

ملخص الرسالة

العنوان: تسويق خدمات المعلومات في المكتبة القومية الزراعية المصرية: دراسة حالة.

إعداد: وسام حسن مصطفى حسين الوكيل. الدرجة: الماجستير.

التخصص: علم المكتبات والمعلومات.

إشراف:

- أ.د م/ فيدان عمر مسلم. أستاذ المكتبات والمعلومات المساعد - كلية الآداب - جامعة بني سويف.
- أ.د م/ إيناس حسين صادق. أستاذ المكتبات والمعلومات المساعد - كلية الآداب - جامعة حلوان.

(الملخص)

مما لا شك فيه أن التسويق يساعد المكتبات على تحقيق أهدافها، كما يرفع من مستوى الخدمات التي تقدمها، خاصة إذا كان من ضمن السياسات التي شرعتها المكتبة واهتمت بتنفيذها لتحقيق رضا المستفيدين والارتقاء بمستوى المكتبة الخدمي والمعلوماتي، ويساعد في استغلال الموارد البشرية والمادية وتسخيرها في التعرف على احتياجات المستفيد، ومحاولة تحقيقها. كما يعد التسويق من أهم الوظائف التي تؤديها المكتبات الحريضة على إنجاح رسالتها في المجتمع، ويمثل البوابة الرئيسية التي تسعى المكتبات لإتاحتها مفتوحة تسمح للمستفيدين من خلالها بالوصول لما توفره المكتبة من سلع وخدمات.

وقد جاءت هذه الدراسة في مقدمة، وأربعة فصول، وخاتمة، ويمكن استعراض هذه الفصول بإيجاز فيما يلي:

- الفصل الأول: يتناول تسويق خدمات المعلومات من الناحية النظرية، فتم التعرف على مفهوم التسويق ونشأته وتطوره التاريخي، بالإضافة إلى أهميته وأهدافه والمبررات التي جعلت المكتبات تلجأ إليه، وأخيرًا التعرف على الاستراتيجية التسويقية، وعناصر المزيج التسويقي الموسع.
- الفصل الثاني: يتناول كل ما يتعلق بالمكتبة القومية الزراعية المصرية من حيث (النشأة والتطور، والأهداف والوظائف، الموقع والمساحة، الأثاث والتجهيزات، اللانحة، الهيكل التنظيمي، العاملون، الميزانية، المقتنيات، الإعداد الفني، الخدمات)، وأخيرًا البيئة التسويقية الخاصة بالمكتبة، وكل ما تم ذكره له علاقة بشكل مباشر أو غير مباشر بالتسويق، فكان لا بد من التعرض له وهذا تم من خلال قائمة المراجعة والملاحظة والمعاشية؛ لأن التسويق ليس تسويق خدمات فقط، وإنما تسويق للمكتبة ككل.
- الفصل الثالث: يتناول عينة الدراسة من المستفيدين والعاملين التي شاركت في الإجابة على الاستبيان، وذلك للتعرف على كيفية تسويق الخدمات بالمكتبة محل الدراسة.
- وأخيرًا الفصل الرابع بعنوان "التخطيط لإنشاء خطة تسويق خدمات المكتبة القومية الزراعية المصرية"، ويتناول هذا الفصل مراحل إنشاء خطة تسويق الخدمات التي تقدمها المكتبة محل الدراسة من خلال (المبررات، والتنفيذ، والتصور النهائي للخطة).

وقد توصلت الباحثة إلى عدة نتائج يمكن إجمالها في أن المكتبة محل الدراسة غير مؤهلة بشكل كافٍ لتسويق خدمات المعلومات سواء بالشكل التقليدي أو الإلكتروني.