**المحاضرة الثامنة**

 **تمويل المؤسسات الإعلامية**

يتفق الأكاديميون والممارسون الإعلاميون على أن وسائل الإعلام تحولت بشكل ملحوظ إلى صناعة ضخمة لها اقتصادياتها العملاقة، و إنها صناعة ذات دعائم مستقرة وغير قابلة للانقراض، ولكونها مؤسسات ضخمة لابد لها من رؤوس أموال تستطيع الوقوف على قدميها في ميدان المنافسة الإعلامية، وفي ضوء التطورات العلمية التي شهدها العالم في المجالات والميادين كافة ومنها المجال الإعلامي، أصبحت المؤسسات الإعلامية مؤسسات صناعية ضخمة تعتمد في استمرارها وتقدمها على ضرورة توافر موارد ضخمة تمكنها من مواصلة أداء عملها، و أن تؤكد نفوذها عن طريق إيصال رسالتها الصحفية والإعلامية إلى مناطق مختلفة وبطبيعة الحال كلما ازدادت هذه الموارد وازدادت الإمكانيات المتاحة نجد أن عمل وسائل الإعلام يتضخم ويزداد ومن ثم يتوسع نشاط المؤسسة إلى مجالات أخرى، لذلك تسعى كل مؤسسة إعلامية إلى إيجاد آليات عملية تهدف لزيادة دخلها وأرباحها وإيجاد موازنة علمية بين مصروفاتها ووارداتها لتحقيق النجاح المنشود لعمل المؤسسة واستمرارها.

 **مفهوم التمويل:**

يعرف التمويل على **أنه مجموعة من الأسس والحقائق التي تعامل في تدبير الأموال وكيفية استخدامها سواء كانت هذه الأموال تخص الأفراد أو منشآت الأعمال أو الأجهزة الحكومية،** كما يعد تمويلا **كل المصادر الضرورية لإنشاء مؤسسة أو شركة وضمان سير نشاطها وكذلك توسيعها، أي كل الموارد التي تجعل الشركة تنتج اكثر في ظروف أحسن مما يجعلها قادرة على تحقيق تدفقات نقدية، والتمويل هو عملية التجميع لمبالغ مالية ووضعها تحت تصرف المؤسسة بصفة دائمة ومستمرة من طرف المساهمين أو المالكين لهذه المؤسسة،** وهذا ما يعرف بتكوين رأس المال الجماعي وتجسيد هذا الأخير في الميزانية التي تحتوي على جانبين، هما جانب الخصوم، والذي يظهر في الموارد وجانب الأصول ويظهر في استخداماتها.

 والتمويل هو أسلوب للحصول على المبالغ النقدية اللازمة لرفع أو تطوير مشروع ما أما **تمويل المؤسسات الإعلامية فهو توفير الأموال اللازمة لإستمرار إصدار مشروع صحفي (جريدة) أو استمرار بث فضائية أو إذاعة ويتحدد بالحصول على الأموال من جهات معلومة أو مجهولة لاستخدامها بتمويله برأس مال قادر على إبقاء المشروع الإعلامي مستمراً وإنجاحه اقتصادياً واجتماعياً وسياسياً والتي تتركز أساساً على تحديد أفضل مصدر للحصول على الأموال من عدة مصادر متاحة**، إذ يشكل التمويل أحد المقومات الأساسية لتطوير العمل الإعلامي وتوسيعه وتدعيمه وإمداده بالأموال اللازمة وتوفير المبالغ النقدية اللازمة لدفعه واستمراره ولتمكين الوسيلة الإعلامية من تنفيذ أهدافها ، ومن هنا نستطيع القول أن التمويل له دور فعال في استمرار المؤسسة الإعلامية لأن الصحيفة في الأساس مشروع تجاري الهدف منها تحقيق عائد ربح من شأنه أن يطور من شكل الصحيفة والتوسع في الصفحات لخدمة توجه معين، وبالتالي فالمشروع إن لم يحقق ربحا نتيجة عملية التوزيع فإنه قد يتوقف بعض الوقت لمراجعة السياسة التحريرية المعمول بها في السابق

 وقد لا تتأثر الصحف المملوكة بذلك نظرا لكون الحكومة تقوم بالإنفاق على هذه الصحف بغض النظر عن العائد الوارد منها وبالتالي فإن الصحف الحزبية والمستقلة أن لم تحقق ربحا فإنها قد تتوقف وعلى هذا يصبح ولائها لمجموعة من المعلنين، لذلك فالصحيفة بسياسة تحريرها يتم تطويعها لخدمة اهداف وتوجهات ومصالح الجهة التي تقوم على تمويل الصحيفة

وهناك عدة طرق لتمويل الأنظمة الإذاعية منها **فرض الرسوم مقابل البث** أو **الضرائب** **أو الإعلان** او **الدعم** او **الجمع بين وسيلة او أخرى** فضلا عن **الاشتراكات** **وكلما زاد اعتماد الهيئة الإذاعية على التمويل الحكومي زادت درجة السيطرة السياسية عليها**، والهيئة التي تعتمد على نفسها في تدبير مواردها المالية تخضع لدرجة أقل من السيطرة ونشير هنا إلى سيطرة المعلنين على وسائل الاتصال وخاصة التلفزيون باعتبارهم الممول الأول لوسائل الاتصال مع تجنب هذه الوسائل الاصطدام بمصالح المعلن.

**أنواع التمويل:**

يمكن النظر للتمويل من عدة زوايا والتي ترصد من خلالها أنواع التمويل وهي:

**أولا- من زاوية المدة التي يستغرقها**

أ- **تمويل قصير الأجل**: ويقصد به الأموال التي لا تزيد مدة استعمالها عن سنة المبالغ النقدية التي تخصص لدفع الأجور وشراء المواد والتوسع الموسمي وغيرها من المدخلات اللازمة لإتمام العملية الإنتاجية والتي يتم تسديدها من الحصيلة المنتظرة للفعاليات الجارية نفسها.

**ب- تمويل متوسط الأجل:** وتتراوح مدته من سنتين إلى خمس سنوات موضوعه في الغالب يخص تمويل المشتريات والمعدات والآلات الخاصة بالربحية والمنتظرة من

هذا التمويل والتي يتعين عليها وفاء القرض.

**ت- تمويل طويل الأجل:** ينشأ من طلب الأموال لتكوين رأس المال الثابت وتزيد مدته عن خمس سنوات مثل عمليات التوسيع

**ثانيا- من زاوية الحصول على مصدرها ويقسم إلى:**

**أ- تمويل ذاتي**: التمويل الذاتي هو وسيلة تحويلية هامة جدا، وهي أكثر استعمالا بحيث يسمح لتمويل نشاطها الاستغلالي بنفسها دون اللجوء إلى أي عميل آخر.

**ب- تمويل خارجي**: يكون هذا التمويل بلجوء المشروع إلى المدخرات المتاحة في السوق المالية أو عن طريق زيادة رأس مالها بطرح أسهم جديدة في السوق

**ثالثا - من زاوية العرض الذي يستخدم من اجله**

**أ- تمويل الاستغلال**: يصنف إلى تلك الأموال التي ترصد لمواجهة الاحتياطيات والمعاملات قصيرة الأجل والتي تتعلق بتنشيط الدورة الإنتاجية في المؤسسة.

**ب- تمويل الاستثمار**: ويتمثل في الأموال المخصصة لمواجهة النفقات التي يترتب عنها خلق طاقة إنتاجية جديدة وتوسيع الطاقة الحالية للمشروع لاقتناء الآلات والتجهيزان وما يليها من العمليات التي تؤدي إلى زيادة التكوين الرأسمالي للمشروع.

 **وظائف التمويل**

 وظيفة التمويل تعني توفير الأموال اللازمة لإقامة المشروعات وتشغيلها وإدارتها وتقرير كيفية استخدام هذه الأموال لتطوير المؤسسة بأكبر قدر من الكفاية والفاعلية وهي تعنى بمصادر الأموال كما تعني باستخدامات هذه الأموال لتحقيق أهداف المؤسسة، وهناك عدة مصادر متوفرة لمنشآت الأعمال منها رأس المال الخاص بالمؤسسين أو المستثمرين، ومؤسسات الإقراض والائتمان من الموردين، وتوفير الأموال من هذه المصادر وكالآتي:

1-  **تحليل البيانات المالية**: تختص هذه الوظيفة بتحويل البيانات المالية إلى شكل أو نمط يمكن استخدامها لمعرفة جوانب قوة المركز المالي للمشروع الإعلامي.

**2- تحديد هيكل أصول المؤسسة**: يحدد المدير نمط هيكل الأصول وأنواعها كما تظهر في قائمة المركز المالي ويعني ذلك حجم النقود المستثمرة في الأصول الثابتة والمتداولة

3**- تحديد الهيكل المالي للمؤسسة:** تتصل هذه الوظيفة بالجانب الأيسر من قائمة المركز المالي حيث يوجد نوعين من القرارات الخاصة بالهيكل المالي.

 فالنوع الأول له صلة بالمزيج الملائم للتمويل القصير والطويل الأجل، بينما النوع الثاني فيركز على المفاضلة بين القروض قصيرة الأجل والطويلة الأجل من حيث تحقيق المنفعة للمؤسسة والدراسة المعمقة للبدائل المتاحة.

**كيفية اتخاذ قرار التمويل :**

ان عملية اتخاذ القرارات هي الاختيار القائم على أساس بعض المعايير لبديل واحد من بين بديلين محتملين أو أكثر، فالاختيار يقوم على أساس بعض المعايير مثل: اكتساب حصة أكبر من السوق، تخفيض التكاليف ، توفير الوقت، زيادة حجم الإنتاج والمبيعات، وهذه المعايير عديدة لأن جميع القرارات تتخذ في ذهن القائم بالعملية ويتأثر اختيار البديل الأفضل إلى حد كبير بواسطة المعايير المستخدمة.