

باعة الكتب الخواص :  
واقع المهنة بوسط ولاية وهران  
أ.ة صدوقي نسيمة  
جامعة وهران

مقدمة

يعتبر الكتاب من أهم وسائل الاتصال بين البشر ، حتى انه الوسيلة الوحيدة تقريبا التي رافقت الإنسان منذ فجر التاريخ و تطورت بتطوره ، إذ أن الأفكار تخطر بالأذهان التي تعنيها لفترة قصيرة ، وبعد ذلك يكون النسيان مصيرها إن لم تسجل ، بل كثير منها يستحيل استرجاعه ، لذلك فالكتب تحوي عصارة أفكار البشرية القيمة ، وهي مادة فكرية أساس وجودها المؤلف و التي مآلها المكتبات أو متاجر بيع الكتب .

ولن نخوض هنا في تاريخ الكتاب بحوامله ، وطريقة صنعه عبر هذه الحضارات القديمة ، فما يهمنا هو الإنتاج الفكري و لا سيما النص المكتوب الذي تزخر به الساحة التجارية الفكرية ، بما في ذلك بائع الكتب و ما له من دور فعال في هذا المجال كوسيط ثقافي لا يستهان به على جميع الأصعدة بين الكتب و مورديها من جهة و الجمهور على مختلف مستوياته من جهة أخرى .

وعليه كانت الرغبة في تسليط الضوء على واقع مهنة بائعي الكتب الخواص مع استبعاد التابع منهم للقطاع العمومي و المنتشرين بالشوارع بصفة فوضوية مع الإحاطة قدر الإمكان بمهامهم ، و دورهم في المجتمع ، و كذا علاقتهم بزبائنهم من جهة و بالمؤسسات التي يتعاملون معها من دور نشر و موزعين ...الخ من جهة أخرى.

وعليه بني البحث على **الإشكالية** التالية :

ما واقع مهنة باعة الكتب الخواص بوسط ولاية وهران؟ وتتفرع منها مجموعة من الأسئلة تسعى الدراسة للإجابة عليها ، منها :

- من هم هؤلاء الباعة ؟ جنسهم ؟ مستواهم ؟ سنهم ؟

- كيف يسرون متاجرهم ؟

- كيف يعيشون مهنتهم ؟

- كيف هي علاقتهم بمجتمعهم الذي يتعاملون معه ؟

**الفرضيات :**

يمكن أن نبدي للدراسة عدة فرضيات نذكر منها :

- متاجر بيع الكتب بوسط وهران تحتل موقعا استراتيجيا ، وهي متاجر عتيقة و تسير بطريقة متميزة.

- هي متاجر رغم احتلالها موقعا استراتيجيا إلا أنها ا ترقى إلى المكانة المنوطة بها ، و لم تعرف أي تطور ، حتى إن تسييرها فوضوي .

- هم رجال و نساء ذوي مستوى ثقافي معين اختاروا تجارة الكتب ، لأنها اقرب إلى ميولاتهم ، إذ يعيشون مهنتهم بكل راحة رغم العوائق لأنهم يعرفون جيدا أن دورهم أساسي في المجتمع .

لقد ظهرت مهمة بائع الكتب مع تطور و انتشار صناعة الكتاب عبر العصور، و لكنها لم تقتصر يوما على الجانب التجاري فحسب، ولم تعتمد مبدأ الربح أولا و قبل كل شئ كباقي التجارات و ذلك لان بائعو الكتب و مند فجر التاريخ:" كانوا جميعا يتطلعون إلى الكتب قبل تطلعهم إلى الكسب المادي أو الراحة الشخصية"<sup>1</sup> فالكتاب سلعة ذات خصوصية ثقافية و لبائعيها مميزاته أيضا وسط المجتمع ككل ومتجر الكتب بصفة خاصة.

### 1- تعاريف و مفاهيم :

#### 1-1- متاجر الكتب :

تعتبر متاجر الكتب آخر محطة للكتاب قبل أن يصل يد قارئه، أو بعبارة أخرى مالكة، بعد أن يكون قد قطع مراحل طويلة من خلال تصنيعه، حتى إن بعض الناس لا يعرف من المختصين في مهن الكتاب سوى بائعه ولا من المؤسسات القائمة عليه سوى متاجر الكتب.

مفهومها :

لغة : " هي متاجر كتب بالتجزئة عن طريق تجار كتب - باعة كتب - أو كما يسمى librairie باللغة الفرنسية أو book shop باللغة الانجليزية، وهي مشتقة من الفعل تاجر أي اتبع التجارة، إذ يقوم بالبيع و الشراء لغرض الربح "<sup>2</sup>

اصطلاحا: نتحدثنا عن متجر الكتب نتصور الخطوات أو العناصر المتكاملة و التي تؤلف نسيجها متكامل ماله المتجر و هي :

- المؤلف.

- الناشر الذي يقوم بنشر منتج ثقافي علمي من طرف المؤلف.

- الموزع الذي يقوم بتخزين الكتب و توزيعها بطرق مختلفة.

- بائع الكتب و هو التاجر الذي يقوم بعملية البيع بالتجزئة أو بالجملة، مجموعة من الكتب الخاصة بدور نشر مختلفة "<sup>3</sup>.

#### 1-2- تعريف بائع الكتب libraire :

تاجر الكتب هو الشخص الذي يبيع الكتب سواء أكانت قديمة نادرة أو كتب جديدة أو حديثة الصدور، و تاجر الكتب يسمى libraire أو Marchand de livre<sup>4</sup> أو " الوراق "<sup>5</sup>

فتجار الكتب كانوا موجودين مند زمن الإغريق ثم تطورت هذه التجارة و ازدهرت في عصر الإمبراطورية الرومانية و كان يدعى تاجر الكتب أنداك<sup>6</sup> Biblio pola

وقد اشتغل بهذه المهنة العديد من الشخصيات و كان من أشهر هؤلاء عند العرب " ابن النديم " الذي كان تاجرا للكتب<sup>7</sup> و كان أغلب ما كتبه عن المؤلفين ولديه خبرته و معرفته الشخصية بهم كتاجر للكتب .

كما عرف الناس نوعا آخر من الباعة سموا بالدلالين أو الجوالين، كانت مهمتهم بيع النادر من الكتب، فكانوا بذلك همزة و صل بين تجار الكتب في

العالم. و حاليا نجد أن تاجر الكتب قد يكون نفسه الناشر، لمعرفة نوع الكتب التي يكثر عليها الطلب و هكذا تحرص على إقامة علاقات دائمة و مباشرة مع القارئ و تطوير عالم الكتب ثقافة و صناعة.

### 1-2-1- وظائف ومهام البائع :

هناك العديد من الوظائف التي تؤدي من قبل البائع، ومن المهمات الأساسية :

1. بيع السلع: حيث إن عملية البيع ليست بالسهولة التي تتوقعها ، فهي "عملية سيكولوجية محكمة " بمجموعة من العوامل المتعددة و المتشعبة التأثير.
2. الباعة بالإضافة إلى عملية البيع يتحملون مسؤولية تقديم الخدمات الإضافية كجزء من عملية البيع أو التأثير ليكون مستعدا لاتخاذ القرار.
3. كتابة التقرير و الاحتفاظ بالسجلات : دور الباعة، فهم يقومون بتدوين ملاحظات بصورة واضحة و منظمة عن سير العملية البيعية.
4. الاطلاع و القيام بدور هام في العلاقات العامة مع الجمهور، فالتاجر هو الأقرب من القارئ<sup>8</sup> فهو يتعامل معهم تقريبا بصفة يومية، مما يعود بالنفع على المؤسسة أو المتجر.

### 1-2-2- الوظائف التسويقية للكتاب :

- إن النشاط التسويقي و خاصة للكتاب يتطلب تخطيط و تنظيم من خلال دراسة السوق و دراسة المنتج بهدف تقديم ما يناسب القارئ .
- الوظائف التسويقية بصفة عامة تشمل على : " السلعة- السعر-الترويج"<sup>9</sup>
- 1-2-2-1- **السلعة** : تعرف على أنها مزيج من الصفات الملموسة و غير الملموسة كما أنها مجموعة من المناهج تشمل المنافع المادية.
  - 1-2-2-2- **السعر** : هو من سياسات عملية البيع ، و نجد أن المستهلك مستعد لان " يدفع أسعارا للحصول على ما يطلبه و يفضله .وسعر السلعة أو الكتاب يرتبط إلى حد كبير بجودتها ، فمثلا سعر الكتاب المرتفع يجب أن يكون له مبرراته ، و بالتالي على البائع إقناع الزبون بشراء المنتج مدعمين ذلك بشيء من التوضيح حول المنتج إلا و هو الكتاب .
  - 1-2-2-3- **الترويج** : تتعدد الإشكال التي يمكن استخدامها في مجال الترويج ، فمن خلاله تتمكن من تقديم السلعة و الخدمات إلى المستهلكين ، كما أن الترويج يهدف إلى إثارة انتباه و اهتمام و المستهلكين ، فهو عملية اتصال تهدف إلى خلق صورة ايجابية لدى المستهلك ، وكذلك يعتبر من أشكال الاتصال إذ يركز على :

- المرسل :مصدر المعلومات عن السلعة
- الرسالة : معلومات تتعلق بميزات السلعة و تكون لها دلالة لدى المستقبل
- المستقبل : هو من يستقبل المعلومات و يفهمها .
- الاستجابة : النتائج الفعلية لعملية الاتصال هي تثبت نجاح أو فشل كل الاتصال.<sup>10</sup>

ولكي يهيئ الناشر الأذهان و يوجه الأنظار نحو الكتاب، يقوم بما نسميه الدعاية و الإعلام و الترويج، و ذلك بعدة أساليب ليبين هذا الناشر للناس إلى أن كتابا سوف ينتج أو يظهر وغالبا ما تبدأ هذه العملية بعد الطبع وقبل طرح الكتاب في السوق.

ومن أساليب الترويج نذكر منها :

1-1-2-2-3- الإعلام و الدعاية : ومن وسائلها :

\* **قوائم المطبوعات** : حيث أن جل الناشرين يحرصون على إصدار قوائم تتضمن "بيانات ببليوغرافية" عن الكتب وهذا ما يسمى بالببليوغرافية التجارية وترسل بدورها إلى المستفيدين المحتملين سواء المؤسسات أو الأفراد ، أو ترسل مثلا إلى متاجر الكتب ومن تم يتمكن الكُتبي من اقتناء بعض العناوين و جلبها إلى متجره و عرضها على القراء، أو أن ترسل هذه القوائم إلى المكتبات سواء الجامعية أو العامة .... الخ

\* **الإعلان في الدوريات** : إذ يعتبر الإعلان في الجرائد و المجلات من وسائل ترويج أنواع معينة من الكتب و هنا الإعلان في هذه الدورية مدفوع الأجر من قبل الناشر، ومن بين هذه المجلات ما يقتصر على التعريف بالمكتبة ، ومنها ما يهتم بالكتب و غيرها من الأوعية، كما تفسح المجلات المتخصصة و خاصة المهنية منها و الصحف المجال لنشر إعلانات عن الكتب أو حتى إعلان عن معارض الكتب ومثلا على ذلك ما تقوم به أحيانا جريدة الخبر من إعلانات عن الكتب الصادرة، ويحدث في بعض الأحيان أن يكون الإعلان مصحوبا بتعريف موجز و عرض لمحتويات الكتاب أو نقد <sup>11</sup> ، ولا يقتصر الإعلان عن الكتب التي صدرت فعلا، و إنما يمكن أن يشتمل الكتب المرتقب صدورها .

\* **الملحقات و الإعلانات اليدوية** : تصدر دور النشر قوائم بإنتاجها من الكتب عادة ما تحتوي بيانات ببليوغرافية ، كما يقوم الناشر بإعداد ملحقات و لافتات توزع على متاجر الكتب مجانا لتقوم هذه الأخيرة بالصاقها على واجهاتها أو على جدرانها .

\* معارض الكتب : تعتبر وسيلة من وسائل الدعاية و الإعلان كما يعتبر منفذا من منافذ التسوق ، و المعارض تكون على نوعين معارض خاصة و أخرى عامة. فالخاصة منها يقوم بها الناشر الفرد في مناسبات معينة، فقد تقام في المدارس أو الجامعات ، أما العامة منها وهي التي يشترك فيها كل أو مجموعة لا بأس بها من الناشرين في البلد نفسه أو من الخارج.

\* **النسخ المجاني** : حيث أن الناشر يطبع نسخا بالاتفاق مع المؤلف زيادة عن النسخة الأم ويتم توزيعها بالمجان على بعض الشخصيات ذوي النفوذ في المجتمع فينتظر منهم الترويج لهذا الكتاب سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة ومنهم الصحفيون و مقدمو البرامج الثقافية في الإذاعة و التلفزيون وكذلك الشخصيات القيادية كمديري المكتبات وأعضاء هيئة التدريس في الجامعات.

\* **واجهات المتاجر** : وهنا يقوم التاجر بعرض الكتب في الواجهات الزجاجية لمحله، وهذا ما يدخل في إطار الدعاية ن وهذا ما يجذب القارئ أو الزبون و غالبا ما يستوقف المارة. و كذلك نجد أن عرض الكتب على رفوف مفتوحة

داخل المتجر يسمح للزبون بتقليب الكتب و تصفحها كما يفعل في المعارض ومن تم تنمى المبيعات.

\* **الأحاديث الشفوية عن الكتب** : اتضح من خبراء معظم الناشرين أن أحسن دعاية للكتاب هو الحديث عنه ما بين الناس، فيخبر أحدهم الآخر بصور كتاب جديد و يوحون لبعضهم بالشراء.

و خلاصة القول إن الهدف من جميع وسائل الإعلان و الترويج السابقة هو بمثابة تهيئة الأذهان أو السوق لاستقبال الكتاب.

2-3-2-2-1- **البيع الشخصي** : إن البيع الشخصي يمثل احد الأدوات في المزيج التسويقي و يستخدم كوسيلة لزيادة مبيعات المتجر من كتب مختلفة .

ونقصد بالبيع الشخصي هنا هو المقابلة و التحدث مع الزبائن <sup>12</sup> لإتمام عملية البيع. إذ تعتمد على البحث عن الزبون و تأهيله، و إتباع أسلوب في عرض و تقديم السلعة لإقناع الزبون مع الاستفسار و السؤال عن طلباته إلى حين الوصول إلى قرار بشراء . وهكذا يتمكن البائع من تصحيح الانحرافات إن وجدت في المستقبل مع زبون آخر. إضافة إلى هذا فإن التاجر الكتبي أو ما يسمى بائع الكتب يكون إعلامي مثقف يتلاءم مع كل الوضعيات ، ويقدم النصائح و الخدمات .

3-3-2-2-1- **التوزيع** : يمثل مكانة هامة في التسويق ويمكن القول انه يحقق "المنفعة المكانية و الزمنية للسلعة" <sup>13</sup> . فتجار التجزئة هم مستقلون لا يتبعون ناشرا بعينه ولا تاجر جملة محدد، وهم يعرضون كتبهم في واجهات محلاتهم إذ يقدر البائع كمية المبيعات التي تتوزع أو تباع كما انه قد يتاجر حتى في أنواع أخرى من المواد الثقافية كالمجلات و الجرائد و القصص، أشرطة .... إلى غير ذلك .

مهما يكن من أمر يجب مراقبة مثل هذه العمليات البيعية . إلا انه في الآونة الأخيرة نعيش ما يسمى "المتجر الالكتروني" أي الاتصال عن بعد باعتماد الانترنت ، و هذه ميزة تساعد على الانتشار متحدية بذلك كل الحواجز الجغرافية و الطبيعية و بالتالي يصبح باستطاعة أي تاجر أو زبون أن يشتري أو يبيع عبر مواقع الويب .

3-2-1- **ديناميكية البيع** :

أي تاجر مهما كانت نوع تجارته يتبع "ديناميكية لإنجاح عملية البيع" و تاجر الكتب من بين هؤلاء الذين يهتمون لهذا الأمر و ديناميكية البيع تقوم على :

1-3-2-1- **البحث عن الزبون** : بمعنى جلب الزبون بحسن المعاملة و الاستقبال الحسن و محاولة معرفة طلب زبونه و إن لم يجد يحاول أن يوفر له طلبه .

2-3-2-1- **الأسلوب في العملية البيعية** : من الاستراتيجيات و التكتيكات التي يوظفها رجل البيع للوصول إلى الزبون هو بناء الألفة و العلاقة الجيدة. <sup>14</sup> فيمكن له أن يستخدم عدة و سائل لإجراء

الحوار مع الزبون كما كان يفعل ابن النديم إذ كان يستقبل زبائنه و يتعرف بهم .

3-3-2-1- **طريقة عرض الكتب للبيع** : فالبايع يحاول عرض مادته في الواجهات الزجاجية وذلك حتى تظهر للمارة و هذا ما يميز هذه المتاجر عن غيرها من التي لا تتبع هذا فتعيق عملية البيع.

4-3-2-1- **الاعتراضات التي تواجه البائع و كيفية التغلب عليها:**

هذه الاعتراضات هي ظاهرة طبيعية وفي بعض الأحيان قد تساعد التاجر على تحسين سلعته ، كما ينبغي عليه أن يكون مستعدا للإجابة عن التساؤلات حال و جودها و معالجتها، كان يعترض الزبون على السعر المرتفع .....

4-2-1- **الكتب بين الاستعارة و الشراء :**

لكل من تاجر الكتب و المكتبي دور في نشر الثقافة و تشجيع القراءة و اكتساب عدد لا بأس به من القراء، وكل تاجر كتب يعلم انه لا يستطيع تحويل كل القراء إلى زبائن دائمين يترددون على متجره لشراء ما جلبه من مختلف دور النشر، و أمين المكتبة بدوره يعلم أن للكتب عدة نواحي للاستعمال التي لا يمكن أن توفرها المكتبات. بإمكان المكتبي مساعدة القارئ و توجيهه إلى المتاجر إذا لم يكن هناك مطلبه، فالمكتبات عادة لا تشتري سوى ما هو مطلوب من قبل الأساتذة و ما يحتاجه الطالب الباحث فإذا لم يجد حاجته فانه في عوض استعارة كتاب لم يجده بالمكتبة أو يحتاجه بشدة فانه يفضل شراءه لامتلاكه و العمل به يوميا مثل القاموس فان القارئ يحبذ شراءه على استعارته لفترة محدودة .

وهنا يتبادر في الذهن السؤال الآتي : هل يلجأ القارئ إذن إلى أسلوب الشراء كبديل للاستعارة؟ طبعاً "لا" لأن بعض المتاجر لا تملك من الكتب مما تزخر به بعض المكتبات . و لعل أهم شيء في شراء الكتب هو حرية التصرف فيها ، من وضع العلامات مثلا فالكثير من القراء أثناء قراءتهم ياستهويهم وضع علامات على فقرات متميزة أو تهمة و يريد الرجوع إليها إذا أراد ذلك ، أو حتى يعيرها إلى أصدقاء له إذا أراد ذلك.

2- **الدراسة الميدانية :**

و قياما بالبحث الميداني كان من اجل إبراز دور بائع الكتب ومدى فعاليته في وسط بيئته ، و كذا التعرف على واقع مهنته في الوقت الحالي ( سنة 2012) . إزاء مختلف المستويات التجارية الأخرى ، وهذا قصد إزالة الستار عن عالم بائعي الكتب الخواص في دراسة من اغلب النواحي دراسة تحليلية .

1-2- **تقديم الدراسة :**

- قمت بإحصاء ثمانية (08) متاجر للكتاب، يعرفها العام و الخاص في و سط ولاية وهران و ذلك لموقعها الاستراتيجي ، لقد أبدى أصحابها جميعا استعدادهم للتعاون باستثناء البعض الآخر و الذي رفض الفكرة تماما وبحجج عديدة .

1-1-2- المجال المكاني : لقد تمنيت أن تشمل الدراسة جميع متاجر الكتب الموجودة بالمدينة مهما اختلف مكانها، ولكن ذلك سوف يستغرق من

الوقت و الجهد ما ليس باستطاعتي ، لذلك اقتصرت الدراسة على وسط ولاية وهران لإستراتيجية المكان .

2-1-2- المجال الزمني : تم توزيع الاستبيان على بائعي الكتب في مدة دامت أسبوعا كاملا في أوقات مختلفة ، كما اختلفت أوقات جمعها أيضا .

2-1-3- العينة : كانت لي دراسة استطلاعية مسبقة حول إمكانية تعاون باعة الكتب في الموضوع وما إن استقر البحث عند عينة معينة حتى وزعت الاستبيان على كل الباعة الموجودين بمتاجر بيع الكتب سواء كانوا مسئولين أو باعة مساعدين (14 استبيانا ) ، فكانت ثمانية متاجر للكتب ، نذكرها كما يلي :

جدول لمتاجر بيع الكتب كعينة بحث :

#### 2-1-4- أدوات الدراسة :

لقد اعتمدت في بحثي الميداني علي كل من الملاحظة و السؤال المباشر و الاستفسار و المناقشة أيضا كلما أتحت لي الفرصة لذلك ، حتى يساعد في ملأ الاستبيان وتوضيح بعض الأمور الغامضة

فجاء الاستبيان جامعا لخمسة محاور أساسية موزعة كما يلي :

**المحور الأول :** خصصت له (03) ثلاثة أسئلة ، من السؤال الأول إلى غاية السؤال الثالث، وقد تعلقت بالبيانات الشخصية لبائع الكتب نفسه من: الجنس ، السن و المستوى الدراسي .

**المحور الثاني:** خصصت له (07) سبعة أسئلة من السؤال الرابع إلى السؤال العاشر و تعلقت بياناته

حول المتجر من حيث اسم و عنوان المتجر و سنة فتحه بالإضافة إلى الصفة التي يحملها البائع بالمتجر (مسئولا أو بائعا مساعدا أو مسئولا و بائعا ) ، و إذا كان متكون بمهنة بيع الكتب و إذا كان قد تلقى تكوينها و كيف تعلم أصولها ، وعن الأساس الذي تم عليه اختيار العاملين المساعدين بالمتجر.

**المحور الثالث:** و يضم (07) أسئلة من السؤال (11) إلى السؤال (17)، ولقد عالجت بياناته محتويات المتجر من حيث : إذا كان يبيع أشياء أخرى غير الكتب بالمتجر ، وما هي؟ وإذا كان يتخصص في بيع نوع معين من الكتب أم جميعها ، وعن الكتب التي تلقى رواجا كبيرا بالمتجر و اللغة التي تروج بها ، وكذا عن الوسائل التي تستخدم لإشهار الكتب خاصة الجديدة منها بالإضافة إلى نوع الزبون الذي يستفيد من المحتويات .

**المحور الرابع :** و يحوي (06) أسئلة من السؤال (18) إلى السؤال (21)، وتعلقت بياناته حول مهام

و ثقافة البائع ، بداية عن المهام التي يقوم بها بالمتجر ووجهة نظره حول المهنة إن كانت صعبة ، مريحة أو متعبة نوعا ما ، و عن مدى حبه لها و للقراءة أيضا ، إضافة إلى اللغة التي يعتمدها في ذلك .

**المحور الخامس :** و يضم الأسئلة من (22) إلى (33) و لقد تعلقت بياناته حول علاقة البائع مع الناشرين و الموزعين من حيث نوعية العلاقة التي تربط البائع مع الناشر أو الموزع مع ذكر البعض ممن يتعامل معهم ، وإذا كان يفضل بينهم في التعامل و على أي أساس يختار بينهم ، و إذا كان لدى

البائع مشاكل تذكر معهم ، و على أي أساس يختار العناوين التي يقتنيها ، و إذا كان لبائع الكتب تجربة في استيراد الكتب ، زيادة على ذلك الأساس الذي يتم عليه تحديد ثمن الكتاب ثم ختمت الأسئلة بسؤال حول ردة فعل المجتمع إزاء مهنة بائع الكتب و إن كان يرغب في تغييرها مستقبلا وعن العقبات التي تواجهه يوميا وان كان منتمي إلى جمعية بائعي الكتب .

## 2-2- تحليل نتائج الاستبيان :

اشتمل الاستبيان على (36) سؤالاً ، نورد تحليلها كما يلي :

### 1. الجنس :

وفقا للنتائج والبيانات و التي أشارت إلى أن أفراد العينة المدروسة أغلبيتهم ذكور بعدد 11 بائعا و ذلك واضح في 7 متاجر بيع كتب و هذا ما يعادل نسبة 78,57% و بينهم نجد 3 إناث بكل من مكتبة عراس ، مكتبة الألفية الثالثة و مكتبة المأمون . وهكذا نستنتج بأنه بالرغم من أن النسبة كانت قليلة إلا هذا يعني أن بائع الكتب ليس الرجل الجزائري فقط بل في المرأة الجزائرية و التي اقتحمت جميع الميادين و حتى تجارة الكتب .

### 2. السن :

من خلال النتائج الواردة بالدراسة نستنتج أن سن تاجر الكتب في وسط وهران ليس محددًا و يمتد من 15 سنة إلى 60 سنة ، إذا هناك 3 باعة أي مايقدر ب 21,43% أعمارهم بين 55 سنة إلى 60 سنة بينما تليها نسبة الشباب أي ب 14,29% ما بين سن 15 سنة و 20 سنة وما بين 25 سنة إلى 30 سنة ، إضافة إلى ما سنهم ما بين 35 سنة إلى 40 سنة بعدد 2 من الباعة لكل نسبة . و تتوزع النسب الأخرى بالتساوي و تقدر ب 7,14% ما بين 20 سنة إلى 25 سنة و ما بين 30 سنة إلى 35 سنة و أيضا بين كل من 40 سنة إلى 45 سنة و 45 سنة إلى 50 سنة .

و أخيرا ما بين 50 سنة إلى 55 سنة ، و المهم أن بائع الكتب وسط ولاية وهران على كل المستويات .

### 3. المستوى الدراسي :

تحيلنا النتائج المتوصل إليها إلى أن باعة الكتب من جميع المستويات و ليس له مستوى معين حتى يمارس المهنة ، فكل من المستوى الابتدائي و المتوسط و الثانوي و الجامعي حصل على إجابة واحدة من قبل 10 باعة للكتب توزعت كما يلي :

ثلاثة باعة للكتب من ذوي المستوى المتوسط بنسبة 21,43% ، و 3 ذوي مستوى ثانوي بنسبة 21,43% و 3 الباقية ذو مستوى جامعي بنفس النسبة أيضا. كما يملك الباعة أيضا بالإضافة إلى المستوى تكويننا آخر مثل ما هو واضح عند ذوي المستوى المتوسط و يملكون تكويننا في الإعلام الآلي بنسبة 17,14% و أيضا الجامعي في الإعلام الآلي أيضا و السياحة بنسبة 14,29% و المهم في الأمر أيضا البائع الجامعي بمكتبة التطور و الذي يملك تكويننا في تخصص علم المكتبات و هذا أمر جيد .

4- اسم و عنوان المتجر : وقد اشرنا إلى ذلك بالجدول الموضح أعلاه .

### 5\_ سنة فتح متجر بيع الكتب :

يتضح من خلال نتائج المدروسة إلى انه هناك من متاجر الكتب ماهي عريقة ، وضاربة في القدم، حيث فتحت واحدة منها أبوابها بعد الاستقلال مباشرة وهي مكتبة الفتح سنة 1963 أي ما يعادل 12,5% و البعض الآخر منها ما فتح في فترة السبعينات و هي ثلاثة متاجر أحداها مكتبة التطور و التي فتحت سنة 1971 و الأخرى مكتبة بن سماعيل و التي فتحت سنة 1977 و مكتبة المورد التي ظهرت سنة 1980 و هذا ما يعادل نسبة 25%، و ما هذا إلا دليل على الامتداد التاريخي الذي عاشته هذه المتاجر في وسط المنتجات الفكرية و المجتمع، أما عن المتاجر التي افتتحت خلال فترة الثمانينات فكانت حسب ما هو موضح بالجدول، و هي أولا مكتبة المأمون التي بدأت عملها سنة 1983 و ثانيا مكتبة جودي، و كل هذا بما يعادل نسبة 25% و ما استمرار هذه المتاجر في عملها إلى هذا الحين إلا دليل على أنها تملك مكانة معترف بها في وسط مجتمعها الذي تخدمه. كما برزت حديثا خلال سنة 2006 مكتبة الألفية الثالثة و مكتبة عراس بـ 2012.

### **6\_ صفة البائع بالمتجر :**

جدول رقم (5): صفة البائع بمتجر بيع الكتب :  
بعد احصاء النتائج يتضح أن كون البائع مسئولاً أيضاً اخذ نسب 71,43% و هي تفوق نسبة الباعة المساعدين و التي هي تقدر بـ 28,57% و هذا يلفت الانتباه إلى أن المهنة قد تكون سهلة لدرجة تحمل الدورين كما قد يطرح عدة تساؤلات فهل هذا راجع لفقدان الثقة لدى مسئول متاجر بيع الكتب اتجاه الباعة المساعدين لهم، ا وان الباعة المساعدين لا يملكون من الكفاءة ما يلزم لتوظيفهم بالمتاجر علما ان المهام و المسؤوليات متعددة.

### **7\_ هل أنت متكون في مهنة بيع الكتب او ما يعادلها كالتسويق مثلا؟ :**

لوحظ بالنتائج إن نسبة لا قدرت بـ 92,86% و هي تفوق نسبة نعم و هي 7,14% و هذا دليل على أن تقريبا كل باعة الكتب و مسئول متاجر لم يتلقوا أي تكوين متخصصا في مهنة بيع الكتب او حتى مهنة التسويق إطلاقا ، إلا أننا نستثني منهم مسؤول مكتبة التطور و الذي أعلن عن تلقيه تكوينا في تخصص علم المكتبات في فرنسا بـ Maison Hachette و عليه فعلى حسب الأغلبية فان أي شخص يستطيع أن يمارس المهنة .

### **8- إذا لم تتلق تكوينا في المهنة، كيف تعلمت أصولها؟ :**

أشارت النتائج إلى أن نسبة الممارسة و المجهود الشخصي تغلب على النسب الأخرى بما يعادل 76,29% و تليها نسبة عامل الوراثة "أبا عن جد" فتقدر بـ 15,38% و هو عامل اتبعه الباعة المسئولين بمكتبة الفتح و أما عن السبب الأخر و الذي طرحته البائعة المسؤولة بمكتبة الألفية الثالثة و المتمثل في الخبرة المكتسبة من قبل ابنتها التي درست علم المكتبات خارج الوطن فكانت لها خبرة في المجال، و هذا يبين انه بعيدا عن التكوين في التخصص للمهنة يمكن أن تكون هناك ظروف خاصة قد تلعب دورا فعلا في اكتساب المهنة.

### **9- هل تتمنى أن تلقى تكوينا متخصصا :**

رغبة في معرفة أهمية التكوين رغبة في معرفة أهمية التكوين في المجال (بيع الكتب) في نظر الباعة، فكانت النتائج بالجدول والتمثيل البياني والتي تقدر بـ 69,23% تشير فعلا لمدى أهمية التكوين في نظر الباعة ووعيهم بضرورة اكتساب ثقافة ومعارف جديدة في المجال. ونسبة "لا" تحظى بـ 30,77% وهو رفض واضح ما لشيء سوى لأنهم يظنون بأنهم متمكنين من المهنة.

10- إذا كنت عاملا بالمتجر فعلى أي أساس تم اختيارك للمهنة؟  
بعد احصاء النتائج تبين أن اختيار العاملين يكون إما على أساس المستوى الدراسي أو القراءة إلا أن الاختيار على أساس القراءة يفوق الأسس الأخرى بنسبة 62,5% وتليه نسبة المستوى الدراسي 37,5%، فهو يأخذ الأولوية لطريق التوظيف بالمتجر، وهذا شيء مؤسف وخاصة أننا نعرف بأن نسبة كبيرة من خريجي الجامعات يعانون البطالة ومنهم من له القدرة والكفاءة على إقناع الآخر بشراء الكتب على حسب الأذواق والمستويات.

11- هل تبيع أشياء أخرى غير الكتب بمتجرك؟  
وقد سألت هذا السؤال وأنا أعتقد أننا تجاوزنا تلك المرحلة التي يجب أن يبيع فيها بائع الكتب أشياء أخرى مع الكتاب حتى يضمن الاستمرارية لمتجره ولكن إن النتائج كانت غير ذلك إذ أجابت ثلاثة متاجر بـ "نعم" وهي تقدر بـ 37,5% من بين الثمانية متاجر (أي أدوات مدرسية أو أقراص مضغوطة ثقافية أو مطويات.....)، إلا أن الأغلبية الباقية وهي 5 متاجر أجابت "لا" وهي مكتبة بن سماعيل ومكتبة الفتح، مكتبة الموارد، مكتبة التطور، مكتبة المأمون.

12- إذا كان "نعم" فما هي؟  
كما توضح بالنتائج فهناك تعدد في الإجابات بتعدد الاقتراحات الواردة بالسؤال من أدوات مدرسية ومجلات ومواد أخرى.....، حيث أن نسبة المتاجر التي ترفض فكرة بيع مواد أخرى غير الكتب بالمتجر ترتفع بـ 62,5% وعددها (05) أما الباقين فتتراوح بين 25% و 12,5% فمنهم من يبيع مجلات خاصة بالأطفال كمكتبة الألفية الثالثة ونجد الأدوات المدرسية والمواد الأخرى كالعسل وزيت الزيتون بمكتبة جودي إضافة إلى بعض المطويات والأقراص المضغوطة الثقافية بمكتبة عراس.  
ولكن السؤال يبقى مطروحا هل هذه رغبة في استمالة الزبائن أو هو أسلوب لتغيير مظهر المتجر؟ أو إن متاجر الكتب تفقد الثقة في الكتاب لوحده كسلعة ثقافية، ورغبة في الكسب المادي.

13- هل تخصص في بيع نوع معين من الكتب أم جميعها؟  
أكدت النتائج بأن تاجر الكتب بالجزائر ما زال بعيدا كل البعد عن التخصص، إذ أن متاجر الكتب الثمانية والتي هي محل الدراسة لا تخصص في مجال معين، فمتى نصل إلى مرحلة التخصص هذه؟

14- ما هي الكتب التي تلقى رواجاً كبيراً في متجرك؟  
وفقاً للنتائج نلاحظ تعدد الإجابات حسب تعدد الاقتراحات الواردة بالسؤال، فتباينت بين المجيبين بإجابة واحدة أو ثلاث إجابات أو أربع وحتى خمس وست إجابات إذ بلغت عند ذوي الخمس إجابات أعلى نسبة بـ %

37.5) كتب دينية ، كتب أطفال، شبه مدرسية ، كتب الطبخ، قصص وروايات) وتليها نسبة الست إجابات بـ 25% (كتب دينية+كتب أطفال+شبه مدرسية +طبخ+قصص و روايات+كتب أخرى) إذ يؤكد الباعة أن كتب القانون مطلوبة بكثرة و ننتبه أيضا إلى أن الكتب الدينية و الكتب شبه المدرسية و كتب الطبخ تكررت في الإجابات ، و عليه يمكن القول انه مهما تعددت الإجابات إلا أنها تصبو لنتيجة إلا و هي أن الكتب رائجة بأنواعها المختلفة وهذا متوقف على الزبون و رغبته و مستواه الثقافي .

### 15- بأي لغة ؟

إذ لوحظ ارتفاع نسبة المتاجر المجيب أصحابها بثلاث إجابات (عربية، فرنسية، انجليزية ) وهي (04) و هذا ما يعادل نسبة 50 % أما البقية منهم باعة وقع اختيارهم على لغتين ( فرنسية و عربية) بنسبة 37,5% و لغة واحدة بنسبة 12,5 % - ومن هنا يتبين أن مجتمع العينة وسط ولاية وهران ذو ثقافة محب للقراءة والمطالعة بجميع اللغات تقريبا

### 16- نوع الزبون ؟

حسب ما ورد بالنتائج فان متاجر الكتب بوسط مدينة وهران تستقبل مختلف الزبائن سواء كانوا رجال أو نساء أو أطفال وهو ما يعادل نسبة 100%

### 17- ماهي الوسائل التي تستخدمها متاجر بيع الكتب الجديدة بها ؟

حسب للنتائج المتوصل إليها يتضح لنا أن استخدام الواجهة لإشهار الكتب وخاصة الجديدة منها يحتل المرتبة الأولى بين بائعي الكتب ب (07) - متاجر من العينة المدروسة وذلك بما يعادل نسبة 87,5 % أما الورق الإشهاري فلا يعتمد عليه من قبل الباعة ، أما فيما يخص الوسيلة الأخرى فقد يستعمل البريد الإلكتروني حسب ما صرح به بائع مكتبة عراس.

### 18- هل يمكن أن تذكر جميع المهام التي تقوم بها في المتجر ؟

لقد اشتمل السؤال المطروح على عدة اقتراحات تعددت فيها الإجابات والتي كانت كالتالي : ( الاستقبال -تنظيم الكتب على الرفوف -استخراج الكتب من المخازن إلى المتجر- البيع - إرشاد الزبائن - تحضير الطلبات - ضبط الحسابات- مراقبة الزبائن لمنع السرقات) ولقد ظهر أن أغلبية الباعة والذي بلغ عددهم ثمانية اختاروا كل الاقتراحات الموجودة في السؤال والتي عددها ثمانية اقتراحات فبلغت نسبتها 57,14 % ، أما فيما يخص المجيبين ستة اقتراحات فكان عددهم اثنان وهذا ما يعادل 42,86% والباعة الباقين فأعمالهم تنحصر بين الاستقبال والبيع أو إرشاد الزبائن وتنظيم الكتب على الرفوف . وعليه نلاحظ أن جميع أفراد العينة المدروسة يقومون بالتقريب بنفس المهام الموكلة إليهم داخل المتجر وهذا ما يدفعنا للقول أن هناك نوع من الفوضى في توزيع المهام بالمتاجر، ولان تسيير الناجح يتطلب لكل واحد مهامه الخاصة به ليقوم بها على أكمل وجه .

### 19- كيف تبدو لك المهنة ؟

علما أن الباعة منهم من عايش المهنة منذ الستينات إلى يومنا هذا من العينة المدروسة اجمعوا على أن مهنة بيع الكتب مريحة تارة ( عند ستة بائعين ) ومتعبة تارة أخرى ( عند ستة بائعين آخرين ) وهذا ما يعادل 42,86% لكليهما أكثر مما هي صعبة ، وأخيرا نقول أن التعب بالمهنة متوقف على المهام التي يقوم بها البائع والريح متوقف على حسب الزبون ومدى تقبله للمنتوج المعروض عليه .

#### 20- هل تحب مهنتك ؟

أبيت إلا أن اطرح السؤال رغبة في جس نبض الباعة نحو المهنة وعليه فلقد أكدت النتائج مدى حب الباعة لمهنتهم وهذا جلي بنسبة % 100 لإجابتهم بـ "نعم" . فهذا عامل مشجع لاستمرار بالمهنة وأمل للزبون لكي يستعد للمزيد من السلع الثقافية .

#### 21- هل تحب القراءة ؟

يتضح من خلال بيانات الدراسة على أن نسبة حب القراءة لدى باعة الكتب والذي بلغ عددهم (13) أي 92,86% هي أعلى نسبة ( من كتب دينية وأدبية وفي التاريخ و القصص و التكنولوجيا... ) وهذا شيء مشرف لبائع الكتب الجزائري في مجال عمله مهما كان مستواه. فعلى بائع الكتب أن يقرأ ولو قليلا لكي يعيش مهنته.

#### 22- بأي لغة ؟

من خلال النتائج نستنتج أن أفراد العينة معظمهم يقرأ باللغتين (عربية، فرنسية) بنسبة 42,86% وهذا ما يبين أن هؤلاء الباعة متمكنون من اللغتين ، ثم تليها نسب كل من اللغة العربية بـ 28,57% ثم اللغة الفرنسية بـ 21,43%. أما اللغات الأخرى فلم تحظ بمكانة لدى الباعة ، فهل يمكن أن تحظى بها مستقبلا؟

#### 23- كيف هي علاقتك بالناشرين ؟

لمعرفة العلاقة التي تربط البائع مع الناشرين و الموزعين اتضح بالنتائج انه ( 08) متاجر بيع الكتب لها علاقة جيدة مع الناشرين و الموزعين و هذا ما يعادل 100%.

#### 24- اذكر بعض الناشرين و الموزعين الذين تتعامل معهم ؟

جدول رقم (22) لمختلف دور النشر التي تتعامل معها متاجر بيع الكتب

متجر بيع الكتب	مكتبة بن سماعيل	مكتبة الفتح	مكتبة المأمون	مكتبة الموراد	مكتبة الألفية الثالثة	مكتبة التطور	مكتبة جودي	مكتبة عراس
----------------	-----------------	-------------	---------------	---------------	-----------------------	--------------	------------	------------

دار_الكتا ب الحدي ث دار_الغد دار_الإما م البخا ري دار_الإما م مالك	دار_المعرف ة دار_الحدي ث دار_الخلد ونية _المعا صرة دار_النفية س _قرطب ة _المجتهد _ضياء	دار-الشهاب دار-الهومة دار-المعرفة دار-العثمانية - EDIF2000 _BERTY دار_النجاح _دار الهدى	دار-الشه اب - القصة بة	دار-المعرف ة دار-الحدي ث دار-الهنا دار-البشير الإبراهيمي دار-العثمانية ية - Berty دار-الهنا	دار-الغر ب دار-المعرفة ث دار-الكتب ب العلم ية دار-الشه اب - البرزخ - القصة بة دار-الهدى دار-الهدى دار-الهنا - مكتب ة الخص راء دار-الأدب	دار-الحديث دار-الهنا دار-ابن رشد(خ) ميس مليانة ) العلم ية دار-الشه اب - البرزخ - القصة بة دار-الهدى دار-الهدى دار-الهنا - مكتب ة الخص راء دار-الأدب	دار-القص بة دار-الشه اب - قصر الكتا ب (الجز ائر العاص مة	دور النشر
---	---	---	------------------------------------	--	--	--	---	--------------

يبين الجدول مختلف دور النشر التي يتعامل معها كل متجر لبيع الكتب  
بوسط ولاية وهران ، و هذا يؤكد على العلاقة التي تربط متاجر بيع الكتب (

من العينة المدروسة) مع مختلف دور النشر سواء من قريب أو من بعيد للترود بمختلف المتوجات الفكرية قدر الإمكان.

## 25\_ على أي أساس تختار بين ناشر و آخر ؟

من خلال النتائج المتحصل عليها نستنتج أن الإجابات تعددت بتعدد الاقتراحات فكانت تتراوح بين الإجابة الواحدة و الإجابتين وحتى الثلاث إجابات إذ أن أغلبية مسؤولي متاجر بيع الكتب اتفقت إجابتهم على أساس التعاملات السابقة و شهرة الناشر وجودة منتوجه وبلغ عددهم (04) أي ما يعادل 50 % ، أما الفئة التي تفضل التعامل على أساس جودة المنتج فكانت (02) وهي مكتبة المأمون ومكتبة بن إسماعيل بنسبة 25 % ، أما صاحب مكتبة التطور فاختار التعامل مع دور النشر على أساس التعاملات السابقة إضافة إلى سبب آخر يتمثل في توفيره الكتب المطلوبة من قبل القارئ والثقة المتبادلة وهذا ما يمثل بنسبة 12,50% وبالتماثل نجد صاحب مكتبة الفتح يعتمد في الاختيار على التعاملات السابقة والشهرة أيضا بنسبة 12,50% .

وهكذا نستنتج أن التعاملات السابقة مع الناشرين تكسب الباعة الثقة سواء في الأفراد أو المنتجات .

## 26- هل لديك مشاكل تذكر مع الناشرين أو الموزعين ؟

رغبة في تبين وضعية العلاقة بين وضعية العلاقة بين صاحب المتجر والناشرين ، فنتائج الجدول والتمثيل البياني توضح بان كل مسؤولي متاجر بيع الكتب كانت إجابتهم "لا" وهذا ما يعادل نسبة 100 % ، وعليه فإن كل ما يرى أن هذه النتائج يحكم على انه كل شيء على ما يرام ولا أظن أن هذا شيء فعلي 100 % وبقبله العقل كليا وخاصة في مجتمعنا هذا وتحت غطاء الواقع المعيشي .

## 27- على أي أساس تختار العناوين التي تفتنيها ؟

لقد ارتأينا طرح هذا السؤال حتى نتبين كيفية سير عملية الاقتناء و التي يعتمد عليها أصحاب المتاجر، و تبعا للنتائج المتحصل عليها تعددت الإجابات فقد اجمع (04) مسؤولين على متاجر بيع الكتب في عملية الاقتناء على أساس العينات الواردة إليهم من قبل دور النشر أو التنقل إليهم للاطلاع أكثر أو حتى التواصل معهم عن طريق الهاتف أو الفاكس ، وهذا ما يعادل نسبة 50 % ، و هذه المتاجر هي مكتبة جودي ، و مكتبة الموارد ، و مكتبة بن سماعيل ، أما في الدرجة الثانية فنجد الاختيار الثاني واقع على ثلاثة أسس و هي أدلة الناشرين و التنقل إلى أماكن النشر بالإضافة إلى التنقل إلى المعارض لغرض متابعة الإصدارات الجديدة للكتب إضافة للأسعار وهذا كله بنسبة 25% هي أسس اتفقت عليها مكتبة المأمون و مكتبة الألفية الثالثة على السواء ، إلا أن كل من مكتبة التطور و مكتبة عراس كان لهما اختيارها الخاص بين أدلة الناشرين و الوسائل الأخرى من جهة و التنقل إلى أماكن النشر و المعارض من جهة أخرى بنسبة 25 % لكليهما. وعليه نجمع على أن اختيار الكتب إجمالاً قد يتم على أساس العينات الواردة من دور النشر حيناً و التنقل إلى أماكن النشر حيناً آخر .

## 28\_ هل لديك تجربة في استيراد الكتب ؟

طرح هذا السؤال لتقصي مدى تطور متاجر الكتب و خاصة القديمة منها في مجال العملية البيعية ، و وفقا للنتائج الواردة للنتائج المتوصل إليها نستنتج أن بان كل أصحاب المتاجر اجمعوا على عدم اعتمادهم أي تجربة في استيراد الكتب أي ما يعادل نسبة 100%.

### 29\_ كيف تحصل على الكتب المستوردة ؟

صرح كل الباعة المسئولين (09) بأن دور النشر هي من تتكفل بعملية الاستيراد.

### 30\_ على أي أساس يحدد ثمن الكتاب ؟

أبيت وضع هذا السؤال لمعرفة الأساس الذي عليه يتم تحديد ثمن الكتاب و الذي يعاني منه الزبون في بعض الأحيان و يمنعه من اقتناؤه ، و عليه أبحاثنا النتائج إلى أن نسبة تحديد الأسعار عن طريق التجار أنفسهم أخذت نصيبها الأوفر لتصل إلى 100 % ، وهذا يبين بان سعر الكتاب يحدده التاجر بمفرده أي كما صرح أغليبتهم بان نسبة الربح تقدر بـ 30% و التاجر هنا حر في تحديد الثمن أي يزيد عليه أو ينقص.

### 31\_ عندما تذكر لأحد الأشخاص في المجتمع مهنتك كيف يكون رده ؟

وفقا للنتائج المتوصل إليها نستنتج بان الأغلبية من الباعة تؤكد على أنها تتلقى الاحترام من أفراد المجتمع وهم (07) و هذا بنسبة 50 %، أما النسبة الباقية فتتوزع بين 42,86% لعدد باعة (6) و الذين اجمعوا على أنهم يتلقون ردود أفعال عادية ، أما النسبة الأخرى 7,14% لبائع واحد إذ يشير إلى انه يواجه أحيانا ردود أفعال تقلل من شأنه ، و رغم هذا نستنتج بان مهنة بيع الكتب تلقى الاحترام من أفراد المجتمع ، وهي مهنة تستحق الاحترام

### 32\_ هل ترغب في تعبير مهنتك في المستقبل ؟

أشارت الإحصائيات إلى أن نسبة "لا" تقدر 85,71% وهذا دليل على أن تقريبا معظم الباعة وعددهم 12 معترضون على فكرة تغيير المهنة في المستقبل وهذا عامل مهم ومبشر في أن تستمر متاجر بيع الكتب على الأمد البعيد برغم من وجود نسبة ولو أنها قليلة نوعا ما تصل إلى 14,29% من (اثتان ) باعة والذين يؤكدون على تغيير المهنة مثل البائع المساعد بمكتبة عراس وهذا لعدم اقتناعهم بها .

### 33- ما هي العقبات التي تواجهك يوميا في مهنتك؟

تفاوتت وجهات نظر باعة الكتب من العين المدروسة بخصوص هذا السؤال بين من يجمع على وجود أي عقبات تعترضهم ، وعملهم يتم بظروف جيدة في حين البعض الآخر أجاب بعكس ذلك تماما ، إذ أصروا أن العقبات تكمن في بعض الأحيان في طبائع الزبائن المختلفة ، وملل بسبب خلو المحل من الزبائن ويرجع البائع ذلك إلى قلة استعمال الكتاب من جهة ووجود المعارض الذي استقطب معظم الزبائن ،بالإضافة إلى شكوى الباعة من مشكل السرقة .

### 34- هل أنت منتمي إلى جمعية بائعي الكتب ؟

من خلال النتائج اتضح أن تجار الكتب صرحوا بعدم انضمامهم إلى أية جمعية وهذا ما يعادل نسبة 100 % علما أنهم أبدوا اهتمامهم بهذا الموضوع ، وذكر صاحب مكتبة التطور على انه هناك اقتراح حول تشكيل هذه الجمعية ،

### الخلاصة :

\_ تقريبا كل باعة الكتب من العينة المدروسة بوسط ولاية وهران ذكور ولكن هذا لا ينفي وجود الإناث وكمسئولين بالتاجر ، ويتراوح سنهم جميعا ما بين 18 سنة و 60 سنة ويتأرجح مستواهم الدراسي ما بين المتوسط ، الثانوي والجامعي .

\_ إن باعة الكتب فتحوا متاجرهم ما بين 1960-2012 إلا أن نسبتهم ما بين 1970-1980 كانت كبيرة .

\_ تغلب تقريبا على البائع صفة المسئول والبائع في نفس الوقت بالمترجم أي أن البائع يتقصد الدورين في مجتمعنا وخاصة في ولاية وهران  
\_ تقريبا كل أفراد العينة المدروسة لا يملكون تكوينا في التخصص باستثناء المسئول البائع في مكتبة التطور الذي حضي بتكوين بفرنسا ، إلا أننا نجدهم تعلموا أصول المهنة بالممارسة والمجهود الشخصي حيناً أو بالوراثة حيناً آخر ، إضافة إلى أن الأغلبية فكرة التكوين في التخصص .

\_ عامل القرابة يأخذ أكبر نسبة في مجال التوظيف في محلات بيع الكتب  
\_ لا زالت بعض متاجر بيع الكتب لا تقتصر تجارتهم على الكتب بل حتى الأدوات المدرسية والأقراص المضغوطة الثقافية وبعض المطويات على سبيل المثال .

\_ كل متاجر بيع الكتب تحوي جميع أنواع الكتب ، أين تلقى بها الكتب الدينية وكتب الأطفال وكتب الطبخ وكتب شبه مدرسية رواجاً كبيراً باللغات العربية والفرنسية وحتى الإنجليزية على سواء ، والمتاجر كلها تعتمد الواجهة بنسبة 90 % للترويج والإشهار بها ، وهم يستقبلون بها مختلف الزبائن سواء رجال أو نساء أو أطفال ، وحتى التلاميذ و الطلبة

\_ أغلبية باعة الكتب يقومون أحياناً بنفس المهام تقريبا كاستقبال الزبائن وإرشادهم ، تنظيم الكتب على الرفوف وتحضير الطلبات المختلفة ، مراقبة الزبائن لمنع السرقات وضبط الحسابات أيضاً ، باستثناء ثلاث منهم تنحصر أعمالهم بالاستقبال وإرشاد الزبائن ومراقبة السرقة بالإضافة إلى ترتيب الكتب على الرفوف .

\_ هناك من الباعة من ينظر إلى مهنة بيع الكتب على أنها مريحة ومنهم من يؤكد على أنها متعبة نوعاً ما والكل يحب القراءة ويفضل مهنته .

\_ مع اختلاف مستويات الباعة فهم جميعاً يحبون القراءة في مختلف المواضيع ( الدينية منها والأدبية وحتى التاريخية وغيرها ) وباللغتين العربية والفرنسية

\_ يشهد الباعة على العلاقة الجيدة التي تربطهم بالناشرين ، ويتم التعامل مع هؤلاء على أساس التعاملات السابقة وشهرة الناشر وحتى جودة منتوجه . وليس لديهم أي مشاكل تذكر مع بعضهم ويتم اقتناؤهم لمختلف العناوين

على أساس العينات التي تحضرها لهم دور النشر، أو حتى التنقل إلى أماكن دور النشر.

\_ يؤكد الباعة على عدم اعتمادهم لأي تجربة في استيراد الكتب مرجعين ذلك لدور النشر وتكفلها الكلي بذلك.

\_ كان تاجر يقوم بتحديد ثمن الكتاب بمفرده مفسرين ذلك بالنسبة التي يحددها لهم القانون و هي 30% و التي تزيد على ثمن اقتناء الكتاب ، و عليه لهم حق التصرف فيها بالزيادة أو النقصان .

\_ أغلبية باعة الكتب يجمعون على أن مهنتهم تجلب لهم الاحترام من قبل أفراد مجتمعهم ، او على الأقل رد فعل عادي . إذن هو محترم على العموم وكلهم تقريبا يحب مهنته و لا ينوي تغييرها في المستقبل.

\_ أغلبية الباعة يشكون من نفس المشاكل تقريبا منها طبائع الزبائن المختلفة و السرقة و الملل في بعض الأحيان من خلو المحل من الزبائن أما بسبب قلة استعمال الكتاب أو حتى وجود المعارض الذي استقطب معظم الزبائن.

\_ كل باعة الكتب ينفون انضمامهم لجمعية بائعي الكتب (الجزائر العاصمة) و يؤكدون على ضرورتها ، و الاقتراح لتشكيلها وارد.

### التوصيات:

لتأكيد الدور البارز لبائع الكتب في تسويق المادة الفكرية ، ندرج بعض التوصيات و هي :

\_ على بائع الكتب أن يعمل دائما على بناء الألفة و توطيد العلاقة الجيدة مع الزبون لكسب حضوره الدائم و ثقته التامة و تزويده بكل ما هو جديد .

\_ أن يبقى بائع الكتب في اتصال مستمر مع تجار الجملة ، الناشرين و الموزعين لتنشيط سوق الكتاب في الجزائر و وهران على الأخص ، أي لا يكون حكرا على أشخاص قد لا يمتون بأي صلة للميدان و رغبتهم الوحيدة هي الربح و إدخال الكتاب ضمن قائمة سلع السوق الموازية .

\_ على بائع الكتب أن يحب مهنته أكثر حتى يكون له دافعا قويا للتطلع نحو الأفضل و العمل بدون كلل أو ملل .

\_ أن تكون له ثقافة واسعة تمكنه من أداء مهنته بكل حرية و راحة و أن يكون مجددا و مسائرا لعصر التكنولوجيات الحديثة .

- الهوامش:

- 1 محمد أمين البهاوي . عالم الكتب و القراءة و المكتبات . القاهرة:العربي للنشر و التوزيع، 1984.ص.19

- 2 Paul ROBERT . Le petit Robert : Dictionnaire de la langue française . paris :[s.ed.],2002 .p.1484

- 3 Michel BROUILLON. Les professions du livre .paris :ellipses ,1999 .p.35

- 4 Dictionnaire encyclopédique Larousse . paris :larousse.2001.p.911

- 5 ابن خلدون . المقدمة . ط.القاهرة : المكتبة التجارية الكبرى ، 1978 . ص. 421-423

- 6 La grande encyclopédie :inventaire raisonne des sciences,des lettres et des arts par une société de savants et de gens de lettres . paris :H .Lamirault et cie [s.d.]-T22 .p. 365

- 7 ابن النديم . الفهرست . بيروت : دار المعرفة ، 1994 .ص.5

- 8 محمد عبيدات . إدارة المبيعات : مدخل سلوكي . ط.3. عمان : دار المستقبل للنشر و التوزيع ، 1995.ص.ص 68-69

- 9 محمد فريد الصحن . التسويق : المفاهيم و الاستراتيجيات . الإسكندرية : الدار الجامعية ، 1998، ص.29
- 10 محمد باشا . مبادئ التسويق الحديث . عمان : دار صفاء ، 2000.ص.ص.139-140
- 11 - يمكن أن يأخذ النقد أشكالاً مختلفة منها النقد المستفيض للكتاب الواحد، أو النقد المقارن أو الجامع لعدد من الكتب
- 12 محمد سعيد عبد الفتاح .التسويق .بيروت:دار النهضة العربية ،1983.ص.420
- 13 محمد فريد الصحن . المرجع السابق.ص.144
- 14 شعبان عبد العزيز خليفة .الكتب و المكتبات في العصور الحديثة .القاهرة:الدار المصرية اللبنانية ،2001.ص.72

## الببليوغرافية

### باللغة العربية:

- 1\_ ابن النديم . الفهرست . بيروت : دار المعرفة ، 1994 .464ص.
- 2\_ ابن خلدون . المقدمة .القاهرة : المكتبة التجارية الكبرى ، 1978 .
- 3\_ البنهاوي ، محمد امين . عالم الكتب و القراءة و المكتبات . القاهرة:العربي للنشر و التوزيع،1984 . 236 ص.
- 4\_ باشا، محمد. مبادئ التسويق الحديث . عمان : دار صفاء ، 2000 .163ص
- 5\_ خليفة ،شعبان عبد العزيز .الكتب و المكتبات في العصور الحديثة .القاهرة:الدار المصرية اللبنانية ،2001 .
- 575 ص.
- 6\_ الصحن ، محمد فريد .التسويق : المفاهيم و الاستراتيجيات . الاسكندرية :الدار الجامعية ، 1998 ،402ص.
- عبد الفتاح ،محمد سعيد.التسويق .بيروت:دار النهضة العربية ،1983. ص
- 7\_ عبيدات، محمد . إدارة المبيعات : مدخل سلوكي . ط.3. عمان : دار المستقبل للنشر و التوزيع ، 1995 . 281 ص.

### باللغة الفرنسية :

- <sup>1</sup>- ROBERT , Paul. Le petit Robert : Dictionnaire de la langue française. Paris : [s.ed.],2002 .2949p.
- <sup>2</sup> \_Dictionnaire encyclopédique Larousse . Paris : larousse.2001. 1690p.
- <sup>3</sup> \_ La grande encyclopédie : inventaire raisonné des sciences,des lettres et des arts par une société de savants et de gens de lettres . Paris :H .Lamirault et Cie [s.d.]-T22
- 4\_ BROUILLON, Michel. Les professions du livre .Paris : Ellipses ,1999 .128p.