

الفصل التاسع

ميزانيات المؤسسات الصحفية

المبحث الأول

القوائم المالية الخاصة بالمؤسسات الصحفية

يتبع البناء التنظيمي للمؤسسة الصحفية قيام نظام محاسبي من شأنه أن يؤدي إلى إظهار نتائج كل ناحية من نواحي العمل الصحفي، وهذا كله يدخل ضمن نطاق ميزانية المؤسسة الصحفية، والتي تتضمن مجموعة من الترتيبات الخاصة التي تهدف إلى إعداد قائمة مالية تتضمن المفاهيم المتعلقة بالمحاسبة والممثلة في: المصروفات، الإيرادات، الخصوم، الأصول، ويعتبر إقرار الموازنة هو مسئولية من المسئوليات التي تباشرها القيادة الإدارية في المؤسسة الصحفية.

وعلى الرغم من أن القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ بشأن تنظيم الصحافة، قد استحكقت مادة هامة تتعلق بنشر ميزانيات المؤسسات الصحفية جاء نصها بالمادة ٣٣ من القانون على النحو التالي:

"تلتزم جميع الصحف والمؤسسات الصحفية بنشر ميزانياتها خلال ستة أشهر من انتهاء السنة المالية، ويتولى الجهاز المركزي للمحاسبات بصفة دورية مراجعة دفاتر مستندات المؤسسة الصحفية للتحقق من سلامة ومشروعية إجراءاتها المالية والإدارية والقانونية، وعلى الصحف والمؤسسات أن توافي الجهاز بحساباتها الختامية خلال الثلاثة أشهر التالية لانتهاؤ سنتها المالية كما يكون عليها أن تمكن الجهاز من هذه المراجعة وعلى الجهاز المذكور إعداد تقارير نتيجة فحصه وعليه أن يجعل المخالفات إلى النيابة العامة مع إخطار المجلس الأعلى للصحافة في جميع الأحوال".

- ولم يتم أعمال هذه المادة بنشر الميزانيات- لهذه المؤسسات -
- والتي تعتبره سراً من الأسرار الخطيرة التي لا يجب إطلاع الآخرين عليه -

هذا أن الهدف من هذه المادة هو تحقيق الشفافية خاصة أن نشر هذه الميزانيات يكون مشفوعاً برأي مراقب الحسابات عن مدى سلامة القوائم المالية ومدى إفصاحها عن المركز المالي الصحيح والحقيقي لهذه المؤسسات وبما يكفها إصلاح أوضاعها وهيكلها المالي والاقتصادي بالتالي^(١).

المفاهيم المتعلقة بالميزانيات في المؤسسات الصحفية

أولاً: المصروفات :

تنقسم المصروفات في المؤسسات الصحفية إلى نوعين: ثابتة، ومتغيرة أو غير ثابتة وإن كان الثبات وعدم الثبات مسألة نسبية تختلف من مؤسسة إلى أخرى ومن أوضاع قانونية واقتصادية في بلد إلى آخر لكن هذا التقسيم يحصر المصروفات بصفة عامة ويقسمها إلى ثابتة ومتغيرة :^(٢)

١- المصروفات الثابتة وتتضمن :

الإيجار: بمعنى إيجار المكان أو المبنى إذا كانت الصحيفة تستأجر مباني لإدارتها أو مخازنها مثل بعض الصحف الحزبية في مصر .
الأجور: وتتضمن أجور العاملين في المؤسسة الصحفية من المحررين والإداريين والعمال، وإن كانت هذه الأجور تزداد كل فترة بزيادتها وبالعلوات السنوية والعلوات الاجتماعية المقررة في مصر والبدلات التي تستحدث كل فترة لكن هذه الأجور ثابتة بحدها الأدنى عند وضع الميزانية التقديرية للمؤسسة في بداية كل سنة مالية .

التأمينات على العاملين: وهي مصروفات مقررة حتى وإن لم تسددها المؤسسات وبالتالي تتحول إلى ديون وبفوائد مما يحمل عبء آخر على المؤسسة .

أقساط التأمين: سواء على المؤسسة أو على بعض وحداتها أو على أي نشاط من أنشطتها أو على العاملين من خلال صناديق التأمين .
ويشير الدكتور عصام فرج إلى أنه هناك أيضا ما في حكم الفقرات السابقة على نحو يستحدث في أي مؤسسة صحفية .

٢-المصروفات المتغيرة :

وتضم صافي تكاليف التحرير والطباعة والتوزيع والإعلان والتشغيل:

- تكاليف التحرير:** حيث تختلف هذه التكاليف تبعاً للسياسة التحريرية لكل مؤسسة وللجمهور المستهدف للصحف ، وتضم :
- أ-المستلزمات السلعية وهي المواد المستخدمة في تحرير الصحيفة من أدوات كتابية ومطبوعات وأدوات مساعدة .
- ب-تكاليف المستحدثات التكنولوجية المستخدمة في الإنتاج الصحفي : التحرير، والإخراج بواسطة الحاسب الآلي وما يتضمنه من مستلزمات .
- ج-تكاليف أقسام المعلومات ومكاتب الصحف خارج البلاد .
- د-مصروفات الانتقال وبدلات السفر الداخلية والخارجية لتغطية النشاط التحريري والمكافآت التشجيعية والحوافز على التميز في السبق الصحفي .
- هـ- اشتراكات وكالات الأنباء والقنوات الفضائية وشبكة الإنترنت .
- و- إدارات الخدمات كنصيب التحرير إدارات المشتريات - النقل - البحوث - صيانة المبنى - المراجعة - شئون العاملين .

- ٢- تكاليف الطبع، وتشمل تكاليف الورق والأحبار والمواد الطباعة والكيمياوية، ومستلزمات التكنولوجيا الحديثة والأجور الإضافية للعاملين .
- ٣- تكاليف التسويق، وهي تمثل أداء الوظائف التسويقية المختلفة التي تستهدف معرفة رغبات القراء ومطالبهم للاستفادة منها في رفع أداء الصحيفة كاستجابة للقراء وإشباع حاجاتهم وتشمل: تكاليف الإعلانات لترويج الصحف كمنتج للمؤسسة - تكاليف بحوث التسويق - تكاليف النقل - تكاليف تخزين المرتجعات - تكاليف اللف والحزم للصحف .
- ٤- تكاليف تسويق المساحات الإعلانية : وهي تمثل الجهود التسويقية لترويج مساحات بالصحف لنشر الإعلانات للمعلنين المختلفين وتضم : تكاليف البيع أي الجهود المبذولة لجذب المعلن - تكاليف بحوث التسويق - تكاليف تنفيذ الإعلان - تكاليف التحصيل والائتمان .
- ٥- مصروفات التشغيل والضرائب - أن تم دفعها - والمصروفات الإدارية والخدمية الأخرى .

والمصروفات الثابتة لا تتأثر بارتفاع توزيع الصحف أو زيادة عائد الإعلانات لأنه يتم صرفها في كل الأحوال، أما المصروفات المتغيرة فتتأثر ويكون دور الإدارة واضحاً في تقليل الهدر في المصروفات أو مواجهة هبوط إيرادات التوزيع والإعلانات .

ثانياً : الإيرادات

تنص المادة ١٥٥ من اللائحة النموذجية للشئون الإدارية والمالية للمؤسسات الصحفية القومية، والتي وافق عليها المجلس الأعلى للصحافة على أن موارد المؤسسة الصحفية تنحصر فيما يلي:

- ١- حسيلة إيرادات المؤسسة الناتجة عن نشاطها ، وتتضمن:
أ- التوزيع والاشتراكات .

ب-الإعلانات .

ج-عمليات الطباعة التجارية لحساب الآخرين .

٢- ما تعقده المؤسسة من قروض .

٣- الدعم الذي قد تخصصه الدولة للمؤسسة طبقاً للقواعد العامة التي يصنعها المجلس الأعلى للصحافة .

٤- الدعم الذي قد يخصصه صندوق دعم الصحف للمؤسسة .

٥- موارد أخرى .

٣- الأصول :

تتضمن أصول المؤسسة الصحفية كل شئ تمتلكه وله قيمة، والأصول نوعان: إما ثابتة أو متداولة، والأصول الثابتة نوعان: معنوية وغير معنوية، فالمعنوية هي ما يسمى بشهرة المحل أي اسمه وتاريخه وهي قابلة للتخفيض، في حالة تدهور حال المؤسسة وتحقق الشهرة أرباحاً، باعتبارها تكسب الثقة للقراء والعملاء مع المؤسسة، والشهرة بالنسبة للمؤسسات الصحفية بمثابة احتياطي سري لها ولا يعاد تقييمها إلا في حالات خاصة .

أما الأصول غير المعنوية، هي أصول ثابتة وتدرج في الميزانية بسعر التكلفة أو أي سعر وتشمل البراءات والحقوق والعلامات التجارية والرخص واتفاقيات السريع وحقوق التأليف والنشر .

والأصول المتداولة هي أصل من الأصول يمكن تحويله إلى نقد وتدرج بحسب درجة السيولة مثل الحسابات المدنية والبضائع السائرة والأعمال الجاري تنفيذها .

٤- الخصوم :

وهي أحوال لتمويل المؤسسة عن طريق أصحاب المؤسسة أو قروض من بنوك .

المبحث الثاني

دراسة في بنود ميزانيات بعض المؤسسات الصحفية

سوف نتناول من خلال تحليل ميزانية مؤسستي دار الهلال، وروزاليوسف، خلال فترة الثمانينات بداية من عام ١٩٨٠ إلى عام ١٩٨٦، البنود التالية :

- أ- قيمة الأصول والخصوم .
- ب- قيمة الأصول المتداولة .
- ت- قيمة الخصوم المتداولة ، والدائنون .
- ث- صافي الخسائر بعد خصم الأرباح .

ويوضح ذلك الجدول التالي : (٣)

بنود الميزانية	مؤسسة دار الهلال	مؤسسة روزاليوسف
قيمة الأصول والخصوم	١١٩,٨٦٨,٤٤٢,٢٥٢	٥٥,٠٠٦,٦٩٣,٣٠٨
قيمة الأصول المتداولة	١٨,٢٧٦,٧١٠,٢٢٠	٨,٩٠٩,٧٨,٥٩١
قيمة الخصوم المتداولة والدائنون	٥٤,٤٢٠,٠٥٦,١٧٦	٤,١٣٢,٧٢٩,٣٦٩
صافي الخسائر بعد خصم الأرباح	٩,٧١٤,٥٦٧,٤٢٥	٣,٧٢٥,٤٠٨,٩٧٦

جدول رقم (١٩)

بفحص بيانات الجدول رقم (١٩) نجد أن إجمالي قيمة الخصوم المتداولة والدائنون خلال الأعوام المشار إليها ، قد بلغت في مؤسسة دار الهلال ٥٤,٤٢٠,٠٥٦,١٧٦ جنيهاً، وفي مؤسسة روزاليوسف بلغت القيمة ٤,١٣٢,٧٢٩,٣٦٩ جنيهاً، حيث تتضمن قيمة الخصوم المتداولة والدائنون: ما يخص مصلحة الجمارك، والهيئة العامة للتأمينات الاجتماعية، من مبالغ متراكمة على المؤسسات الصحفية من سنوات سابقة، كما يتضح من بيانات

الجدول أن صافي خسائر مؤسسة دار الهلال الأعوام المشار إليها بعد خصم الأرباح قد بلغت ٩,٧١٤,٥٦٧,٤٢٥ جنيهاً، بينما بلغت في مؤسسة روزاليوسف ٣,٧٢٥,٤٠٨,٩٧٦، ولم يعزل المسؤولين في المؤسستين عن سبب هذه الخسائر، غير أننا نتفق مع الدكتور عصام فرج أن من أهم المشاكل التي تواجه الأوضاع المالية بالمؤسسات الصحفية، تتضمن الخلل في الهياكل التمويلية، تراكم الخسائر كل عام، تراكم المديونيات سواء للضرائب أو التأمينات الاجتماعية أو مستحقات الدمغة لنقابة الصحفيين، أيضاً أعباء فوائد ديون البنوك، مشاكل سداد ديون القروض، تساؤل العائد على الأموال المستثمرة، نقص السيولة المالية لبعض المؤسسات، كل هذا يؤدي لزيادة الإلتفاق والهدر في الامكانات، وهذا يتعارض وطبيعة صناعة الصحافة كمشروع استثماري ضخم يتسم بالمخاطرة، خاصة أمام الحاجة الملحة للمؤسسات الصحفية لتطوير مطابعها، وتزويد قطاعات التحرير والإعلانات، والتوزيع بالحاسبات الآلية على نحو يسهم في تحديث هذه المؤسسات وتطويرها .

فما لا شك فيه أن متانة المركز المالي للمؤسسة الصحفية، يقوى من مركزها ويجعلها أكثر استقلالاً، ويجعل من الميسور إصدار الصحيفة في صورة أفضل مما يعزز من مكانة الصحيفة ونفوذها وتمكينها من خدمة قرائها والعاملين فيها ومعنيها كذلك، هذا بالإضافة أن الجهاز التحريري للصحيفة ذات المركز المالي القوي يتمتع أفراده بدرجة من المرونة والحرية في مقاومة ضغوط المعلنين والسياسيين وأصحاب المصالح الخاصة أكبر ما لدى جهاز تحرير في صحيفة أخرى يتأرجح مركزها الاقتصادي .

مراجع الفصل التاسع

- (١) عصام الدين فرج ، اقتصاديات الإعلام - مرجع سابق - ص ١٠٦ .
- (٢) المرجع السابق ، نفسه - ص ١٠ : ص ١٠٠ .
- (٣) عبد الجواد سعيد ربيع ، النظم الإدارية في المؤسسات الصحفية - مرجع سابق - ص ٥٧٧ .