

Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги



АНАЛИЗА НА ПАЗАРОТ НА АУДИО И АУДИОВИЗУЕЛНИ МЕДИУМСКИ УСЛУГИ ЗА 2016 ГОДИНА

Скопје, јули 2017 година

СОДРЖИНА

ВОВЕД.....	4
РЕЗИМЕ	5
ЕКОНОМСКО РАБОТЕЊЕ.....	8
ЈАВЕН РАДИОДИФУЗЕН СЕРВИС.....	9
ТЕЛЕВИЗИИ НА ДРЖАВНО НИВО ПРЕКУ ДИГИТАЛЕН ТЕРЕСТРИЈАЛЕН МУЛТИПЛЕКС.....	14
ТЕЛЕВИЗИИ НА ДРЖАВНО НИВО ПРЕКУ САТЕЛИТ	20
ТЕЛЕВИЗИИ НА ДРЖАВНО НИВО ПРЕКУ ОПЕРАТОР НА ЈАВНА ЕЛЕКТРОНСКА КОМУНИКАЦИСКА МРЕЖА	25
ТЕЛЕВИЗИИ НА РЕГИОНАЛНО НИВО	29
ТЕЛЕВИЗИИ НА ЛОКАЛНО НИВО.....	38
РАДИОСТАНИЦИ НА ДРЖАВНО НИВО	44
РАДИОСТАНИЦИ НА РЕГИОНАЛНО НИВО.....	49
РАДИОСТАНИЦИ НА ЛОКАЛНО НИВО	55
ПОДАТОЦИ ЗА ГЛЕДАНОСТА НА ТЕЛЕВИЗИИТЕ И СЛУШАНОСТА НА РАДИОСТАНИЦИТЕ.....	63
Телевизиите на државно ниво преку дигитален терестријален мултиплекс	64
Телевизиите на државно ниво преку сателит	65
Телевизиите на државно ниво преку јавна електронска комуникациска мрежа	66
Телевизиите на регионално ниво.....	67
Телевизиите на локално ниво	68
Странски канали	69
Радиостаници на државно ниво.....	69
Радиостаници на регионално ниво.....	70
Радиостаници на локално ниво	71
ПРЕГЛЕД НА СЛИКИ.....	72
ПРЕГЛЕД НА ТАБЕЛИ.....	73

ВОВЕД

За да обезбеди релевантни и прецизни податоци за состојбите на пазарот на аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, Агенцијата веќе неколку години наназад изработува редовни годишни анализи.

Во оваа анализа се претставени податоци за бројот на радиодифузерите, нивните економски перформанси во 2016 година (вкупните приходи, структурата на приходите, вкупните трошоци и структурата на трошоците, финансискиот резултат од работењето, како и просечниот број на вработени во редовен работен однос) и податоци за гледаноста на телевизиите и слушаноста на радиостаниците.

Податоците за економското работење на радиодифузерите во Агенцијата ги доставуваат самите тие, а нивната валидност Агенцијата ја проверува преку споредба со податоците од завршните сметки. Доставувањето на овие податоци за радиодифузерите претставува законска обврска утврдена во Законот за медиуми, а ги доставуваат најдоцна до 31 март, и тоа на посебен образец пропишан од страна на Агенцијата. Во оваа година сите радиодифузери ја исполнија оваа обврска во законски утврдениот рок. И покрај тоа што оваа обврска не важи за јавниот радиодифузен сервис, Македонската радио телевизија секоја година, на барање на Агенцијата ги доставува податоците, а дополнително Агенцијата како извор го користи и Финансискиот извештај за реализација на финансискиот план на ЈРП Македонска радио телевизија. Податоците се анализирани според релевантните пазари, односно засебно се анализирани податоците за телевизиските станици и радиостаниците, за јавниот сервис и комерцијалните радиодифузери, а од географски аспект засебно се анализирани податоците на релевантните пазари на државно, регионално и локално ниво.

Во вториот дел од Анализата се претставени податоците за гледаноста на телевизиските станици и за слушаноста на радиостаниците, коишто во анализираната година, по нарачка на Агенцијата, ги обезбеди истражувачката агенција Маркет Вижн од Скопје.

РЕЗИМЕ

Табела 1: Клучни наоди

	вкупни приходи	приходи од реклами	вкупни трошоци	резултат од работењето	просечен број на вработени во редовен работен однос
Македонска радио-телевизија	1,189.83	44.23	1,130.37	68.70	864
ТВ на државно ниво-терестријални	1,101.07	984.97	1,083.75	14.66	578
ТВ на државно ниво преку сателит	65.92	38.83	101.5	-35.58	110
ТВ на државно ниво преку ОЈКМ	136.09	125.98	207.73	-71.68	257
ТВ на регионално ниво	199.05	139.62	246.87	-48.22	336
ТВ на локално ниво	38.06	31.38	35.18	2.85	77
	1,540.19	1,320.78	1,675.03	-137.97	1358
РА на државно ниво	84.53	58.87	89.58	-5.63	48
РА на регионално ниво	59.94	51.26	56.93	0.88	59
РА на локално ниво	35.66	32.41	37.65	1.17	87
	180.13	142.54	184.16	-3.58	194

❖ **Број на радиодифузери** - На почетокот од 2016 година, покрај Македонската радиотелевизија, програма емитуваа уште 139 радиодифузери (66 телевизии и 73 радија). Во текот на годината престанаа да важат дозволите на шест телевизиски и на три радиостаници (ТВ Далга Крт, ТВ Скај Нет, ТВ Супер скај, ТВ Еми, ТВ Чеграни медиа, ТВ Ускана, РА Мерлин, РА Охрид и РА Ди-Џеј), а беа доделени четири нови дозволи (ТВ Топестрада, ТВ Ускана еден, ТВ Ускана медиа и РА Балкан ФМ). Вкупниот број на комерцијални радиодифузери на крајот од годината изнесуваше 134 (63 телевизии и 71 радио).

❖ **МРТВ** - Во 2016 година Македонската радиотелевизија остварила најниски приходи во периодот од последните пет години, во вкупен износ од 1.189,83 милиони денари. Најзначајно учество во вкупните приходи имала радиодифузната такса (67,50%), чијшто процент на наплата изнесувал 76,54%. Од продажба на времето за рекламирање биле остварени вкупно 44,23 милиони денари, сите од рекламирање на телевизиските програмски сервиси.

Вкупните трошоци на МРТВ изнесувале 1.130,37 милиони денари и тие биле за 93,50 милиони денари пониски од трошоците во претходната година. Најголем дел од трошоците за вработените се бруто платите (394,57 милиони денари).

Финансискиот резултат од работењето на јавниот сервис бил добивка во износ од 68,70 милиони денари. На 31.12.2016 година, бројот на вработени во МРТВ изнесувал 864 лица, односно 37 лица помалку отколку во 2015 година.

- ❖ **Комерцијални телевизии** - Вкупните приходи на комерцијалните телевизии изнесувале 1,540.19 милиони денари. Од нив, 71,49% се приходите на телевизиите коишто емитуваат програма на државно ниво преку дигитален терестријален мултиплекс, 4,28% приходите на сателитските телевизии, 8,84% приходите на телевизиите коишто емитувале преку оператор на јавна електронска комуникациска мрежа, 12,92% приходите на регионалните и 2,47% приходите на локалните телевизии.

85,75% од вкупните приходи на комерцијалните телевизии биле остварени од продажба на времето за рекламирање. Највисоки приходи од реклами од терестријалните телевизии на државно ниво остварила ТВ Сител (466,15 милиони денари), од сателитските телевизии ТВ 24 Вести (32,04 милиони денари), од телевизиите преку оператор на јавна електронска комуникациска мрежа ТВ Нова (88,51 милиони денари), од регионалните ХДТВ Мега (14,43 милиони денари), а од локалните ТВ Орбис (5,74 милиони денари).

Комерцијалните телевизии заедно потрошиле 1,675.03 милиони денари, од кои 71,57% биле издвоени за создавање програма.

Финансискиот резултат од работењето на сите телевизии бил загуба од 137,97 милиони денари. Речиси половина од овие средства (71,68 милиони денари) е загубата на телевизиите коишто емитуваат програма на државно ниво преку оператор на јавна електронска комуникациска мрежа.

Просечниот број на вработени во редовен работен однос изнесувал 1358 лица, од кои 578 лица биле ангажирани во терестријалните телевизии на државно ниво, 110 лица во сателитските телевизии на државно ниво, 257 лица во телевизиите на државно ниво преку ОЈЕКМ, 336 лица во регионалните и 77 лица во локалните телевизии.

- ❖ **Комерцијални радија** – Комерцијалните радиостаници заедно успеале да остварат приходи во износ од 180,13 милиони денари. Во однос на претходната година, повисоки вкупни приходи оствариле само регионалните радија (за 9,21 милион денари).

Најголем дел од приходите биле од продажба на времето за рекламирање (81,24%). Најголем дел од своите буџети (68,71 милион денари) огласувачите ги издвоиле за рекламирање на програмските сервиси на четирите радиостаници на државно ниво.

Заедничките трошоци на радијата изнесувале 169,51 милион денари, од кои 83,59 милиони ги направиле националните, 49,51 милион денари регионалните и 36,41 милион денари локалните радиостаници. Само РА Антена 5 потрошила помалку средства отколку во 2015 година (за 1,07 милиони денари), додека трошоците на останатите три

радиостаници се зголемиле (на РА Канал 77 за 2,1 милион денари, на РА Метрополис за 1,17 милиони денари и на РА Слободна Македонија за (3,79 милиони денари).

Резултатот од работењето на сите комерцијални радиостаници бил добивка во износ од 5,02 милиони денари. Позитивен финансиски резултат прикажала една радиостаница на национално ниво (РА Канал 77), 11 регионални и 26 локални радиостаници.

Просечниот број на вработени изнесувал 194 лица, што е за седум лица помалку отколку во 2015 година.

❖ **Гледаност и слушаност** - Најгледана телевизија во секој квартал од анализираната година била ТВ Сител. Просечниот дневен досег на овој радиодифузер изнесувал 37,73%, а просечниот неделен досег 51,93%. Од телевизиите на државно ниво преку сателит најгледана била ТВ 24 Вести, од телевизиите преку јавна електронска комуникациска мрежа - ТВ 21, од регионалните - ТВ Коха од Тетово, а од локалните - ТВ Протел од Пробиштип.

Од странските канали, во секое тромесечие од годината, најгледан бил „Discovery“. Во првите три од 20-те најгледани странски канали се најдоја и „Sport Klub“ и „Fox“.

РА Антена 5 била најслушана радиостаница на национално ниво (просечниот неделен досег на овој радиодифузер изнесувал 17,1%). Како и претходната година, најслушана регионална радиостаница и во 2016 година била РА Сити, додека најслушана локална радиостаница била РА Кавадарци од Кавадарци.

ЕКОНОМСКО РАБОТЕЊЕ

ЈАВЕН РАДИОДИФУЗЕН СЕРВИС

Во 2016 година Македонската радиотелевизија¹ остварила најниски приходи во периодот од последните пет години. Во вкупен износ од 1.189,83 милиони денари, тие се за 7,35% пониски отколку приходите во 2015 година, за 10,29% пониски од приходите во 2014 година, за 22,12% од приходите во 2013 година и за 15,51% од приходите во 2012 година.

Слика 1: Движење на вкупните приходи на МРТ во последните пет години



Ако пак, се споредат вкупните приходи пресметани така што ќе се земе предвид само наплатениот, а не и фактурираниот износ на радиодифузната такса, тогаш се забележува дека само во 2012 година овој износ бил помал и тоа за 25.65%, а во останатите три години и на овој начин пресметаните приходи имале повисоки вредности (во 2013 година за 6,60%, во 2014 година за 4,88%, а во 2015 година за 7,27%).

Намалувањето на приходите на јавниот радиодифузен сервис во најголема мера се должи на намалувањето на средствата што во анализираната година Македонската телевизија ги добила од Владата на Република Македонија, а коишто се наменети за финансиска поддршка на реализацијата на процесот на дигитализација на радио и телевизиската програма. Во 2015 година овие средства изнесувале 122,50 милиони денари, а во 2016 година 2,91 милион денари, односно за 119,59 милиони денари помалку.

Покрај тоа, во анализираната година била фактурирана и помала вредност на радиодифузната такса и тоа за 41,44 милиони денари, а се намалиле и приходите од

¹ Податоците за економското работење на јавниот радиодифузен сервис се обезбедени од Годишниот извештај за реализација на Програмата за работа на Македонската радио телевизија за 2016 година, достапен на следниот линк:

<http://www.mrt.com.mk/sites/default/files/%D0%93%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%88%D0%B5%D0%BD%20%D0%B8%D0%B7%D0%B2%D0%B5%D1%88%D1%82%D0%B0%D1%98%20%D0%B7%D0%B0%20%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B0%20%D0%BD%D0%B0%20%D0%88%D0%A0%D0%9F%20%D0%9C%D0%A0%D0%A2%20%D0%B7%D0%B0%202016%20%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B0.pdf> (пристапено на 15.06.2017 година)

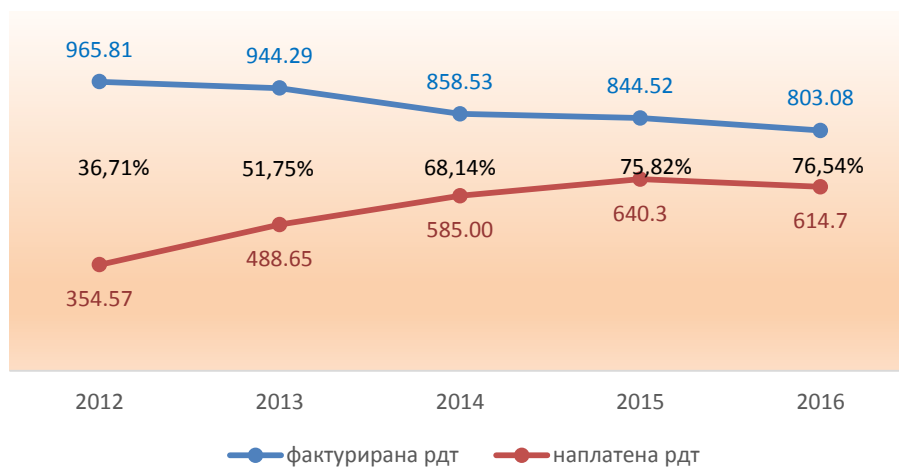
закупнини (за 0,38 милиони денари), приходите од странство (за 0,22 милиони денари) и приходите од наплата по судски одлуки (за 0,02 милиони денари).

Табела 2: Структура на приходите (според финансиските извештаи на МРТ)

	2014	2015	2016
Радиодифузна такса	858.53	844.52	803.08
Закупнини	0.87	0.77	0.39
Приходи од Владата на РМ за финансиска поддршка на МРТ согласно член 105 став 5 од ЗАВМУ	240.00	240.00	280.00
Приходи од Владата на РМ за финансиска поддршка - за реализација на процесот на дигитализација на РА и ТВ програмата	97.09	122.50	2.91
Услуги во земјата (технички, отстапени права, останати услуги)	4.59	4.24	4.29
Приходи од странство (технички услуги, отстапени права)	1.47	1.49	1.27
Останати деловни приходи	68.61	19.55	35.03
Приходи од наплата по судски одлуки	0.00	0.05	0.03
Приходи од Министерството за култура согласно Законот за поддршка на македонската музичка продукција	5.96	23.25	18.60
Продажба на рекламно време (маркетинг)	49.22	25.56	44.23
Приходи од Буџетот на РМ преку МИОА согласно член 92 став 10 од ЗАВМУ	0.00	2.25	0.00
Вкупно	1,326.34	1,284.18	1,189.83

Во 2016 година Македонската телевизија воопшто не остварила приходи по основ на членот 92 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, согласно кој таа има право на надоместок за покривање на трошоците за производство на домашна документарна и играна програма во висина од 50%, којшто се исплатува од средствата од буџетот на Министерството за информатичко општество и администрација.

Слика 2: Движење на фактурирана и наплатена радиодифузна такса во последните пет години

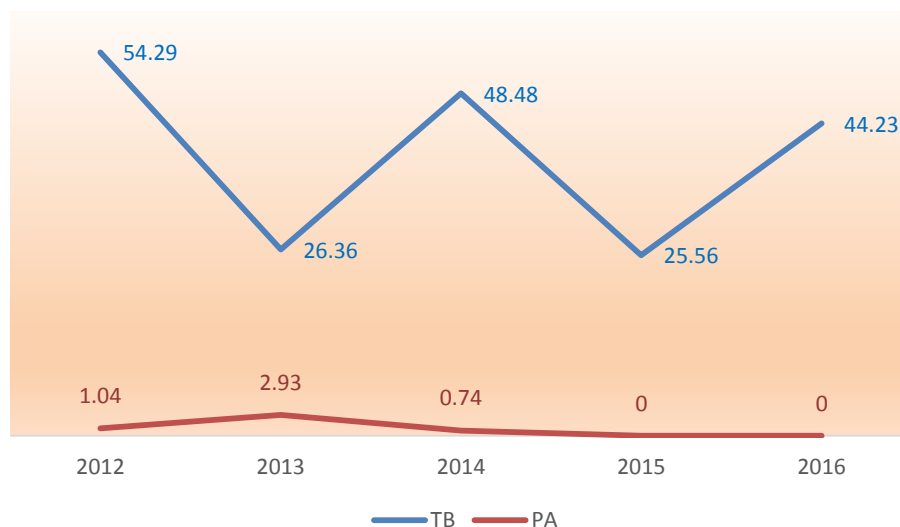


Најзначајно учество во вкупните приходи има радиодифузната такса (67,50%). Во последните пет години износот на фактурираната вредност на радиодифузната такса бележи постојано намалување. Од друга страна, во истиот овој период, процентот на наплата на радиодифузната такса се зголемувал од година во година, достигнувајќи во 2016 година 76,54%. Наплатената вредност се зголемувала во континуитет од 2012 година до 2015 година, а во анализираната година била за 4% помала отколку во претходната година. Во Годишниот извештај за реализација на Програмата за работа на Македонската радио телевизија за 2016 година нема податок колкав дел од овие 614,7 милиони денари се наплатени побарувања од претходни години.

Во 2016 година од буџетот на Република Македонија на сметката на јавниот радиодифузен сервис Владата префрлила 280,00 милиони денари „... за финансиска поддршка на тековното работење на МРТ вклучително и за финансирање на посебните програми, за емитување програма преку Собранискиот канал, за сервисирање на обврските создадени по основ на набавка, создавање и емитување на филмска, спортска и останата програма, потоа набавка на опрема неопходна за непречено одвивање на работењето, набавка на стоки и услуги и слично...“.² Во вкупните приходи на Македонската телевизија овие средства учествуваат со 23,5%.

Од продажба на времето за рекламирање Македонската радиотелевизија остварила вкупно 44,23 милиони денари, сите од рекламирање на телевизиските програмски сервиси. Можноста да се остварат приходи од емитување реклами на радио програмските сервиси и оваа година не била искористена, исто како и претходната година. Во споредба со претходната година овие средства се повисоки за 73,04%, но не се ни половина од приходите што јавниот сервис планирал да ги оствари од рекламирање во анализираната година (90,00 милиони денари).

Слика 3: Движење на приходите од рекламирање во последните пет години



² Ибид

Во периодот од овие пет години, Македонската телевизија остварувала повисоки приходи од рекламирање само во оние години во коишто емитувала значајни спортски натпревари, поточно Светското првенство во фудбал (во 2014 година) или Европското првенство во фудбал (во 2012 и во 2016 година).

И за оваа година останува валидна забелешката на Агенцијата од претходната анализа на пазарот дека јавниот сервис може и треба повеќе да се ангажира за подобро искористување на расположливото време за рекламирање. Точно е дека во Законот се предвидени ограничувања за рекламирањето на јавниот сервис (осум минути во реален час, односно четири минути пократоко дозволено време отколку комерцијалните телевизии, потоа забрана за рекламирање во периодот од 17:00 до 21:00 часот на телевизиските и во периодот од 9:00 до 14:00 часот на радиските програмски сервиси, освен во одредени со закон утврдени програми и други ограничувања), но и покрај тоа очигледно е дека и дозволеното време не е доволно искористено.

Во 2016 година вкупните трошоци на Македонската радиотелевизија изнесувале 1.130,37 милиони денари, или за 93,50 милиони денари помалку отколку во претходната година. Повеќе средства отколку во претходната година биле потрошени за програмски права, за набавка на опрема и за вработените, а сите други категории трошоци биле намалени во однос на претходната година.

Табела 3: Структура на трошоците на МРТВ

	2014	2015	2016
Трошоци за вработените	355.61	402.59	403.47
Патни трошоци	7.09	9.20	8.05
Заеднички трошоци	480.84	423.82	381.04
Програмски права	202.87	225.86	246.42
Програмски трошоци	216.2	139.77	72.94
Набавка на дигитални технички материјали и услуги	15.23	18.01	0
Вкупно трошоци	1,277.84	1,219.24	1,111.92
Набавка на опрема	8.16	4.63	18.45
Вкупно расходи	1,286.00	1,223.87	1,130.37

Најголем дел од трошоците за вработените се бруто платите (394,57 милиони денари). Покрај нив, оваа ставка ги опфаќа и трошоците за теренски додаток на дописниците и снимателите на МТВ во Атина, Брисел и Вашингтон, трошоците за отпремнина за вработените што оствариле право за пензија, трошоците за едукација на вработените и други слични трошоци.

Заедничките трошоци опфаќаат повеќе категории трошоци - потрошни материјали, трошоци за енергија, за набавка на ситен материјал, за аудио и видео линии потребни за реализирање на спортски настани и за други преноси, комунални и шпедитерски услуги, агенциски услуги за обезбедување на објектите на МРТ, амортизација на основните средства, вредносно усогласување на побарувањата по разни основи во земјата и во странство, камати од работење, негативни курсни разлики и други видови трошоци.

Речиси половина од програмските права биле за откуп на права за пренос на спортски настани (114,14 милиони денари). Станува збор за откуп на права за пренос на Европското првенство во ракомет за мажи што се одржа во Полска, Лига на шампиони и СЕХА лига во ракомет, Лига на шампиони и Европска лига во фудбал, АБА лига – натпревари во кошарка, пренос на квалификациски натпревари на машката ракометна репрезентација во ракомет за Летните олимписки игри во Рио 2016 година, откуп на лиценца за пренос на Европскиот шампионат на кружни патеки, пренос на Формула 1, Летните олимписки игри во Рио, Европско првенство во фудбал, Европско првенство во ракомет, УЕФА квалификациски натпревари за Европско првенство 2016-2018 година и друго. За реализација на копродукциски проекти („Време е за бебе“, телевизискиот серијал „Компромис“, „Албански народни приказни“, „Опуштено“, „Тунел“, „Копнеж по родниот крај“, „Супер звезда“, „Стилисимо“, „Добра земја“ и други) биле издвоени 104,77 милиони денари. Останатите трошоци за програмски права биле направени за откуп на права за емитување филмови, серии, цртани серии и друго, како и за откуп на програма од независни продуценти („Феферонче шоу“ и „Фамилија 5+“) и за размена на спортски вести, емитување радио драми, права за емитување на Виенскиот концерт и друго.

Програмските трошоци, во вкупен износ од 72,94 милиони денари, ги опфаќаат трошоците за склучените изведувачки и авторски договори, за синхронизирање на цртани филмови и играни серии, за надолнување на недостигот на кадар во одделни сектори во јавниот сервис, за ангажирање на музички соработници, трошоци за коментаторски позиции за сите спортски натпревари, организирање и реализација на изборот на македонски претставник и учество на Евросонг 2016 година, трошоци за членувањето на МРТВ во меѓународните радиодифузни организации и други трошоци.

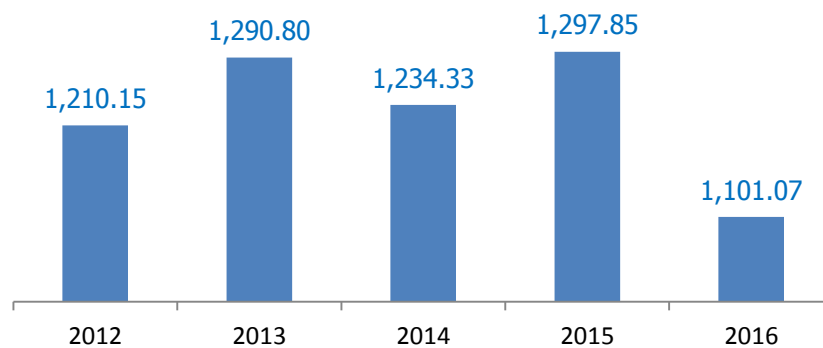
Финансискиот резултат од работењето на јавниот радиодифузен сервис во 2016 година била добивка во износ од 68,70 милиони денари.

На 31.12.2016 година бројот на вработени во Македонската радио телевизија изнесувал 864 лица, односно 37 лица помалку отколку во претходната година.

ТЕЛЕВИЗИИ НА ДРЖАВНО НИВО ПРЕКУ ДИГИТАЛЕН ТЕРЕСТРИЈАЛЕН МУЛТИПЛЕКС

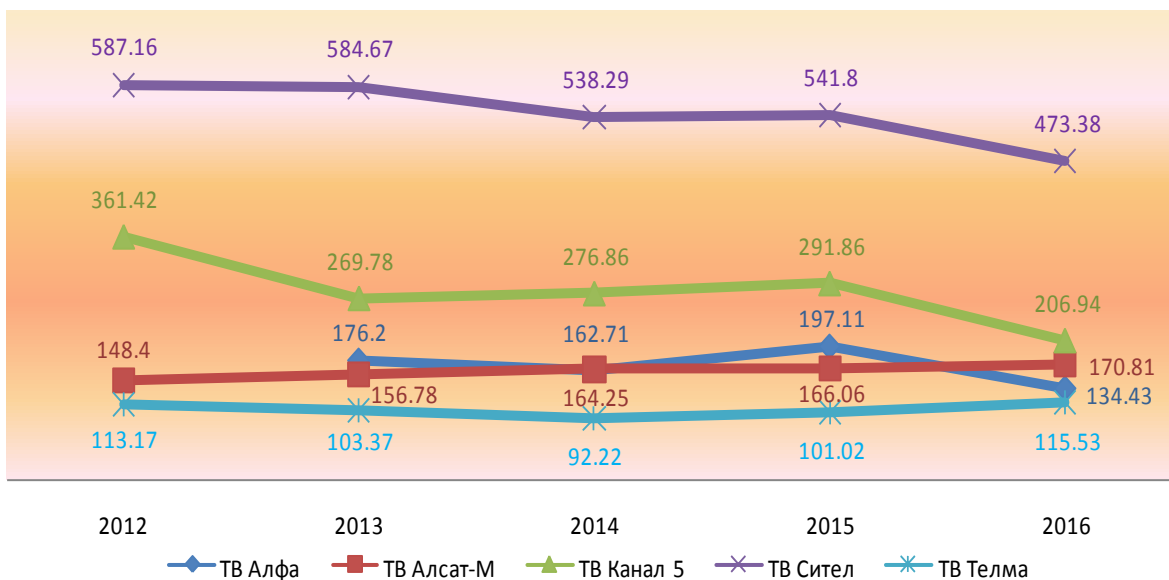
Во 2016 година, ТВ Алфа, ТВ Алсат-М, ТВ Канал 5, ТВ Сител и ТВ Телма заедно оствариле вкупни приходи во износ од 1.101,07 милиони денари. Овие се најниските приходи остварени во последните пет години во овој сегмент на телевизиската индустрија. Поточно, тие се за 9,01% пониски од приходите остварени во 2012 година, за 14,7% пониски од приходите во 2013 година, за 10,8% пониски од приходите во 2014 година и за 15,16% пониски од приходите остварени во 2015 година.

Слика 4: Движење на вкупните приходи на терестријалните телевизии на државно ниво во последните пет години



Гледано засебно, повисоки приходи во однос на претходната година прикажале само ТВ Алсат-М (за 2,86%) и ТВ Телма (за 14,36%). Приходите на останатите три телевизии се намалиле, и тоа: на ТВ Алфа за 31,8%, на ТВ Канал 5 за 29,1% и на ТВ Сител за 12,63%.

Слика 5: Движење на вкупните приходи на терестријалните телевизии на државно ниво во последните пет години



Највисоки приходи во 2016 година остварила ТВ Сител, и тоа износ од 473,38 милиони денари. ТВ Канал 5 остварила 206,94 милиони денари, ТВ Алсат-М 170,81 милиони денари, ТВ Алфа 134,43 милиони денари, а ТВ Телма 115,53 милиони денари. Во периодот од 2012 до 2016 година, анализираната година била најнеповолна за ТВ Сител, ТВ Канал 5 и ТВ Алфа, односно тие оствариле помалку приходи отколку претходните четири години, а истовремено и најповолна за ТВ Алсат-М и ТВ Телма, коишто оствариле највисоки приходи.

Доминантно учество во вкупните приходи на овие телевизии имале приходите остварени од продажба на времето за рекламирање (89,45%). Освен овие, биле остварени и приходи од спонзорства (6,37 милиони денари), од продажба на содржини (21,23 милиони денари), од категоријата „останати приходи“ (88,23 милиони денари) и приходи од други дејности (0,29 милиони денари).

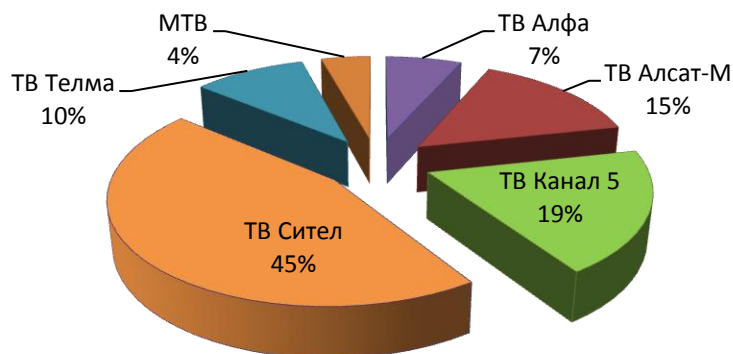
Табела 4: Структура на приходите на терестријалните телевизии на државно ниво

	износ	учество
Реклами и телешопинг	984.97	89.45%
Спонзорства	6.37	0.58%
Продажба на содржини	21.23	1.93%
Приходи обезбедени од трети страни	0.00	0.00%
Останати приходи	88.23	8.01%
Приходи од основна дејност	1,100.79	99.97%
Приходи од други дејности	0.29	0.03%
Вонредни приходи	0.00	0.00%
Вкупни приходи	1,101.07	

Речиси половина од приходите од реклами и телешопинг ги прикажала ТВ Сител (466,15 милиони денари). ТВ Канал 5 по оваа основа остварила 195,93 милиони денари, ТВ Алсат-М 154,09 милиони денари, ТВ Телма 100,46 милиони денари, а ТВ Алфа 68,33 милиони денари.

Поради тоа што во овој сегмент од работењето, Македонската телевизија се јавува како конкурент на овие пет телевизии, при пресметувањето на уделите во приходите од рекламирање, предвид се земени и приходите што таа ги остварила од рекламирање.

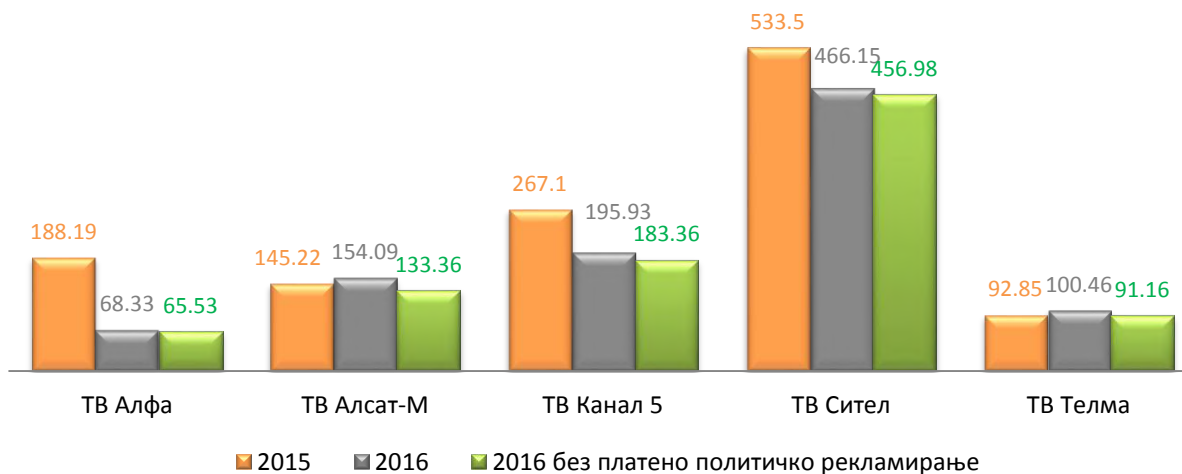
Слика 6: Удели на терестријалните телевизии во приходите од рекламирање



Споредено со 2015 година, повисоки приходи од продажба на времето за рекламирање успеале да остварат само ТВ Алсат-М (8,87 милиони денари повеќе) и ТВ Телма (7,61 милиони денари повеќе), додека приходите на останатите три телевизии се намалиле.

Најголем пад на овие приходи бил забележан кај ТВ Алфа, којашто во анализираната година остварила дури 119,86 милиони денари помалку. Приходите од рекламирање на ТВ Канал 5 биле пониски за 71,17 милиони денари, а на ТВ Сител за 67,35 милиони денари.

Слика 7: Приходи од реклами и телешопинг во 2015 и 2016 година



Во вкупните приходи од рекламирање на секоја од овие пет телевизии се пресметани и приходите од платено политичко рекламирање за време на Предвремените парламентарни избори во 2016 година. Имајќи предвид дека во претходната година немаше избори и телевизиите не остваруваа ваков вид приходи, ако од приходите од рекламирање во 2016 година се одземат приходите од платено политичко рекламирање, се забележува дека секоја од петте телевизии остварила помалку приходи од рекламирање отколку во претходната година.

Според сознанијата од длабинските интервјуа што Агенцијата ги спроведе со претставници на петте телевизии и на маркетинг агенциите, намалувањето на приходите во најголема мера се должи на одлуката на Владата од јули 2015 година да престане да се рекламира, потоа на спојувањето на три големи и многу значајни огласувачи – Оне, Вип и Близу, што доведе до намалување на буџетот за рекламирање на новиот субјект, како и на тоа што поради континуираната политичка криза огласувачите ги намалиле буџетите за рекламирање.

Најмногу приходи од платено политичко рекламирање остварила ТВ Алсат-М (20,73 милиони денари). На оваа телевизија платеното политичко рекламирање било со најдолго времетраење – 51 час, 26 минути и 20 секунди.

Само еден час помалку било емитувано платено политичко рекламирање на ТВ Канал 5 - 50 часа, 15 минути и 4 секунди. Според податоците што ТВ Канал 5 ги достави во Агенцијата, за ова рекламирање на партиите им биле наплатени 12,57 милиони денари.

ТВ Телма емитувала 39 часа, 56 минути и 17 секунди платено политичко рекламирање, за што фактурирала вкупно 9,3 милиони денари.

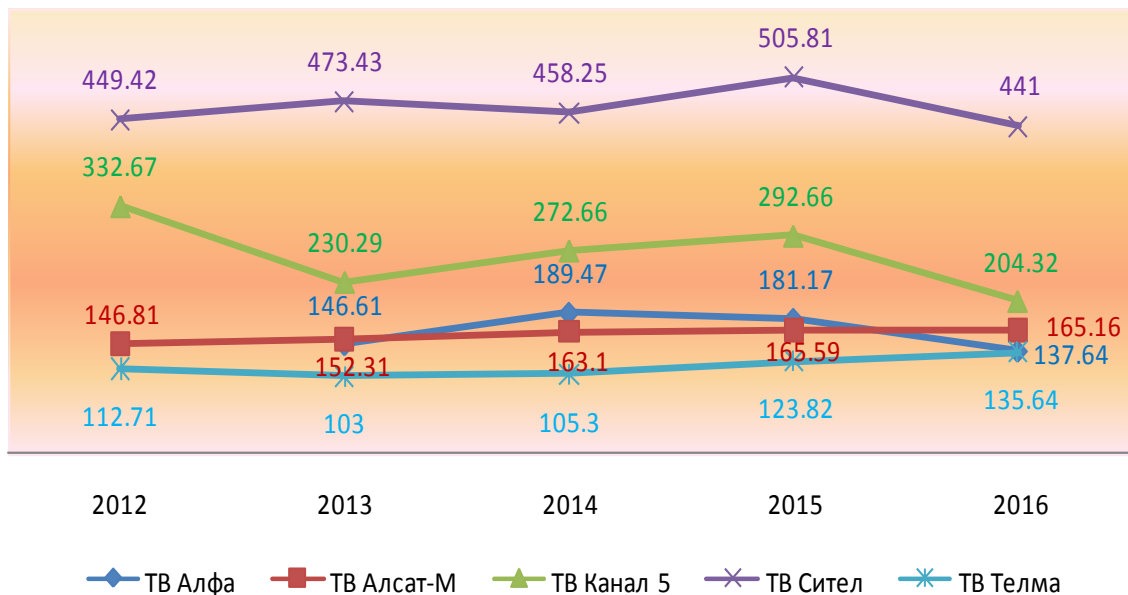
Од емитување платено политичко рекламирање, во времетраење од 38 часа, 1 минута и 36 секунди, ТВ Сител остварила 9,17 милиони денари.

Политичките партии, на ТВ Алфа се рекламирале вкупно 35 часа, 12 минути и 44 секунди, за што телевизијата наплатила 2,8 милиони денари, што е забележително помалку отколку останатите телевизии.

ТВ Алфа е единствената телевизија којашто во 2016 година прикажала приходи од спонзорства (износ од 6,37 милиони денари). Сите пет телевизиски станици прикажале приходи од категоријата „останати приходи“, и тоа: ТВ Алфа 39,15 милиони денари, ТВ Алсат-М 16,04 милиони денари, ТВ Канал 5 - 10,92 милиони денари, ТВ Сител 7,19 милиони денари и ТВ Телма 14,93 милиони денари.

Во анализираната година, овие пет телевизии потрошиле 14,60% помалку средства отколку во 2015 година, односно нивните заеднички трошоци изнесувале 1.083,75 милиони денари.

Слика 8: Движење на вкупните трошоци на терестријалните телевизии на државно ниво во последните пет години



Повисоки трошоци отколку во претходната година направила само ТВ Телма (за 9,55%), а сите други имале пониски трошоци, и тоа: ТВ Алфа за 24,03%, ТВ Алсат-М за 0,26%, ТВ Канал 5 за 30,19% и ТВ Сител за 12,81%.

Највисоки биле трошоците коишто ги прикажала ТВ Сител (441 милион денари), а најниски трошоците што ги направила ТВ Телма (135,64 милиони денари).

Во периодот од 2012 до 2016 година, најмногу средства ТВ Сител и ТВ Алсат-М потрошиле во 2015 година (505,81 милион денари, односно 165,59 милиони денари), ТВ Канал 5 во 2012 година (332,67 милиони денари), ТВ Телма во 2016 година (135,64 милиони денари), а ТВ Алфа во 2014 година (189,47 милиони денари).

Најголем удел во вкупните трошоци имале директните трошоци за создавање програма (72,43%), од кои најмногу, односно 440,57 милиони денари биле потрошени за набавка на содржини. Повеќе од половината од овие средства (255,17 милиони денари) ги потрошила ТВ Сител. ТВ Алфа за оваа намена издвоила 36,62 милиони денари, ТВ Алсат-М 26,14 милиони денари, ТВ Канал 5 – 78,47 милиони денари, а ТВ Телма 44,17 милиони денари.

После трошоците за набавка на содржини, позначајно учество во вкупните трошоци имале трошоците за плати и други надоместоци на лицата кои се директно поврзани со производство на програмата (20,62%). Најмногу средства за плати и надоместоци за овие вработени издвоила ТВ Телма (49,16 милиони денари). Овие трошоци кај ТВ Алфа изнесувале 41,57 милиони денари, кај ТВ Алсат-М - 44,63 милиони денари, кај ТВ Канал 5 – 44,53 милиони денари, а кај ТВ Сител - 43,63 милиони денари.

Повеќе од половина од материјалните трошоци ги направила ТВ Алфа (52,04%). Уделот на ТВ Сител во овие трошоци изнесувал 18,24%, на ТВ Алсат-М 17,56%, на ТВ Канал 5 – 9,67%, а на ТВ Телма 2,50%. За нематеријални трошоци, односно услуги, телевизиите заедно издвоиле вкупно 44,25 милиони денари, од кои дури 49,92% ги прикажала ТВ Сител, 37,90% ТВ Алсат-М, 9,32% ТВ Телма и 2,87% ТВ Алфа.

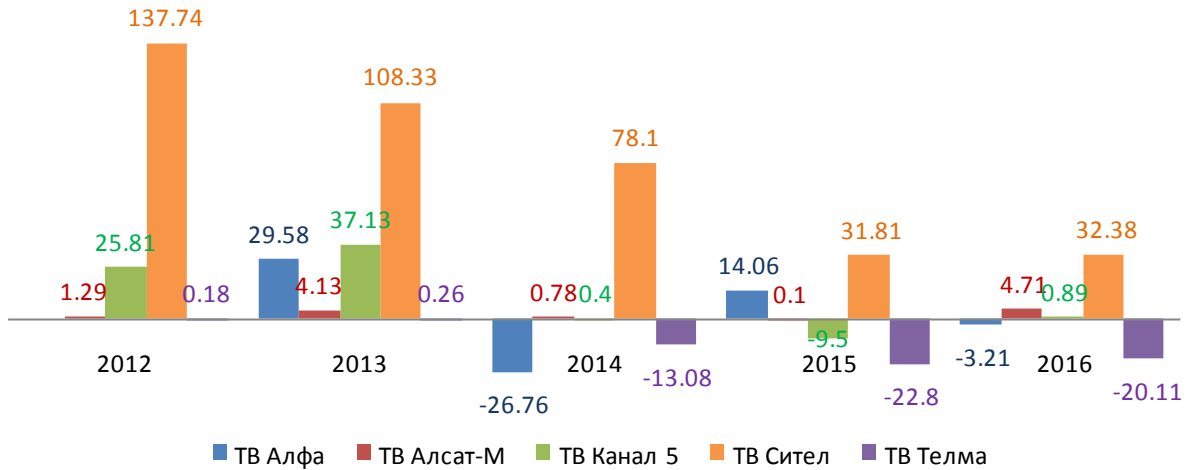
Табела 5: Структура на трошоците на комерцијалните телевизии на државно ниво

	износ	учество
Материјални трошоци	76.60	7.07%
Трошоци за набавка на програма	440.57	40.65%
Нематеријални трошоци (услуги)	44.25	4.08%
Плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма	223.51	20.62%
Директни трошоци за создавање на програмата	784.94	72.43%
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма	38.75	3.58%
Амортизација на опремата	77.07	7.11%
Амортизација на права и лиценци	2.36	0.22%
Кирии и останати режиски трошоци	38.75	3.58%
Сите останати неопфатени трошоци од работењето	131.41	12.13%
Вкупно трошоци на работењето	1,073.27	99.03%
Расходи од други активности	10.33	0.95%
Вонредни расходи	0.15	0.01%
Вкупно трошоци на работењето	1,083.75	

Значајно учество во вкупните трошоци имале и средствата од категоријата „сите останати неопфатени трошоци од работењето (12,13%)“. Највисоки износи прикажале ТВ Сител (63,87 милиони денари) и ТВ Канал 5 (43,54 милиони денари).

Добивка од работењето во анализираната година оствариле ТВ Сител (32,38 милиони денари), ТВ Алсат-М (4,71 милиони денари) и ТВ Канал 5 (0,89 милиони денари), а ТВ Алфа и ТВ Телма работеле со загуба (од 3,21 милиони денари, односно 20,11 милиони денари).

Слика 9: Финансиски резултат од работењето во последните пет години

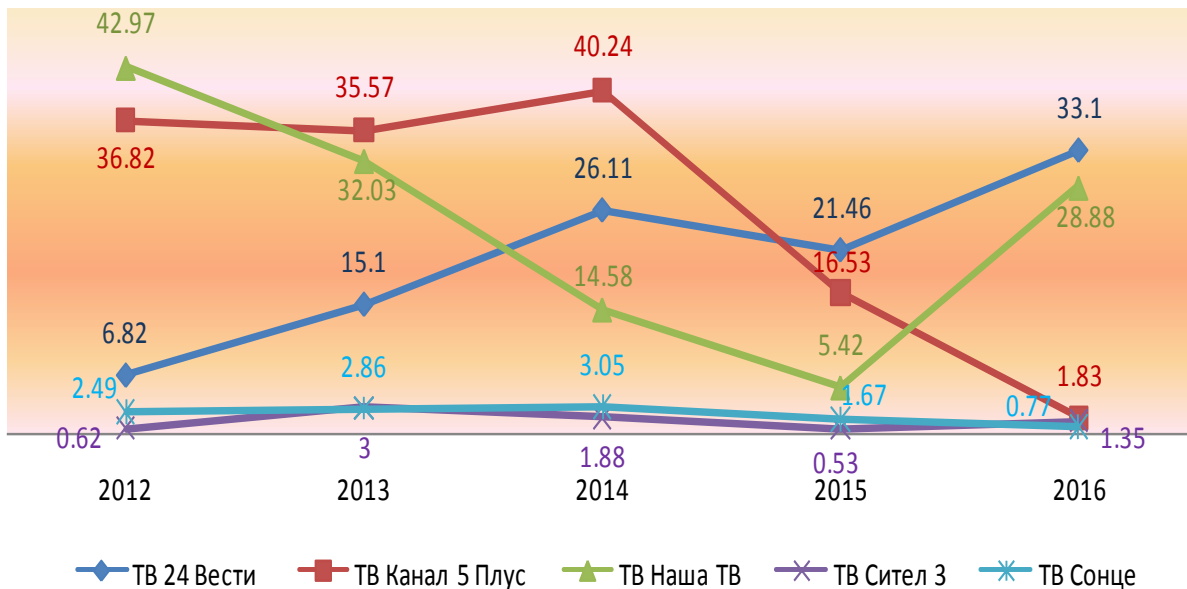


Просечниот број на вработени во редовен работен однос во петте телевизии изнесувал 578 лица. Од нив, 146 лица биле ангажирани во ТВ Канал 5, 143 лица во ТВ Сител, 104 лица во ТВ Алсат-М, 98 лица во ТВ Телма и 87 лица во ТВ Алфа. Во споредба со претходната година, бројот на вработени се намалил во ТВ Алфа (за 17 лица), ТВ Алсат-М (за четири лица) и ТВ Сител (за две лица), а се зголемил во ТВ Канал 5 (за 12 лица) и ТВ Телма (за четири лица).

ТЕЛЕВИЗИИ НА ДРЖАВНО НИВО ПРЕКУ САТЕЛИТ

Заедничките вкупни приходи на петте сателитски телевизии изнесувале 65,92 милиони денари. 94% од овој износ оствариле ТВ 24 Вести (50,20%) и Наша ТВ (43,80%). ТВ Канал 5 Плус остварила 2,78% од вкупните приходи, ТВ Сител 3 – 2,05%, а ТВ Сонце 1,17%.

Слика 10: Движење на вкупните приходи на сателитските телевизии во последните пет години



Од 2012 година наваму, пад на вкупните приходи на ТВ 24 Вести имало само во 2015 година, кога телевизијата остварила 4,65 милиони денари помалку отколку во 2014 година. Највисоки приходи овој радиодифузер прикажал токму во анализираната година.

Спротивно на неа, ТВ Канал 5 Плус во анализираната година остварила најмалку приходи (1,83 милиони денари). Најповолна за оваа телевизија била 2014 година, кога остварила 40,24 милиони денари.

Вкупните приходи на Наша ТВ во континуитет опаѓале од 2012 до 2015 година. Во 2016 година пак, забележано е нивно драстично зголемување, и тоа за 432,84%.

За ТВ Сител 3 најповолна била 2013 година, кога телевизијата остварила вкупни приходи во износ од три милиони денари, а најнеповолна 2015 година, кога биле остварени само 0,53 милиони денари.

ТВ Сонце, остварила највисоки приходи во 2014 година (3,05 милиони денари), а најниски во 2016 година (0,77 милиони денари).

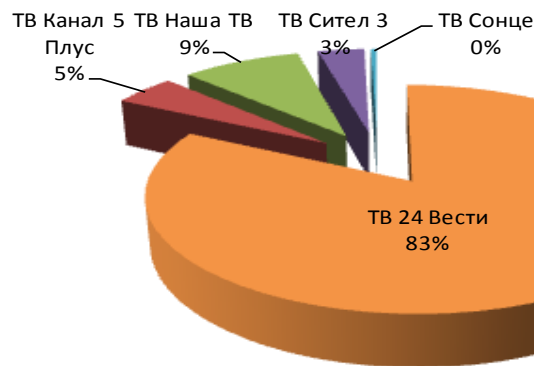
Најмногу приходи биле остварени од продажба на времето за рекламирање (38,83 милиони денари, односно 58,89% од вкупните приходи).

Табела 6: Структура на приходите на сателитските телевизии на државно ниво

	износ	учество
Реклами и телешопинг	38.83	58.89%
Спонзорства	0.00	0.00%
Продажба на содржини	0.60	0.91%
Приходи обезбедени од трети страни	0.00	0.00%
Останати приходи	0.10	0.15%
Приходи од основна дејност	39.52	59.95%
Приходи од други дејности	26.26	39.83%
Вонредни приходи	0.14	0.22%
Вкупни приходи	65.92	

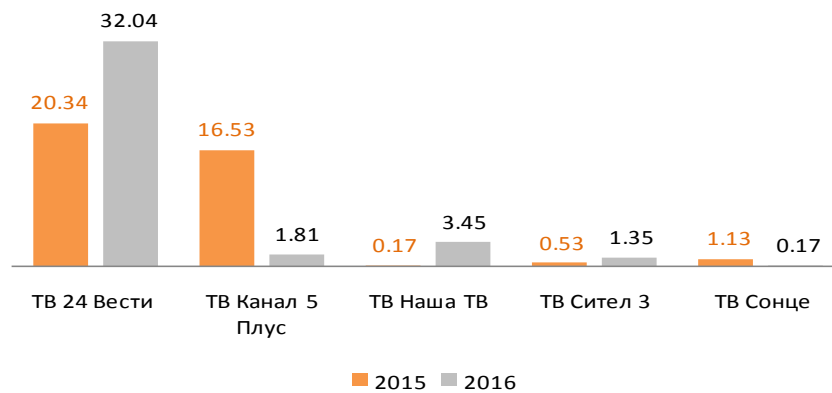
Продажбата на времето за рекламирање била главен извор на приходи за ТВ 24 Вести, ТВ Канал 5 Плус и за ТВ Сител 3. Наша ТВ најголем дел од приходите (87,71%) ги остварила од други дејности.

Слика 11: Удели на сателитските телевизии во приходите од рекламирање



Повисоки приходи од реклами отколку во претходната година оствариле ТВ 24 Вести, Наша ТВ и ТВ Сител 3.

Слика 12: Приходи од реклами и телешопинг во 2015 и 2016 година



Платено политичко рекламирање за време на Предвремените парламентарни избори во декември 2016 година емитувале ТВ 24 Вести (23 часа, 31 минута и 30 секунди), Наша ТВ (4 часа, 50 минути и 25 секунди) и ТВ Сонце (38 минути и 34 секунди), од што ТВ 24 Вести остварила 6,72 милиони денари, Наша ТВ 1,02 милиони денари, а ТВ Сонце 0,6 милиони денари.

Високото учество на приходите од други дејности (39,83 %) се должи на средствата коишто ги прикажала Наша ТВ во износ од 25,33 милиони денари.

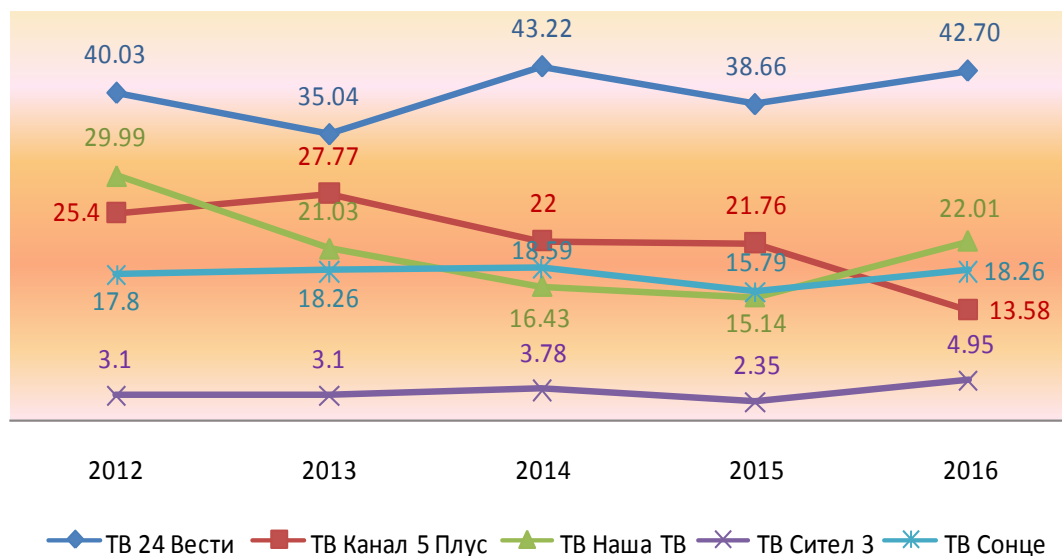
Во анализираната година, ниту една од петте телевизии не остварила приходи од спонзорства и приходи од услуги обезбедени на трети страни.

Вкупните трошоци коишто ги направиле овие телевизии изнесувале 101,50 милиони денари. 42,07% од нив биле трошоците коишто ги прикажала ТВ 24 Вести. Наша ТВ потрошила 21,68% од вкупните трошоци, ТВ Сонце 17,99%, ТВ Канал 5 Плус 13,37%, а ТВ Сител 4,88%.

Помалку средства во однос на претходната година потрошила само ТВ Канал 5 Плус (за 37,59%). Останатите телевизии имале повисоки трошоци, и тоа: ТВ 24 Вести за 10,45%, Наша ТВ за 45,38%, ТВ Сител 3 за 110,64% и ТВ Сонце за 15,64% повеќе.

Во секоја од последните пет години, ТВ 24 Вести имала повисоки трошоци од другите сателитски телевизии, а пониски ТВ Сонце.

Слика 13: Движење на вкупните трошоци на сателитските телевизии во последните пет години



Најмногу средства телевизиите издвоиле за плати и други надоместоци на лицата коишто се директно поврзани со производство на програмата (49,47 милиони денари, односно 48,74% од вкупните трошоци). Највисоки трошоци за оваа намена прикажала ТВ 24 Вести

(25,1 милион денари). Поточно, дури 58,77% од вкупните трошоци на овој радиодифузер биле токму за плати и други надоместоци на лицата директно поврзани со производство на програмата. Овие трошоци кај Наша ТВ изнесувале 13,99 милиони денари, кај ТВ Сонце 6,39 милиони денари и кај ТВ Канал 5 Плус 3,99 милиони денари. Само ТВ Сител 3 не прикажала ваков трошок (95,64% од вкупните трошоци на овој радиодифузер биле наменети за нематеријални трошоци (услуги), а останатите 4,36% биле трошоци од категоријата „сите останати неопфатени трошоци од работењето“).

За набавка на содржини овие телевизии издвоиле вкупно 6,99 милиони денари, од кои 3,66 милиони денари ТВ Канал 5 Плус, 2,39 милиони денари Наша ТВ, 0,91 милион денари ТВ 24 Вести и 0,02 милиони денари ТВ Сонце.

Речиси подеднакво учество во структурата на трошоците имаат нематеријалните трошоци и трошоците од категоријата „сите останати неопфатени трошоци од работењето“ (15,99% односно 16,17%).

Највисоки нематеријални трошоци, односно услуги прикажала ТВ Сонце (7,24 милиони денари), а највисоки трошоци од категоријата „сите останати неопфатени трошоци од работењето“ ТВ 24 Вести (8,41 милион денари).

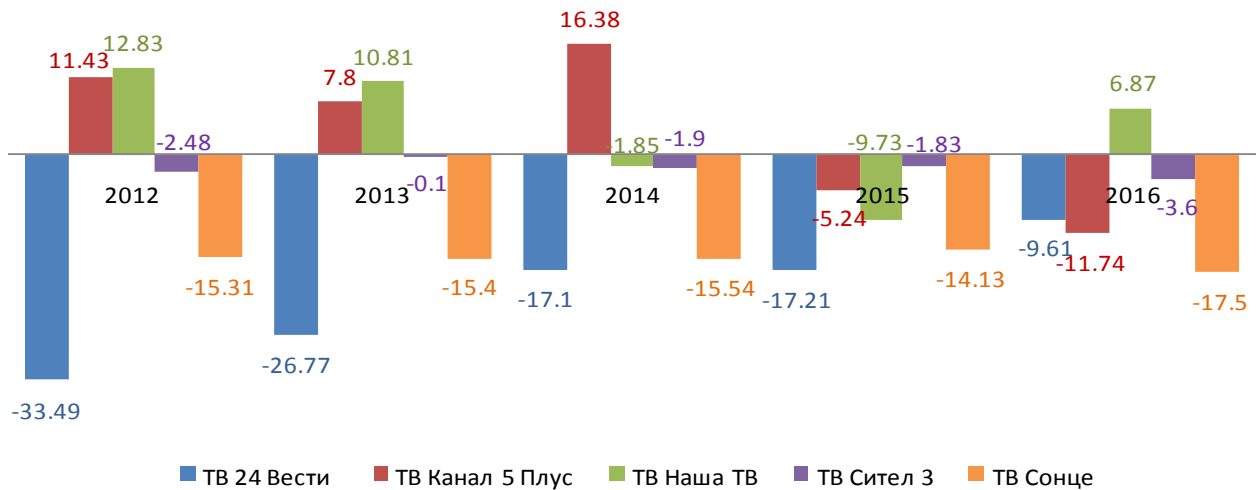
Табела 7: Структура на трошоците на сателитските телевизии

	износ	учество
Материјални трошоци	4.99	4.92%
Трошоци за набавка на програма	6.99	6.88%
Нематеријални трошоци (услуги)	16.23	15.99%
Плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма	49.47	48.74%
Директни трошоци за создавање на програмата	77.68	76.53%
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма	1.33	1.31%
Амортизација на опремата	2.79	2.75%
Амортизација на права и лиценци	0.12	0.11%
Кирии и останати режиски трошоци	2.73	2.69%
Сите останати неопфатени трошоци од работењето	16.41	16.17%
Вкупно трошоци на работењето	101.06	99.56%
Расходи од други активности	0.44	0.43%
Вонредни расходи	0.00	0.00%
Вкупно трошоци на работењето	101.50	

Позитивен финансиски резултат од работењето остварила само Наша ТВ, и тоа добивка во износ од 6,87 милиони денари. Останатите телевизии работеле со загуба, а најлош финансиски резултат имала ТВ Сонце (загуба од 17,5 милиони денари).

ТВ 24 Вести, ТВ Сител 3 и ТВ Сонце работеле со загуба во секоја од последните пет години, ТВ Канал 5 Плус остварувала добивка во првите три години, а во 2015 и 2016 година работела со загуба, додека пак Наша ТВ имала негативен финансиски резултат само во 2014 и 2015 година.

Слика 14: Финансиски резултат од работењето на сателитските телевизии во последните пет години



Просечниот број на вработени во редовен работен однос во сателитските телевизии во 2016 година изнесувал 110 лица. Најмногу од нив, односно 71 лице, биле вработени во ТВ 24 Вести. Во ТВ Сонце во текот на 2016 година во редовен работен однос просечно биле вработени 19 лица, во ТВ Канал 5 Плус 15 лица и во Наша ТВ пет лица. ТВ Сител 3, како и претходната година, не прикажала ниту едно вработено лице во редовен работен однос, а според податоците што ги достави во Агенцијата, сите 30 лица биле хонорарно ангажирани.

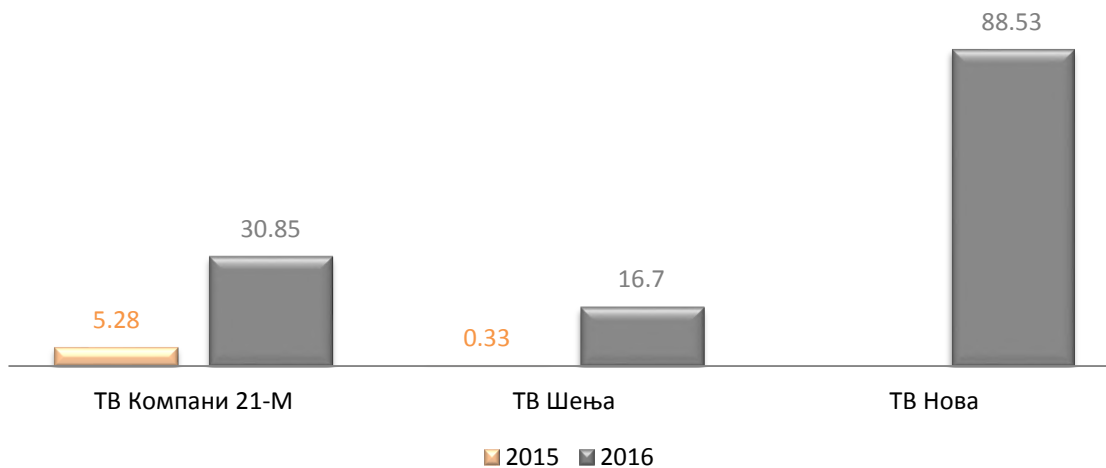
ТЕЛЕВИЗИИ НА ДРЖАВНО НИВО ПРЕКУ ОПЕРАТОР НА ЈАВНА ЕЛЕКТРОНСКА КОМУНИКАЦИСКА МРЕЖА

Во 2016 година, програма на државно ниво преку јавна електронска комуникациска мрежа која не користи ограничен ресурс емитуваа четири телевизиски станици – ТВ Компани 21-М, ТВ Нова, ТВ Шења и ТВ Арт. Во оваа анализа се претставени податоците за три од нив, затоа што во периодот кога Агенцијата ги прибираше податоците за економското работење на радиодифузерите (март 2017 година), ТВ Арт веќе ја имаше изгубено дозволата за телевизиско емитување³ поради неплаќање на надоместокот за дозволата во законски утврдениот рок.

ТВ Компани 21-М и ТВ Шења започнаа да емитуваат програма во ноември 2015 година, а ТВ Нова во февруари 2016 година.

Заедничките приходи на трите телевизии во 2016 година изнесувале 136,09 милиони денари.

Слика 15: Приходи на националните телевизии преку ОЈКМ во 2015 и 2016 година



Највисоки приходи, во износ од 88,53 милиони денари, остварила ТВ Нова. Вкупните приходи на ТВ Компани 21-М изнесувале 30,85 милиони денари, додека на ТВ Шења 16,7 милиони денари.

Продажбата на времето за рекламирање била најзначаен извор на приходи за сите три телевизии. Имено, по оваа основа биле остварени 70,18% од вкупните приходи на ТВ Компани 21-М, 94,73% од вкупните приходи на ТВ Шења и 99,98% од вкупните приходи на ТВ Нова.

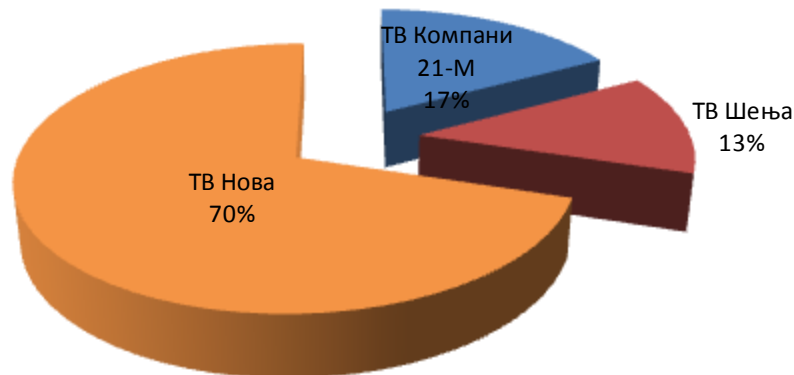
³ Одлука за одземање на дозволата за телевизиско емитување на Трговското радиодифузно друштво ТВ АРТ Артан ДОО Тетово, УП 1 бр.08-44 од 28.02.2017 година

Табела 8: Структура на приходите на националните телевизии преку ОЈКМ

	2016	учество
Реклами и телешопинг	125.98	92.57%
Спонзорства	0.00	0.00%
Продажба на содржини	0.00	0.00%
Приходи обезбедени од трети страни	2.24	1.64%
Останати приходи	5.31	3.90%
Приходи од основна дејност	133.52	98.12%
Приходи од други дејности	2.56	1.88%
Вонредни приходи	0.00	0.00%
Вкупни приходи	136.09	

Забележително повеќе приходи од реклами и телешопинг отколку другите две телевизии остварила ТВ Нова (88,51 милион денари). ТВ Компани 21-М остварила 21,65 милиони денари (17,27 милиони денари повеќе отколку во 2015 година), а ТВ Шења 15,82 милиони денари (15,49 милиони денари повеќе отколку во 2015 година).

Слика 16: Удели во приходите од рекламирање на националните телевизии преку ОЈКМ



Сите три телевизии емитувале рекламни спотови за Предвремените парламентарни избори во декември 2016 година, а најмногу ТВ Нова (38 часа, 19 минути и 40 секунди), потоа ТВ Компани 21-М (10 часа, 19 минути и 22 секунди) и ТВ Шења (2 часа, 36 минути и 2 секунди). Најмногу средства за емитуваните спотови во изборната кампања остварила ТВ Компани 21-М (5,74 милиони денари). Иако ТВ Нова емитувала рекламни спотови со речиси четири пати подолга минутажа, таа остварила двапати помалку средства од ТВ Компани 21-М (2,70 милиони денари). Најмалку средства од изборната кампања остварила ТВ Шења (1,71 милиони денари).

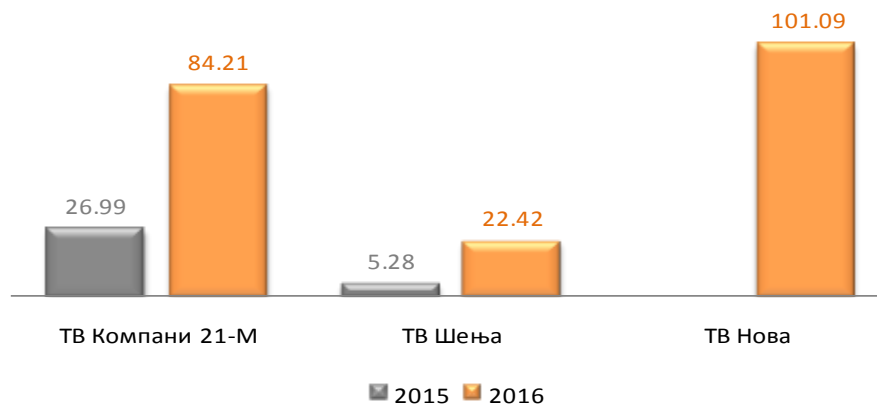
Само ТВ Компани 21-М остварила приходи од услуги обезбедени на трети страни (износ од 2,24 милиони денари) и приходи од други дејности (износ од 2,56 милиони денари).

Ниту една од овие три телевизии не прикажала приходи од спонзорства, продажба на содржини и вонредни приходи.

Приходите од категоријата „останати приходи“ изнесувале 5,31 милион денари. Од нив, 82,82% сочинувале приходите на ТВ Компани 21-М, коишто биле остварени од субвенции, ослободување од плаќање придонеси, персонален данок за вработени со мерки од Владата, курсни разлики, приходи врз основа на камати од други финансиски пласмани и друго.

Вкупните трошоци на овие три телевизии во анализираната година изнесувале 207,73 милиони денари. 48,67% од нив биле трошоците што ги направила ТВ Нова, 40,54% трошоците на ТВ Компани 21-М, а останатите 10,79% трошоците на ТВ Шења.

Слика 17: Трошоци на националните телевизии преку ОЈКМ во 2015 и 2016 година



Во споредба со претходната година, ТВ Компани 21-М потрошила 57,22 милиони денари повеќе, а ТВ Шења 17,14 милиони денари повеќе.

Најмногу средства телевизиите издвоиле за плати и други надоместоци на лицата кои се директно поврзани со производство на програмата (94,49 милиони денари). Најголемо учество во овие трошоци имале трошоците на ТВ Нова, којашто за оваа намена потрошила 57,40 милиони денари. Овој вид на трошок кај ТВ Компани 21-М изнесувал 23,79 милиони денари, а кај ТВ Шења 13,31 милион денари.

Приближно учество во вкупните трошоци имале материјалните трошоци (12,86%), трошоците за набавка на програма (10,37%), трошоците за амортизација на опремата (11,19%) и трошоците од категоријата „сите останати неопфатени трошоци од работењето“ (9,83%).

Највисоки материјални трошоци прикажала ТВ Нова (18,40 милиони денари). Овој вид на трошок кај ТВ Компани 21-М изнесувал 7,84 милиони денари, а кај ТВ Шења 0,48 милиони денари.

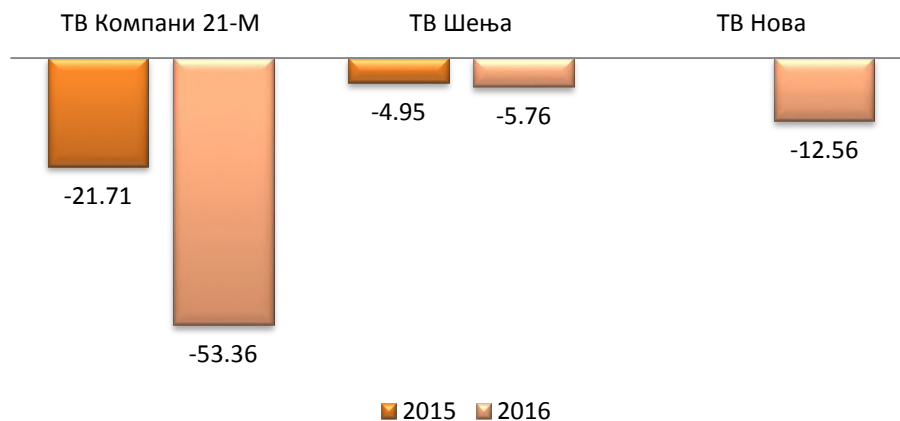
Во анализираната година, трошоци за набавка на програма прикажала само ТВ Нова, и тоа износ од 21,55 милиони денари.

Табела 9: Структура на трошоците на националните телевизии преку ОЈКМ

	износ	учество
Материјални трошоци	26.72	12.86%
Трошоци за набавка на програма	21.55	10.37%
Нематеријални трошоци (услуги)	3.78	1.82%
Плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма	94.49	45.49%
Директни трошоци за создавање на програмата	146.54	70.54%
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма	2.84	1.37%
Амортизација на опремата	23.24	11.19%
Амортизација на права и лиценци	2.61	1.26%
Кирии и останати режиски трошоци	11.02	5.31%
Сите останати неопфатени трошоци од работењето	20.42	9.83%
Вкупно трошоци на работењето	206.67	99.49%
Расходи од други активности	1.06	0.51%
Вонредни расходи	0.00	0.00%
Вкупно трошоци на работењето	207.73	

Финансискиот резултат од работењето на трите телевизии бил загуба од 71,68 милиони денари. Најголема загуба од 53,36 милиони денари имала ТВ Компани 21-М. Загубата на ТВ Шења изнесувала 5,76 милиони денари, додека на ТВ Нова 12,56 милиони денари.

Слика 18: Финансиски резултат од работењето на националните телевизии преку ОЈКМ во 2015 и 2016 година



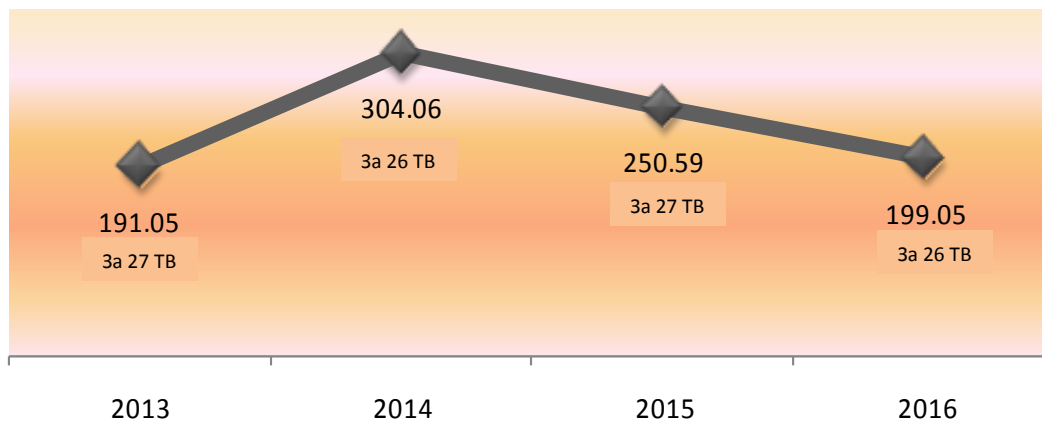
Просечниот број на вработени во редовен работен однос во ТВ Компани 21-М изнесувал 73 лица, во ТВ Шења 53 лица и во ТВ Нова 131 лице. Во анализираната година, ТВ Компани 21-М го зголемила бројот на вработени за 25 лица, а ТВ Шења за 11 лица.

ТЕЛЕВИЗИИ НА РЕГИОНАЛНО НИВО

Бројот на регионални телевизии на крајот од 2016 година изнесуваше 26. Од нив, 25 емитуваа програма во текот на целата година, додека една - ТВ Ускана еден⁴ од Тетово, започна да ја врши дејноста во септември 2016 година. Програма на регионално ниво во анализираната година емитуваа и ТВ Скај Нет (до март 2016 година), ТВ Чеграни медиа (до јули 2016 година) и ТВ Ускана (до јуни 2016 година), но тие не доставија податоци за економското работење затоа што во меѓувреме престанаа да ја вршат дејноста (на ТВ Скај Нет Агенцијата и ја одзеде дозволата поради неплаќање на надоместокот за дозволата во законски утврдениот рок⁵, додека ТВ Чеграни медиа⁶ и ТВ Ускана⁷ самите се откажаа од дозволите).

Вкупните приходи коишто ги оствариле 26-те телевизиски станици изнесувале 199,05 милиони денари. Во периодот од последните четири години, овие приходи се повисоки само од приходите остварени во 2013 година (за 4,19%). Во споредба со приходите во 2014 година тие се пониски за 34,54%, а во споредба со приходите во 2015 година за 20,57%.

Слика 19: Движење на вкупните приходи на регионалните телевизии во последните четири години



Седум регионални телевизии оствариле повеќе од половина (52,04%, односно 103,59 милиони денари) од вкупните приходи во овој сегмент на телевизискиот пазар, и тоа: ТВ Скопје (26,54 милиони денари), ХДТВ Мега (16,21 милиони денари), ХДТВ Канал Плус (13,46 милиони денари), ТВ Ера (12,97 милиони денари), ТВ Канал еден (12,30 милиони денари), ТВ К Три (11,74 милиони денари) и ТВ Вис (10,37 милиони денари).

⁴ Одлука за доделување дозвола за телевизиско емитување преку јавна електронска комуникациска мрежа што не користи ограничен ресурс на регионално ниво УП 1 бр. 08-324 од 24.06.2016 година.

⁵ Одлука за одземање на дозволата за телевизиско емитување на Радиодифузното друштво СКАЈ НЕТ Манчев ДОО Скопје УП 1 бр.08-61 од 07.03.2016 година.

⁶ Решение за бришење од регистарот на радиодифузери на Трговското радиодифузно друштво ТВ ЧЕГРАНИ-МЕДИА ДООЕЛ с.Чегране-Гостивар УП 1 бр.08-360 од 06.07.2016 година.

⁷ Решение за бришење од регистарот на радиодифузери на Трговското радиодифузно друштво ТЕЛЕВИЗИЈА УСКАНА Мунир Мехдиу Кичево ДООЕЛ УП 1 бр.08-3398/1 од 30.06.2016 година.

Највисоки вкупни приходи прикажала ТВ Скопје (26,54 милиони денари), а најниски ТВ Ускана еден (0,16 милиони денари).

Во апсолутен износ, најмногу се зголемиле приходите на ТВ Скопје (за 15,45 милиони денари), а најмногу се намалиле приходите на ТВ К Три (за 13,94 милиони денари). Повисоки приходи отколку во 2015 година прикажале вкупно 12 регионални телевизии, а намалување на приходите имало кај 13 телевизии.

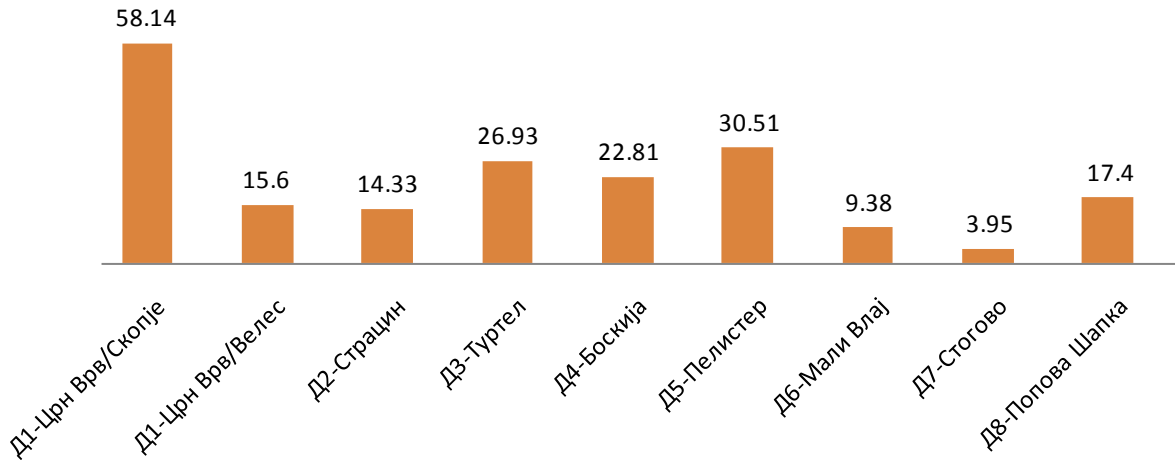
Табела 10: Вкупни приходи на регионалните телевизии во последните четири години

регион	ТВ	2013	2014	2015	2016
Д1-Црн Врв/Скопје	ТВ Амазон	1.57	0.99	0.38	2.42
	ТВ Едо	4.37	3.89	4.56	4.00
	ТВ Ера	18.32	19.22	12.03	12.97
	ТВ МТМ	6.23	4.62	7.71	6.53
	ТВ Скопје	15.7	19.42	11.09	26.54
	ТВ Шутел	1.69	2.48	2.82	5.68
Д1-Црн Врв/Велес	ТВ КТВ	5.52	3.86	3.00	3.30
	ТВ Канал еден	11.33	23.91	21.80	12.30
Д2- Страцин	ТВ К Три	11.12	20.16	25.68	11.74
	ТВ Сител 2	0.03	1.77	2.65	2.59
Д3-Туртел	ХДТВ Канал Плус	11.71	19	22.73	13.46
	ТВ Ирис	6.71	6.81	4.99	4.91
	ТВ Стар	8.2	8.7	7.42	8.56
Д4-Боскија	ТВ Вис	5.58	8.7	5.61	10.37
	ТВ Телеканал А1	10.45	24.53	16.18	8.65
	ТВ Кобра	3.02	3.31	3.31	3.79
Д5- Пелистер	ТВ Тера	-	-	12.72	9.70
	ХДТВ Мега	9.61	27.19	22.57	16.21
	ТВ Вижн-БМ	4.88	6.01	4.23	4.61
Д6-Мали Влај	Регионална ТВ 02	13.89	22.65	15.67	4.39
	ТВ М	-	-	4.52	4.99
Д7- Стогово	ТВ Канал три	9.19	20.79	13.26	3.95
Д8-Попова Шапка	ТВ Кисс	7.44	6.53	4.46	4.57
	ТВ Коха	6.73	9.19	4.78	8.04
	ТВ Ултра	12.02	30.14	14.68	4.63
	ТВ Ускана еден	-	-	-	0.16

Гледано по радиодифузни региони, највисоки приходи биле остварени во регионот Д1-Црн Врв/Скопје (58,14 милиони денари), во кој програма емитуваа шест регионални телевизии (ТВ Амазон, ТВ Едо, ТВ Ера, ТВ МТМ, ТВ Скопје и ТВ Шутел). Дури 45,64% од вкупните приходи во овој регион претставувале приходите на ТВ Скопје, а позначајни вкупни приходи прикажала и ТВ Ера (12,97 милиони денари).

Најниски приходи во износ од само 3,95 милиони денари биле остварени во регионот Д7-Стогово, во кој емитува програма само една телевизија - ТВ Канал Три од Дебар.

Слика 20: Вкупни приходи по радиодифузни региони



Најмногу приходи во анализираната година биле остварени од продажба на времето за рекламирање - вкупно 139,62 милиони денари или 70,14% од вкупните приходи на регионалните телевизии. Највисоки приходи од овој вид биле остварени во регионот Д3 (26,50 милиони денари), а најниски во регионот Д7, кадешто единствената регионална телевизија, Канал Три од Дебар, прикажала 3,92 милиони денари.

Табела 11: Структура на вкупните приходи по радиодифузни региони

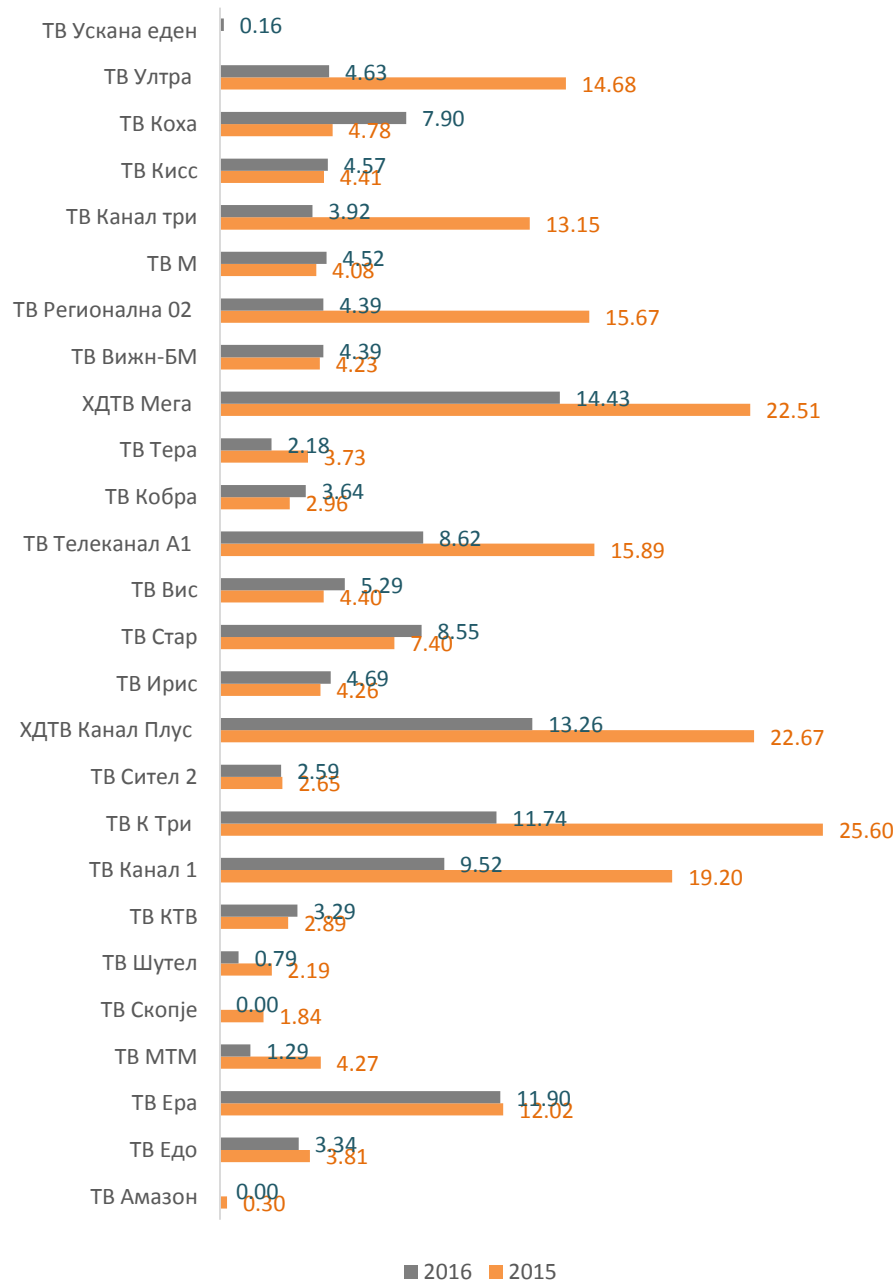
	Д1-Скопје	Д1-Велес	Д2	Д3	Д4	Д5	Д6	Д7	Д8
Реклами и телешопинг	17.33	12.81	14.33	26.50	17.55	21.01	8.90	3.92	17.26
Спонзорства	0.00	0.00	0.00	0.12	0.15	0.00	0.00	0.00	0.00
Продажба на содржини	2.88	0.00	0.00	0.00	0.00	4.12	0.00	0.00	0.00
Приходи обезбедени од трети страни	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Останати приходи	18.00	2.80	0.00	0.00	5.07	3.12	0.28	0.03	0.14
Приходи од основна дејност	38.21	15.60	14.33	26.62	22.78	28.25	9.19	3.95	17.40
Приходи од други дејности	17.09	0.00	0.00	0.31	0.03	2.26	0.00	0.00	0.00
Вонредни приходи	2.83	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.19	0.00	0.00
Вкупни приходи	58.14	15.60	14.33	26.93	22.81	30.51	9.38	3.95	17.40

Во регионот Д1-Скопје од реклами и телешопинг биле 29,81% од вкупно остварените приходи во овој регион, во Д1-Велес 82,12%, во Д2 – 100%, во Д3 – 98,40%, во Д4 – 76,94%, во Д5 – 68,86%, во Д6 – 94,88%, во Д7 – 99,24% и во Д8 – 99,20% од вкупните приходи.

Најатрактивна за огласувачите била ХДТВ Мега која емитува програма во радиодифузниот регион Д5 и која остварила 14,43 милиони денари од рекламирање. Позначајни приходи од рекламирање прикажала и ХДТВ Канал Плус од регионот Д3

(13,26 милиони денари). ТВ Амазон и ТВ Скопје од регионот Д1 - Скопје се единствените телевизии кои воопшто не оствариле приходи од рекламирање.

Слика 21: Приходи од рекламирање кај регионалните телевизии во 2015 и 2016 година



Платено политичко рекламирање не емитувала ТВ Амазон, а ТВ Скопје и ТВ Сител 2 не беа вклучени во примерокот за мониторинг на изборното медиумско претставување којшто го вршеше Агенцијата, ниту пак прикажале приходи од покривање на изборната кампања. Сите други регионални телевизии ја покривале изборната кампања за Предвремените парламентарни избори во 2016 година. Најдолго платено политичко

рекламирање емитувале ТВ Канал еден (24 часа, 25 минути и 38 секунди) и ТВ Регионална О2 (24 часа, 17 минути и 9 секунди), за што ТВ канал еден остварила приходи во износ од 1,31 милиони денари, а ТВ Регионална О2 во износ од 1,1 милиони денари. Од друга страна пак, најмногу приходи од емитување платено политичко рекламирање оствариле ТВ Тера (1,76 милиони денари за емитување спотови во времетраење од 6 часа, 56 минути и 6 секунди) и ТВ Стар (1,52 милиони денари за 4 часа, 3 минути и 7 секунди).

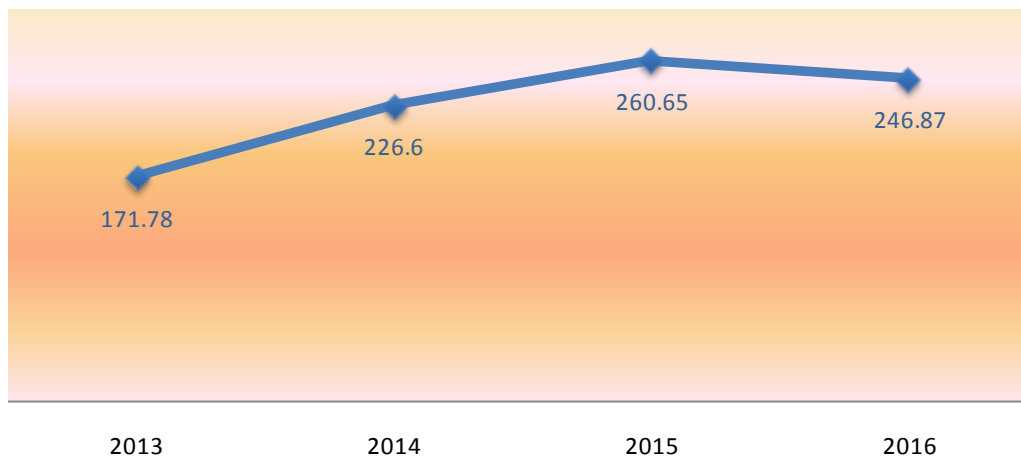
Приходи од продажба на содржини прикажале само три регионални телевизии, и тоа: ТВ Тера (4,12 милиони денари), ТВ Амазон (2,41 милион денари) и ТВ МТМ (0,47 милиони денари), а приходи од спонзорства само две - ХДТВ Канал Плус (0,12 милион денари) и ТВ Кобра (0,15 милиони денари).

Приходите од категоријата „останати приходи“ изнесувале вкупно 29,44 милиони денари. Од нив, 51,05% претставувале приходите на ТВ Скопје (9,96 милиони денари) и ТВ Вис (5,07 милиони денари). Овие приходи кај ТВ Скопје биле остварени од застарени отпишани долгови, а кај ТВ Вис од префактурирање на стоки-транзит.

81,67% од износот на приходите од други дејности прикажала ТВ Скопје (16,08 милиони денари).

Вкупните трошоци на 26-те регионални телевизии изнесувале 246,87 милиони денари, што претставува намалување за 5,29% во однос на трошоците во 2015 година.

Слика 22: Движење на вкупните трошоци на регионалните телевизии во последните четири години



Највисоки трошоци направила ТВ Скопје (31,22 милиони денари, односно 49,63% од вкупните трошоци на телевизиите коишто емитувале програма во регионот Д1 Скопје).

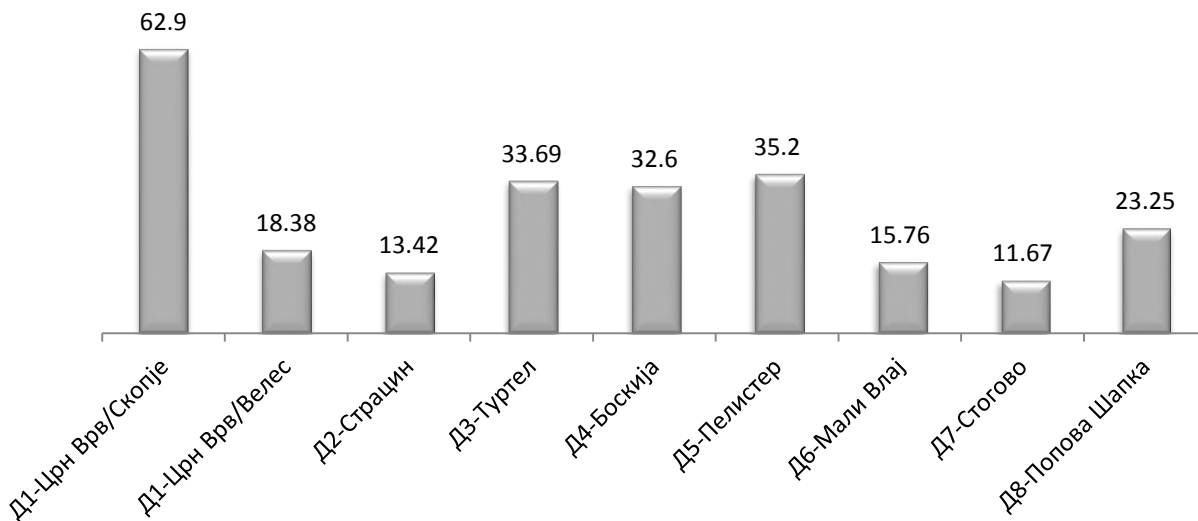
Освен ТВ Скопје, повисоки трошоци прикажале и ХДТВ Мега (21,79 милиони денари) и ХДТВ Канал Плус (20,09 милиони денари).

Табела 12: Вкупни трошоци на регионалните телевизии во последните четири години

регион	ТВ	2013	2014	2015	2016
Д1-Црн Врв/Скопје	ТВ Амазон	1.85	2.4	0.79	3.52
	ТВ Едо	4.02	3.82	4.46	3.72
	ТВ Ера	23.72	18.48	13.88	12.82
	ТВ МТМ	10.71	7.64	6.65	6.40
	ТВ Скопје	37.08	35.4	24.63	31.22
Д1-Црн Врв/Велес	ТВ Шутел	1.63	2.44	2.91	5.22
	ТВ КТВ	5.37	5.93	4.43	3.85
Д2-Страцин	ТВ Канал еден	5.64	10.6	16.08	14.53
	ТВ К Три	3.58	8.61	24.21	10.69
Д3-Туртел	ТВ Сител 2	1.37	2.62	3.63	2.73
	ХДТВ Канал Плус	3.21	7.87	18.98	20.09
	ТВ Ирис	7.5	6.76	6.32	5.18
Д4-Боскија	ТВ Стар	7.78	7.94	7.30	8.42
	ТВ Вис	5.5	8.27	5.54	10.30
	ТВ Телеканал А1	3.28	11.42	18.53	18.62
Д5-Пелистер	ТВ Кобра	2.75	3.19	3.28	3.68
	ТВ Тера	-	-	13.75	8.81
	ХДТВ Мега	6.5	22.74	20.09	21.79
Д6-Мали Влај	ТВ Вижн-БМ	4.76	5.85	4.13	4.59
	Регионална ТВ 02	1.76	10.06	15.41	9.49
Д7-Стогово	ТВ М	-	-	6.41	6.27
	ТВ Канал три	4.43	9.79	13.07	11.67
Д8-Попова Шапка	ТВ Кисс	8.11	6.85	5.54	5.64
	ТВ Коха	5.19	7.3	4.66	6.75
	ТВ Ултра	4.64	11.72	13.61	10.32
	ТВ Ускана еден	-	-	-	0.53

Најниски биле трошоците на ТВ Ускана еден (0,53 милиони денари).

Слика 23: Вкупни трошоци по радиодифузни региони



Гледано по радиодифузни региони, највисоки трошоци биле направени во регионот Д1-Црн Врв/Скопје (62,9 милиони денари), а најниски во Д7-Стогово (11,67 милиони денари).

68,60% од вкупните трошоци на регионалните телевизии биле наменети за создавање на програмата, а најголем дел од нив биле наменети за плати и други надоместоци на лицата кои се директно поврзани со производство на програмата. Најмногу средства за оваа намена издвоила ТВ Телеканал А1 (8,48 милиони денари). Позначајни суми за плати издвоиле и ТВ Регионална 02 (6,90 милиони денари), ТВ Ултра (6,35 милиони денари), ХДТВ Мега (6,29 милиони денари), ХДТВ Канал Плус (6,10 милиони денари) и ТВ К Три (6,03 милиони денари). Само ТВ Сител 2 и ТВ Ускана еден не прикажале ваков вид на трошок.

Табела 13: Структура на вкупните трошоци по радиодифузни региони

	Д1- Скопје	Д1- Велес	Д2	Д3	Д4	Д5	Д6	Д7	Д8
Материјални трошоци	2.48	0.59	0.00	5.67	5.10	0.92	1.60	2.56	1.89
Трошоци за набавка на програма	24.10	1.86	0.85	3.27	0.10	4.75	1.83	0.00	2.00
Нематеријални трошоци (услуги)	8.03	1.40	0.77	1.32	1.99	2.04	1.16	0.00	6.03
Плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма	14.56	6.55	6.03	12.99	11.71	11.34	9.73	4.53	9.60
Директни трошоци за создавање на програмата	49.18	10.40	7.65	23.25	18.89	19.06	14.32	7.10	19.52
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма	0.54	1.79	2.54	0.00	0.80	0.00	0.16	0.00	0.00
Амортизација на опремата	3.57	2.71	0.00	6.66	4.56	10.10	0.61	3.35	2.49
Амортизација на права и лиценци	3.36	0.71	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Кирии и останати режиски трошоци	0.51	0.12	0.03	0.73	0.18	0.11	0.00	0.00	0.00
Сите останати неопфатени трошоци од работењето	2.86	2.56	3.19	2.86	7.70	5.82	0.55	1.12	1.18
Вкупно трошоци на работењето	60.01	18.29	13.40	33.49	32.14	35.09	15.64	11.57	23.19
Расходи од други активности	0.19	0.09	0.02	0.19	0.46	0.11	0.05	0.10	0.06
Вонредни расходи	2.70	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.07	0.00	0.00
Вкупно трошоци на работењето	62.91	18.38	13.42	33.69	32.60	35.20	15.76	11.67	23.25

За набавка на содржини биле потрошени вкупно 38,75 милиони денари, од кои 25.53 милиони денари ги прикажала ТВ Скопје. Средства за набавка на програма издвоиле уште 15 други регионални телевизии.

Највисоки материјални трошоци прикажале ХДТВ Канал Плус (4,18 милиони денари) и ТВ Телеканал А1 (3,78 милиони денари), а најмногу средства за нематеријални трошоци издвоила ТВ Ера (3,14 милиони денари).

Вкупниот износ на трошоците од категоријата „сите останати неопфатени трошоци од работењето“ изнесувал 27,83 милиони денари. Повеќе од половина од овој износ биле трошоците на само четири телевизии: ТВ Вис (5,99 милиони денари), ХДТВ Мега (4,63 милиони денари), ТВ К три (2,81 милион денари) и ТВ Канал еден (2,33 милиони денари).

Заедничкиот финансиски резултат од работењето на регионалните телевизии бил загуба во износ од 48,22 милиони денари. Добивка оствариле 11 телевизии, од кои најголема била добивката на ТВ Коха од Тетово (износ од 1,29 милиони денари). Најлош финансиски резултат прикажала ТВ Телеканал А1 од Струмица (загуба во износ од 9,97 милиони денари).

Табела 14: Финансиски резултат од работењето на регионалните телевизии во последните четири години

регион	ТВ	2013	2014	2015	2016
Д1-Црн Врв/Скопје	ТВ Амазон	-0.28	0.00	-0.41	-1.13
	ТВ Едо	0.35	0.04	0.05	0.28
	ТВ Ера	-5.48	0.64	-1.87	0.15
	ТВ МТМ	-4.60	-3.01	0.94	0.11
	ТВ Скопје	-	-15.98	-13.54	-4.58
	ТВ Шутел	0.06	0.04	0.03	0.41
Д1-Црн Врв/Велес	ТВ КТВ	0.10	-2.11	-1.43	-0.58
	ТВ Канал еден	5.68	11.94	5.11	-2.23
Д2-Страцин	ТВ К Три	7.52	11.56	1.32	0.97
	ТВ Сител 2	-1.37	-0.85	-0.98	-0.14
Д3-Туртел	ХДТВ Канал Плус	8.51	9.97	3.53	-6.62
	ТВ Ирис	-0.60	0.04	-1.32	-0.28
	ТВ Стар	0.41	0.00	0.05	0.06
Д4-Боскија	ТВ Вис	0.05	0.17	0.05	0.03
	ТВ Телеканал А1	7.08	11.78	-2.35	-9.97
	ТВ Кобра	0.28	0.08	0.003	0.09
Д5-Пелистер	ТВ Тера	-	-	-1.17	0.74
	ХДТВ Мега	3.05	4.21	2.36	-5.59
	ТВ Вижн-БМ	0.12	0.15	0.10	0.02
Д6-Мали Влај	ТВ Регионална 02	11.67	11.86	0.08	-5.10
	ТВ М	-	-	-1.89	-1.28
Д7-Стогово	ТВ Канал три	4.75	9.90	0.04	-7.72
Д8-Попова Шапка	ТВ Кисс	-0.68	-0.32	-1.10	-1.09
	ТВ Коха	1.55	1.78	0.12	1.29
	ТВ Ултра	7.39	17.24	0.90	-5.69
	ТВ Ускана еден	-	-	-	-0.37

Просечниот број на вработени во редовен работен однос изнесувал 336 лица. Во однос на претходната година, шест телевизии го зголемиле бројот на вработени (ТВ Шутел за четири лица, ТВ Амазон, ТВ Телеканал А1 и ТВ Стар за три лица, ТВ Кобра за две лица и ТВ Вижн-БМ за едно лице), а 13 го намалиле (ТВ Регионална 02 за 14 лица, ХДТВ Канал Плус и ХДТВ Мега за 10 лица, ТВ Ера за осум лица, ТВ Тера за седум лица, ТВ Канал еден за пет лица, ТВ КТВ за четири лица, ТВ К Три и ТВ Ултра за три лица, ТВ МТМ и ТВ

Ирис за две лица и ТВ М и ТВ Канал Три за едно лице). Просечниот број на вработени во редовен работен однос кај останатите седум регионални телевизии останал непроменет.

Најмногу лица во анализираната година биле ангажирани во ТВ Телеканал А1 (32 лица). Во завршната сметка на ТВ Ускана еден нема податок за просечниот број на вработени во редовен работен однос, но според податоците што самиот радиодифузер ги достави во Агенцијата, на 31.12.2016 година во редовен работен однос биле шест лица, а уште четири биле хонорарно ангажирани.

Табела 15: Просечен број на вработени во редовен работен однос

ТВ	бр. на вработени	ТВ	бр. на вработени
ТВ Амазон	5	ТВ Вис	12
ТВ Едо	6	ТВ Телеканал А1	32
ТВ Ера	16	ТВ Кобра	6
ТВ МТМ	9	ТВ Тера	14
ТВ Скопје	8	ХДТВ Мега	18
ТВ Шутел	5	ТВ Вижн-БМ	11
ТВ КТВ	8	ТВ Регионална 02	23
ТВ Канал еден	25	ТВ М	13
ТВ К Три	21	ТВ Канал три	15
ТВ Сител 2	8	ТВ Кисс	11
ХДТВ Канал Плус	17	ТВ Коха	10
ТВ Ирис	12	ТВ Ултра	21
ТВ Стар	10	ТВ Ускана еден	нп

*нема податок

ТЕЛЕВИЗИИ НА ЛОКАЛНО НИВО

Дозвола да емитуваат програма на локално ниво на почетокот на 2016 година имаа 24 телевизии. Во текот на годината престанаа да важат дозволите на ТВ Далга Крт од Куманово⁸ (во февруари радиодифузерот се откажа од дозволата), ТВ Еми од Радовиш⁹ (во февруари Агенцијата и ја одзеде поради неисполнување на обврската од член 15 став 3 од Законот за медиуми) и ТВ Супер Скај од Тетово¹⁰ (во март Агенцијата и ја одзеде поради неплаќање на надоместокот во законски утврдениот рок), а беа доделени дозволи на ТВ Ускана медиа од Кичево¹¹ и ТВ Топестрада од Тетово¹².

Табела 16: Вкупни приходи на локалните телевизии во последните четири години

ТВ	2013	2014	2015	2016
ТВ Феста	1.42	2.28	0.55	1.34
ТВ Хана	1.08	1.28	0.69	0.85
ТВ Нова	1.65	2.01	1.20	1.49
ТВ Кочани-ЛД	2.94	2.61	2.81	2.14
ТВ Канал 8	1.94	2.87	2.16	1.61
ТВ Протел	2.28	1.71	1.77	1.68
ТВ Интел	4.42	3.67	2.94	2.95
ТВ Канал 21	2.94	2.57	1.85	1.61
ТВ Здравкин	3.69	2.37	2.07	1.09
ТВ Свет	2.05	1.85	1.32	1.25
ТВ Лажани	0.29	0.52	0.61	0.81
ТВ Орбис	10.51	10.2	9.22	7.65
ТВ Морис	0.76	0.9	0.53	0.57
ТВ Калтрина	0.85	1.27	0.77	0.88
ТВ Спектра	1.34	1.63	0.85	1.25
ТВ Дибра	0.59	0.96	0.41	0.93
ТВ Гурра	0.97	1.16	1.04	2.30
ТВ Аниса	1.2	1.45	0.42	0.60
ТВ Дуе	1.26	1.46	1.52	1.39
Г-ТВ	0.19	0.86	1.33	1.47
ТВ Плус	-	-	1.11	3.21
ТВ Топестрада	-	-	-	0.12
ТВ Ускана медиа	-	-	-	0.88

⁸ Решение за бришење од регистарот на радиодифузери на Трговското радиодифузно друштво ДАЛГА - КРТ Гордана ДООЕЛ Куманово бр.08-809/1 од 11.02.2016 година

⁹ Одлука за одземање на дозволата за телевизиско емитување на Трговското радиодифузно друштво ТВ ЕМИ ДООЕЛ Радовиш, УП 1 бр.08-33 од 10.02.2016 година

¹⁰ Одлука за одземање на дозволата за телевизиско емитување на Трговското радио дифузно друштво ТЕЛЕВИЗИЈА СУПЕР СКАЈ, Муслим ДООЕЛ с.Мала Речица Тетово, УП 1 бр.03-1500/1 од 17.03.2016 година

¹¹ Одлука за доделување дозвола за телевизиско емитување преку јавна електронска комуникациска мрежа што не користи ограничен ресурс на локално ниво, УП 1 бр.08-325 од 24.06.2016 година

¹² Одлука за доделување дозвола за телевизиско емитување преку јавна електронска комуникациска мрежа што не користи ограничен ресурс на локално ниво, УП 1 бр.08-34 од 05.02.2016 година

Вкупните приходи коишто 23-те локални телевизии успеале заедно да ги остварат изнесувале 38,06 милиони денари.

Највисоки приходи остварила ТВ Орбис од Битола (7,65 милиони денари), а најниски ТВ Топестрада од Тетово (0,12 милиони денари). ТВ Орбис остварувала повисоки приходи од останатите локални телевизии во секоја од претходните три години.

Повисоки приходи во однос на претходната година прикажале вкупно 13 локални телевизии, а намалување на вкупните приходи имало кај осум.

Најголем дел од приходите телевизиите го обезбедиле од продажба на времето за рекламирање (82,44%). Приходите од реклами во анализираната година биле повисоки за 6,81% во однос на оние остварени во претходната година.

Табела 17: Структура на приходите на комерцијалните радија на државно ниво

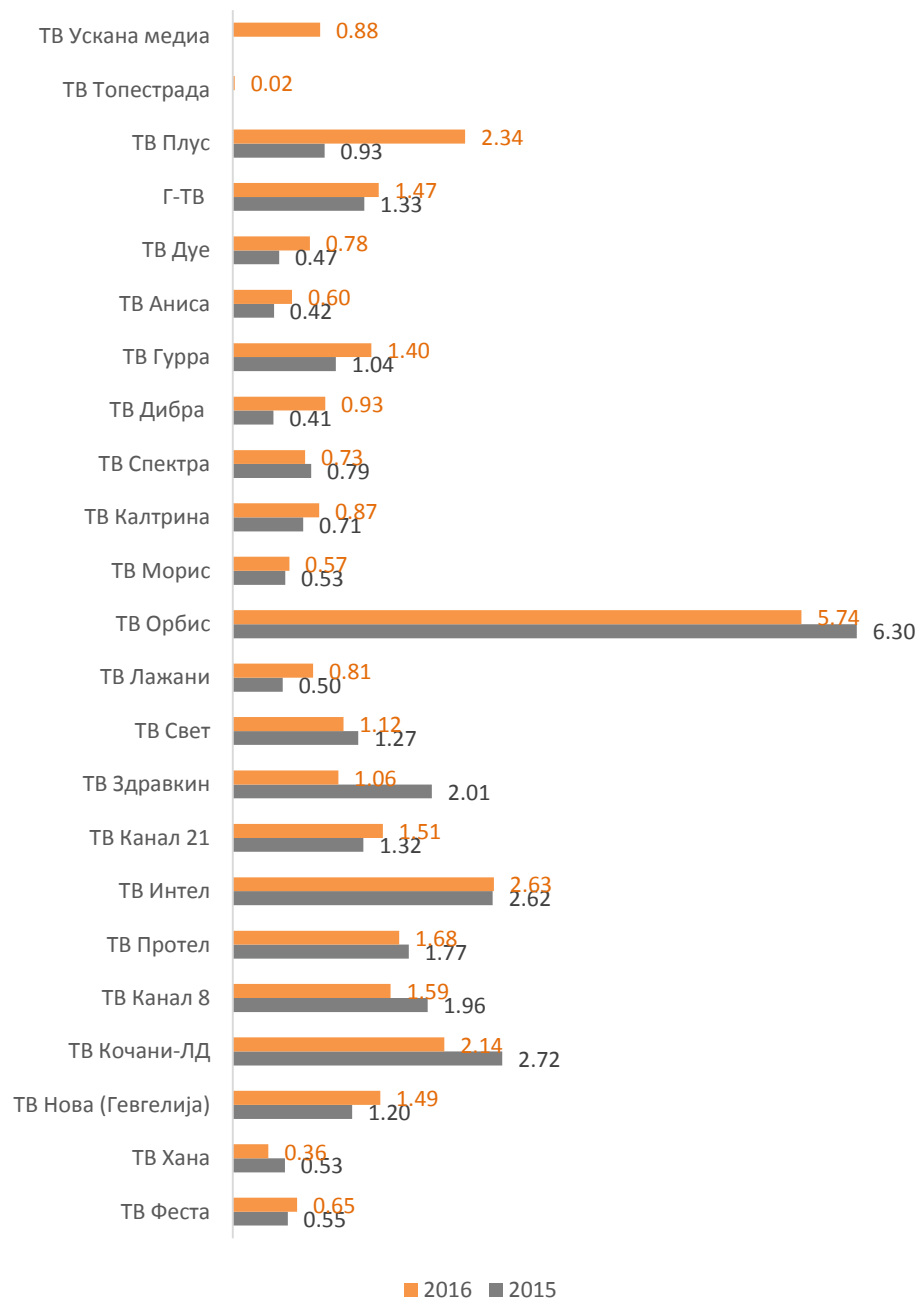
	износ	учество
Реклами и телешопинг	31.38	82.44%
Спонзорства	1.56	4.09%
Продажба на содржини	0.43	1.14%
Приходи обезбедени од трети страни	0.02	0.05%
Останати приходи	1.68	4.42%
Приходи од основна дејност	35.07	92.13%
Приходи од други дејности	1.05	2.76%
Вонредни приходи	1.95	5.11%
Вкупни приходи	38.06	

Најатрактивна за огласувачките компании била ТВ Орбис од Битола, која по овој основ прикажала приходи во износ од 5,74 милиони денари. Заедно со уште три телевизии (ТВ Интел од Струмица, ТВ Плус од Куманово и ТВ Кочани – ЛД од Кочани) оствариле речиси 41% од приходите од рекламирање на сите 23 локални телевизии.

Во анализираната година, 13 локални телевизии оствариле повисоки приходи од реклами отколку во 2015 година.

Предмет на мониторингот на Агенцијата за време на изборната кампања за Предвремените парламентарни избори во 2016 година беа вкупно 19 локални телевизии. Со мониторингот не беа опфатени ТВ Спектра од Струга, ТВ Дибра од Дебар, ТВ Аниса од Пласница и ТВ Топестрада од Тетово, но три од нив до Агенцијата доставија податоци дека оствариле приходи од емитување платено политичко рекламирање, и тоа: ТВ Спектра (0,44 милиони денари), ТВ Дибра (0,24 милиони денари) и ТВ Аниса (0,4 милиони денари). Според податоците од мониторингот на изборите, од сите локални телевизии, најдолго време за рекламирање на учесниците во изборната кампања им отстапиле ТВ Канал 8 од Кочани (12 часа, 1 минута и 55 секунди) и ТВ Протел од Пробиштип (11 часа, 13 минути и 27 секунди), од што ТВ Канал 8 остварила приходи во износ од 0,42 милиони денари, а ТВ Протел во износ од 0,38 милиони денари. Највисоки приходи од емитување платено политичко рекламирање остварила ТВ Орбис од Битола (1,46 милиони денари), која емитувала 5 часа и 2 минути рекламни спотови.

Слика 24: Приходи од реклами кај локалните телевизии во 2015 и 2016 година



Приходи од спонзорства прикажале само четири локални телевизии, и тоа: ТВ Гурра од Кичево (0,9 милиони денари), ТВ Хана од Куманово (0,49 милиони денари), ТВ Орбис од Битола (0,1 милион денари) и ТВ Топестрада од Тетово (0,06 милиони денари).

Учеството на останатите приходи во вкупните приходи изнесувало 4,42%. Најголем дел од нив биле приходите што ги прикажала ТВ Орбис од Битола.

Трошоците коишто локалните телевизии ги направиле во 2016 година изнесувале 35,18 милиони денари.

Пет локални телевизии потрошиле речиси половина од вкупните трошоци на локалните телевизии (ТВ Орбис од Битола, ТВ Плус и ТВ Феста од Куманово, ТВ Интел од Струмица и ТВ Кочани-ЛД од Кочани). Најмногу средства за своето работење во анализираната година потрошила ТВ Орбис од Битола (7,35 милиони денари).

Табела 18: Вкупни трошоци на локалните телевизии во последните четири години

ТВ	2013	2014	2015	2016
ТВ Феста	0.68	1.02	1.10	2.46
ТВ Хана	1.57	1.34	1.07	0.80
ТВ Нова	1.75	1.85	1.48	0.95
ТВ Кочани-ЛД	2.89	2.58	2.80	2.13
ТВ Канал 8	1.92	2.86	2.05	1.55
ТВ Протел	2.22	2.51	1.86	1.67
ТВ Интел	2.6	3.07	4.64	2.34
ТВ Канал 21	2.77	2.47	1.84	1.60
ТВ Здравкин	3.64	2.35	2.07	1.06
ТВ Свет	1.69	1.97	1.63	1.48
ТВ Лажани	0.37	0.53	0.92	0.60
ТВ Орбис	8.75	8.44	8.92	7.35
ТВ Морис	1.18	0.48	0.30	0.00
ТВ Калтрина	1.47	1.28	1.19	1.14
ТВ Спектра	0.92	1.22	1.11	0.93
ТВ Дибра	0.66	0.62	0.71	1.08
ТВ Гурра	0.91	0.95	1.80	1.75
ТВ Аниса	0.88	1.68	0.85	0.69
ТВ Дуе	1.33	1.31	1.07	1.16
Г-ТВ	0.47	0.83	1.22	1.34
ТВ Плус	-	-	1.57	2.79
ТВ Топестрада	-	-	-	0.22
ТВ Ускана медиа	-	-	-	0.08

Најмногу средства биле потрошени за плати и други надоместоци за лицата директно поврзани со производство на програмата (11,39 милиони денари). Највисоки трошоци за оваа намена прикажала ТВ Плус од Куманово (2,30 милиони денари), а позначајни суми за оваа намена издвоиле и ТВ Орбис од Битола (1,28 милиони денари) и ТВ Канал 8 од Кочани (1,03 милиони денари).

Осум локални телевизии немале воопшто трошоци за плати и надоместоци на лицата директно поврзани со производство на програмата (ТВ Хана од Куманово, ТВ Здравкин од Велес, ТВ Морис од Охрид, ТВ Дибра од Дебар, ТВ Аниса од Пласница, ТВ Ускана медиа од Кичево и ТВ Дуе и ТВ Г-ТВ од Гостивар).

Табела 19: Структура на трошоците на локалните телевизии

	износ	учество
Материјални трошоци	4.91	13.97%
Трошоци за набавка на програма	0.85	2.43%
Нематеријални трошоци (услуги)	3.12	8.85%
Плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма	11.39	32.36%
Директни трошоци за создавање на програмата	20.27	57.61%
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма	3.19	9.08%
Амортизација на опремата	2.22	6.32%
Амортизација на права и лиценци	0.00	0.00%
Кирии и останати режиски трошоци	1.16	3.29%
Сите останати неопфатени трошоци од работењето	5.36	15.22%
Вкупно трошоци на работењето	32.20	91.53%
Расходи од други активности	1.97	5.61%
Вонредни расходи	1.01	2.86%
Вкупно трошоци на работењето	35.18	

Средства за набавка на програма издвоиле само шест телевизии: ТВ Хана од Куманово (0,19 милиони денари), ТВ Кочани-ЛД од Кочани (0,11 милиони денари), ТВ Канал 8 од Кочани (0,1 милион денари), ТВ Интел од Струмица (0,20 милиони денари), ТВ Здравкин од Велес (0,13 милиони денари) и ТВ Свет од Свети Николе (0,13 милиони денари).

Највисоки материјални трошоци имала ТВ Орбис од Битола (1,21 милион денари).

Останатите неопфатени трошоци од работењето изнесувале 5,36 милиони денари. Од нив 3,13 милиони денари ги прикажала ТВ Орбис од Битола.

Со загуба во анализираната година работеле само шест локални телевизии (ТВ Феста од Куманово, ТВ Свет од Свети Николе, ТВ Калтрина од Струга, ТВ Топестрада од Тетово, ТВ Дибра од Дебар и ТВ Аниса од Пласница). Останатите оствариле позитивен финансиски резултат, а најголема била добивката на ТВ Интел од Струмица (0,61 милион денари). Во табелата подолу е прикажан финансискиот резултат на локалните телевизии во секоја од последните четири години.

Табела 20: Финансиски резултат од работењето на локалните телевизии во последните четири години

ТВ	2013	2014	2015	2016
ТВ Феста	0.12	1.26	-0.55	-1.12
ТВ Хана	-0.49	-0.07	-0.38	0.05
ТВ Нова	-0.10	0.15	-0.28	0.53
ТВ Кочани-ЛД	0.05	0.03	0.01	0.01
ТВ Канал 8	0.03	0.01	0.11	0.06
ТВ Протел	0.06	-0.81	-0.09	0.01
ТВ Интел	1.82	0.60	-1.80	0.61
ТВ Канал 21	0.17	0.09	0.01	0.00
ТВ Здравкин	0.06	0.02	0.00	0.03
ТВ Свет	0.36	-0.12	-0.31	-0.24
ТВ Лажани	-0.08	-0.01	-0.31	0.21
ТВ Орбис	1.76	1.37	0.31	0.30
ТВ Морис	-0.42	0.42	0.23	0.57
ТВ Калтрина	-0.62	-0.02	-0.42	-0.26
ТВ Спектра	0.42	0.41	-0.26	0.32
ТВ Дибра	-0.08	0.30	-0.30	-0.15
ТВ Гурра	0.06	0.20	-0.76	0.55
ТВ Аниса	0.31	-0.22	-0.44	-0.09
ТВ Дуе	-0.07	0.08	0.45	0.23
Г-ТВ	-0.27	0.03	0.10	0.13
ТВ Плус	-	-	-0.47	0.38
ТВ Топестрада	-	-	-	-0.10
ТВ Ускана медиа	-	-	-	0.80

Просечниот број на вработени во редовен работен однос изнесувал 77 лица, од кои најмногу (вкупно 12 лица) биле вработени во ТВ Плус од Куманово.

Табела 21: Просечен број на вработени во редовен работен однос кај локалните телевизии

ТВ	бр. на вработени	ТВ	бр. на вработени
ТВ Феста	1	ТВ Морис	1
ТВ Хана	1	ТВ Калтрина	4
ТВ Нова	3	ТВ Спектра	5
ТВ Кочани-ЛД	4	ТВ Дибра	5
ТВ Канал 8	4	ТВ Гурра	3
ТВ Протел	3	ТВ Аниса	2
ТВ Интел	3	ТВ Дуе	4
ТВ Канал 21	3	Г-ТВ	4
ТВ Здравкин	2	ТВ Плус	12
ТВ Свет	3	ТВ Топестрада	2
ТВ Лажани	2	ТВ Ускана медиа	нп
ТВ Орбис	6		

*нема податок

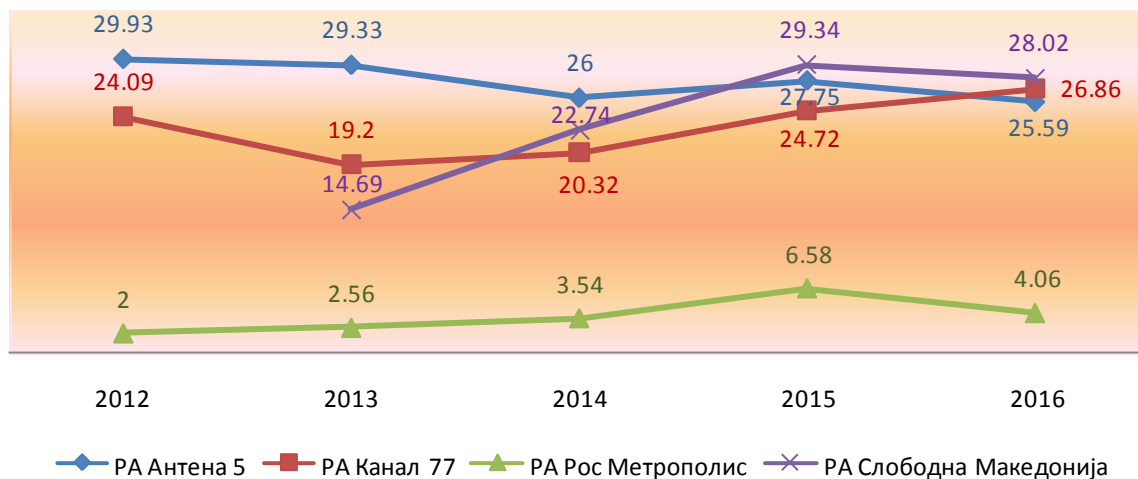
РАДИОСТАНИЦИ НА ДРЖАВНО НИВО

Вкупните приходи коишто во 2016 година ги оствариле радиостаниците кои емитуваат програма на ниво на целата држава изнесувале 84,53 милиони денари. Од нив, 33,15% биле приходите на РА Слободна Македонија, 31,78% приходите на РА Канал 77, 30,27% приходите на РА Антена 5 и 4,80% приходите на РА Метрополис.

Зголемување на приходите во однос на претходната година имало само кај РА Канал 77 (за 8,66%). Вкупните приходи на оваа радиостаница во континуитет се зголемувале од 2013 година наваму, а најголемо зголемување бележат во 2015 година, кога пораснале за 21,65% во однос на вкупните приходи остварени во 2014 година.

РА Антена 5 во анализираната година остварила најниски приходи во последните пет години. Тие биле за 14,5% пониски од приходите во 2012 година, за 12,75% пониски од приходите во 2013 година, за 1,58% од приходите во 2014 година и за 7,78% од приходите во 2015 година. Најповолна за оваа радиостаница била 2012 година, кога остварила вкупно 29,93 милиони денари.

Слика 25: Движење на вкупните приходи на радиостаниците на државно ниво во последните пет години



Приходите на РА Метрополис биле највисоки во 2015 година (6,58 милиони денари), а најниски во 2012 година (2 милиони денари). Споредено со претходната година, приходите на РА Метрополис се намалиле за 38,3%.

Пад на вкупните приходи во однос на претходната година имало и кај РА Слободна Македонија (за 4,5%). Приходите на оваа радиостаница биле највисоки во 2015 година (29,34 милиони денари), а најниски во првата година од работењето на радиото, односно во 2013 година (14,69 милиони денари).

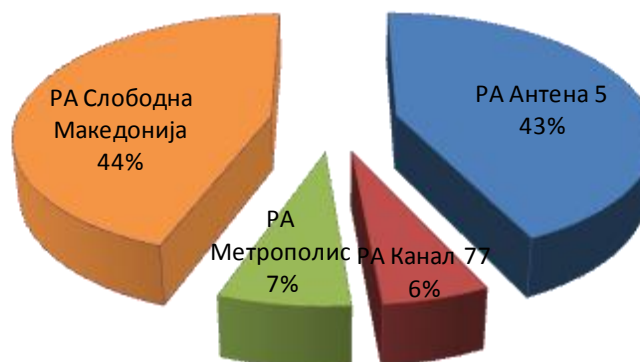
Најголемо учество во структурата на приходите имале приходите остварени од продажба на времето за рекламирање (69,65%).

Табела 22: Структура на приходите на комерцијалните радија на државно ниво

	износ	учество
Реклами и телешопинг	58.87	69.65%
Спонзорства	0.00	0.00%
Продажба на содржини	4.95	5.86%
Приходи обезбедени од трети страни	3.46	4.09%
Останати приходи	17.07	20.19%
Приходи од основна дејност	84.35	99.79%
Приходи од други дејности	0.18	0.21%
Вонредни приходи	0.00	0.00%
Вкупни приходи	84.53	

Рекламирањето било единствен извор на приходи за РА Метрополис и главен извор на приходи за РА Антена 5 (од рекламирање биле 98,89% од вкупните приходи) и РА Слободна Македонија (од рекламирање биле 93,51% од вкупните приходи). Приходите од реклами и телешопинг кај РА Канал 77 претставувале 12,29% од вкупните приходи. Највисоки кај оваа радиостаница биле приходите од категоријата „останати приходи“ (15,14 милиони денари).

Слика 26: Удели во приходите од рекламирање на радиостаниците на државно ниво

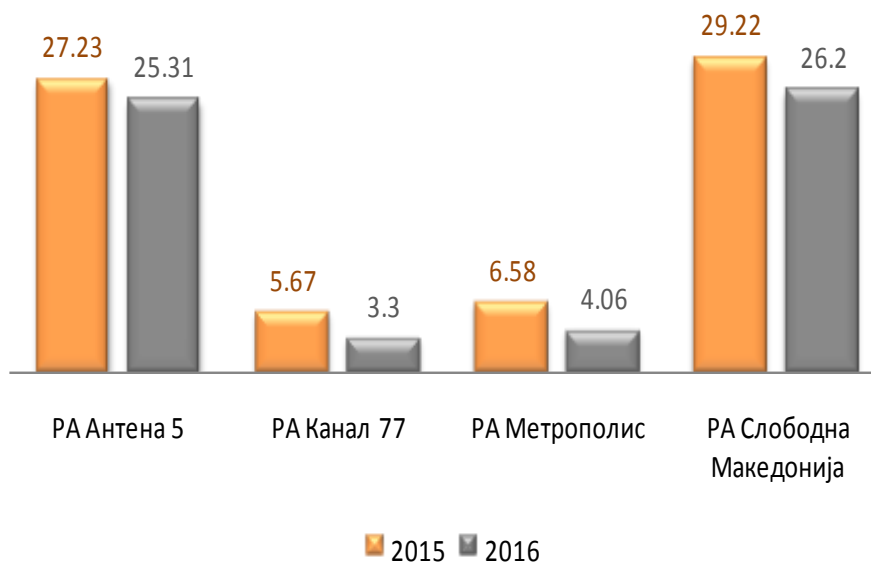


Највисоки приходи од реклами, во износ од 26,2 милиони денари остварила РА Слободна Македонија. РА Антена 5 остварила 0,89 милиони помалку, односно 25,31 милион денари. Овие приходи кај РА Канал 77 изнесувале 3,3 милиони денари, а кај РА Метрополис 4,06 милиони денари.

Во однос на претходната година, приходите од рекламирање се намалиле кај сите четири радиостаници. Намалувањето е уште позначајно доколку од приходите од реклами се одземат приходите што радиостаниците во 2016 година ги оствариле од емитување платено политичко рекламирање, со оглед на тоа дека во претходната година немаше избори и не беа остварени ваков вид приходи. Најдолго време за емитување рекламни спотови нарачани од учесниците во изборната кампања со мониторингот е регистрирано кај РА Слободна Македонија (6 часа, 4 минути и 51 секунда). Сепак оваа радиостаница

прикажала најмалку приходи од емитување платено политичко рекламирање (0,27 милиони денари). Највисоки приходи успеала да оствари РА Канал 77 (0,59 милиони денари) и тоа за емитување спотови во времетраење од 2 часа, 4 минути и 29 секунди. РА Антена 5 емитувала 3 часа, 8 минути и 38 секунди платено политичко рекламирање, а остварила 0,46 милиони денари. Најкратко време за емитување спотови на учесниците во кампањата отстапила РА Метрополис (55 минути и 8 секунди), за што остварила 0,28 милиони денари.

Слика 27: Приходи од рекламирање во 2015 и 2016 година кај радиостаниците на државно ниво

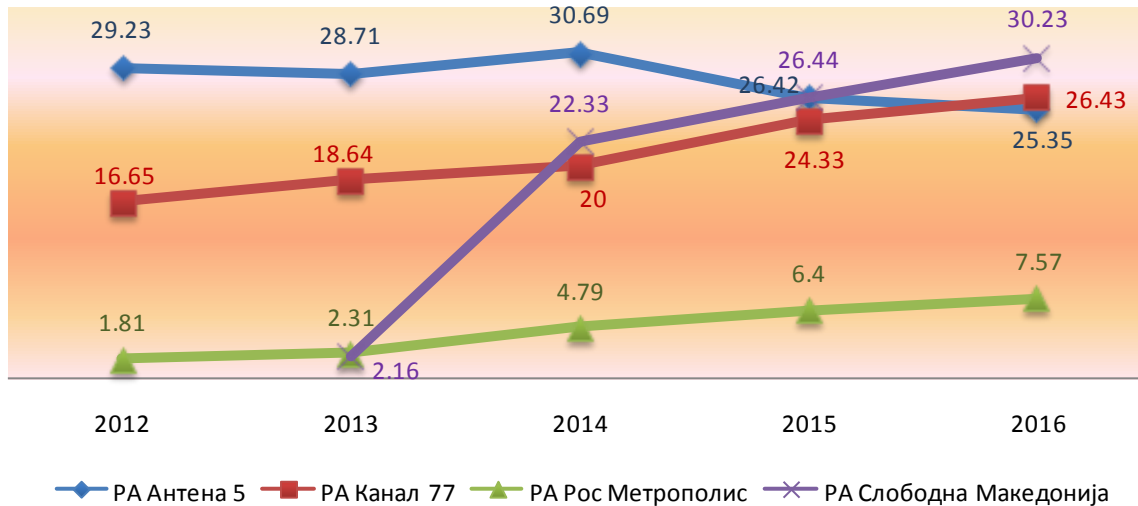


Целиот износ на приходи од продажба на содржини (4,95 милиони денари) и од услуги обезбедени на трети страни (3,46 милиони денари) го прикажала РА Канал 77. Оваа радиостаница прикажала и најголем дел од приходите од категоријата „останати приходи“ (15,14 милиони денари) коишо ги остварила од отпис на обврски спрема добавувачи, приходи од продажба на трговска стока и други услуги.

Четириите радиостаници заедно потрошиле 89,58 милиони денари, односно 7,17% повеќе отколку претходната година. Гледано засебно, само РА Антена 5 потрошила помалку средства отколку во 2015 година (за 1,07 милиони денари), додека трошоците на останатите три радиостаници се зголемиле (на РА Канал 77 за 2,1 милион денари, на РА Метрополис за 1,17 милиони денари и на РА Слободна Македонија за 3,79 милиони денари).

Средствата коишто во анализираната година ги потрошиле РА Канал 77, РА Метрополис и РА Слободна Македонија биле највисоки во последните пет години. РА Антена 5 највисоки трошоци направила во 2014 година.

Слика 28: Движење на вкупните трошоци на радиостаниците на државно ниво во последните пет години



Најголем дел од трошоците биле за амортизација на опремата (14,92 милиони денари). Речиси исто толку (14,75 милиони денари) радиостаниците потрошиле за кирии и останати режиски трошоци.

Табела 23: Структура на трошоците на комерцијалните радија на државно ниво

	износ	учество
Материјални трошоци	7.76	8.67%
Трошоци за набавка на програма	9.63	10.75%
Нематеријални трошоци (услуги)	8.78	9.81%
Плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма	12.72	14.20%
Директни трошоци за создавање на програмата	38.90	43.42%
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма	4.73	5.28%
Амортизација на опремата	14.92	16.65%
Амортизација на права и лиценци	0.00	0.00%
Кирии и останати режиски трошоци	14.75	16.47%
Сите останати неопфатени трошоци од работењето	13.59	15.17%
Вкупно трошоци на работењето	86.88	96.99%
Расходи од други активности	0.42	0.47%
Вонредни расходи	2.28	2.54%
Вкупно трошоци на работењето	89.58	

Највисоки трошоци за кирии и останати режиски трошоци, во износ од 6,77 милиони денари, прикажала PA Канал 77. Овие трошоци кај PA Слободна Македонија изнесувале 5,31 милион денари, а кај PA Антена 5 – 2,67 милиони денари. PA Метрополис не прикажала вакви трошоци.

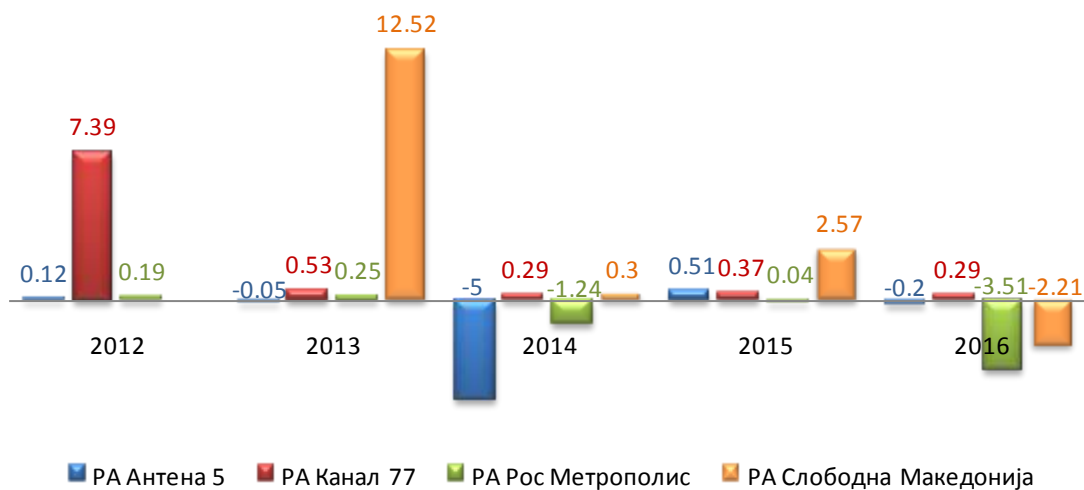
Директните трошоци за создавање на програмата учествувале со 43,42% во вкупно направените трошоци на радиостаниците. Во однос на 2015 година, тие се намалиле за 7,5 процентни поени, односно за 3,66 милиони денари. Најмногу од овие средства

радиостаниците издвоиле за плати и други надоместоци на лицата кои се директно поврзани со производство на програмата (12,72 милиони денари). Поточно, 37,18% од овој вид на трошок биле трошоците коишто ги направила РА Антена 5. РА Слободна Македонија учествувала со 26,79% во вкупниот износ на средства за плати и други надоместоци на лицата кои се директно поврзани со производство на програмата, РА Метрополис со 20,15% и РА Канал 77 со 15,88%.

Средства за набавка на содржина издвоиле само РА Антена 5 (1,78 милиони денари) и РА Слободна Македонија (7,84 милиони денари).

Добивка од работењето во анализираната година остварила само РА Канал 77, и тоа износ од 0,29 милиони денари. Другите три радиостаници работеле со загуба, и тоа: РА Антена 5 загуба од 0,20 милиони денари, на РА Метрополис од 3,51 милион денари, а РА Слободна Македонија 2,21 милион денари. На сликата подолу е прикажан финансискиот резултат од работењето на овие радиостаници во последните пет години.

Слика 29: Финансиски резултат од работењето на радиостаниците на државно ниво во последните пет години



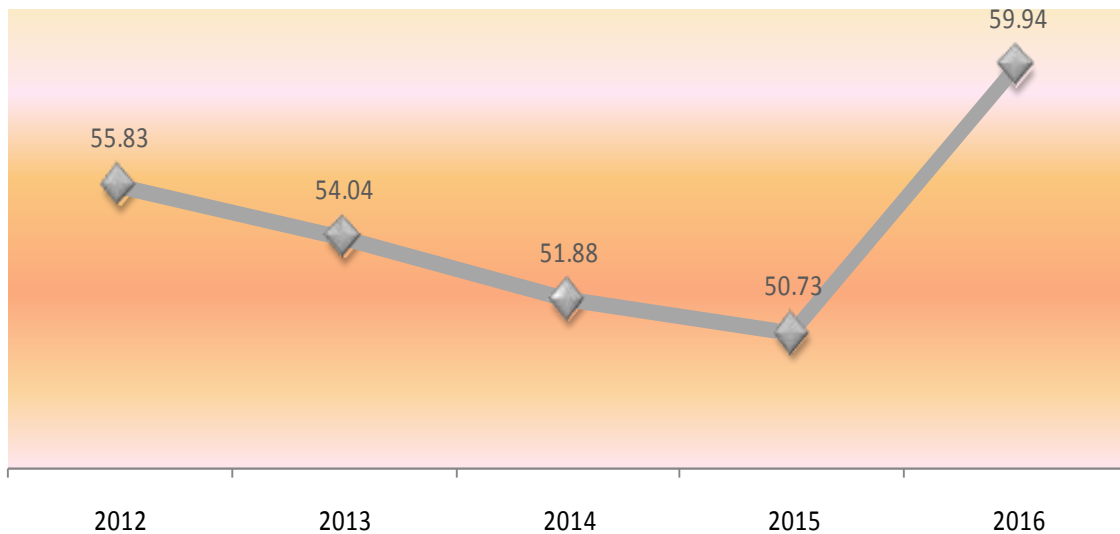
Единствената радиостаница која остварувала добивка секоја година во периодот од 2012 до 2016 година била РА Канал 77.

Во 2016 година, просечниот број на вработени во редовен работен однос кај сите четири радиостаници бил 48 лица, две помалку отколку во 2015 година. Во РА Антена 5 и РА Слободна Македонија просечно во редовен работен однос биле вработени по 13 лица, а во РА Канал 77 и РА Метрополис по 11 лица.

РАДИОСТАНИЦИ НА РЕГИОНАЛНО НИВО

Вкупните приходи што во анализираната година ги прикажале 17-те регионални радиостаници (16 комерцијални радиостаници и една непрофитна радиодифузна установа) изнесувале 59,94 милиони денари. Ова се највисоките приходи остварени во последните пет години во овој сегмент од радискиот пазар. Најниски приходи, во износ од 50,73 милиони денари, радиостаниците оствариле во 2015 година.

Слика 30: Движење на вкупните приходи на регионалните радиостаници во последните пет години



Зголемувањето на вкупните приходи во најголема мера се должи на повисоките приходи коишто во 2016 година ги остварила РА Урбан ФМ (5,17 милиони денари повеќе отколку во 2015 година). Позначајно зголемување на приходите прикажале и РА Спортско 90,3 ФМ и РА Арачина, коишто оствариле 2,27, односно 1,97 милиони денари повеќе отколку во 2015 година. Зголемување на приходите во однос на претходната година било забележано кај уште седум други радиостаници (РА Клуб ФМ, РА Лајф ФМ, РА Роса АБ, РА Хели, РА Капитол, РА Фортуна и РА Џез ФМ). Останатите седум радиодифузери оствариле пониски приходи.

Највисоки приходи во анализираната година прикажала РА Буба Мара (11,50 милиони денари). Оваа радиостаница остварувала највисоки приходи и во претходните четири години.

Четири радиостаници оствариле 52% од вкупните приходи на регионалниот радиски пазар, и тоа: РА Буба Мара (11,50 милиони денари), РА Спортско 90,3 ФМ (7,15 милиони денари), РА Урбан (6,78 милиони денари) и РА Ват (5,74 милиони денари).

Табела 24: Вкупни приходи на регионалните радиостаници во последните пет години

РА	2012	2013	2014	2015	2016
РА Арачина	0.61	0.73	0.52	0.48	2.45
РА Буба Мара	11.43	10.73	11.35	12.01	11.50
РА Ват	5.84	6.17	5.49	5.96	5.74
РА Зона М-1	0.87	1	1.2	1.41	1.16
РА Урбан	2	1.85	1.47	1.61	6.78
РА Клуб ФМ	1.61	1	1.06	1.95	2.91
РА Лајф ФМ	4.93	3	3.22	2.98	3.12
РА Роса АБ	1.23	2.09	2.01	2.03	2.39
РА РФМ	нп	1.23	0.8	0.58	0.57
РА Сити	7.05	5.72	4.58	3.46	3.30
РА Скај	3.69	3.4	4.39	3.12	2.91
РА Хепа	2.04	1.77	0.51	1.59	1.60
РА Спортско 90,3 ФМ	6.15	4.71	5.98	4.88	7.15
РА Универзитетско СТУДЕНТ ФМ 92.9	нп	2.69	2.69	2.98	2.29
РА Капитол	0.46	0.48	0.4	0.45	0.59
РА Фортуна	7.26	6.82	5.76	4.66	4.89
РА Џез ФМ	0.66	0.67	0.45	0.58	0.59

Од последните пет години, најповолна за РА Лајф, РА Сити, РА Хепа и РА Фортуна била 2012 година, за РА Ват, РА РФМ и РА Џез ФМ 2013 година, за РА Скај 2014 година, за РА Буба Мара и РА Зона М-1 2015 година, а за РА Арачина, РА Урбан, РА Клуб ФМ, РА Роса АБ, РА Спортско 90,3 ФМ и РА Капитол 2016 година.

85,52% од вкупните приходи радиостаниците ги оствариле од продажба на времето за рекламирање. Приходи од спонзорства прикажале само РА Буба Мара (2,76 милиони денари) и РА Спортско 90,3 фм (0,26 милиони денари), приходи од продажба на содржини само РА Роса АБ (0,14 милиони денари), приходи од услуги обезбедени на трети страни само РА Буба Мара (1,04 милиони денари), а приходи од други дејности само РА Сити (0,13 милиони денари).

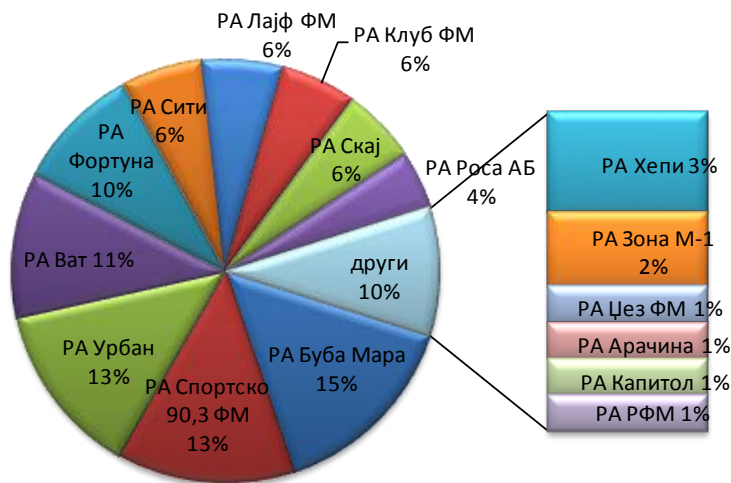
Табела 25: Структура на приходите на регионалните радиостаници

	износ	учество
Реклами и телешопинг	51.26	85.52%
Спонзорства	3.03	5.05%
Продажба на содржини	0.14	0.23%
Приходи обезбедени од трети страни	1.04	1.74%
Останати приходи	4.34	7.25%
Приходи од основна дејност	59.81	99.79%
Приходи од други дејности	0.13	0.21%
Вонредни приходи	0.00	0.00%
Вкупни приходи	59.94	

Најголем дел од буџетот за рекламирање огласувачките компании го намениле за огласување на програмскиот сервис на РА Буба Мара. Оваа радиостаница од реклами и телешопинг прикажала 7,66 милиони денари. Помеѓу трите радиодифузери коишто

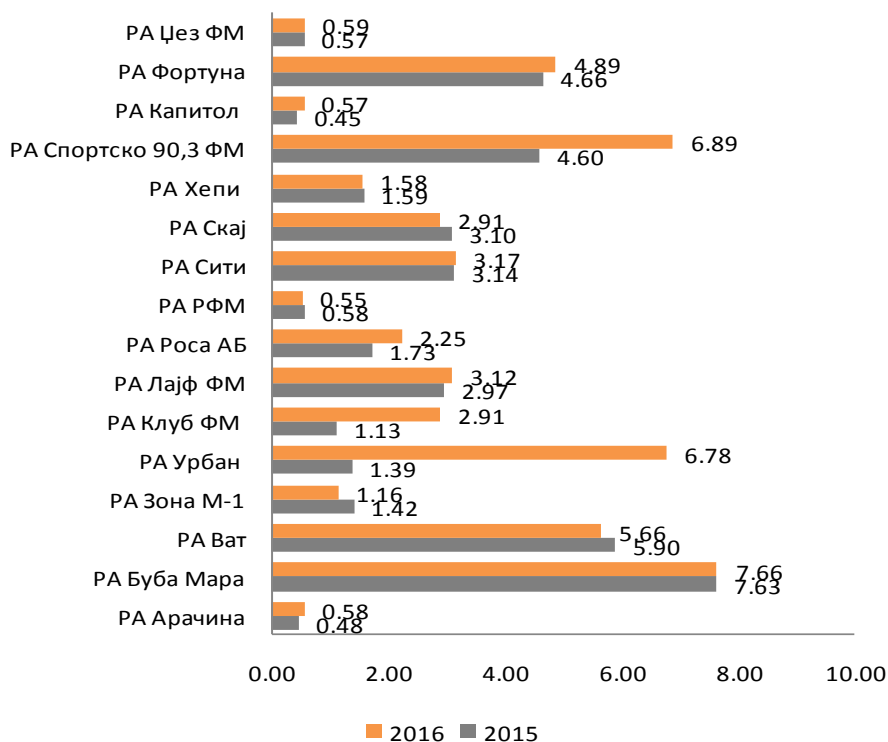
оствариле највисоки приходи од продажба на времето за рекламирање се и РА Спортско 90,3 ФМ (6,89 милиони денари) и РА Урбан (6,78 милиони денари).

Слика 31: Удели во приходите од рекламирање на радиостаниците на државно ниво



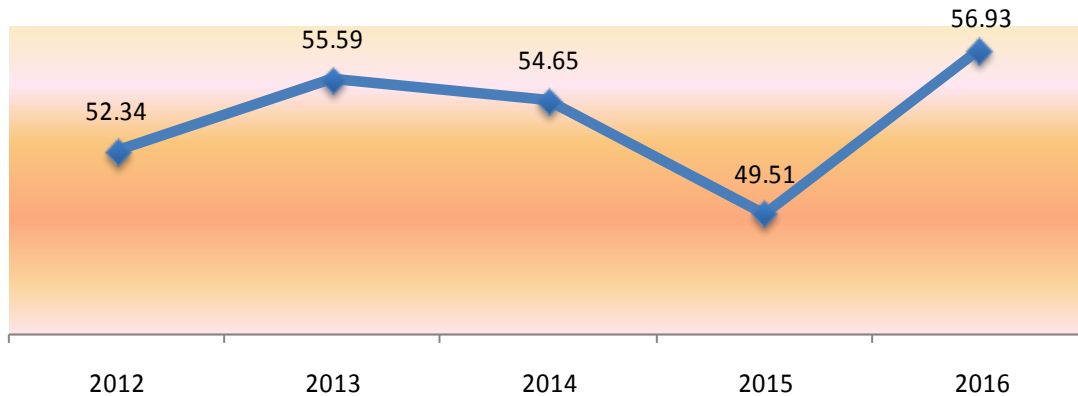
Во споредба со 2015 година, само пет радиостаници прикажале пониски приходи од реклами, и тоа: РА Ват (за 0,24 милиони денари), РА Зона М-1 (за 0,26 милиони денари), РА РФМ (за 0,03 милиони денари), РА Скај (за 0,19 милиони денари) и РА Хепи (0,01 милион денари). Останатите радиостаници оствариле повисоки приходи.

Слика 32: Приходи од рекламирање во 2015 и 2016 година кај регионалните радиостаници



Од вкупно 16 регионални радиостаници, предмет на мониторинг на Агенцијата за Предвремените парламентарни избори беа десет. Од нив, платено политичко рекламирање најдолго емитувале РА Спортско радио 90,3 (7 часа, 41 минута и 8 секунди) и РА Ват (5 часа, 40 минути и 49 секунди). Иако емитувала помалку од овие две (4 часа, 14 минути и 56 секунди) РА Сити остварила највисоки приходи по оваа основа (0,53 милиони денари).

Слика 33: Движење на вкупните трошоци на регионалните радиостаници во последните пет години



Вкупните трошоци на 17-те регионални радиостаници изнесувале 56,93 милиони денари. Тие биле највисоки во периодот од последните пет години, и тоа: за 8,77% повисоки од трошоците направени во 2012 година, за 2,41% повисоки од трошоците во 2013 година, за 4,17% повисоки од трошоците во 2014 година и за 14,99% повисоки во однос на трошоците во 2015 година.

Најмногу средства во анализираната година потрошила РА Буба Мара (11,20 милиони денари). Позначајни во овој сегмент на радискиот пазар биле и трошоците коишто ги направиле РА Спортско 90,3 ФМ (7,48 милиони денари) и РА Ват (6,14 милиони денари). РА РФМ и РА Капитол прикажале најниски трошоци (0,57 милиони денари). Пониски трошоци отколку во претходната година прикажале РА Буба Мара, РА Клуб ФМ, РА Лајф ФМ, РА РФМ, РА Сити и РА Скај. Другите регионални радиостаници прикажале повисоки трошоци. Најмногу се зголемиле трошоците на РА Урбан, и тоа за 182,29%.

Најголемо учество во вкупните трошоци на радиостаниците имале директните трошоци за создавање на програмата (66,45%), во кои влегуваат материјалните трошоци, трошоците за набавка на програма, нематеријалните трошоци и трошоците за плати и други надоместоци на лицата кои се директно поврзани со производство на програмата. Највисоки од овие биле средствата коишто биле наменети за плати на вработените (21,83 милиони денари). Речиси половина од овие трошоци (10,78 милиони денари) ги направиле РА Буба Мара (4,87 милиони денари), РА Спортско 90,3 ФМ (3,23 милиони денари) и РА Хепа (2,68 милиони денари).

Табела 26: Вкупни трошоци на регионалните радиостаници во последните пет години

РА	2012	2013	2014	2015	2016
РА Арачина	0.55	0.56	0.59	0.37	2.21
РА Буба Мара	9.64	9.90	11.10	11.85	11.20
РА Ват	6.30	6.83	7.18	5.95	6.14
РА Зона М-1	1.09	0.86	1.07	0.99	1.13
РА Урбан	1.95	1.74	2.27	1.75	4.94
РА Клуб ФМ	1.31	1.35	1.38	1.77	1.47
РА Лајф ФМ	4.09	3.44	3.29	3.09	2.91
РА Роса АБ	1.50	2.05	1.74	2.00	2.39
РА РФМ	0.88	0.61	0.56	1.09	0.57
РА Сити	4.75	7.14	4.56	3.43	3.28
РА Скај	3.55	3.43	3.60	2.12	2.00
РА Хепи	3.10	2.32	1.77	2.78	3.36
РА Спортско 90,3 ФМ	5.48	5.33	5.94	5.29	7.48
РА Универзитетско СТУДЕНТ ФМ 92.9	нп	1.96	1.66	1.58	1.78
РА Капитол	0.43	0.42	0.37	0.42	0.57
РА Фортуна	7.03	7.01	6.90	4.37	4.73
РА Џез ФМ	0.69	0.64	0.67	0.66	0.75

Трошоци за набавка на содржини прикажале само РА Спортско 90,3 ФМ (1,71 милион денари), РА Сити (0,36 милиони денари), РА Фортуна (0,26 милиони денари) и РА Џез ФМ (0,11 милиони денари). За материјални трошоци биле издвоени 6,49 милиони денари. Речиси половина од овие средства ги потрошиле РА Буба Мара (1,60 милиони денари) и РА Фортуна (1,58 милиони денари). Трошоци од овој вид не прикажале само РА Арачина, РА РФМ и РА Капитол.

Табела 27: Структура на трошоците на регионалните радиостаници

	износ	учество
Материјални трошоци	6.49	11.39%
Трошоци за набавка на програма	2.44	4.28%
Нематеријални трошоци (услуги)	7.08	12.44%
Плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма	21.83	38.33%
Директни трошоци за создавање на програмата	37.83	66.45%
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма	0.63	1.11%
Амортизација на опремата	2.62	4.61%
Амортизација на права и лиценци	0.59	1.04%
Кирии и останати режиски трошоци	2.61	4.59%
Сите останати неопфатени трошоци од работењето	12.36	21.72%
Вкупно трошоци на работењето	56.65	99.50%
Расходи од други активности	0.25	0.44%
Вонредни расходи	0.03	0.06%
Вкупно трошоци на работењето	56.93	

Највисоки нематеријални трошоци во износ од 1,93 милиони денари направила РА Урбан.

Трошоците од категоријата „сите останати неопфатени трошоци од работењето“ учествувале со 21,72% во вкупните трошоци на регионалните радија. Највисоки трошоци од оваа категорија направиле РА Ват (3,34 милиони денари), РА Буба Мара (2,56 милиони денари) и РА Арачина (1,89 милиони денари). Позитивен финансиски резултат од работењето прикажале вкупно 11 комерцијални радиостаници, а највисока била добивката на РА Урбан ФМ (1,65 милиони денари). Со најголема загуба, пак, работела РА Хепи (1,77 милиони денари).

Табела 28: Финансиски резултат од работењето на регионалните радиостаници во последните пет години

РА	2012	2013	2014	2015	2016
РА Арачина	0.06	0.17	-0.07	0.10	0.24
РА Буба Мара	1.75	0.83	0.20	0.12	0.04
РА Ват	-0.51	-0.66	-1.74	-0.05	-1.46
РА Зона М-1	-0.21	0.15	0.12	0.43	0.03
РА Урбан	0.05	0.09	-0.79	-0.14	1.65
РА Клуб ФМ	0.30	-0.35	-0.32	0.17	1.44
РА Лајф ФМ	0.83	-0.44	-0.09	-0.12	0.19
РА Роса АБ	-0.27	0.04	0.27	0.03	0.01
РА РФМ	-0.88	0.62	0.25	-0.51	0.00
РА Сити	2.26	-1.51	-0.05	0.02	0.00
РА Скај	0.10	-0.06	0.75	0.97	0.91
РА Хепи	-1.06	-0.58	-1.25	-1.19	-1.77
РА Спортско 90,3 ФМ	0.63	-0.67	0.00	-0.41	-0.38
РА Капитол	0.02	0.05	0.02	0.03	0.02
РА Фортуна	0.23	0.01	-1.14	0.29	0.12
РА Џез ФМ	-0.03	0.06	-0.22	-0.08	-0.17

Просечниот број на вработени во редовен работен однос изнесувал 59 лица, три лица повеќе отколку во 2015 година. Повеќе лица ангажирани хонорарно отколку во редовен работен однос имало кај РА РФМ (седум), РА Зона М-1 (десет), РА Арачина (четири), РА Ват (осум), РА Урбан (шест), РА Хепи (осум) и РА Џез ФМ (четири).

Табела 29: Просечен број на вработени во редовен работен однос

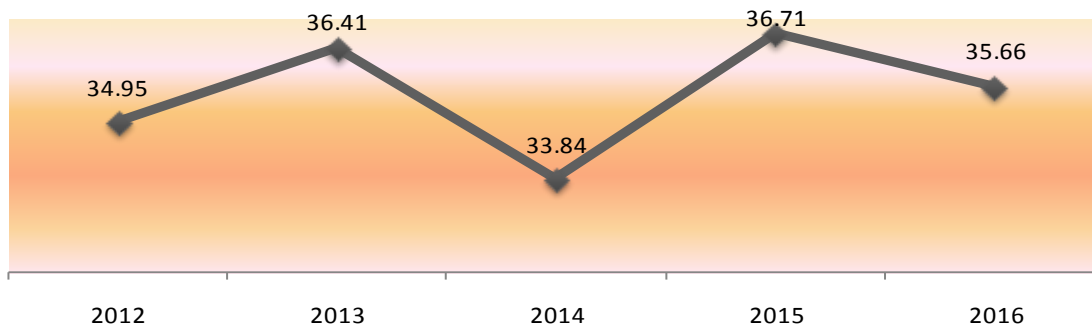
РА	бр. на вработени	РА	бр. на вработени
РА Арачина	1	РА РФМ	0
РА Буба Мара	7	РА Сити	5
РА Ват	2	РА Скај	5
РА Зона М-1	1	РА Хепи	6
РА Урбан	4	РА Спортско 90,3 ФМ	6
РА Клуб ФМ	4	РА Капитол	4
РА Лајф ФМ	4	РА Фортуна	5
РА Роса АБ	4	РА Џез ФМ	1

РАДИОСТАНИЦИ НА ЛОКАЛНО НИВО

Радиограма на локално ниво во текот на 2016 година емитуваа вкупно 53 радиостаници. Податоци за економското работење доставија 47 од нив, затоа што во 2016 година Агенцијата им ги одзеде дозволите на РА Мерлин¹³ од Дебар (поради неплаќање на надоместокот за дозволата во законски утврдениот рок), РА Охрид¹⁴ од Охрид и РА Ди-Џеј¹⁵ од Струга (и на двете поради неисполнување на обврските од член 15 ставови 1 и 5 од Законот за медиуми), а во 2017 година, во периодот пред доставувањето на овие податоци до регулаторното тело, престанаа да важат и дозволите на РА Еми¹⁶ од Жировница (се откажа од дозволата), РА Јехона 2003¹⁷ од Липково (се откажа од дозволата) и на РА Пехчево¹⁸ од Пехчево (поради неплаќање на надоместокот за дозволата во законски утврдениот рок).

Вкупните приходи на овие 47 радиостаници изнесувале 35,66 милиони денари, што претставува намалување за 2,86% во однос на приходите остварени во претходната година. Во периодот од последните пет години, највисоки вкупни приходи биле остварени во 2015 година (36,71 милиони денари), а најниски во 2014 година (33,84 милиони денари).

Слика 34: Движење на вкупните приходи на локалните радиостаници во последните пет години



Како и претходната година, и во анализираната година највисоки приходи прикажала РА Кавадарци од Кавадарци (2,99 милиони денари), а најниски РА Дрини од Струга (0,03 милиони денари).

¹³ Одлука за одземање на дозволата за радио емитување на Трговското радиодифузно друштво Радио Мерлин ДООЕЛ Дебар, УП 1 бр.08-55 од 07.03.2016 година

¹⁴ Одлука за одземање на дозволата за радио емитување на Трговското радиодифузно друштво РАДИО ОХРИД ДОО Охрид, УП 1 бр.08-346 од 08.07.2016 година

¹⁵ Одлука за одземање на дозволата за радио емитување на Друштвото за радио дифузија ДИ-ЏЕЈ Славе ДООЕЛ Струга, УП 1 бр.08-347 од 08.07.2016 година

¹⁶ Решение за бришење од Регистарот на радиодифузери на Трговското радиодифузно друштво за производство и емитување ЕМИ-Џевдет ДООЕЛ с.Жировница Ростуше, УП 1 бр.08-30 од 02.02.2017 година

¹⁷ Решение за бришење од Регистарот на радиодифузери на Трговското радиодифузно друштво ЈЕХОНА 2003 ДООЕЛ с.Матејче, Липково, УП 1 бр.08-563 од 14.02.2017 година

¹⁸ Одлука за одземање на дозволата за радио емитување на Трговското радиодифузно друштво РАДИО ПЕХЧЕВО Ванчо ДООЕЛ Пехчево, УП 1 бр.08-55 од 28.02.2017 година

Табела 30: Вкупни приходи на локалните радиостаници во последните пет години

РА	2012	2013	2014	2015	2016
Скај радио плус	0.13	0.24	0.11	0.14	0.35
РА 106	1.75	1.55	1.12	1.50	1.25
РА Актуел	0.47	0.49	0.28	0.56	0.55
РА Б-97	1.23	1.18	0.88	1.52	0.87
РА Делфин	0.53	0.49	0.55	0.68	0.61
РА Валандово	0.45	0.37	0.54	0.44	0.44
РА Голди	0.29	0.17	0.25	0.37	0.36
РА Мерак 5 ФМ	1.31	1.13	0.91	1.05	1.02
РА Ла Коста	0.43	0.27	0.32	0.34	0.34
РА Комета	0.44	0.42	0.46	0.49	0.60
РА ПРО-ФМ	0.09	0.11	0.16	0.22	0.15
РА Балкан ФМ	-	-	-	-	0.06
РА Тајм	1.12	1.21	1.42	1.64	1.84
РА Зора	0.43	0.40	0.42	0.41	0.40
РА Галакси-2002	1.16	0.93	1.47	1.08	1.25
РА Кавадарци	0.99	4.08	2.98	2.99	2.99
РА Александар Македонски	0.13	0.14	0.20	0.10	0.11
РА Акорд	0.23	0.38	0.44	0.55	0.50
РА Медисон	0.25	0.34	0.32	0.51	0.47
РА Ускана-Плус	0.27	0.58	0.58	0.09	0.06
РА Кочани ФМ	0.59	0.7	0.72	0.92	0.88
РА Албана	0.24	0.31	0.31	0.25	0.22
РА Браво	1.29	1.08	1.50	0.92	0.79
РА КМР	0.41	0.33	0.58	1.60	1.46
РА Пулс	0.7	0.68	0.52	0.57	0.68
РА Лав	0.00	0.27	0.04	нда	0.09
РА МХ	0.59	0.39	0.84	0.44	0.22
РА Супер	1.77	1.32	1.56	1.86	2.46
РА 5 Чоки	0.42	0.57	0.60	0.52	0.65
РА Мефф	0.45	0.58	0.85	0.83	0.93
РА Холидеј	1.63	1.5	1.31	1.52	1.50
РА Еко	1.03	0.81	0.34	0.39	0.54
РА Модеа	0.23	0.32	0.37	0.50	0.43
РА Свети Николе	0.54	0.75	0.83	0.89	0.89
РА Дрини	0.47	0.00	0.02	0.06	0.03
РА Плеј	0.43	0.52	0.42	0.57	0.67
РА Ррапи	0.76	0.87	0.98	0.97	0.84
РА Експрес	1.52	1.62	1.78	1.77	1.97
РА Хит	1.25	1.24	1.17	1.29	1.47
РА Блета	1.86	0.35	0.76	1.15	0.54
РА Кисс	0.82	1.89	0.91	0.52	1.01
РА Плус Форте	0.88	0.77	0.60	0.69	0.71
РА Фама	0.62	0.5	0.73	0.87	0.78
РА Ред ФМ	0	0.00	0.01	0.34	0.15
РА Енџелс ФМ	1.77	1.85	1.65	1.71	1.52

нда – нема деловна активност

Највисока стапка на раст има кај вкупните приходи на РА Супер од Охрид (за 32,26%).

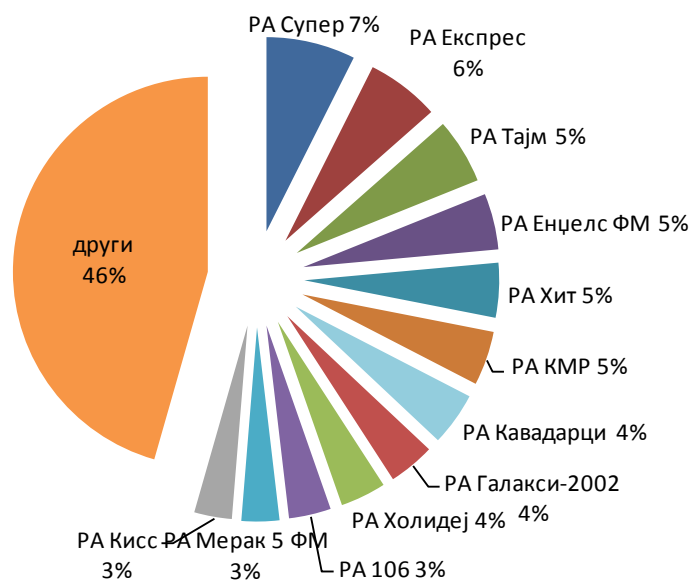
Во анализираната година, од продажба на времето за рекламирање локалните радиостаници оствариле 90,88% од вкупните приходи. Освен овие, но во значително пониски износи, радиостаниците прикажале и приходи од категориите „останати приходи“ (0,90 милиони денари), „приходи од други дејности“ (1,63 милиони денари) и „вонредни приходи“ (0,40 милиони денари).

Табела 31: Структура на приходите на локалните радиостаници

	износ	учество
Реклами и телешопинг	32.41	90.88%
Спонзорства	0.32	0.89%
Продажба на содржини	0.00	0.00%
Приходи обезбедени од трети страни	0.00	0.00%
Останати приходи	0.90	2.52%
Приходи од основна дејност	33.63	94.29%
Приходи од други дејности	1.63	4.58%
Вонредни приходи	0.40	1.13%
Вкупни приходи	35.66	

Рекламирањето било единствен извор на приходи за 28 локални радиостаници. Највисоки приходи од реклами и телешопинг остварила РА Супер од Охрид (2,40 милиони денари), а најниски РА Дрини од Струга (0,03 милиони денари).

Слика 35: Удели во приходите од рекламирање кај локалните радиостаници



Приходите од реклами на следните 12 радиостаници претставуваат повеќе од половина (54,43%) од овие приходи остварени на локалниот радиоски пазар: РА Супер од Охрид, РА Експрес од Струмица, РА Тајм од Гевгелија, РА Енџелс ФМ од Штип, РА Хит од Струмица, РА КМР од Куманово, РА Кавадарци од Кавадарци, РА Галакси-2002,

РА Холидеј од Прилеп, РА 106 од Битола, РА Мерак 5 ФМ од Велес и РА Кисс од Тетово.

Табела 32: Приходи од рекламирање кај локалните радиостаници во 2015 и 2016 година

РА	2015	2016	РА	2015	2016
РА Скај радио плус	0.14	0.35	РА КМР	1.60	1.46
РА 106	1.50	1.13	РА Пулс	0.52	0.66
РА Актуел	0.56	0.36	РА Лав	0.00	0.09
РА Б-97	1.52	0.87	РА МХ	0.26	0.07
РА Делфин	0.68	0.61	РА Супер	1.86	2.40
РА Валандово	0.44	0.44	РА 5 Чоки	0.52	0.58
РА Голди	0.37	0.36	РА Мефф	0.83	0.93
РА Мерак 5 ФМ	0.98	1.02	РА Холидеј	1.49	1.23
РА Ла Коста	0.24	0.24	РА Еко	0.39	0.54
РА Комета	0.49	0.60	РА Модеа	0.50	0.43
РА ПРО-ФМ	0.16	0.15	РА Свети Николе	0.89	0.87
РА Балкан ФМ		0.06	РА Дрини	0.06	0.03
РА Тајм	1.64	1.76	РА Плеј	0.56	0.67
РА Зора	0.34	0.40	РА Ррапи	0.77	0.84
РА Галакси-2002	1.08	1.25	РА Експрес	1.77	1.97
РА Кавадарци	1.33	1.44	РА Хит	1.29	1.47
РА Александар Македонски	0.10	0.11	РА Блета	0.80	0.52
РА Акорд	0.55	0.50	РА Кисс	0.52	1.01
РА Медисон	0.51	0.47	РА Плус Форте	0.60	0.52
РА Ускана-Плус	0.09	0.06	РА Фама	0.87	0.76
РА Кочани ФМ	0.86	0.82	РА Ред ФМ	0.33	0.15
РА Албана	0.25	0.22	РА Енџелс ФМ	1.70	1.51
РА Браво	0.53	0.47			

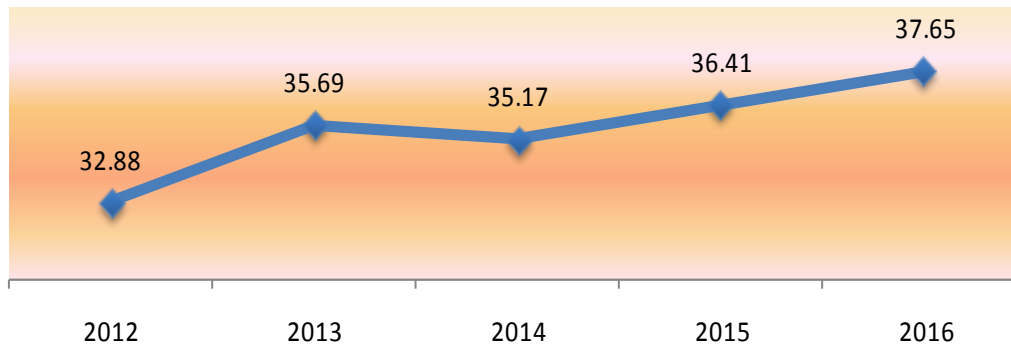
Споредено со претходната година, повисоки приходи од реклами прикажале 21 локална радиостаница.

Целиот износ на приходи од спонзорства го остварила РА Браво од Куманово (0,32 милиони денари).

Приходи од категоријата „останати приходи“ прикажале вкупно 11 локални радиостаници, а највисоки биле приходите на РА Актуел од Битола (0,19 милиони денари), додека приходи од други дејности оствариле само РА Тајм од Гевгелија, РА Кавадарци од Кавадарци и РА Браво од Куманово.

Заедничките трошоци на локалните радиостаници изнесувале 37,65 милиони денари. Овие се највисоките трошоци коишто биле направени на локалниот радиски пазар во последните пет години.

Слика 36: Движење на вкупните трошоци на локалните радиостаници во последните пет години



Најмногу средства во анализираната година потрошила РА Кавадарци од Кавадарци (2,86 милиони денари), а најниски биле трошоците коишто ги направила РА Лав од Охрид (само 8.500,00 денари).

Табела 33: Вкупни трошоци на локалните радиостаници во последните пет години

РА	2012	2013	2014	2015	2016
РА Скај радио плус	0.2	0.20	0.21	0.19	0.36
РА 106	1.46	1.49	1.02	1.13	1.04
РА Актуел	0.34	0.46	0.25	0.13	0.54
РА Б-97	0.53	1.12	0.79	1.48	0.84
РА Делфин	0.34	0.26	0.27	0.43	0.34
РА универзитетско УКЛО ФМ	0	0.00	1.60	1.60	1.70
РА Валандово	0.66	0.39	0.47	0.49	0.43
РА Голди	0.27	0.16	0.43	0.36	0.35
РА Мерак 5 ФМ	1.3	1.13	0.90	1.04	1.01
РА Ла Коста	0.31	0.24	0.31	0.30	0.27
РА Комета	0.43	0.50	0.45	0.48	0.58
РА ПРО-ФМ	0.08	0.10	0.15	0.21	0.15
РА Балкан ФМ	-	-	-	-	0.04
РА Тајм	0.96	1.18	1.37	1.64	1.81
РА Зора	0.37	0.38	0.42	0.42	0.42
РА Галакси-2002	0.91	0.69	0.82	0.97	1.08
РА Кавадарци	1	3.21	2.24	2.18	2.86
РА Александар Македонски	0.21	0.26	0.37	0.21	0.12
РА Акорд	0.36	0.37	0.41	0.51	0.49
РА Медисон	0.24	0.34	0.31	0.51	0.29
РА Ускана-Плус	0.19	0.57	0.73	0.17	0.19
РА Кочани ФМ	0.59	0.70	0.68	0.84	0.93
РА Албана	0.21	0.27	0.52	0.38	0.09
РА Браво	1.27	0.93	1.45	0.95	0.82
РА КМР	0.48	0.40	0.52	1.36	1.28
РА Пулс	0.75	0.75	0.63	0.58	0.67
РА Лав	0	0.04	0.00	нда	0.01
РА МХ	0.92	0.88	0.81	0.54	0.58
РА Супер	1.6	1.28	1.45	1.86	1.59
РА 5 Чоки	0.4	0.54	0.64	0.51	0.74
РА Мефф	0.34	0.42	0.58	0.71	0.90
РА Холидеј	1.24	1.49	1.59	1.50	1.48
РА Еко	0.7	0.72	0.71	0.67	0.67
РА Модеа	0.23	0.31	0.36	0.50	0.43
РА Свети Николе	0.41	0.81	0.90	1.07	1.12

РА Дрини	0.34	0.21	0.02	0.06	0.03
РА Плеј	0.37	0.41	0.37	0.50	0.65
РА Ррапи	0.9	0.86	0.97	0.96	0.79
РА Експрес	1.51	1.55	1.73	1.69	1.82
РА Хит	1.33	0.92	1.10	1.21	1.36
РА Блета	1.17	0.75	0.79	0.91	0.75
РА Кисс	1.05	2.16	0.53	0.99	1.02
РА Плус Форте	0.81	0.73	0.48	0.62	0.58
РА Фама	0.67	0.55	0.59	0.76	0.94
РА Ред ФМ	0	0.00	0.01	0.29	0.25
РА Енџелс ФМ	1.75	1.66	1.63	1.70	1.76
РА универзитетско УГД ФМ	0	0.00	1.02	0.00	1.48

Најмногу средства радиостаниците издвоиле за плати и надоместоци на лицата кои биле директно поврзани со производство на програмата (19,32 милиони денари). Речиси една третина од нив се средствата коишто за оваа намена ги издвоиле непрофитната радиодифузна установа УКЛО ФМ од Битола (износ од 1,53 милиони денари), непрофитната радиодифузна установа УГД ФМ од Штип (износ од 1,44 милиони денари), РА Енџелс од Штип (износ од 1,39 милиони денари) и РА Кавадарци од Кавадарци (износ од 1,01 милион денари). Ваков вид на трошок не прикажале седум локални радиостаници (РА Ла Коста од Винаца, РА Зора од Делчево, РА Галакси-2002 од Кавадарци, РА Александар Македонски од Кичево, РА Аљбана од Куманово, РА Лав од Охрид и РА Дрини од Струга).

Табела 34: Структура на трошоците на локалните радиостаници

	износ	учество
Материјални трошоци	4.82	12.80%
Трошоци за набавка на програма	0.69	1.84%
Нематеријални трошоци (услуги)	5.25	13.94%
Плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма	19.32	51.31%
Директни трошоци за создавање на програмата	30.08	79.90%
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма	1.26	3.34%
Амортизација на опремата	1.45	3.85%
Амортизација на права и лиценци	0.08	0.22%
Кирии и останати режиски трошоци	0.66	1.76%
Сите останати неопфатени трошоци од работењето	3.82	10.15%
Вкупно трошоци на работењето	37.36	99.21%
Расходи од други активности	0.22	0.59%
Вонредни расходи	0.07	0.20%
Вкупно трошоци на работењето	37.65	

Највисоки материјални трошоци направила РА Кавадарци од Кавадарци (0,76 милиони денари), а највисоки нематеријални трошоци РА Хит од Струмица (0,58 милиони денари).

Останатите неопфатени трошоци од работењето учествувале со 10,15% во структурата на вкупните трошоци кај локалните радиостаници. Речиси 40% од овој износ прикажале

две радиостаници: РА Кавадарци од Кавадарци (0,86 милиони денари) и РА КМР Од Куманово (0,65 милиони денари).

Табела 35: Финансиски резултат од работењето на локалните радиостаници во последните пет години

РА	2012	2013	2014	2015	2016
РА Скај радио плус	-0.07	0.04	-0.10	-0.05	-0.01
РА 106	0.29	0.07	0.11	0.38	0.21
РА Актуел	0.13	0.04	-0.02	0.43	0.01
РА Б-97	0.69	0.06	0.09	0.04	0.02
РА Делфин	0.19	0.23	0.28	0.26	0.27
РА универзитетско УКЛО ФМ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
РА Валандово	-0.21	-0.02	0.07	-0.05	0.01
РА Голди	0.02	0.08	-0.18	0.01	0.01
РА Мерак 5 ФМ	0.01	0.01	0.01	0.00	0.00
РА Ла Коста	0.12	0.03	0.01	0.04	0.07
РА Комета	0.01	-0.08	0.01	0.01	0.02
РА ПРО-ФМ	0.00	0.01	0.01	0.00	0.00
РА Балкан ФМ	-	-	-	-	0.02
РА Тајм	0.17	0.03	0.05	0.00	0.03
РА Зора	0.07	0.02	0.00	-0.02	-0.02
РА Галакси-2002	0.25	0.24	0.65	0.11	0.17
РА Кавадарци	-0.02	0.87	0.74	0.80	0.13
РА Александар Македонски	-0.09	-0.12	-0.17	-0.11	-0.01
РА Акорд	-0.13	0.01	0.03	0.04	0.02
РА Медисон	0.00	0.00	0.01	0.01	0.19
РА Ускана-Плус	0.08	0.02	-0.15	-0.08	-0.13
РА Кочани ФМ	0.00	-0.01	0.03	0.08	-0.05
РА Аљбана	0.03	0.04	-0.20	-0.13	0.13
РА Браво	0.02	0.15	0.05	-0.03	-0.03
РА КМР	-0.07	-0.07	0.06	0.24	0.18
РА Пулс	-0.06	-0.07	-0.11	-0.02	0.02
РА Лав	0.00	0.23	0.04	0.00	0.08
РА МХ	-0.34	-0.50	0.03	-0.10	-0.37
РА Супер	0.17	0.03	0.11	-0.01	0.86
РА 5 Чоки	0.02	0.03	-0.05	0.01	-0.08
РА Мефф	0.11	0.17	0.27	0.13	0.03
РА Холидеј	0.39	0.01	-0.29	0.02	0.02
РА Еко	0.33	0.09	-0.37	-0.28	-0.12
РА Модеа	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
РА Свети Николе	0.13	-0.06	-0.06	-0.17	-0.23
РА Дрини	0.13	-0.21	0.00	0.00	0.00
РА МИ НИ	0.06	0.11	-0.04	0.07	0.02
РА Ррапи	-0.14	0.01	0.01	0.01	0.06
РА Експрес	0.01	0.07	0.05	0.08	0.15
РА Хит	-0.09	0.30	0.06	0.07	0.10
РА Блета	0.68	-0.06	-0.03	0.22	-0.22
РА Кисс	-0.23	-0.27	0.10	-0.48	0.00
РА Плус Форте	0.07	0.03	0.10	0.07	0.13
РА Фама	-0.04	-0.06	0.14	0.11	-0.16
РА Ред ФМ		0.00	0.00	0.04	-0.10
РА Енцелс ФМ	0.02	0.19	0.01	0.01	-0.24

Заедничкиот финансиски резултат од работењето на локалните радиостаници изнесувал добивка од 1,17 милиони денари. Најголема добивка успеала да оствари РА

Супер од Охрид (0,86 милиони денари), а најмала РА Дрини од Струга (само 1,317 денари).

Со загуба во анализираната година работеле 15 локални радиостаници. Најголема загуба имала РА МХ од Охрид (0,37 милиони денари).

Просечниот број на вработени во редовен работен однос се намалил за осум лица во однос на претходната година и во анализираната година изнесувал 87 лица. Најмногу вработени биле ангажирани во РА Кавадарци од Кавадарци, РА Кисс од Тетово и РА Енџелс ФМ од Штип (по пет лица). Во четири радиостаници биле вработени по четири лица, во седум по три лица, во девет по две лица и во 17 по едно лице.

Табела 36: Просечен број на вработени во редовен работен однос

РА	бр. на вработени	РА	бр. на вработени
РА Скај радио плус	1	РА КМР	2
РА 106	4	РА Пулс	1
РА Актуел	1	РА Лав	0
РА Б-97	1	РА МХ	3
РА Делфин	1	РА Супер	4
РА Валандово	1	РА 5 Чоки	3
РА Голди	1	РА Мефф	1
РА Мерак 5 ФМ	2	РА Холидеј	3
РА Ла Коста	1	РА Еко	2
РА Комета	1	РА Модеа	2
РА ПРО-ФМ	0	РА Свети Николе	3
РА Балкан ФМ	1	РА Дрини	0
РА Тајм	4	РА МИ НИ	1
РА Зора	2	РА Ррапи	2
РА Галакси-2002	2	РА Експрес	4
РА Кавадарци	5	РА Хит	3
РА Александар Македонски	1	РА Блета	2
РА Акорд	1	РА Кисс	5
РА Медисон	3	РА Плус Форте	1
РА Ускана-Плус	1	РА Фама	2
РА Кочани ФМ	3	РА Ред ФМ	1
РА Албана	0	РА Енџелс ФМ	5
РА Браво	0		

Во пет комерцијални локални радиостаници ниту едно лице не било вработено во редовен работен однос, туку сите биле хонорарно ангажирани. Кај сите локални радиостаници заедно, хонорарно биле ангажирани вкупно 81 лице.

**ПОДАТОЦИ ЗА ГЛЕДАНОСТА НА ТЕЛЕВИЗИИТЕ
И СЛУШАНОСТА НА РАДИОСТАНИЦИТЕ**

Податоците за гледаноста на телевизиските станици и за слушаноста на радиостаниците за Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги ги обезбеди истражувачката агенција Маркет Вижн од Скопје, преку спроведување на четири квартални истражувања¹⁹, на примерок од вкупно 9600 испитаници. Примерокот е репрезентативен на ниво на Република Македонија според регион, пол, возраст и националност.

Податоците се обезбедени со користење на CATI методот – телефонско интервју со помош на компјутер.

Телевизии на државно ниво преку дигитален терестријален мултиплекс

Според податоците од истражувањата, најгледана телевизија во секој квартал од анализираната година била ТВ Сител. Просечниот дневен досег на програмскиот сервис на овој радиодифузер изнесувал 37,73%, а просечниот неделен досег 51,93%. На второто место е ТВ Канал 5, чијшто просечен дневен досег бил 32,49%, а просечниот неделен досег 47,48%.

Во табелата подолу се дадени вредностите за просечниот дневен и неделен досег за петте комерцијални телевизии кои во анализираната година емитуваа програма на државно ниво преку дигитален терестријален мултиплекс и за трите канали на јавниот радиодифузен сервис.

Табела 37: Просечен дневен²⁰ и неделен досег²¹ на телевизиите на државно ниво преку дигитален терестријален мултиплекс

ТВ	просечен дневен досег	просечен неделен досег
ТВ Сител	37,73%	51,93%
ТВ Канал 5	32,49%	47,48%
ТВ Телма	18,74%	27,61%
ТВ Алсат-М	16,25%	24,78%
ТВ Алфа	13,60%	19,32%
МТВ1	11,32%	18,21%
МТВ2	1,55%	3,02%
Собраниски канал	1,19%	1,51%

¹⁹ Извештаите од истражувањата за гледаноста на телевизиите и за слушаноста на радиостаниците се достапни на веб страницата на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги на следниот линк: http://avmu.mk/index.php?option=com_content&view=article&id=871&Itemid=435&lang=mk

²⁰ Просечниот дневен досег е пресметан како однос помеѓу популацијата што се изјаснила дека гледала одредена телевизија во било кој период од претходниот ден и вкупната популација

²¹ Просечниот неделен досег е пресметан како однос помеѓу популацијата што се изјаснила дека гледала одредена телевизија во било кој период од претходната недела и вкупната популација

Телевизии на државно ниво преку сателит

Најгледана од сателитските телевизии била ТВ 24 Вести. Вредностите на просечниот дневен и неделен досег и на уделот во вкупната гледаност на оваа телевизија во 2016 година биле неколкукратно повисоки отколку на другите сателитски телевизии.

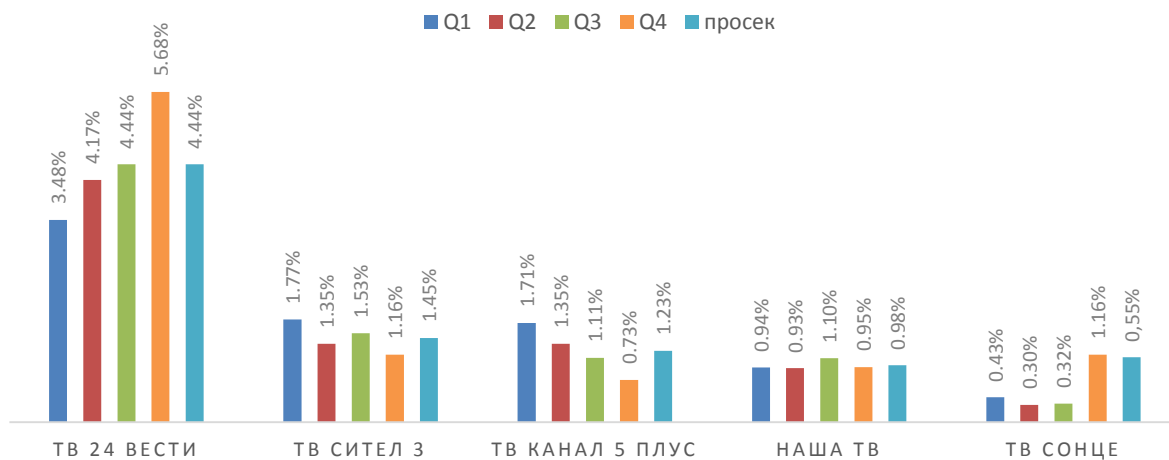
ТВ Сител 3, Канал 5 Плус и ТВ Сонце имале највисок просечен дневен и неделен досег во првото тромесечие (ТВ Сител 3 – 4,46% односно 5,29%, ТВ Канал 5 Плус – 4,29% односно 4,58% и ТВ Сонце – 1,08% односно 1,21%), а ТВ Наша во третото тромесечие од анализираната година (2,83% односно 3,04%).

Табела 38: Просечен дневен досег, просечен неделен досег и удел во вкупната гледаност на сателитските телевизии на државно ниво

ТВ	просечен дневен досег	просечен неделен досег	удел во вкупната гледаност ²²
ТВ 24 Вести	11,64%	15,92%	4.44%
ТВ Сител 3	3,69%	4,22%	1.45%
ТВ Канал 5 Плус	3,10%	3,21%	1.23%
ТВ Наша ТВ	2,48%	2,67%	0.98%
ТВ Сонце	0,90%	1,03%	0.55%

Уделите во вкупната гледаност на ТВ Сител 3 и ТВ Канал 5 Плус биле највисоки во првиот квартал (1,77%, односно 1,71%), на ТВ Наша во третиот (1,10%), а на ТВ Сонце и на ТВ 24 Вести во четвртиот квартал (1,16%, односно 5,68%).

Слика 37: Удели во вкупната гледаност на телевизиите на државно ниво преку сателит



²² Уделот во вкупната гледаност е пресметан како однос помеѓу на популацијата што се изјаснила дека гледала одреден ТВ канал во било кој период од претходниот ден и вкупно наведените ТВ канали што ги гледале испитаниците во претходниот ден од територијата на Република Македонија

Телевизии на државно ниво преку јавна електронска комуникациска мрежа

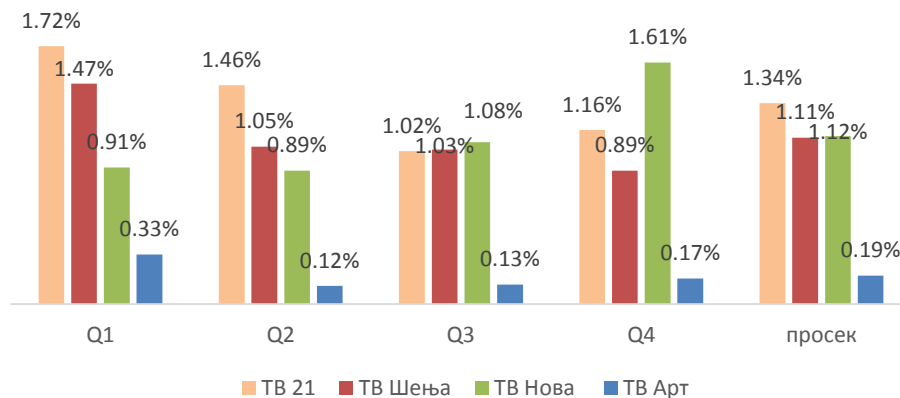
На прашањето „Кои домашни и странски канали ги гледавте вчера“, 3,39% од испитаниците опфатени со истражувањето (со можност да дадат повеќе одговори) одговориле дека ја гледале ТВ Компани 21-М, 2,75% ја гледале ТВ Шења, а 2,90% ТВ Нова. Гледано на квартална основа, највисок просечен дневен досег ТВ 21, ТВ Шења и ТВ Арт имале во првото (4,33%, 3,71%, 0,83%), додека ТВ Нова во четвртото тромесечие (4,42%).

Табела 39: Просечен дневен досег, просечен неделен досег и удел во вкупната гледаност на телевизиите на државно ниво преку ЈЕКМ

ТВ	просечен дневен досег	просечен неделен досег	удел во вкупната гледаност
ТВ 21	3,39%	6,55%	1.34%
ТВ Шења	2,75%	5,16%	1.11%
ТВ Нова	2,90%	3,71%	1.12%
ТВ Арт	0,48%	0,70%	0.19%

ТВ 21 имала и највисок просечен неделен досег од 6,55%. Веднаш после неа е ТВ Шења со 5,16%, па ТВ Нова со 3,71% и ТВ Арт со 0,70%.

Слика 38: Удели во вкупната гледаност на телевизиите на државно ниво преку ЈЕКМ



Највисок удел во вкупната гледаност на телевизиите од овој сегмент на пазарот имала ТВ Компани 21-М (1,34%). Уделот на ТВ Шења бил 1,11%, на ТВ Нова 1,12% и на ТВ Арт 0,19%.

Во анализираната година, најголем дел од гледачите (35,7%) одговориле дека најчесто на телевизиите коишто емитуваат програма преку сателит или преку јавна електронска комуникациска мрежа гледале вести. Информативна програма гледале 20,9%, сериски филмови 9,9%, забавна и/или музичка програма 8,8%, образовна и документарна програма 8,5%, играни филмови 7,7%, спортска програма 5,2%, утринска програма 2,2% и програма за деца 1,1%.

Телевизии на регионално ниво

Најгледана регионална телевизија била ТВ Коха, за која 33,95% од испитаниците одговориле дека ја гледале во текот на претходната недела, а најмалку ТВ Скопје, која ја гледале само 0,38%.

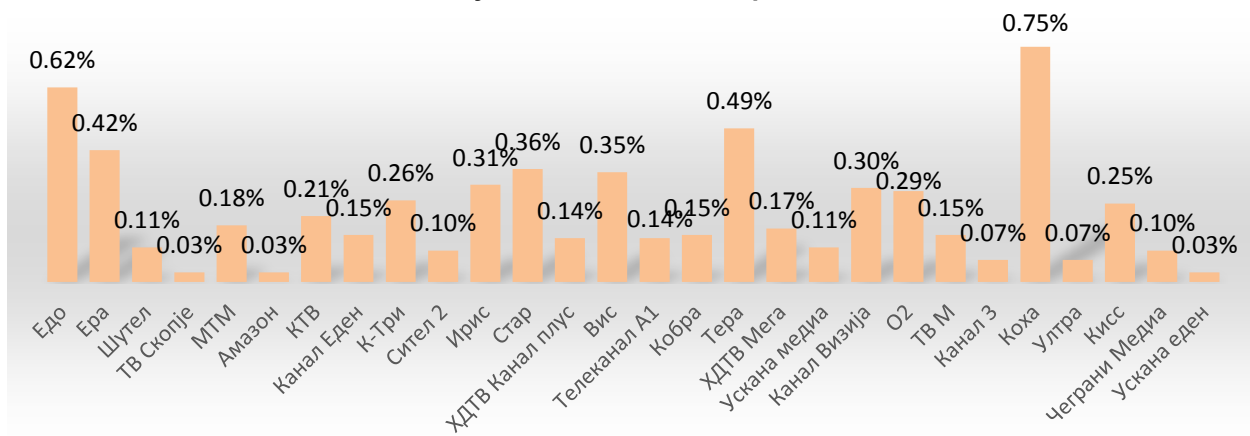
Телевизиите од скопскиот радиодифузен регион имаат најнизок просечен неделен досег во однос на телевизиите во другите радиодифузни региони.

Табела 40: Просечен неделен удел, удел во гледаноста во регионот и удел во вкупната гледаност на регионалните телевизии

регион	ТВ	просечен неделен досег	удел во гледаноста во регионот	удел во вкупната гледаност
Д1 Скопје	ТВ Едо	8,21%	2,10%	0,62%
	ТВ Ера	6,98%	1,39%	0,42%
	ТВ Шутел	1,42%	0,38%	0,11%
	ТВ Скопје	0,38%	0,11%	0,03%
	ТВ МТМ	2,74%	0,61%	0,18%
	ТВ Амазон	0,44%	0,08%	0,03%
Д1 Велес	ТВ КТВ	15,75%	2,66%	0,21%
	ТВ Канал Еден	10,15%	1,98%	0,15%
Д2 Страцин	ТВ К Три	13,22%	3,32%	0,26%
	ТВ Сител 2	5,69%	1,22%	0,10%
Д3 Туртел	ТВ Ирис	15,32%	2,99%	0,31%
	ТВ Стар	15,66%	3,37%	0,36%
	ХДТВ Канал плус	10,43%	1,25%	0,14%
Д4 Боскија	ТВ Вис	16,86%	3,79%	0,35%
	ТВ Телеканал А1	7,33%	1,49%	0,14%
	ТВ Кобра	9,28%	1,66%	0,15%
Д5 Пелистер	ТВ Тера	16,31%	3,14%	0,49%
	ХДТВ Мега	5,49%	1,08%	0,17%
	ТВ Ускана	2,78%	0,67%	0,11%
	ТВ Канал Визија	8,20%	1,87%	0,30%
Д6 Мали Влај	ТВ Регионална О2	17,25%	4,09%	0,29%
	ТВ М	9,04%	2,14%	0,15%
Д7 Стогово	ТВ Канал 3	23,13%	4,49%	0,07%
Д8 Попова Шапка	ТВ Коха	33,95%	7,11%	0,75%
	ТВ Ултра	2,17%	0,62%	0,07%
	ТВ Кисс	9,14%	2,28%	0,25%
	ТВ Чеграни Медиа	4,65%	0,98%	0,10%
	ТВ Ускана еден	0,60%	0,21%	0,03%

Што се однесува до уделот во гледаноста, според податоците од истражувањата на Маркет Вижн, највисок удел во гледаноста во регионот Д1 - Скопје имала ТВ Едо (2,10%), во Д1 - Велес ТВ КТВ (2,66%), во Д2 ТВ К Три (3,32%), во Д3 ТВ Стар (3,37%), во Д4 ТВ Вис (3,79%), во Д5 ТВ Тера (3,14%) во Д6 ТВ Регионална О2 (4,09%), во Д7 ТВ Канал 3 (4,49%) и во Д8 ТВ Коха (7,11%). Највисок удел во вкупната гледаност на сите регионални телевизии заедно имала ТВ Коха (0,75%).

Слика 39: Удели во вкупната гледаност на регионалните телевизии



Телевизии на локално ниво

Најгледана локална телевизија во 2016 година, со просечен недел досег од 25,47%, била ТВ Протел од Пробиштип. Уделот во вкупната гледаност на оваа телевизија изнесувал 0,06%. Најнизок просечен неделен досег имала ТВ Топестрада, за која само 1,62% од испитаниците одговориле дека ја гледале. Во табелата подолу се дадени вредностите за просечниот неделен досег и за уделот во вкупната гледаност на сите локални телевизии.

Табела 41: Просечен неделн удел и удел во вкупната гледаност на локалните телевизии

ТВ	просечен неделен досег	удел во вкупната гледаност
ТВ Феста	9,11%	0,10%
ТВ Хана	11,47%	0,14%
ТВ Нова	10,07%	0,07%
ТВ Кочани-ЛД	15,41%	0,12%
ТВ Канал 8	20,24%	0,13%
ТВ Протел	25,47%	0,06%
ТВ Интел	16,03%	0,14%
ТВ Канал 21	11,25%	0,08%
ТВ Здравкин	9,32%	0,06%
ТВ Свет	16,90%	0,03%
ТВ Лажани	3,96%	0,03%
ТВ Орбис	18,21%	0,23%
ТВ Морис	12,52%	0,10%
ТВ Калтрина	10,52%	0,11%
ТВ Спектра	8,90%	0,08%
ТВ Дибра	23,13%	0,09%
ТВ Гурра	4,77%	0,03%
ТВ Аниса	4,14%	0,04%
ТВ Дуе	4,24%	0,04%
Г-ТВ	11,01%	0,11%
ТВ Плус	5,81%	0,11%
ТВ Топестрада	1,62%	0,03%
ТВ Ускана медиа	9,55%	0,07%

Странски канали

„Discovery“ бил најгледан странски канал во секое тромесечие од годината. Просечниот дневен досег на овој телевизиски канал изнесувал 7,91%, а просечниот неделен досег 13,70%. Во првите три од 20-те најгледани странски канали се и „Sport Klub“ и „Fox“, со просечен неделен досег од 10,90%, односно 9,02%.

Табела 42: Просечен дневен и неделен досег на странските канали

ТВ канал	просечен дневен досег	просечен неделен досег
Discovery	7.91%	13.70%
Sport Klub	5.63%	10.90%
Fox	4.96%	9.02%
National Geographic	3.36%	6.62%
Fox Life	3.82%	6.18%
Animal Planet	2.56%	5.18%
Eurosport	1.99%	4.78%
MTV	1.90%	4.25%
VH1	1.43%	3.54%
DM	1.70%	3.53%
Cinematica	1.36%	3.41%
HBO	1.73%	3.40%
RTS	1.66%	3.36%
TV 1000	1.47%	3.13%
Arena	1.23%	2.78%
Klan TV	0.74%	2.77%
24 Kitchen	1.38%	2.65%
Top Channel	0.74%	2.50%
Boomerang	1.60%	2.40%
HRT	1.03%	2.19%

Радиостаници на државно ниво

Најслушана од петте радиостаници на државно ниво била РА Антена 5, чијшто просечен неделен досег изнесувал 17,1%. РА Канал 77 ја слушале 9,8%, Македонско радио 6,6%, РА Метрополис 4,1% и РА Слободна Македонија 2% од испитаниците.

Табела 43: Просечен дневен и неделен досег на радиостаниците на државно ниво

РА	просечен дневен досег	просечен неделен досег
РА Антена 5	8.4%	17.1%
РА Канал 77	4.1%	9.8%
Македонско радио	3.1%	6.6%
РА Метрополис	1.7%	4.1%
РА Слободна Македонија	1.1%	2%

РА Антена 5 имала и највисок просечен дневен досег (8,4%).

Радиостаници на регионално ниво

Како и претходната година, најслушана регионална радиостаница и во 2016 година била РА Сити, чијшто просечен неделен досег се зголемил за 1,8 процентни поени и изнесувал 12,7%. После неа, најголем дел од испитаниците (9,7%) одговориле дека ја слушале РА Буба Мара. На третото место е РА Скај со просечен дневен досег од 3,9% и просечен неделен досег од 8,5%.

Табела 44: Просечен дневен и неделен досег на радиостаниците на регионално ниво

РА	просечен дневен досег	просечен неделен досег
РА Сити	6.4%	12.7%
РА Буба Мара	4.5%	9.7%
РА Скај	3.9%	8.5%
РА Зона М-1	3.4%	7.3%
РА Фортуна	1.8%	5%
РА Лајф	1.6%	3.6%
РА Спортско 90.3	1.2%	3.5%
РА Ват	1.2%	2.4%
РА Урбан	1%	2.4%
РА Капитол	0.9%	2.2%
РА Арачина	0.8%	2.1%
РА Роса АБ	1%	1.7%
РА Клуб ФМ	0.7%	1.7%
РА Џез ФМ	0.5%	1.2%
РА Хепи	0.4%	0.8%
РА Универзитетско		
СТУДЕНТ ФМ	0%	0.1%
РА РФМ	0%	0%

Радиостаници на локално ниво

Највисок просечен дневен и неделен досег имала РА Кавадарци од Кавадарци. Имено, 24,48%, односно 43,67% од испитаниците во подрачјето каде што таа емитува одговориле дека ја слушале оваа радиостаница во текот на претходниот ден, односно претходната недела.

Табела 45: Просечен дневен и неделен досег на радиостаниците на локално ниво

град	радиостаница	просечен дневен досег	просечен неделен досег	град	радиостаница	просечен дневен досег	просечен неделен досег	
Берово	Скај радио плус	6,25%	7,81%	Неготино	РА Пулс	5,44%	11,96%	
Битола	РА 106	2,87%	5,09%	Охрид	РА Лав	2,61%	3,73%	
	РА Актуел	2,65%	4,42%		РА МХ	3,73%	4,85%	
	РА Б-97	0,66%	1,55%		РА Охрид	5,23%	8,96%	
	РА Делфин	1,10%	1,55%		РА Супер	5,22%	9,33%	
	РА Универзитетско УКЛО ФМ Битола	0,22%	0,22%	Пехчево	РА Пехчево	16,67%	37,50%	
Валандово	РА Валандово	8,93%	19,65%	Прилеп	РА 5 Чоки	0,82%	1,90%	
Велес	РА Голди	1,47%	3,73%		РА Мефф	7,34%	12,77%	
	РА Мерак 5 ФМ	2,57%	8,51%		РА Холидеј	6,80%	11,69%	
Виница	РА Ла Коста	13,54%	33,33%	Пробиштип	РА Еко	3,75%	3,75%	
Гевгелија	РА Тајм	13,40%	25,00%	Свети Николе	РА Модеа	14,78%	17,05%	
Гостивар	РА Комета	1,82%	5,47%		РА Свети Николе	4,55%	5,68%	
	РА ПРО-ФМ	0,26%	1,30%	Струга	РА Ди-Џеј	0,00%	0,00%	
	Балкан ФМ	1,04%	1,04%		РА ДРИНИ	0,69%	1,39%	
Делчево	РА Зора	10,71%	19,05%		РА Плеј	1,71%	1,72%	
	РА Галакси-2002	3,13%	7,34%		РА Ррапи	4,80%	11,03%	
Кавадарци	РА Кавадарци	24,48%	43,67%	РА Експрес	3,79%	4,17%		
	РА Александар Македонски	2,66%	4,93%	Струмица	РА Хит	8,72%	14,40%	
Кичево	РА Акорд	1,90%	3,03%		РА Блета	3,68%	8,62%	
	РА Медисон	0,00%	0,00%	РА Кисс	3,19%	5,41%		
	РА Ускана-Плус	0,76%	1,52%	Тетово	РА Плус Форте	0,49%	0,74%	
Кочани	РА Кочани ФМ	1,63%	2,72%		РА Фама	2,45%	5,41%	
	РА Албана	1,81%	3,82%		РА Ред ФМ	0,25%	0,50%	
Куманово	РА Браво	1,21%	3,02%	Штип	РА Енџелс	5,09%	10,17%	
	РА Јехона	1,01%	2,01%		РА Универзитетско УГД ФМ	0,85%	1,27%	
	Бум		3,63%	7,23%	с. Жировница	РА Еми	0,00%	0,00%

Просечниот дневен и неделен досег на радиостаниците се пресметани како однос помеѓу бројот на испитаници што ја слушале радиостаницата подолго од една минута во претходниот ден, односно претходната недела и вкупната популација на подрачјето на коешто секоја од нив емитува програма.

ПРЕГЛЕД НА СЛИКИ

Слика 1: Движење на вкупните приходи на МРТ во последните пет години	9
Слика 2: Движење на фактурирана и наплатена радиодифузна такса во последните пет години	10
Слика 3: Движење на приходите од рекламирање во последните пет години.....	11
Слика 4: Движење на вкупните приходи на терестријалните телевизии на државно ниво во последните пет години.....	14
Слика 5: Движење на вкупните приходи на терестријалните телевизии на државно ниво во последните пет години.....	14
Слика 6: Удели на терестријалните телевизии во приходите од рекламирање.....	15
Слика 7: Приходи од реклами и телешопинг во 2015 и 2016 година.....	16
Слика 8: Движење на вкупните трошоци на терестријалните телевизии на државно ниво во последните пет години.....	17
Слика 9: Финансиски резултат од работењето во последните пет години	19
Слика 10: Движење на вкупните приходи на сателитските телевизии во последните пет години	20
Слика 11: Удели на сателитските телевизии во приходите од рекламирање	21
Слика 12: Приходи од реклами и телешопинг во 2015 и 2016 година.....	21
Слика 13: Движење на вкупните трошоци на сателитските телевизии во последните пет години.....	22
Слика 14: Финансиски резултат од работењето на сателитските телевизии во последните пет години.....	24
Слика 15: Приходи на националните телевизии преку ОЈКМ во 2015 и 2016 година	25
Слика 16: Удели во приходите од рекламирање на националните телевизии преку ОЈКМ.....	26
Слика 17: Трошоци на националните телевизии преку ОЈКМ во 2015 и 2016 година	27
Слика 18: Финансиски резултат од работењето на националните телевизии преку ОЈКМ во 2015 и 2016 година	28
Слика 19: Движење на вкупните приходи на регионалните телевизии во последните четири години.....	29
Слика 20: Вкупни приходи по радиодифузни региони.....	31
Слика 21: Приходи од рекламирање кај регионалните телевизии во 2015 и 2016 година	32
Слика 22: Движење на вкупните трошоци на регионалните телевизии во последните четири години	33
Слика 23: Вкупни трошоци по радиодифузни региони.....	34
Слика 24: Приходи од реклами кај локалните телевизии во 2015 и 2016 година	40
Слика 25: Движење на вкупните приходи на радиостаниците на државно ниво во последните пет години	44
Слика 26: Удели во приходите од рекламирање на радиостаниците на државно ниво	45
Слика 27: Приходи од рекламирање во 2015 и 2016 година кај радиостаниците на државно ниво.....	46
Слика 28: Движење на вкупните трошоци на радиостаниците на државно ниво во последните пет години.....	47
Слика 29: Финансиски резултат од работењето на радиостаниците на државно ниво во последните пет години	48
Слика 30: Движење на вкупните приходи на регионалните радиостаници во последните пет години	49
Слика 31: Удели во приходите од рекламирање на радиостаниците на државно ниво	51
Слика 32: Приходи од рекламирање во 2015 и 2016 година кај регионалните радиостаници.....	51
Слика 33: Движење на вкупните трошоци на регионалните радиостаници	52
Слика 34: Движење на вкупните приходи на локалните радиостаници во последните пет години	55
Слика 35: Удели во приходите од рекламирање кај локалните радиостаници	57
Слика 36: Движење на вкупните трошоци на локалните радиостаници во последните пет години	59
Слика 37: Удели во вкупната гледаност на телевизииите на државно ниво преку сателит	65
Слика 38: Удели во вкупната гледаност на телевизииите на државно ниво преку ЈЕКМ.....	66
Слика 39: Удели во вкупната гледаност на регионалните телевизии	68

ПРЕГЛЕД НА ТАБЕЛИ

Табела 1: Клучни наоди.....	5
Табела 2: Структура на приходите (според финансиските извештаи на МРТ) во последните пет години.....	10
Табела 3: Структура на трошоците на МРТВ.....	12
Табела 4: Структура на приходите на терестријалните телевизии на државно ниво во последните пет години.....	15
Табела 5: Структура на трошоците на комерцијалните телевизии на државно ниво.....	18
Табела 6: Структура на приходите на сателитските телевизии на државно ниво.....	21
Табела 7: Структура на трошоците на сателитските телевизии во последните пет години.....	23
Табела 8: Структура на приходите на националните телевизии преку ОЈКМ.....	26
Табела 9: Структура на трошоците на националните телевизии преку ОЈКМ.....	28
Табела 10: Вкупни приходи на регионалните телевизии во последните четири години.....	30
Табела 11: Структура на вкупните приходи по радиодифузни региони во последните четири години.....	31
Табела 12: Вкупни трошоци на регионалните телевизии во последните четири години.....	34
Табела 13: Структура на вкупните трошоци по радиодифузни региони.....	35
Табела 14: Финансиски резултат од работењето на регионалните телевизии во последните четири години.....	36
Табела 15: Просечен број на вработени во редовен работен однос.....	37
Табела 16: Вкупни приходи на локалните телевизии во последните четири години.....	38
Табела 17: Структура на приходите на комерцијалните радија на државно ниво.....	39
Табела 18: Вкупни трошоци на локалните телевизии во последните четири години.....	41
Табела 19: Структура на трошоците на локалните телевизии.....	42
Табела 20: Финансиски резултат од работењето на локалните телевизии во последните четири години.....	43
Табела 21: Просечен број на вработени во редовен работен однос кај локалните телевизии во последните пет години.....	43
Табела 22: Структура на приходите на комерцијалните радија на државно ниво.....	45
Табела 23: Структура на трошоците на комерцијалните радија на државно ниво во последните пет години.....	47
Табела 24: Вкупни приходи на регионалните радиостаници во последните пет години.....	50
Табела 25: Структура на приходите на регионалните радиостаници.....	50
Табела 26: Вкупни трошоци на регионалните радиостаници во последните пет години.....	53
Табела 27: Структура на трошоците на регионалните радиостаници.....	53
Табела 28: Финансиски резултат од работењето на регионалните радиостаници во последните пет години.....	54
Табела 29: Просечен број на вработени во редовен работен однос.....	54
Табела 30: Вкупни приходи на локалните радиостаници во последните пет години.....	56
Табела 31: Структура на приходите на локалните радиостаници.....	57
Табела 32: Приходи од рекламирање кај локалните радиостаници во 2015 и 2016 година.....	58
Табела 33: Вкупни трошоци на локалните радиостаници во последните пет години.....	59
Табела 34: Структура на трошоците на локалните радиостаници.....	60
Табела 35: Финансиски резултат од работењето на локалните радиостаници во последните пет години.....	61
Табела 36: Просечен број на вработени во редовен работен однос.....	62
Табела 37: Просечен дневен и неделен досег на телевизиите на државно ниво преку дигитален терестријален мултиплекс.....	64
Табела 38: Просечен дневен досег, просечен неделен досег и удел во вкупната гледаност.....	65
на сателитските телевизии на државно ниво.....	65
Табела 39: Просечен дневен досег, просечен неделен досег и удел во вкупната гледаност на телевизиите на државно ниво преку ЈЕКМ.....	66
Табела 40: Просечен неделен удел, удел во гледаноста во регионот и удел во вкупната гледаност на регионалните телевизии.....	67
Табела 41: Просечен неделен удел и удел во вкупната гледаност на локалните телевизии.....	68
Табела 42: Просечен дневен и неделен досег на странските канали.....	69
Табела 43: Просечен дневен и неделен досег на радиостаниците на државно ниво.....	69
Табела 44: Просечен дневен и неделен досег на радиостаниците на регионално ниво.....	70
Табела 45: Просечен дневен и неделен досег на радиостаниците на локално ниво.....	71

Наслов	Анализа на пазарот на аудио и аудиовизуелни медиумски услуги за 2016 година
Издавач	Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги Палата Панко Брашнаров Ул.„Македонија“ бр.38, 1 000 Скопје Тел.02/3103-400 www.avmu.mk contact@avmu.mk
За издавачот	д-р Зоран Трајчевски, Директор
Изработиле	Катерина Донеvsка и Магдалена Давидовска-Довлева
Страници/табели/ слики	74/45/39