

الإدارة الذكية والتسويق والجودة الشاملة في المكتبات المتخصصة

أحمد نعيم البنداق

تمهيد :

يعد التوجه نحو مجتمع المعرفة بمثابة حركة جارفة تتمثل بالحجم الهائل من المعلومات العلمية والتكنولوجية التي تتدفق بدون سدود على المستوى الكوني كله بفعل ثورة الاتصالات التي تعتمد على تكنولوجيات متقدمة ومتعاظمة ومتسارعة يصعب على الفكر الإنساني أن يستوعبها وتتزايد بصفة عامة مع اتساع نطاق النشاط العلمي والتكنولوجي.

لن يستطيع المجتمع العلمي أن يرقى إلى مستوى الأهمية عالمياً وأن يكون محافظاً على مستوى تقدمه إلا بامتلاكه القيمة العالية أمام المجتمعات المتقدمة التي يتطلع للتعامل معها .

إن مفتاح هذه القيمة هو قدرته التنافسية بكل عناصرها المتكاملة والمتناسقة وعلى رأسها حسن الاستفادة من المعلومات العلمية والتكنولوجية المتدفقة عبر الوسائط الحديثة وفق خطط وبرامج لإنتاج المعلومات المعتمدة أساساً على كفاءة المورد البشري في ظل إرادة ذكية لها . يمكن أن ينشأ الإبداع من خلال توظيف هذه القدرات المتكاملة لصنع القرار الفني أو العلمي أو العملي في مجال النشاط البحثي أو الإنتاجي أو الخدمي عبر المكتبات المتخصصة .

إن التطلع إلى المستقبل في عالم المكتبات يتطلب استخدام التخطيط الاستراتيجي بدلاً من

التخطيط التقليدي قصير المدى فقد أصبح الحلم والأمل هو تضافر التخطيط الاستراتيجي مع الاقترابات المنظومية المعبر عنها بالإرادة الذكية والتي تضمن في آفاقها الجودة الشاملة وذلك اعتمادا على مفهوم أساسي بأن كل نشاط يؤدي بالمكتبة يجب أن يخدم شخصا ما بشكل مباشر أو غير مباشر بالتساوي بين كافة الزائرين وهذا يعني أن القائمين على العمل في حاجة إلى أن يسألوا من هم المستفيدون الذين يجب أن يهتم بهم وماذا يحتاجون لتلبية رغباتهم وأن يتأكد أن لديهم القابلية وتتوفر لهم السعة لمقابلة احتياجات المستفيدين (القابلية سمة فردية شخصية قابلة للتنمية والسعة، موارد وإمكانات توفرها المكتبة قابلة للتزايد).

تميز المكتبة المتخصصة :

ساد النشاط العلمي مجموعة من الاعتبارات الجديدة الهامة الناشئة عن التدفق المتواصل للمعلومات العلمية والتكنولوجية عبر المكتبات العربية المتخصصة ، وتأتي على قمتها سمة التميز .

غدت هذه السمة تشكل إطارا تنطلق منه كل الأنشطة البحثية الساعية للتغيير والتطوير والتقدم.

فلا يقنع الإنسان بما لديه من ميزات نسبية فردية بل يعنى بتحويل هذه المزايا لقدرات تعود بالنفع على المجتمع في صورة قيم أعلى اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا وعلميا وتكنولوجيا .

إن الركيزة لتحقيق هذا التميز هو التعامل والتفاعل البناء مع مصادر المعلومات العلمية والتكنولوجية في المكتبات العربية المتخصصة .

لقد عصفت مؤخرا بخلاصة التجربة الإنسانية متغيرات متلاحقة بدالت كثير من الثوابت التي ألفها الباحثون مثل توطيد البقاء من خلال ازدهار الأفراد الأكفاء ومن ثم استمرارية ازدهار النشاط البحثي ، فأضحى البقاء والازدهار مرهونين بالقيمة العالية وبالإبداع البشري والتنافس الفردي والمؤسسي القائم على الدور الفعال للمكتبات المتخصصة فمن لا يستطيع الاستمرار على مستوى القيمة العالية تنحدر إبداعاته وتراجع أهميته ويجد الباحث أو المستفيد نفسه واقعا لا محالة في براثن الجمود والتخلف لبعده عن الوصول

والاستفادة من المعلومات المتجددة الوافدة عبر أوعية المعلومات المتنوعة والمتطورة ومن خلال المكتبات المتخصصة ، تلك الحالة التي تحتاج لمراجعة شاملة لتطوير النسق الفكري والأدائي لهذا الباحث أو القارئ أو المستفيد ولمؤسسته العلمية البحثية بصفة عامة .

إن مدخلات التقدم في مجالات العلم والتكنولوجيا تحتاج للتوثيق الراشد مع العناصر التالية:

- مزيد من دفع عجلة الإبداع والابتكار والمبادرة بالاستخدام المتعاضم للمعلومات العلمية والتكنولوجية التي تقدمها المكتبات العربية المتخصصة.
- ترويض ونقل المعرفة العلمية والتكنولوجية لإحراز إنجازات أكثر كفاءة وتطوراً على المستوى العربي.
- تظل المكتبة العربية المتخصصة بؤرة الالتقاء بين القائمين على أداء الخدمات المعلوماتية والمستفيدين .

الإدارة الذكية :

تخضع المعلومات العلمية والتكنولوجية في صميمها وفن إدارة الموارد والتي تتصل بمنافع النشاط البحثي خاصة وبالفائدة للمجتمع الإنتاجي والخدمي عامة، ولهذا فالتصور أنها ستظل متأثرة بموقع المستفيدين ووجهة نظر المسؤولين والقائمين على خدمات المعلومات وبمنهجية إدارة المكتبات العربية المتخصصة وإن بناء هذه التصورات سيختلف وبدرجات متفاوتة من أساليب إدارة المكتبات بالنمط التقليدي وحتى يصل إلى الأساليب الذكية المتطورة التي تسعى حثيثاً نحو المستفيد ومن هذه الاختلافات يمكن أن تبرز بالضرورة ملامح صورة المستقبل ، حيث ستكون للمكتبة المتخصصة أهدافاً عامة مرغوبة ومطلوب تحقيقها تلبية لحاجات المستفيدين وستكون أيضاً موضوع إجماع واقتناع ومن ثم تنشأ الحاجة الملحة لإدارة ذكية لهذا النشاط تنفذ السياسات المتجددة وفق مشروعية القصد بقيمه الجديدة وموازينه المتحركة دائماً للتغيير نحو الأفضل .

أصبحت المعلومات العلمية والتكنولوجية الحديثة تتسم بكثافة عالية في التغيير وسرعة

في التدفق مما ينعكس على تزايد التأثير على إحداث الابتكار المتتالي في تصميم عملية ما أو منتج ما أو إبداع ما ولهذا يحتاج التعامل مع المعلومات العلمية والتكنولوجية إلى إدارة ذكية راشدة تواكب التحولات المتسارعة في التقدم العلمي والتكنولوجي، وتساعد أيضا على ضبط وتنظيم ودفع النشاط البحثي العلمي والتكنولوجي لآفاق أعلى.

تشكل الإدارة الذكية للمكتبات المتخصصة ركنا أساسيا راندا في تعزيز التنافسية مما يمكن أن يكون لها مردود اقتصادي ، لهذا يتصور أن تتضافر الإدارة الذكية للمكتبات العربية المتخصصة مع كل من السياسة الإنتاجية والسياسة الاقتصادية في تعزيز القدرات التنافسية لتحقيق معدلات متعاضمة وبشكل تنافسي ، فقد تجلت أهمية دور الإدارة الذكية للمكتبات العربية المتخصصة في إحكام السيطرة الفنية على المعلومات العلمية والتكنولوجية ويزيد من قوة هذا العنصر البعد الاستراتيجي المتمثل في الاختراعات والابتكارات والإبداعات كآليات لتحقيق التنافسية خاصة في تغذية الصناعة كثيفة المعرفة ، ومن هنا تتبع أهمية رسم استراتيجية ووضع سياسة للمعلومات العلمية والتكنولوجية وإدارة ذكية للمكتبات على المستوى القومي ثم التعامل من خلالها على المستوى العالمي أيضا.

كان الدافع على الأخذ بمنهج الإدارة الذكية للمكتبات المتخصصة في الدول اليقظة هو كثرة تدفق المعلومات العلمية والتكنولوجية لدرجة عجز العقل البشري عن سرعة انتقائها بعد تزايد معدلات تراكمها تعمد الإدارة الذكية للمزج بين المعلومات والعلم ، فالمعلومات يسهل نقلها وبحثها أما محتواها من العلم فهو الجديد الممتنع ، هو ذلك المجهول الذي ينتقل للعقول اليقظة الواعية الواعدة دون الأخرى،.

تتفاعل الإدارة الذكية مع تدفق المعلومات العلمية والتكنولوجية عبر المكتبات المتخصصة لإحراز ما يسمى بالإنجاز المعرفي الذي تتولد عنه الثروة القومية.

إن القوى الحقيقية تتحول لأولئك الذين يتحكمون في المعارف اللازمة للابتكارات المتقدمة وللقادرين على تصديرها والحصول على مكاسب من حقوق امتياز ملكيتها، فالمعلومات العلمية والتكنولوجية الوافدة عبر المكتبات المتخصصة هي إحدى المكونات الرئيسية لبرامج التنمية ولأجل هذا يستلزم الأمر قيام إدارة متطورة لهذا المورد الحيوي

تعظم الاستفادة منه برسم سياسات تحقق:

- ترسيخ قيم ومفاهيم جديدة متطورة للتعامل مع المعلومات العلمية والتكنولوجية .
- تقبل متزايد لتكنولوجيا المعلومات والتجهيزات المستحدثة الخاصة بها.
- تنسيق الهياكل العاملة في خدمات المعلومات وتحديد علاقاتها ببعضها .
- تزايد قدرات المكتبات العربية المتخصصة على جمع المعلومات العلمية والتكنولوجية وتداولها.

المفهوم والمحتوى:

ما زال يستخدم مصطلح إدارة المكتبات **Management Information** للتعبير عن مفاهيم متداخلة بعض الشيء منها أساليب تداول الوثائق ،الاتصالات ، تطبيقات تكنولوجيا المعلومات وخدمات المستخدمين... الخ . **and not Management Administration**

وقد استقر الأمر حديثا على أن تتضمن الإدارة الذكية للمكتبات المتخصصة المحاور التالية :

- تنفيذ استراتيجية قومية للمعرفة العلمية والتكنولوجية.
- الالتزام بتكنولوجيات متطورة للتعامل مع المعلومات ونظم تشغيلها وبأعلى جودة ممكنة.
- إعادة تصميم محتوى المعلومات وإبراز مكونات واضحة المعالم تتوافق وحاجة المستفيد للتعامل مع القضايا العلمية والتكنولوجية لخدمة التنمية.
- سرعة التحرك للحاق بالمعلومات المتغيرة المتدفقة ذات السيولة العالية عبر الوسائط الإلكترونية المتنوعة .
- التعامل مع المعلومات العلمية والتكنولوجية على أنها علم وفن وإدارة موارد تتصل بمناخ المجتمع البحثي والتكنولوجي، ولهذا فهناك حاجة ماسة لصياغة نسق لإدارة راشدة لتحسين الأوضاع السائدة وتطويرها.
- ضرورة إيجاد آلية ذات مستوى عالي لصنع التوافق الإداري بمكوناته المتعددة لتقوية

الروابط ولإقلال الإزدواجية في المجهودات ولإرساء قواعد سليمة للاتصالات البينية على مستوى الوطن العربي .

المتغيرات:

تفرض المتغيرات الجديدة نفسها على ساحة العمل في مجال المعلومات العلمية والتكنولوجية خاصة فيما يتعلق بتبادل المعلومات عن بعد عبر الشبكات الدولية والمحلية وأصبح شعار Telematic هو تعبير عن صورة جديدة وافدة في إطار نشوء قواعد مستحدثة في نظريات المعرفة ومنهجها والتي ستعكس بالتداعي عن السياسات الحاكمة لإدارة المكتبات المتخصصة ، فالتبادل عن بعد ما هو إلا إحدى المعطيات الجديدة للإدارة الذكية للمكتبات المتخصصة التي ستولد تعاملات جديدة وفق نظم وتشريعات مستحدثة وسياسات تحفظ الخصوصية ومن ثم يتطلب الأمر إمعان التفكير في :
- مدى استطاعة المكتبات العربية المتخصصة بوضعها التقليدي الحالي أن تلعب دور الوسيط في ظل النظرة المستقبلية أم ستعزل هذه المكتبات في النطاق المتحفي وتعجز عن توصيل أو تبادل المعلومات مع المكتبات المشابهة وتوسيع دائرة تطلع المستفيدين للخدمات المعلوماتية.

- إمكانية الحصول على المعلومات عبر الطريق السريع Super high way والذي سيكون مشحونا ومزدحما بفيض المعلومات المتدفقة وما مقدار تكلفة ذلك على المكتبة العربية المتخصصة بدور الوسيط النشط في ظل الرؤى المستقبلية للتعامل مع دوائر متسعة من المستفيدين.

- إمكان تغير دور كل من المستفيدين والوسيط وتأقلم عاداتهم الذهنية على التداول والتعامل المتطور للمعلومات (الإلكتروني، الشبكي...الخ) .
- إمكان التكيف من حالة الناشر العلمي التقليدي إلى حالة الناشر العلمي الإلكتروني .
- تيسير إمكان إعادة تصميم محتوى المعلومات العلمية لمكونات ومفردات واضحة المعالم تلبي مباشرة حاجة المستفيدين الحاليين والمرقبين .
- التحرك والمتابعة الديناميكية المتدفقة والمتغيرة للمعلومات عبر الوسائط الإلكترونية

- دون إهمال أو إسقاط للوسائط الاستاتيكية الساكنة القائمة.
- التحرك بيقظة لمحاصرة السماسرة والوسطاء والمستغلين المتطفلين على خدمات المعلومات العلمية والتكنولوجية .
 - وفي سبيل تحقيق هذا الأمر يتطلب أيضا الأمر:
 - إرساء المفهوم اللامركزي لمنظومات العمل الخادمة للمعلومات العلمية والتكنولوجية ومصادرهما سواء قواعد بيانات أو طرق البحث والنشر العلمي وتوصيل الوثائق والتسويق وتطوير وتدريب القوى البشرية.
 - تلقي وتوجيه ونشر المعلومات العلمية والتكنولوجية حيث تعنى الإدارة الذكية للمعلومات العلمية والتكنولوجية بإسناد الأعمال المتنوعة للأشخاص الأكثر كفاءة في إنجازها في إطار نظام شبكي متعدي العلاقات في دائرة التخصص خاصة في مجال الخدمات المعلوماتية .
 - مساعدة المستفيدين على جعل الإنجاز العلمي والتطوير التكنولوجي الذي يحتاج لسنين يتقلص لشهور أو أيام أو لساعات لإتمام إنجازة .
 - مساعدة المجتمعات العلمية ذات السياسات الراسخة والمتطورة على تفعيل آلياتها للحصول على أقصى ما يمكن من الفوائد والامتيازات .
 - بعث التحديث كنتاج جوهرى لسياسات العلم والتكنولوجيا وتحول أفراد المجتمع العلمي من منتجين بسطاء ذهنيا وتكنولوجيا إلى منتجين على أرقى مستوى من الإبداع والابتكار العلمي والتكنولوجي.
 - رسم الخطا لدخول مندى القرن الحادي والعشرين الذي يعنى بالتقدم العلمي والتكنولوجي بتفعيل التكنولوجيا الراقية المتمثلة في السلعة أو الخدمة أو الابتكار الذي يحقق امتياز الملكية الفكرية وتصديرها ومن ثم يعظم التنافسية اعتمادا على تعظيم وتطوير دور المكتبة المتخصصة.

الإدارة الذكية والتسويق:

يقوم النشاط التسويقي معبرا عن أحد ملامح الإدارة الذكية في المكتبات المتخصصة من

أجل إرضاء وإشباع الحاجات المتطورة والمتغيرة للباحثين ليصبح التسويق إحدى القوى الدافعة للارتقاء بخدمات المعلومات، فمن المهم إذا التعرف على دوافع القارئ والباحث وتحديد مكان تواجده وكيف يقرأ ولماذا يقرأ وما الذي يؤثر في قراراته للاستفادة من الخدمة المعلوماتية حتى يمكن أن يتم التوجيه إليه باستراتيجية وسياسات جاذبة له ، فمن المفيد والمهم للقائمين على المكتبات المتخصصة أن يعلموا أنهم يخدمون قراء ودارسين وباحثين متحركي الرغبات ومتنوعي السلوك فعلى القائمين بهذه المهام أن سعوا لتطوير ما لديهم من مقتنيات مما يجعل هذا القارئ أو الباحث هو دائما الزائر المرتقب.

يستلزم الأمر تفحص ما هو متاح من خدمات معلومات في المكتبة العربية المتخصصة وتحليل معناها ليتمكن من خلال الإدارة الذكية رسم شكل المستقبل مع توقع حجم ونوعية النشاط تمهيداً لصياغة استراتيجية للتسويق ورسم السياسة الهادفة للوصول للمستفيد المرتقب بأقل جهد وأدنى تكلفة كذلك أن يتعرف الباحث أو المستفيد على ما أعد له من خدمات معلوماتية لإشباع حاجاته ورغباته المتنوعة والمتعددة، فيتطلب الأمر وقفة مع الذات لتقييم المجهودات م أجل المزيد من تقديم الخدمة الجيدة ليتحقق النجاح لكل من مقدم خدمة المعلومات والفائدة للمستفيد من هذه الخدمة.

أصبح التسويق صيحة العصر في مجال المعلومات لإشباع الحاجات من خلال المزيج المتكامل من الخدمات التي تقدمها المكتبة العربية المتخصصة ومسؤوليتها في إشباع الرغبات والحاجات المتطورة والمتغيرة للمستفيدين، والتي تعد المسوغ الاقتصادي والاجتماعي المجدي لوجود المكتبة المتخصصة على افتراض أن الاهتمام بالزائر أو الباحث أو المستفيد هو أصل ومبرر قيام النشاط ذاته.

يمكن أن يتضمن النشاط ثلاث مهام رئيسية في ظل الإدارة الذكية للمكتبة المتخصصة.

1. تدبير الاحتياجات وتوفير الموارد البشرية والمادية والمدخلات اللازمة.
2. تنظيم الموارد وتوجيهها وتشغيلها.
3. التصرف في المخرجات بالعرض الذكي بما يعطي أقصى عائد ممكن.

الحاجات والرغبات

تعد الرغبة والحاجة لخدمات المعلومات هي نقطة البدء في النشاط التسويقي المتزايد للمكتبة المتخصصة كما تعد الرغبة في تقديم خدمات المعلومات بمنزلة السبيل لاختيار الوسيلة اللازمة لإشباع هذه الرغبات، لذا فالقائمون على المكتبة المتخصصة لا يقومون بتنمية الحاجات وتوليدها فقط بل يقومون أيضاً بإشباع الرغبات وتوجيهها والتأثير في القرارات الخاصة باختيار نوع الخدمة المعلوماتية اللازمة حيث تتحقق قيمة الخدمة وفقاً لقدرتها على إشباع رغبات معينة ومنافع مباشرة في ذات الوقت لدى المستخدمين. إن المعلومات هي شريان العملية التسويقية فكيف يتم إشباع حاجات المستخدم دون أن يكون معروفاً للقائمين على المكتبة المتخصصة ما هي المهمة التسويقية مع دراسة دوافع المستخدم.

تبادل المنافع

تعد عملية التبادل هي لب قضية التسويق فعلى مقدم الخدمة أن يعطي للمستخدم شيئاً ذا قيمة بالنسبة له مقابل شيء ذي قيمة بالنسبة للمكتبة العربية المتخصصة ألا وهو مزيد من إقبال المستخدمين والازدهار في العمل ومزيد من الإقبال على طلب الخدمة.

وبناء على هذا المفهوم فإن التبادل يقوم على:

1. وجود طرفين في التعامل.
2. يكون لكل طرف القدرة على الاتصال والتلقي في الوقت المناسب بالصورة الصحيحة من المرة الأولى وفي كل مرة.
3. الانطلاق نحو جهة المستخدم.
4. الترابط بين النشاط التسويقي للمعلومات والعملية التنظيمية والإدارية الذكية الحاكمة (التحليل - التخطيط - التوجيه).
5. استمرار الوظيفة التسويقية للمعلومات. أي استمرار الارتباط بالمستخدم والعلم على جذب مستفيدين جدد.

يعتمد قرار المستخدم في اختيار أحسن البدائل المتاحة أمامه اعتماد على وجود معلومات

كافية عن طبيعة الخدمات المعروضة في المكتبة العربية المتخصصة من ناحية:
- مدى الدقة - التوقيت السليم - الشمول - الملائمة.

العرض والطلب:

تعد الموازنة بين العرض والطلب على خدمات المعلومات ضرورة يطلبها مجتمع المستفيدين، لذا فمن المهم التنبؤ بحجم الطلب في الأجلين القصير والطويل في إطار الإدارة الذكية للمكتبة العربية المتخصصة. تتمثل الصعوبات التي تعترض عملية التبادل بين مقدمي الخدمة والمستفيدين في النقاط التالية:

1 - الفاصل المكاني:

يؤثر التباعد المكاني على جدوى تقديم الخدمة المعلوماتية.

2 - الفاصل الزمني:

على المكتبة العربية المتخصصة أن توائم بين جودة خدماتها وتقديمها في الوقت الذي يحتاجه المستفيدون.

3 - الفاصل الإدراكي:

قد تنتج المكتبة العربية المتخصصة الكثير من الخدمات المعلوماتية التي لا تتواءم مع حاجة ورغبة المستفيدين، إما بسبب عدم الإدراك الحقيقي لحاجاتهم أو لأنهم لا يعلمون عنها شيئاً ومن ثم يزداد اتساع الفجوة من عدم الإلمام من جانب كل من مقدم الخدمة والمستفيد وبما يمكن أن يقدم له من منافع معلوماتية.

4 - فاصل القيمة:

تختلف وجهات النظر بين كل من مقدم والمستفيد بها، خاصة إذا تباعدت المسافات فيما بينهما، إذ قد ينظر مقدم الخدمة من خلال زاوية الإعداد والتحصيل لها بينما ينظر المستفيد إلى قيمة الخدمة من زاوية ما تعطيه له من منافع مقارنة ذلك بمقدار التضحية المبذولة من جانبه للحصول عليها، وبالتالي فعلى مقدم الخدمة أن يعيش تضحيات المستفيد ومنافعه أيضاً حتى يتم تجاوز هذا الفاصل.

تسعى جهود التسويق إلى تخطي الفواصل المختلفة من خلال توليد بعض المنافع مثل

المنفعة الزمانية والمنفعة المكانية ومنفعة التملك، هذا فضلاً عن المنفعة الشكلية في بعض الأحيان.

_ النادي العربي للمعلومات