى ٢٠١٩م؟

- () من ٣٠ - ٦٠ ج () من ٦٠ - ٩٠ ج
() من ٩٠ - ١٢٠ ج () فوق ١٢٠ ج

٨. ما متوسط عدد النسخ المتبقية من كافة العناوين التي نشرتها الدار خلال الفترة من ٢٠١٥م حتى ٢٠١٩م؟

- () أقل من ٢٠٠٠ نسخة () ٢٠٠٠ - ٤٠٠٠ نسخة
() ٤٠٠٠ - ٨٠٠٠ نسخة () أكثر من ٨٠٠٠ نسخة

٩. ما المجالات الموضوعية التي دخلت ضمن بواقى الكتب؟

(يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- () معارف عامة () ديانات () التاريخ والجغرافيا () فلسفة وعلم النفس
() القصص والروايات () الأدب () كتب أطفال () التنمية البشرية
() العلوم الاجتماعية () العلوم البحتة () العلوم الإنسانية () كتب التراجم
() كتب التربية () كتب مترجمة () كتب التراث والكتب الإسلامية
() اللغات () الفنون () قواميس () جميع فروع المعرفة البشرية
() موضوعات أخرى (اذكرها):

١٠. ما السبب وراء عدم بيع كل النسخ التي تم طباعتها؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- () ارتفاع سعر الكتاب () لم يتم تسويق الكتاب بشكل فعال
() تقادم المادة العلمية للمؤلف () عزوف المثقفين عن القراءة
() عدم المعرفة بالمؤلف نفسه () طبع نسخ كثيرة من الكتاب
() تفشي ظاهرة التزوير (التقليد) () وجود كم هائل من المؤلفات التي ملأت أرفف المكتبات
() ظهور الكتاب الإلكتروني () وجود عدد من المؤلفين في نفس المجال
() الحالة الاقتصادية للدولة (تعويم الجنية) () قلة عدد المكتبات في المحافظات
() قلة المشاركة في المعارض
() عدم وجود شركات توزيع تعمل على كافة المحافظات المصرية
() أسباب أخرى (أذكرها):

١١. هل يتم تمييز نسخ الكتب المتبقية عن باقي إصدارات الدار؟

- () نعم () لا

إذا كانت الإجابة بـ (نعم) أجب على السؤال رقم (١٢)

١٢. ما أنواع العلامات المستخدمة لتمييز نسخ الكتب المتبقية لدى الدار؟

(يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- () ثقب في الغلاف الأمامي () أول حرف من اسم الناشر
() خطوط عشوائية في الجزء السفلي للكتاب () استخدام رمز معين
() كتابة سنة الطباعة على غلاف الكتاب () حصرها بكشوف

() طرق أخرى (أذكرها).....

١٣. كيف تتخلص الدار من بواقى الكتب؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- () بيعها لتجار التجزئة أو الجملة
 () ردها مرة أخرى للمؤلف
 () الاحتفاظ بها في مستودعات الدار
 أثناء المعارض
 () إهدائها إلى المكتبات
 () طرق أخرى (أذكرها).....
- () عرضها بسعر مخفض
 () إعدامها
 () توزعها على المستفيدين كنوع من أنواع الدعاية
 () إعادة تسويقها مرة أخرى بشكل أفضل

ملحق رقم (٣) قائمة دور النشر المصرية عينة الدراسة

م	اسم دور النشر الكبرى	م	اسم دور النشر الكبرى
١	Dar Amjad International for Publishing and Distribution	٣٠	دار الفكر العربي
٢	Dar Al Kayan for Publishing and Distribution	٣١	دار المصرية اللبنانية
٣	دار الثريا للإعلان والنشر	٣٢	أفاق للنشر والتوزيع
٤	دار صفصافة للنشر	٣٣	الرواق للنشر
٥	دار رؤية للطباعة والنشر	٣٤	دار الكتاب العربي
٦	مؤسسة ماهي للنشر والتوزيع	٣٥	مكتبة مدبولي
٧	دار يورك للنشر	٣٦	مؤسسة أبو الهول للنشر
٨	دار الفكر الجامعي للنشر	٣٧	الدار الدولية للاستثمارات الثقافية
٩	دار كتوبيا للنشر	٣٨	دار الشروق للنشر
١٠	دار الفاروس العلمية للنشر	٣٩	دار زحمة كتاب للنشر
١١	المكتب العربي الحديث	٤٠	دار الفاروق للنشر
١٢	مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع	٤١	دار المعارف
١٣	الشركة القومية	٤٢	دار دون للنشر والتوزيع
١٤	دار الأطلس للنشر	٤٣	دار الفاروق للاستثمارات الثقافية
١٥	دار غراب للنشر	٤٤	قطاع الثقافة بأخبار اليوم
١٦	دار غريب للنشر	٤٥	المكتبة الأزهرية
١٧	الهيئة العامة لقصور الثقافة	٤٦	عصير الكتب
م	اسم دور النشر المتوسطة	م	اسم دور النشر المتوسطة
١٨	دار ارتقاء للنشر	٤٧	دار كتابي للنشر
١٩	المحروسة للنشر والتوزيع	٤٨	أنا المصري للنشر وتطوير التعليم
٢٠	منشورات الربيع	٤٩	مؤسسة كتابي للنشر

م	اسم دور النشر الكبرى	م	اسم دور النشر الكبرى
٢١	مركز الراهة للنشر والاعلام	٥٠	دار العالمفة لتقنفة المعلومات
٢٢	كنوز للنشر والتوزفيع	٥١	دار نوافر للنشر والتوزفيع
٢٣	حروف مبنورة للنشر	٥٢	دار اللؤلؤة للنشر والتوزفيع
٢٤	اكادفمفة الطفل الجدفة للنشر	٥٣	دار الفكر والقانون
٢٥	دار المسك للنشر	٥٤	مكتبة رجب للنشر
٢٦	دار الرفاعف للنشر	٥٥	دار الفراعنة للنشر
٢٧	دار الفافمفن للنشر	٥٦	العنفاء للتوكفلات التجارفة والتوزفيع والنشر
٢٨	دار التعلفم الجامعف	٥٧	مركز لفافنت للدراسات الثقاففة والنشر
٢٩	دار الكتب والدراسات العربفة	٥٨	دار الجامعة الجدفة
٥٩	دار الكلمة للنشر	٨٩	الدولة للكتب العلمفة
٦٠	نفرلنك الدولة للنشر	٩٠	الدار الثقاففة للنشر
٦١	دار النخبة العربفة للاستثمار والنشر والتوزفيع	٩١	دار سنابل للكتاب
٦٢	دار المبتدأ للنشر	٩٢	مركز الحضارة العربفة
٦٣	دار العلوم للنشر	٩٣	نماء للبحوث والدراسات
٦٤	المجموعة العلمفة للنشر والتوزفيع	٩٤	دار المعرفة للنشر
٦٥	دار كتابف للطباعة والنشر	٩٥	مؤسسة كتابف للنشر
٦٦	دار تطوفر وتنمفة المهارات	٩٦	أنا المصرف للنشر
٦٧	الفواد للنشر	٩٧	المركز القومي للإصدارات القانونية
٦٨	دار كتابف للنشر	٩٨	ارتقاء للنشر
٦٩	حروف مبنورة للنشر	٩٩	كنوز للنشر والتوزفيع
٧٠	مركز الراهة للنشر والاعلام	١٠٠	المحروسة للنشر والتوزفيع
٧١	منشورات الربفيع	١٠١	مجموعة النفل العربفة
٧٢	دار البستانف للنشر والتوزفيع		
٧٣	دار السعفد للنشر والتوزفيع		
٧٤	دار الكتاب الحدفث		
م	اسم دور النشر الصغرى	م	اسم دور النشر الصغرى
٧٥	دار الحسام للنشر والتوزفيع	١٠٢	شركة القدس للتجارة والاستفراء والتصدف والنشر
٧٦	الشركة العربفة الحدفثة	١٠٣	دار الأنصار
٧٧	دار مفرد للترجمة والنشر	١٠٤	دار الأحسان للنشر
٧٨	المكتبة العصرفة للنشر والتوزفيع	١٠٥	الدار الذهبفة للطبع والنشر
٧٩	دار بفرملفنا للنشر وتوزفيع	١٠٦	دار الخفر للنشر
٨٠	دار الجوهرة	١٠٧	دار سوزلر للنشر
٨١	مركز الكتاب للنشر	١٠٨	دار المحروسة للنشر
٨٢	دار الأمل للنشر	١٠٩	دار المرافا للنشر الثقافف

اسم دور النشر الكبرى	م	اسم دور النشر الكبرى	م
		دار راية توب للنشر	٨٣
		دار مكتوب للنشر	٨٤
		النوارس للدعاية والنشر والتوزيع	٨٥
		دار الجمهور العربي	٨٦
		دار أصول للنشر	٨٧
		دار النهضة العربية	٨٨