

التخطيط في المؤسسات الصحفية

- ❖ نحتاج لاستخدام التخطيط في المؤسسات الاعلامية من جانبين:
- ❖ أ- التخطيط المادي: المتعلق بالجوانب المالية والادارية والتكنولوجية والبنى الاساسية في المؤسسات الاعلامية(البناء ، المطابع ، ... الخ)
- ❖ ب- تخطيط المضمون : المتعلق بالمحتوى الخاص بالرسائل (منتجات المؤسسات الاعلامية: مواضيع ، برامج ، تغطيات، اساليب).

مراحل عمليات التخطيط:

- ❖ تمر عمليات التخطيط بمراحل عدة:
- ❖ 1- وضع الاهداف: هي الخطوة الاولى في التخطيط ومن دونها تصاب المؤسسة بالركود ، وبدلا من ان تكون المؤسسة مبادرة (اي ساعية للعمل ومخططة له) فأنها ستعمل على رد الفعل نحو المواقف، والاحداث هي التي تحرك المؤسسة بدلا من ان تقوم المؤسسة بتحريكها، ووضع الهدف الرئيس يتلخص (في خدمة الجمهور ومستخدميها ومساهميها).
- ❖ 2- جمع المعلومات: جمع المعلومات المؤثرة على قدرة المؤسسة الاعلامية لتحقيق أهدافها ، اي قبول جميع المعلومات والحقائق والاتجاهات والافكار الجدلية والمنافسة. وهذا يتطلب:
- ❖ أ- تقييم امكانيات المؤسسة (العناصر البشرية والمادية) بما فيها من عناصر قوة او ضعف.
- ❖ ب- تحليل السوق المستهدف(القراء، المشاهدين، المعلنين)
- ❖ ج- تحديد السوق المنافس(الصحف الاخرى، القنوات الاخرى، البرامج الاخرى) والبحث عن نقاط القوة والضعف

مصادر المعلومات

- ❖ تجمع المعلومات من مصدرين:
- ❖ أ- مصادر داخلية: داخل المؤسسة تشمل وثائق المؤسسة المتعلقة بالمبيعات والنفقات، وشؤون الافراد والانتاج، والبحوث التي تجريها والمعلومات المقدمة من رؤساء الاقسام والعاملين في المؤسسة.
- ❖ ب- مصادر خارجية: الوثائق الحكومية، الارشيف الصحفي، الخدمات المعلوماتية المقدمة من مراكز البحوث ومراكز الاستشارات ومدراء المؤسسات في الاسواق غير المنافسة.
- ❖ 3- وضع الاستراتيجيات: الاستراتيجية هي : برنامج واسع لتحقيق اهداف المؤسسة وتحقيق اهدافها لمديات بعيدة وهذه العملية تؤسس لجهد منسق ومركز فتقوم بتحويل الطموحات والاهداف المرغوبة الى اشياء قابلة للتنفيذ.
- ❖ 4- تطوير خطة العمل: تقوم خطة العمل بتحويل الاستراتيجيات الى واقع من خلال:
- ❖ أ- وصف الخطوات المحددة والتي يجب ان تتم وتحديد تنفيذها.
- ❖ ب- تحديد الموارد المطلوبة(الناس، الاموال، المعلومات، الخدمات، الوقت، التكنولوجيا).
- ❖ ج- توضيح البيئة التنظيمية الضرورية للتنسيق والرقابة الفعالة.
- ❖ د- وضع جدول زمني لتنفيذ الاستراتيجيات ووضع تفصيلات تنفيذها وبيان طرق واضحة لمراقبة التقدم في التنفيذ
- ❖ ان خلق مناخ ملائم للتنظيم الفاعل يستلزم مجموعة من الاعتبارات المهمة:

- ❖ أ- ان لا تترك عملية التخطيط للحظ.(ازالة العوائق امام التخطيط، وضع الاهداف ونشر الافكار الرئيسة للخطة القابلة للتطبيق ودمج المدراء في التخطيط وبذلك لا ندع مجالاً للحظ اطلاقاً)
- ❖ ب- ان يبدأ التخطيط على مستوى الادارة العليا: تضع الادارة العليا اهداف المؤسسة ويبدأ التخطيط من خلال قيام معاونين بتقديم برامجهم ومقترحاتهم بهذا الصدد.
- ❖ ج- ان تكون عملية التخطيط منظمة: يوفر البناء التنظيمي الجيد للمؤسسة مناخاً ملائماً للأداء الجيد من خلال تصنيف أنشطة المؤسسة وتوزيع المسؤوليات والسلطات بشكل واضح فيتحمل كل مدير مسؤولياته ويجب عدم اهمال وجود كادر مساعد لأولئك المدراء.
- ❖ د- ان يكون التخطيط محددًا: تحديد أهداف المؤسسة امر مهم فكل خطة مدد ونهايات والا فان ذلك سيؤدي الى تخطيط غير منسق وغير مبني على أسس ثابتة.
- ❖ هـ- ان تكون هناك قدرة على توصيل الاهداف والافكار و الاستراتيجيات والسياسات: من اسباب فشل الخطط هو عدم قدرة المدراء على توصيل الاهداف والافكار الى اتباعهم بطريقة جيدة مما يؤدي الى سوء فهم يضر بعمليتي التخطيط والتنفيذ.