

Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги

**АНАЛИЗА НА ПАЗАРОТ НА АУДИО И  
АУДИОВИЗУЕЛНИ МЕДИУМСКИ УСЛУГИ  
ЗА 2014 ГОДИНА**

---

Скопје, јули 2015 година

## СОДРЖИНА

Вовед .....	3
Клучни наоди .....	6
Број на радиодифузери, начин на прием на телевизискиот сигнал и модели на информирање на публиката.....	9
Македонска радио-телевизија.....	15
Телевизиски станици на државно ниво преку терестријален мултиплекс .....	22
Сателитски телевизии .....	28
Телевизиски станици на регионално ниво.....	34
Телевизиски станици на локално ниво.....	44
Ставови на публиката за програмските содржини на телевизиските станици .....	50
Аудиовизуелни медиумски услуги на барање .....	54
Радиостаници на државно ниво .....	59
Радиостаници на регионално ниво.....	65
Радиостаници на локално ниво.....	72
Ставови на публиката за понудата на радиостаниците.....	77
ПРЕГЛЕД НА ТАБЕЛИ .....	78
ПРЕГЛЕД НА СЛИКИ.....	79

## Вовед

Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги во рамките на своите надлежности се грижи за спроведување на целите на Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (Службен весник на Република Македонија бр.184/13, 13/14, 44/14, 101/14 и 132/14). Во членот 2 од Законот, во којшто се утврдени целите што треба да се обезбедат со овој Закон, помеѓу другото, е предвидено и *„развој на аудио и аудиовизуелните медиумски услуги“, „поттикнување и развој на конкуренцијата во аудио и аудиовизуелните медиумски услуги и реемитувањето на програмски сервиси преку јавни електронски комуникациски мрежи“ и „развој на економијата во Република Македонија“.*

Согласно членот 6 од Законот, Агенцијата е надлежна да *„се грижи за заштита и развој на плурализмот на аудио и аудиовизуелните медиумски услуги, охрабрува и поддржува постоење на разновидни, независни и самостојни аудио и аудиовизуелни медиумски услуги“ и „спроведува истражувања и анализи во врска со одделни прашања од областа на аудио и аудиовизуелните медиумски услуги“.*

Во оваа анализа, податоците за економското работење на радиодифузерите се анализирани во рамките на релевантниот пазар на кој тие припаѓаат. При дефинирањето на релевантните пазари беа користени „Насоките за дефинирање на релевантен пазар за целите на Законот за заштита на конкуренцијата“, кои во мај 2011 година ги изработи Комисијата за заштита на конкуренцијата<sup>1</sup>. Оттука, засебно се анализирани економските показатели за работењето на субјектите во јавниот и во комерцијалниот сектор, како и на субјектите од телевизиската и од радиската индустрија, а во нивните рамки и работењето на радиодифузерите од аспект на определувањето на географскиот релевантен пазар, односно од аспект на нивото на коешто радиодифузерите емитуваат програма.

Податоците за економските перформанси во 2014 година, во Агенцијата ги доставија самите радиодифузери согласно обврската што за нив произлегува од членот 13 став 1 од Законот за медиуми. На посебен образец пропишан од страна на Агенцијата тие ги доставија податоците за вкупните приходи и структурата на приходите во претходната година, вкупните трошоци и структурата на трошоците и остварениот финансиски резултат.

При изработката на анализата беа користени и секундарни податоци, обезбедени од други релевантни домашни и странски институции и организации. (Државниот завод за

---

<sup>1</sup> Насоките за дефинирање на релевантен пазар за целите на Законот за заштита на конкуренцијата се достапни на веб страницата на комисијата за заштита на конкуренцијата на следниот линк <http://www.kzk.gov.mk/images/Vestiimages/943/%D0%9F%D0%A0%D0%95%D0%97%D0%95%D0%9C%D0%98.pdf>

статистика на Република Македонија, Агенцијата за електронски медиуми, Народна банка на Република Македонија, и други).

Податоците за начините на кои публиката ги користи различните видови медиуми, ставовите на публиката во врска со застапеноста и квалитетот на одделни програмски содржини на домашните телевизиски станици и друго, се обезбедени од „Истражувањето на мислењето на публиката за радио и ТВ програмите“ коешто за потребите на Агенцијата, во периодот од мај до јуни 2014 година го спроведе истражувачката агенција М-Прспект од Скопје. Ова истражување беше спроведено преку теренска анкета, односно лице-в-лице, на случаен репрезентативен примерок од 1070 испитаници.

Во оваа анализа, за разлика од претходните, не се презентирани податоци од електронско мерење на телевизиската публика поради тоа што Агенцијата престана да ги користи податоците од истражувачката агенција којашто спроведува вакво мерење. Имено, значаен дел од индустријата (најзначајните телевизиски станици и рекламните агенции) искажаа недоверба во податоците коишто ги обезбедува оваа агенција. Затоа, Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги покрена иницијатива по којашто, во февруари 2015 година беше формиран заеднички индустриски комитет во кој членуваат јавниот радиодифузен сервис, петте комерцијални телевизии што емитуваат на државно ниво преку терестријален мултиплекс и Македонската асоцијација на агенции за макретиинг. Целта на формирањето на Комитетот е да се избере агенција којашто ќе обезбеди релевантни, прецизни и точни податоци од мерењето на телевизиската публика, во коишто сите корисници ќе имаат целосна доверба. Во моментот на пишување на овој текст во тек е постапката за избор на агенција којашто ќе врши електронско мерење на телевизиската публика.

Од длабинските интервјуа што за потребите на оваа анализа беа спроведени со претставниците на Македонската асоцијација на агенции за маркетинг, како и со претставници на најзначајните огласувачи и телевизиски станици, произлезе и потреба да се ревидира начинот на којшто се пресметуваат податоците за рекламната индустрија во Македонија (вкупниот износ на рекламниот колач, неговата распределба по различни видови медиуми и друго). Претходната година, при изработката на „Анализата на пазарот на радиодифузната дејност за 2013 година“<sup>2</sup>, беа користени податоците на агенцијата Аналитика од Скопје. Според овие податоци „*брuto вредноста на емитуваните рекламни спотови ...изнесувала 318,07 милиони евра*“. Претставниците на индустријата реагираа дека ова е неразумно далеку од реалниот износ, кој не надминува четириесетина милиони. Исто така, тие укажаа дека се сосема погрешни податоците што агенцијата Аналитика ги обезбедува за публикацијата International key facts што секоја година ја издава IP Network. На пример, според податоците на оваа агенција, во Македонија дури

---

<sup>2</sup> Анализата на пазарот на радиодифузната дејност за 2013 година е достапна на веб страницата на Агенцијата на следниот линк: [http://avmu.mk/images/Analiza\\_na\\_pazarot\\_za\\_2013.pdf](http://avmu.mk/images/Analiza_na_pazarot_za_2013.pdf)

93,8% од овој износ огласувачите го издвојувале за огласување на телевизија (според индустријаат, за телевизиско рекламирање се издвојуваат околу 60-65% од вкупниот буџет за рекламирање). Веќе се во тек активности во насока на обезбедување податоци коишто ќе овозможат да се добие реална слика за состојбите во рекламната индустрија во земјата, како и за големината на рекламниот колач.

## Клучни наоди

Табела бр.1: Клучни наоди

во милиони денари					
	вкупни приходи	приходи од реклами	вкупни трошоци	резултат од работењето	број на вработени
<b>Јавен сектор</b>					
Македонска радио-телевизија	<b>1,326.35</b>	<b>49.22</b>	<b>1,277.83</b>	<b>43.01</b>	<b>852</b>
<b>Комерцијален сектор</b>					
<b>Телевизиска индустрија</b>					
	<b>1,692.07</b>	<b>1,578.29</b>	<b>1,583.12</b>	<b>92.34</b>	<b>967</b>
ТВ на државно ниво	1,234.33	1,150.52	1,188.78	39.44	517
Сателитски телевизии	85.86	82.40	104.18	-20.01	127
Регионални телевизии	304.06	283.85	226.60	69.47	215
Локални телевизии	67.82	61.52	63.56	3.44	108
<b>Радиска индустрија</b>					
	<b>158.32</b>	<b>125.63</b>	<b>167.63</b>	<b>-8.91</b>	<b>186</b>
Радиостаници на државно ниво	72.60	53.83	77.81	-5.64	40
Регионални радиостаници	51.88	41.55	54.65	-4,06	51
Локални радиостаници	33.84	30.25	35.17	0.79	95

- Вкупните приходи на што сите радиодифузери ги оствариле во 2014 година изнесувале 3.176,74 милиони денари. 41,75% од овој износ биле приходите на јавниот сервис, а 58,25% приходите на комерцијалните радиодифузери.
- Македонската радио-телевизија** остварила вкупни приходи во износ од 1.326,35 милиони денари, што претставува намалување од 13,19% во споредба со претходната година.

Учеството на приходите од радиодифузната такса во вкупните приходи изнесувало 64,73%. Од продажба на времето за рекламирање Македонската радио-телевизија остварила само 3,71% од вкупните приходи.

Во анализираната година биле потрошени вкупно 1.277,83 милиони денари. Во периодот од последните десет години, повисоки трошоци биле направени смо во 2013 година (за 12,27%).

На крајот на годината, финансискиот резултат од работењето на јавниот радиодифузен сервис бил добивка во износ од 43,01 милиони денари.

Просечниот број на вработени во редовен работен однос изнесувал 852 лица.

- **Комерцијалните телевизиски станици** заеднички оствариле вкупни приходи во износ од 1.692,07 милиони денари. Телевизиските станици што емитуваат на државно ниво преку терестријален мултиплекс оствариле 72,95% од овој износ. Приходите на регионалните телевизии во вкупните приходи на овој сегмент од телевизиската индустрија учествувале со 17,97%, приходите на сателитските телевизии со 5,07%, а најмало учество, од само 4,01% имале приходите на локалните телевизии.

93,28% од вкупните приходи на комерцијалните телевизии биле остварени од продажба на времето за рекламирање. Во оваа година од рекламирање тие оствариле вкупно 1.578,29 милиони денари, што е за 1,99% повеќе отколку во претходната година. ТВ Сител и ТВ Канал 5 прикажале 49,39% од приходите од рекламирање на комерцијалните телевизии. ТВ Сител остварила повеќе приходи од рекламирање отколку сите сателитски, регионални и локални телевизии заедно.

Вкупните трошоци на комерцијалните телевизии изнесувале 1.583,02 милиони денари, а најголем дел од овие средства биле трошоците на петте телевизии што емитуваат на државно ниво преку терестријален мултиплекс (75,09%). Во структурата на трошоците на комерцијалните телевизии највисоко учество имаат трошоците за набавка на програма (33,04%) и платите и другите надоместоци на лицата директно поврзани со производство на програма (21,41%).

Финансискиот резултат од работењето на сите комерцијални телевизии бил добивка во износ од 92,34 милиони денари.

Просечниот број на вработени кај комерцијалните телевизии изнесувал 967 лица, од коишто повеќе од половината биле вработени во петте телевизии на државно ниво преку терестријален мултиплекс.

- **Комерцијалните радиостаници** оствариле вкупни приходи во износ од 158.32 милиони денари. 45,86% од овој износ биле приходите на четирите радиостанци на државно ниво, 32,77% приходите на регионалните радиостаници и 21,37% приходите на локалните радиостаници. Во споредба со претходната година, вкупните приходи биле повисоки за 1,34%.
- Приходите од продажба на времето за рекламирање преставувале 79,35% од вкупните приходи на комерцијалните радиостаници. РА Антена 5 и РА Слободна

Македонија оствариле 36,96% од приходите од рекламирање на комерцијалните радиостаници.

- Само локалните радиостаници во целина оствариле позитивен резултат од работењето (добивка од 0,79 милиони денари). Резултатот од работењето на радиостаниците на државно ниво била загуба во износ од 5,64 милиони денари, а резултатот од работењето на радиостаниците на регионално ниво загуба во износ од 4,06 милиони денари.
- Просечниот број на вработени во редовен работен однос кај сите комерцијални радиостаници заедно изнесувал 186 лица.



## Број на радиодифузери, начин на прием на телевизискиот сигнал и модели на информирање на публиката

### Број на радиодифузери

Во 2014 година, покрај јавниот радиодифузен сервис, програма емитуваа уште 65 комерцијални телевизии, и тоа на територијата на целата држава преку терестријален мултиплекс пет телевизии, исто толку преку сателитски предавател, 27 регионални и 28 локални телевизии.

Табела бр.2: Број на телевизии на државно ниво

Јавен радиодифузен сервис	ТВ преку терестријален мултиплекс	ТВ преку сателит
МРТ 1, МРТ 2, Собранички канал	ТВ Алфа	ТВ 24 Вести
	ТВ Алсат-м	ТВ Канал 5 Плус
	ТВ Канал 5	Наша ТВ
	ТВ Сител	ТВ Сител 3
	ТВ Телма	ТВ Сонце

Во осумте радиодифузни региони, програма емитуваа вкупно 27 телевизиски станици. Во 2015 година, поради неисполнување на обврската од член 80 став 5 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, односно поради неплаќање на надоместокот во законски утврдениот рок Агенцијата ја одзема дозволата за телевизиско емитување на ТРД ТВ БТР од Скопје.

Табела бр.3: Број на регионални телевизии

Радиодифузен регион	Населени места	Број на телевизии
Д1 -Скопје	Скопје	8
Д1 - Велес	Велес, Свети Николе, Кавадарци, Неготино	2
Д2	Куманово, Крива Паланка, Кратово	2
Д3	Штип, Кочани, Винаца, Пробиштип, Делчево, Берово	3
Д4	Струмица, Гевгелија, Радовиш, Валандово, Богданци	3
Д5	Битола, Прилеп, Кичево, Македонски Брод, Ресен, Крушево	3
Д6	Охрид, Струга	1
Д7	Дебар	1
Д8	Тетово, Гостивар, Маврово	4

Дозвола да емитуваат телевизиска програма имаа уште 28 локални телевизии. Во март 2014 година поради тоа што имателот на дозволата престана со емитување на програмскиот сервис повеќе од 30 дена, поради технички, финансиски или други причини, односно не емитуваше најмалку 8 часа дневно програма, Агенцијата ја одзема дозволата на ТВ Арт Канал од Струга, а во јануари 2015 година престана да важи дозволата на ТВ Нова којашто емитуваше програма на подрачјето на општините Куманово, Липково и Старо Нагоричане (овој радиодифузер не достави пријава за замена на дозволата за вршење радиодифузна дејност со нова дозвола за телевизиско емитување во предвидениот рок.)

Табела бр.4: Број на локални телевизии

општини	број на телевизии
Куманово, Липково и Старо Нагоричане	4
Кочани, Винаца, Чешиново - Облешево и Зрновце	2
Пробиштип и Кратово	1
Радовиш и Конче	1
Струмица, Василево, Босилево и Ново Село	1
Гевгелија, Валандово, Богданци и Дојран	1
Велес, Чашка и Градско	2
Свети Николе и Лозово	1
Долнени, Прилеп и Кривогаштани	1
Битола, Могила, Новаци и Ресен	2
Охрид и Дебарца	2
Струга и Вевчани	3
Дебар, Центар Жупа, Маврово и Ростуша	1
Кичево, Пласница и Македонски Брод	2
Тетово, Теарце, Јегуновце, Желино и Брвеница	2
Гостивар, Врапчиште и Боговиње	2

### Начин на прием на телевизискиот сигнал

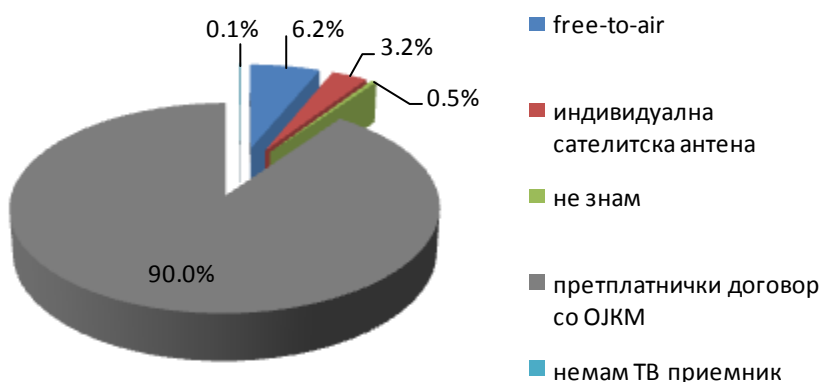
На сликата бр.3 се претставени податоците за начинот на којшто македонските домаќинства го примале телевизискиот сигнал во анализираната година. Податоците се обезбедени со истражувањето што во јуни 2014 година за потребите на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги го спроведе истражувачката агенција М-Прспект од Скопје.

Според резултатите од ова истражување, само мал дел од македонските домаќинства, поточно 6,2% од нив ги примале само домашните телевизиски канали со слободен

пристап, и тоа 5,5% од домаќинствата во урбаните (градски) населби и 7,4% од домаќинствата во руралните средини.

90% од домаќинствата ги користеле услугите на операторите на јавни електронски комуникациски мрежи. Повеќе од половина од домаќинствата (51,8%) биле претплатници на кабелските оператори. Бројот на претплатници на кабелските оператори од урбаните средини бил два пати поголем отколку бројот на претплатниците од руралните средини.

Слика бр.1: Начин на прием на телевизискиот сигнал

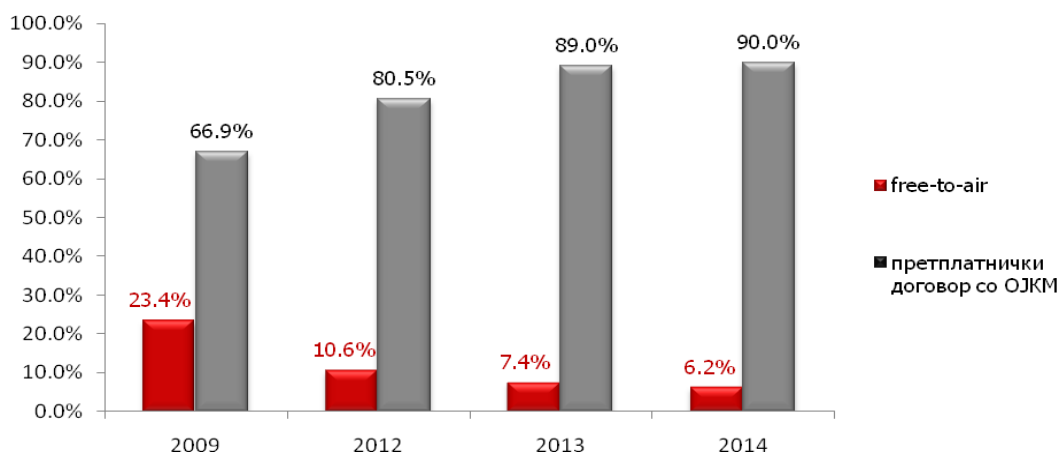


20,9% од испитаниците одговориле дека ги користат услугите на операторот кој реемитува преку интернет протокол - Македонски телеком, 16,1% на операторот Дигиплус мултимедија кој реемитува преку дигитален терестријален предавател, а 1,2% на операторот Тотал ТВ, кој реемитува преку сателит.

Во текот на 2014 година, услугата реемитување програмски сервиси ја вршеа повеќе од педесетина оператори на јавни електронски комуникациски мрежи. Сепак, најголем дел од претплатниците се концентрирани кај само мал дел од нив. Според податоците од „Извештајот за развој на пазарот за електронски комуникации во третиот квартал од 2014 година“<sup>3</sup> на Агенцијата за електронски комуникации, речиси 80% од претплатниците биле корисници на услугите на само четири оператори: Македонски телеком (25,5%), Роби (20,07%), Дигиплус мултимедија (17,03%) и Близу (16,4%).

<sup>3</sup> Извештајот е достапен на <http://www.aek.mk/mk/dokumenti/izveshtai/kvartalni-izveshtai-za-analiza-na-pazar/item/1705-izveshtaj-za-razvoj-na-pazarot-za-elektronski-komunikacii-vo-tretiot-kvartal-od-2014-godina> (пристапено на 20.04.2015 година)

Слика бр.2: Начин на прием на телевизискиот сигнал



Во периодот од последните пет години во континуитет се намалувал бројот на домаќинствата кои телевизискиот сигнал го примале преку класична антена, односно кои ги примале само домашните телевизиски станици со слободен пристап (до јуни 2013 година аналогно, а оттогаш дигитално). Па така, учеството на овие домаќинства од 2009 до 2014 година се намалило за 17,2 процентни поени.

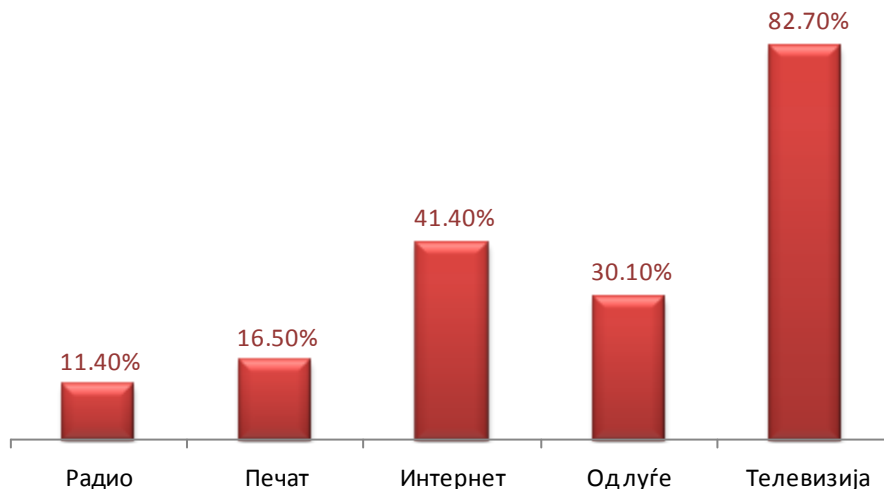
Од друга страна пак, постојано се зголемувале претплатниците на операторите на јавни електронски комуникациски мрежи, и тоа за овие пет години нивното учество се зголемило за 23,1 процентни поени.

### Модели и начини на користење на медиумите

И во 2014 година телевизијата била најзначаен медиум за информирање за македонската публика. 82,7% од испитаниците одговориле дека за домашните и странските настани, секој ден или речиси секој ден се информираат од телевизијата, а 10,7% неколку пати неделно. Само 1,3% од граѓаните никогаш не се информирале од телевизијата. Во последните три години постојано се зголемувал бројот на оние коишто најчесто се информирале од телевизијата (во 2012 година – 75,40%, во 2013 година – 79%, а во 2014 година 82,70%). Забележливо е дека со зголемувањето на степенот на образование на испитаниците, се намалувал бројот на оние за кои најчест извор на информирање била телевизијата, а се зголемувал бројот на оние кои секојдневно се информирале од интернет и од печатените медиуми.

Втор избор за информирање за македонските граѓани бил интернетот, од којшто секој ден или речиси секој ден се информирале 41,4%, а 12,6% неколку пати неделно.

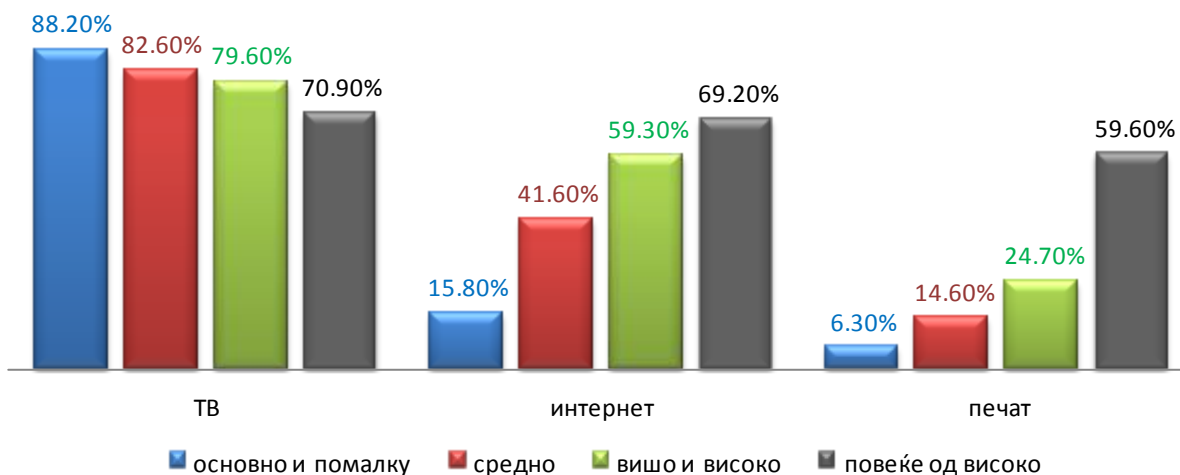
Слика бр.3: Модели на информирање



Поголем дел од македонските граѓани за домашните и странските настани секојдневно се информирале од други луѓе (30,1%), отколку од печатените медиуми (16,5%) или од радиото (11,4%). Дури 44,7% од испитаниците одговориле дека никогаш не се информираат од радиото, а 30,2% од печатените медиуми.

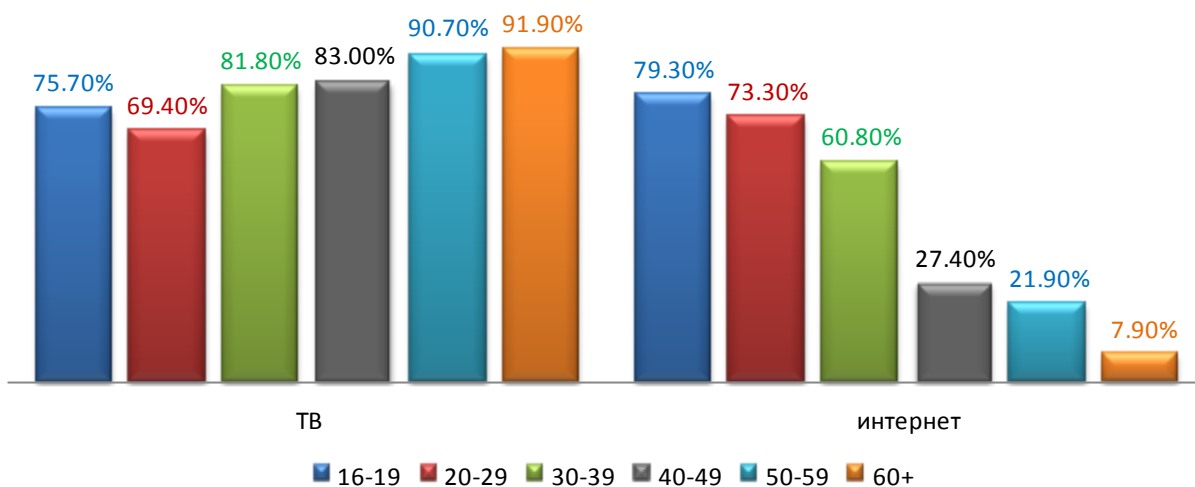
Во последните три години постојано се намалувал бројот на оние кои секојдневно се информирале од печатот (во 2012 година – 23,60%, во 2013 година - 20,00%, а во 2014 година – 16,50%).

Слика бр.4: „за домашни и странски настани секојдневно се информирам од“ (според степенот на образование)



Со зголемувањето на степенот на образование се зголемувал бројот на оние коишто како извор на информации секојдневно го користеле интернетот и печатените медиуми, а се намалувал бројот на оние за коишто се информирале од телевизијата.

Слика бр.5: „за домашни и странски настани секојдневно се информирам од“  
(според возраста)



Со зголемувањето на возраста на испитаниците се зголемувало и учеството на оние коишто секојдневно се информирале од телевизијата, а се намалувало учеството на граѓаните коишто се информирале од интернет.

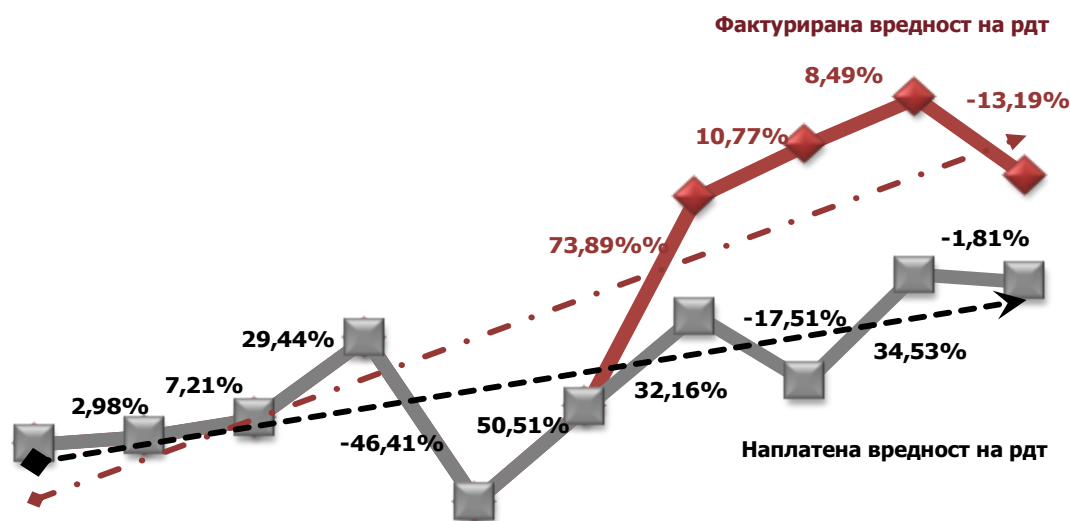
## Македонска радио-телевизија

Работењето на јавниот радиодифузен сервис, начините на негово финансирање и покривањето на трошоците за пренос, емитување и обезбедување на програмските сервиси што тој ги обезбедува се уредени со одредбите од главата VI од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги.

Во членот 105 од Законот е предвидено дека „МРТ се финансира од радиодифузната такса, од емитување на аудио и аудиовизуелни комерцијални комуникации, донации, продажба на програма и услуги и од средства обезбедени во Буџетот на Република Македонија за тековната година, согласно овој Закон и Законот за контрола на државната помош“.

Во 2014 година вкупните приходи на Македонската радио-телевизија изнесувале 1.326,34 милиони денари.

Слика бр.6: Движење на вкупните приходи на МРТВ во последните десет години



	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Фактурирана вредност на рдт	634.35	653.23	700.30	906.45	485.74	731.10	1,271.2	1,408.2	1,527.8	1,326.3
Наплатена вредност на рдт	634.35	653.23	700.30	906.45	485.74	731.10	966.21	797.00	1,072.1	1,052.8

Во периодот од 2005 година наваму, повисоки вкупни приходи биле остварени само во претходните две години и тоа во 2013 година за 13,19%, а во 2012 година за 5,82%.

На сликата погоре е прикажано движењето на вкупните приходи на Македонската телевизија во последните десет години. За периодот од 2011 година до 2014 година, прикажани се вредностите на вкупните приходи коишто се пресметани врз основа на фактурираната вредност на радиодифузната такса и вредностите на вкупните приходи коишто се пресметани врз основа на наплатената вредност на радиодифузната такса. Ова беше потребно за да се обезбеди споредливост на податоците поради тоа што се до 2010 година, јавниот сервис во книговодството како приход ја евидентираше наплатената вредност на радиодифузната такса, а оттогаш, односно од 2011 година наваму – фактурираната вредност.

Табела бр.5: Стапка на раст на вкупните приходи на МРТВ

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
фактурирана рдт	2.98%	7.21%	29.44%	-46.41%	50.51%	73.89%	10.77%	8.49%	-13.19%
наплатена рдт						32,16%	-17.51%	34.53%	-1.81%

Во периодот од 2005 до 2014 година, се забележува тренд на раст на вкупните приходи на јавниот радиодифузен сервис. Во последната година тие биле два пати повисоки отколку во 2005 година. Вкупните приходи пресметани според фактурираната вредност на радиодифузната такса само во 2009 година и во 2014 година биле пониски отколку во претходните години, и тоа за 46,41% и за 13,19%, соодветно. Вкупните приходи пресметани според наплатената вредност на радиодифузната такса биле пониски отколку во претходната година во 2009 година (за 46,41%), во 2012 година (за 17,51%) и во 2014 година (за 1,81%).

Табела бр.6: Структура на вкупните приходи на МРТВ

Приходи	износ	учество
Радифузна такса	858.53	64.73%
Закупнини	0.87	0.07%
Продажба на рекламно време	49.22	3.71%
Приходи од Буџетот на РМ за финансиска поддршка на МРТ	240.00	18.09%
Приходи од услуги во земјата	4.59	0.35%
Приходи од странство (технички услуги)	1.47	0.11%
Останати деловни приходи	24.01	1.81%
Приходи од Владата на РМ и АЕК за финансиска поддршка за реализација на процесот на дигитализација на ТВ опремата	97.09	7.32%
Дополнително утврдени приходи од претходни години	4.60	0.35%
Приходи од Министерството за култура на РМ за поддршка на македонската музика	5.96	0.45%
Останати приходи од работењето	40.00	3.02%
<b>Вкупно приходи</b>	<b>1326.34</b>	



Во структурата на приходите на Македонската радио-телевизија, најголемо учество има радиодифузната такса. Фактурираната вредност на оние 74,5% од радиодифузната такса кои согласно членот 140 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги се распоредуваат на МРТ „за покривање на трошоци за создавање и емитување на програмите и за техничко-технолошки развој“ изнесувала 858,53 милиони денари, што претставува 64,73% од вкупните приходи.

Во анализираната година процентот на наплата на радиодифузната такса изнесувал 68,14% од фактурираниот износ, односно биле наплатени вкупно 585,00 милиони денари. Ова е највисока наплатена вредност на радиодифузната такса во последните десет години.

Процентот на наплата на радиодифузната такса во 2012 година изнесувал 36,71%, во 2013 година 51,75%, а во последната година 68,14%. Очигледно е дека заложбите за подобрување на наплатата на оваа давачка даваат резултати, но секако потребни се понатамошни активности за процентот на наплата да достигне задоволително ниво, особено имајќи предвид дека радиодифузната такса треба да претставува најзначаен извор на средства за покривање на трошоците за обезбедување на програмските сервиси на јавниот радиодифузен сервис.

Слика бр.7: Движење на приходите од радиодифузна такса во последните десет години



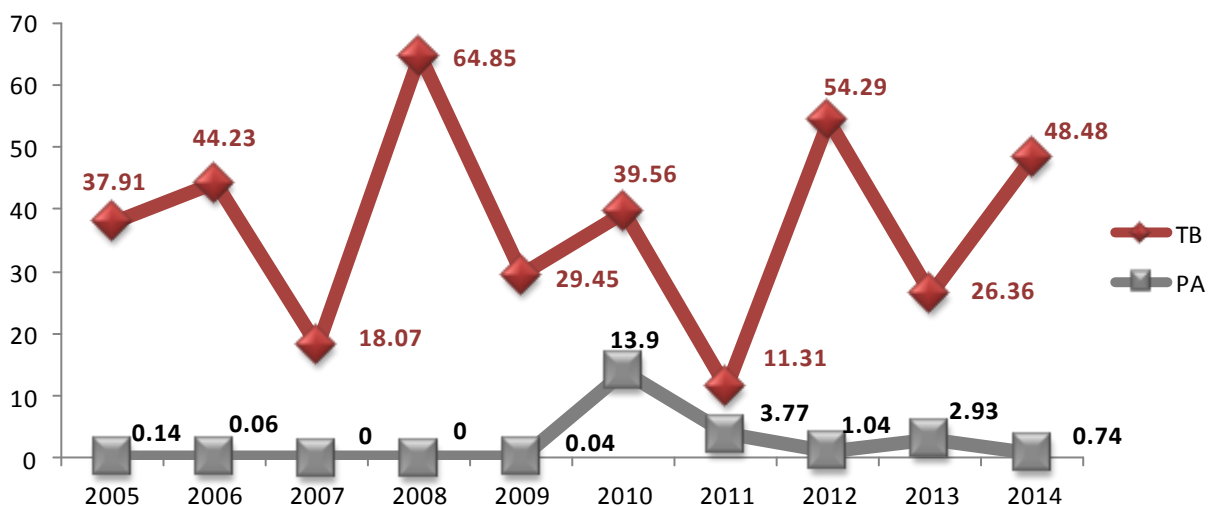
Во Законот за радиодифузната дејност е предвидено дека МРТ е должна да води Регистар на обврзници за плаќање на радиодифузна такса, а работите во врска со пресметувањето, утврдувањето и наплатата на средствата од радиодифузната такса на корисниците, во име и за сметка на МРТ, ги врши Управата за јавни приходи. Радиодифузната такса се плаќа секој месец во износ од 190 денари, а износот се менува еднаш годишно во зависност од висината на трошоците на живот за претходната година објавен од Државниот завод за статистика. Наплатата се врши на сметка на МРТ која

уплатените средства ги насочува на следните корисници: 74,5% за МРТ за покривање на трошоци за создавање и емитување на програмите и за техничко-технолошки развој, 19,5% за ЈП Македонска радиодифузија за одржување, употреба и развој на јавната радиодифузна мрежа, 6% за Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, за регулирање и развој на медиумите и аудиовизуелните медиумски услуги, а 3% од вкупно уплатените средства задржува Управата за јавни приходи за покривање на трошоците за утврдување и наплата на средствата од радиодифузната такса.

Во 2014 година од продажба на времето за рекламирање Македонската радио-телевизија остварила вкупно 49,22 милиони денари, од кои 98,5% од рекламирање на телевизиските програмски сервиси и само 1,5% од рекламирање на радиските програмски сервиси.

Приходите што во анализираната година ги остварила Македонската телевизија од емитување реклами спотови изнесувале 48,48 милиони денари, што е за 83,92% повеќе отколку во претходната година. Во последните десет години, повеќе приходи од реклами биле остварени само во 2012 година (54,29 милиони денари) и во 2008 година (64,85 милиони денари).

Слика бр.8: Движење на приходите од рекламирање на МРТВ во последните десет години



Во членот 103 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги е утврдено дека времетраењето на рекламирањето кај јавниот радиодифузен сервис не може да изнесува повеќе од 8 минути од времето на емитување во текот на еден реален час и дека јавниот радиодифузен сервис за емитување на реклами може да ги прекинува само играната, спортската и забавната програма. Исто така, на телевизиските програмски сервиси не е дозволено рекламирање во периодот од 17:00 до 21:00 часот, освен во преноси и интегрални снимки на спортски натпревари, програма од сопствена продукција, друга програма произведена во Република Македонија, културни манифестации и настани

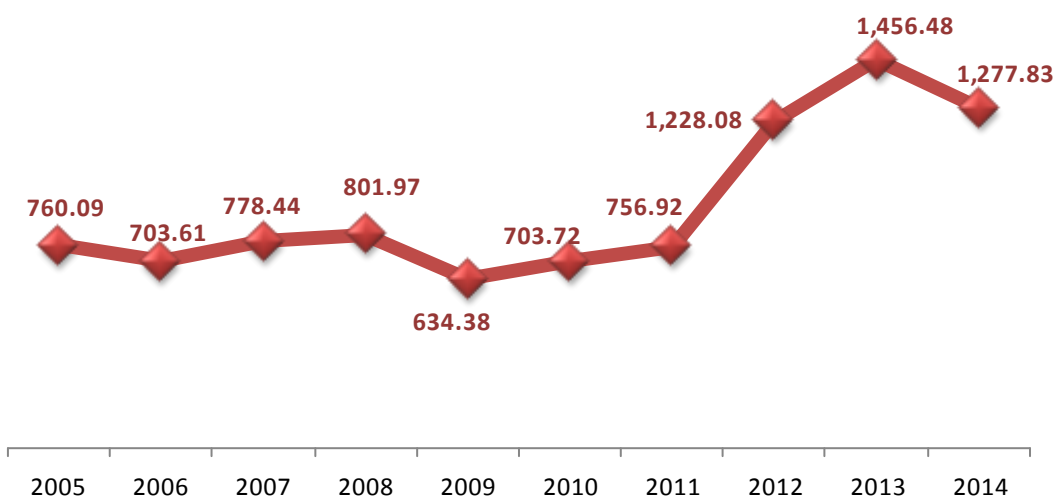
од големо значење утврдени согласно со овој закон. И покрај овие ограничувања, податоците за приходите што Македонската радио-телевизија ги остварила од продажба на времето за рекламирање во анализираната година, покажуваат дека јавниот радиодифузен сервис и понатаму не успева да изнајде начин целосно да ги искористи можностите кои му ги нуди овој аспект од неговото економско работење.

Според Годишниот извештај за финансиското работење на ЈРП Македонска радио телевизија за 2014 година, за финансиска поддршка на МРТ од Буџетот на Република Македонија на сметката на јавниот радиодифузен сервис биле префрлени 240,00 милиони денари, а за реализација на процесот на дигитализација на опремата, Владата на Република Македонија и Агенцијата за електронски комуникации префрлиле 97,09 милиони денари.

Останатите приходи ги опфаќаат приходите од закупнини, приходи од услуги во земјата и странство, приходи од камати, курсни разлики, отпишани побарувања и останати приходи од работењето.

Во 2014 година вкупните трошоци на Македонската радио-телевизија изнесувале 1,277,83 милиони денари. Од 2005 година наваму, повисоки трошоци биле направени само во 2013 година (за 12,27%). Во само уште две години од последните десет, биле потрошени помалку средства отколку во претходната година – во 2006 година (за 7,43%) и во 2009 година (за 20,90%). Најниски трошоци биле направени во 2009 година (634,38 милиони денари, што е точно два пати помалку отколку трошоците во анализираната година).

Слика бр.9: Движење на вкупните трошоци на МРТВ во последните десет години



Најголем дел од трошоците (36.46%) биле направени за т.н. заеднички трошоци, во вкупен износ од 465,87 милиони денари. Повеќе од половината од овој износ (57%, односно 265,87 милиони денари) е од сметководствената категорија „исправка на вредноста на побарувањата (вредносно усогласување) и отпис на побарувања од

*радиодифузната такса*". Преостанатите 43% ги претставуваат трошоците за потрошен материјал, за електрична енергија, комунални услуги, телефонски трошоци, амортизација на основни средства, шпедитерски и поштенски услуги, адвокатските и нотарските услуги, одржување и регистрација на возниот парк на МРТ, трошоци за осигурување на имоти и лица, трошоци за инвестиционо и тековно одржување на објектите на МРТ, даноци и банкарски услуги, дополнително утврдени расходи и камати од работење.

Вкупните трошоци за вработените во оваа година изнесувале 355,56 милиони денари, од кои 349,25 милиони денари за бруто плати, а останатите за други лични примања (отпремнина за вработените кои оствариле право за одење во пензија, теренски додатоци за дописниците и снимателите во странство и друго).

Програмските трошоци, во вкупен износ од 214,21 милиони денари ги опфаќаат трошоците за реализација на копродукциски проекти (Танц со ѕвездите, Опуштено, Време е за бебе, Бекстејџ, неколку документарни филмови, Македонски народни приказни и друго), трошоци за синхронизација на цртани филмови и играни серии, трошоци за коментаторски позиции за спортски натпревари, за Евросонг 2014, наемнини за дописниците од странство, изнајмување опрема и друго.

Табела бр.7: Структура на трошоците на МРТВ

Трошоци	износ	учество
Трошоци за вработените	355.56	27.83%
Патни трошоци	7.46	0.58%
Заеднички трошоци	465.87	36.46%
Програмски права	118.23	9.25%
Програмски трошоци	214.21	16.76%
Надомест за сателитски сегмент	101.27	7.93%
Набавка на дигитални технички материјали и услуги	15.23	1.19%
<b>Вкупно приходи</b>	<b>1277.83</b>	

Значајно учество во вкупните трошоци имале трошоците за програмски права. Најголем дел од овие трошоци биле за откуп на права за пренос на спортски настани (Формула 1, АБА Лига – кошарка, пренос на фудбалски натпревари на македонската лига, ТВ права за тениски турнири, Зимските олимписки игри 2014, пренос на Светското фудбалско првенство во Бразил, Европска лига во фудбал, фудбалската Лига на шампиони, атлетика, одбојка, ракометни натпревари и друго). Останатите трошоци од оваа категорија биле направени за откуп на права за емитување играни и сериски филмови, цртани филмови, потоа за размена на спортски вести, права за емитување на Виенскиот новогодишен концерт и друго. Вкупниот износ издвоен на обезбедување на правата за емитување на овие програмски содржини изнесувал 187,82 милиони денари, односно за 67,92% помалку отколку во 2013 година.

Финансискиот резултат од работењето на Македонската радио-телевизија во 2014 година бил добивка во износ од 43,01 милиони денари.

Просечниот број на вработени во јавниот радиодифузен сервис изнесувал 852 лица, односно за шест лица повеќе отколку во претходната година.

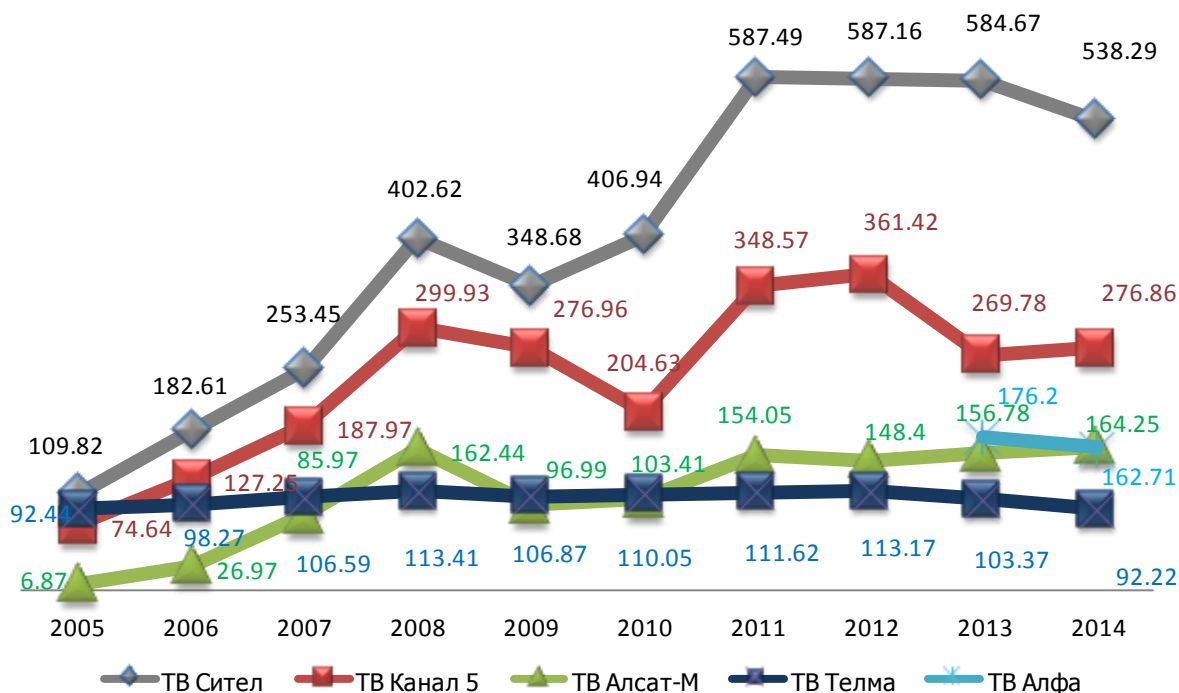
## Телевизиски станици на државно ниво преку терестријален мултиплекс

Петте телевизиски станици што емитуваат програма преку терестријален мултиплекс на територијата на целата држава заеднички оствариле вкупни приходи во износ од 1.234,33 милиони денари.

Овој износ е за 4,37% понизок отколку вкупните приходи остварени во 2013 година (1.290,80 милиони денари), што се должи на намалувањето на вкупните приходи на три телевизии (ТВ Сител за 7,93%, ТВ Телма за 10,79% и ТВ Алфа за 7,66%). Во анализираната година само две телевизии оствариле повисоки вкупни приходи отколку претходната година (ТВ Канал 5 за 2,63% и ТВ Алсат-М за 4,76%).

Во последните десет години, анализираната година била најповолна за ТВ Алсат-М, кога оваа телевизија остварила вкупни приходи во износ од 164,25 милиони денари.

Слика бр.10: Движење на вкупните приходи во последните десет години



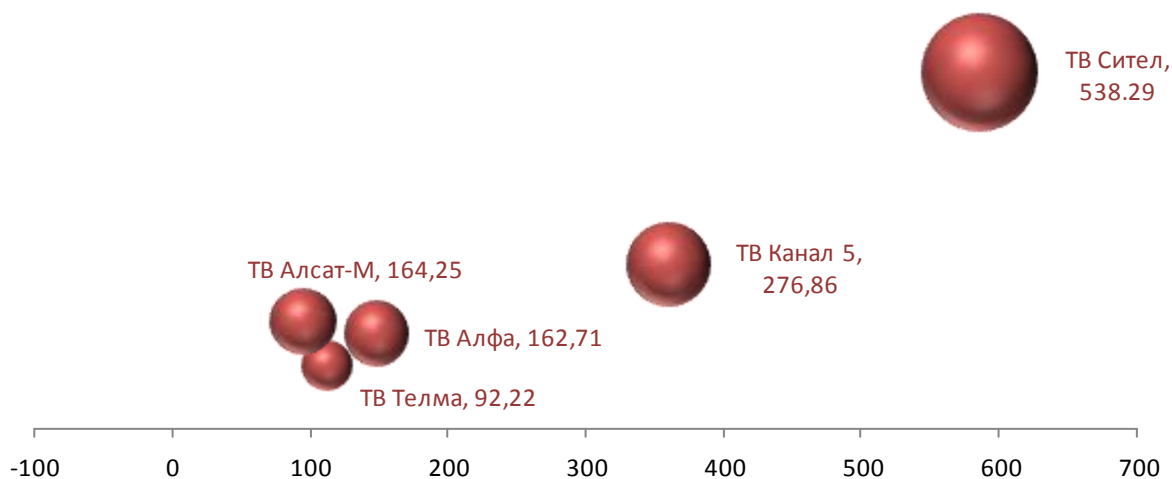
ТВ Сител успеала да оствари највисоки вкупни приходи во 2011 година (587,49 милиони денари), а ТВ Канал 5 и ТВ Телма во 2012 година (361,42 односно 113,17 милиони денари). ТВ Алфа има дозвола за емитување преку терестријален предавател од мај 2013 година. Се дотогаш оваа телевизија емитуваше преку сателит.

Во секоја од последните десет години, најмногу приходи остварувала ТВ Сител. Оваа телевизија помалку приходи отколку во претходната година остварила во 2009 година (за 13,4%), во 2012 година (за 0,06), во 2013 година (за 0,42%) и во 2014 година (за 7,93%).

Вкупните приходи на ТВ Канал 5 имале негативна стапка на раст во 2009 година (-7,66%), во 2010 година (- 26,12%) и во 2013 година (- 25,36%). Во само две години од последните десет ТВ Алсат-М остварила помалку приходи отколку во претходната година, и тоа во 2009 година (за 40,29%) и во 2012 година (за 3,67%), а ТВ Телма во 2009 година (за 5,77%), во 2013 година (за 8,66%) и во последната година (за 10,79%). ТВ Алфа остварила повисоки приходи во претходната година, кога само шест месеци емитуваше преку терестријален мултиплекс, отколку во 2014 година.

За овие десет години ТВ Сител успеала да ги зголеми вкупните приходи за речиси пет пати, ТВ Канал 5 за речиси четири пати, а ТВ Телма во 2014 година остварила исто толку приходи колку и пред десет години.

Слика бр.11: Вкупни приходи на петте терестријални телевизии на државно ниво во 2014 година



Од вкупно 1.234,33 милиони денари вкупни приходи на овие пет телевизии 43,61% остварила ТВ Сител. Приходите на ТВ Канал 5 претставувале 22,43% од овој износ, а речиси подеднакво учество имале приходите на ТВ Алсат-М (13,31%) и на ТВ Алфа (13,18%). Најмал дел од вкупните приходи на овој сегмент од телевизискиот пазар остварила ТВ Телма – само 7,47%.

Вкупните приходи на ТВ Сител биле речиси два пати повисоки отколку приходите на ТВ Канал 5, три пати повисоки отколку приходите на ТВ Алсат-М и ТВ Алфа и речиси шест пати повисоки од вкупните приходи на ТВ Телма.

Во структурата на приходите доминантно учество имаат приходите од продажба на времето за рекламирање (93,21%).

Табела бр.8: Структурата на приходите на комерцијалните телевизии

Структура на приходите на комерцијалните телевизии на државно ниво	2014	учество
Реклами и телешопинг	1,150.52	93.21%
Спонзорства	0.00	-
Продажба на содржини	0.00	-
Приходи обезбедени од трети страни	0.00	-
Останати приходи	78.36	6.35%
<b>Приходи од основна дејност</b>	<b>1,228.88</b>	<b>99.56%</b>
Приходи од други дејности	5.24	0.42%
Вонредни приходи	0.22	0.02%
<b>Вкупни приходи</b>	<b>1,234.33</b>	

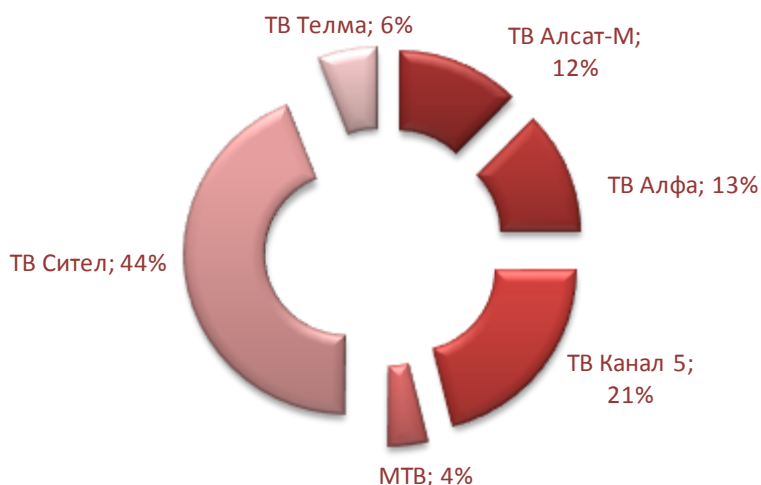
Над 90% од вкупните приходи на четири телевизии биле остварени од рекламирање: ТВ Сител – 97,86%, ТВ Алфа – 92,50%, ТВ Канал 5 – 91,49% и ТВ Алсат – М – 90,74%. Приходите од рекламирање што ги оставарила ТВ Телма претставувале 76,87% од вкупните приходи на оваа телевизија.

Според дефиницијата од Законот за заштита на конкуренцијата (Службен весник на Република Македонија бр.145/10, 136/11 и 41/14) *"релевантен географски пазар е пазар на подрачје во кое засегнатите претпријатија се вклучени во понудата и побарувачката на стоки и/или услуги, во кое условите за конкуренција се доволно хомогени и можат да се разграничат од соседните подрачја, според условите за конкуренција кои се значително различни во тие подрачја"*. Со оглед на тоа дека Македонската радиотелевизија во овој сегмент од работењето се јавува како директен конкурент на комерцијалните телевизии коишто емитуваат на државно ниво преку терестријален мултиплекс, а за да се добие реална слика за состојбите на пазарот, во вкупните приходи од рекламирање на овој сегмент од телевизиската индустрија се пресметани и приходите што ги остварила Македонската телевизија (48,48 милиони денари).

Највисоки приходи од рекламирање остварила ТВ Сител (526,77 милиони денари) што претставува 44% од вкупните приходи од рекламирање на овој сегмент од телевизиската индустрија. ТВ Канал 5 успеала да привлече 21% од буџетите на огласувачите наменети за рекламирање кај телевизиите на државно ниво. Речиси подеднакво атрактивни за огласувачите биле ТВ Алфа со остварени 150,50 милиони денари од рекламирање и ТВ Алсат-М со остварени 149,05 милиони денари од продажба на времето за рекламирање. Најмал дел од рекламниот буџет остварила ТВ Телма – 70,89 милиони денари односно само 6% од вкупните приходи од рекламирање и Македонската телевизија - 48,48 милиони денари односно само 4%.

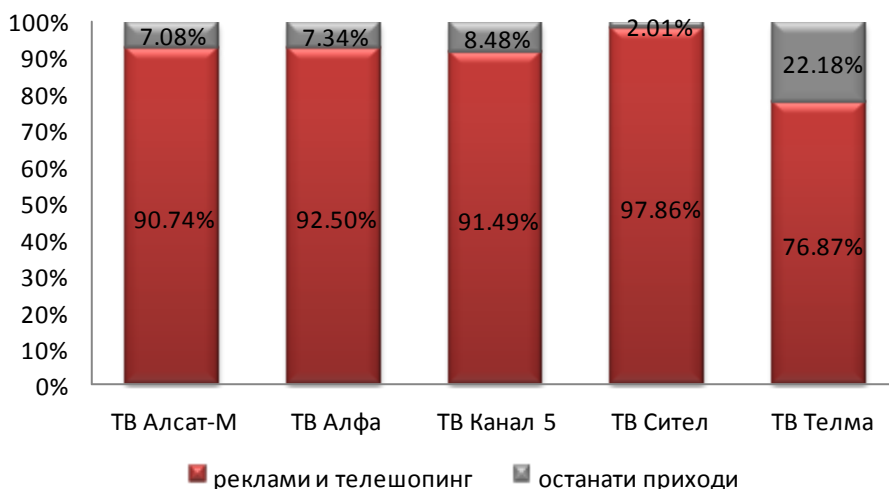


Слика бр.12: Учество во вкупните приходи од рекламирање



Освен Македонската телевизија, којашто согласно членот 103 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги не може да емитува реклами повеќе од 8 минути од времето на емитување во текот на еден реален час, останатите пет телевизии имаат можност да емитуваат реклами најмногу 12 минути во текот на еден реален час. Забележителните разлики во приходите што секоја од овие телевизии ги остварила од продажба на времето за рекламирање, се должат на различната искористеност на можноста за емитување рекламни спотови, како и на различните цени за емитување на рекламни спотови коишто се определуваат врз основа на податоците за гледаноста на програмските содржини.

Слика бр.13: Структура на вкупните приходи на петте терестријални телевизии на државно ниво



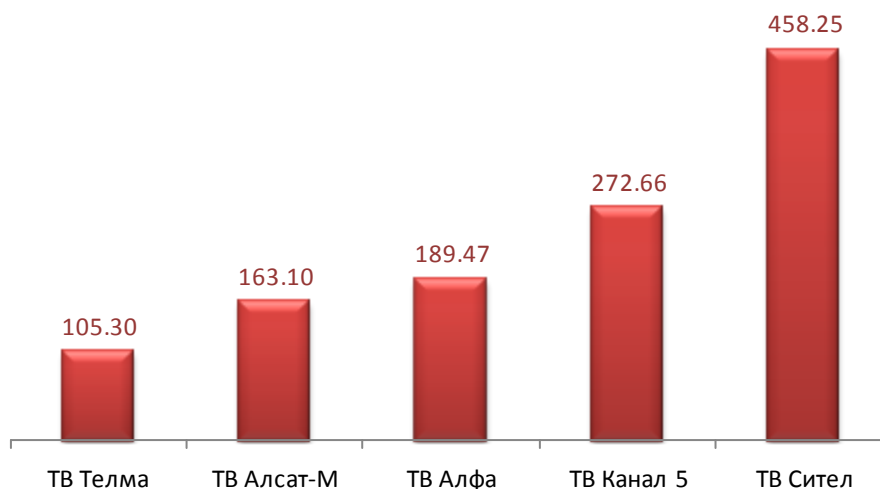
Освен приходи од продажба на времето за рекламирање, овие субјекти прикажале уште само „останати нераспоредени приходи“ и „приходи од други дејности“. Сите пет телевизии прикажале приходи од категоријата „останати приходи“, а највисоки износи ТВ Канал 5 (23,49 милиони денари) и ТВ Телма (20,46 милиони денари). Во оваа категорија се опфатени приходите од камати, курсни разлики, приходи од отпишани побарувања, од отпис на обврски, од продажба на опрема, приходи од претходни години, приходи од поврзани субјекти и друго. Исто така, оваа категорија го опфаќа и надоместокот за покривање на трошоците за производство на домашна играна и документарна програма, што согласно членот 92 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги се исплатува од средствата на буџетот на Министерството за информатичко општество и администрација.

И оваа година ниту една телевизија не прикажала приходи од спонзорирање на емисиите или на делови од емисиите, што се должи на тоа што овие приходи книговодствено не се издвоено прикажани, туку како приходи од продажба на времето за рекламирање. Ниту една телевизија не прикажала ни приходи од продажба на содржини.

Вкупните трошоци на овие пет телевизии изнесувале 1.188,78 милиони денари, односно 7,52% повеќе отколку претходната година кога биле потрошени вкупно 1.105,62 милиони денари. Само ТВ Сител потрошила помалку средства отколку во претходната година (за 15,17 милиони денари), а останатите четири телевизии ги зголемиле вкупните трошоци и тоа, ТВ Канал 5 за 42,37 милиони денари, ТВ Алфа за 42,86 милиони денари, ТВ Алсат-М за 10,79 милиони денари, а ТВ Телма за 2,31 милиони денари.

Најмногу средства потрошила ТВ Сител - 458,25 милиони денари, а најмалку ТВ Телма - 105,30 милиони денари, што е повеќе од четири пати помалку отколку ТВ Сител.

Слика бр.14: Вкупни трошоци на телевизиите на државно ниво



Речиси две третини од вкупните трошоци на овие пет телевизии биле директни трошоци за производство на програма (887,09 милиони денари), а од нив пак најголем дел биле издвоени за купување на програма (492,24 милиони денари). Во анализираната година овие пет телевизии потрошиле двојно повеќе средства за купување програма отколку за плати и други надоместоци за вработените коишто се директно поврзани со производство на програма.

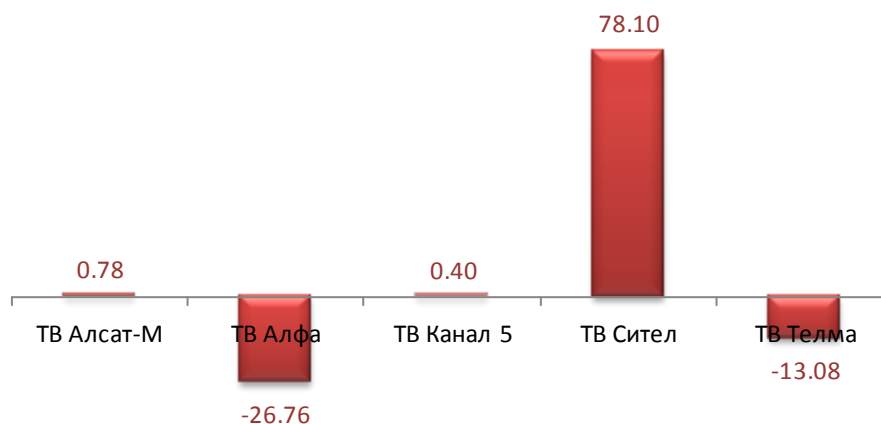
Табела бр.9: Структурата на трошоците на комерцијалните телевизии

Структура на трошоците на комерцијалните телевизии на државно ниво	2014	учество
Материјални трошоци	59.62	5.02%
Трошоци за набавка на програма	492.24	41.41%
Нематеријални трошоци (услуги)	104.38	8.78%
Плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма	230.86	19.42%
<b>Директни трошоци за создавање на програмата</b>	<b>887.09</b>	<b>74.62%</b>
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма	23.70	1.99%
Амортизација на опремата	31.57	2.66%
Амортизација на права и лиценци	1.57	0.13%
Кирии и останати режиски трошоци	25.69	2.16%
Сите останати неопфатени трошоци од работењето	213.75	17.98%
<b>Вкупно трошоци на работењето</b>	<b>1,183.37</b>	<b>99.55%</b>
Расходи од други активности	4.39	0.37%
Вонредни расходи	1.01	0.08%
<b>Вкупно трошоци на работењето</b>	<b>1,188.78</b>	

Најмногу средства за купување програма издвоиле ТВ Сител (237,72 милиони денари) и ТВ Канал 5 (102,61 милиони денари). Позначајна сума потрошила и ТВ Алфа (79,16 милиони денари). ТВ Телма за набавка на програма издвоила 40,23 милиони денари, а најмалку ТВ Алсат-М – 32,52 милиони денари. Во анализираната година сите пет телевизии издвоиле повеќе средства за купување програма отколку во претходната година.

Речиси 20% од вкупните трошоци биле направени за плати и други надоместоци за лица директно поврзани со производство на програма (230,86 милиони денари). Највисок износ на овој вид трошок прикажале ТВ Алфа (65,72 милиони денари) и ТВ Сител (55,56 милиони денари). ТВ Телма за плати и други надоместоци за лица директно поврзани со производство на програма издвоила 45,04 милиони денари, ТВ Алсат-М 33,50 милиони денари, а најмалку средства издвоила ТВ Канал 5 – 31,05 милиони денари.

Слика бр.15: Финансиски резултат од работењето на телевизиите на државно ниво



Во анализираната година позитивен финансиски резултат од работењето оствариле ТВ Сител, ТВ Канал 5 и ТВ Алсат-М. Најлош резултат од работењето остварила ТВ Алфа (загуба од 26,76 милиони денари).

Просечниот број на вработени лица кај овие пет телевизии изнесувал 517 лица, што е за осум лица помалку отколку претходната година.

Табела бр.10: Просечен број на вработени во редовен работен однос

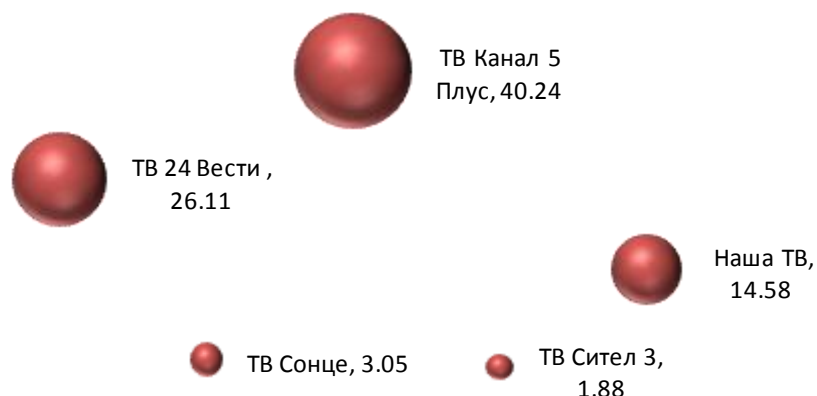
ТВ станица	2012	2013	2014
ТВ Сител	130	135	137
ТВ Канал 5	97	92	100
ТВ Алсат-М	95	90	94
ТВ Телма	80	81	80
ТВ Алфа	120	127	106

Три телевизии го зголемиле просечниот број на вработени: ТВ Сител за две лица, ТВ Канал 5 за осум лица и ТВ Алсат-М за четири лица. Кај останатите две телевизии биле вработени помалку лица отколку во претходната година и тоа кај ТВ Алфа за 21 лице, а кај ТВ Телма за само едно лице.

## Сателитски телевизии

Во 2014 година дозвола да емитуваат телевизиска програма преку сателит имаа вкупно пет телевизиски станици. Приходите што во анализираната година тие заеднички ги оствариле изнесувале 85,86 милиони денари.

Слика бр.16: Вкупни приходи на сателитските телевизии



Забележливи се значителни разлики помеѓу вкупните приходи на секоја од нив. Највисоки вкупни приходи остварила ТВ Канал 5 Плус – 40,24 милиони денари, што претставува 46,87% од вкупните приходи на овој сегмент на телевизискиот пазар. Учеството на вкупните приходи на ТВ 24 Вести во износ од 26,11 милиони денари било 30,42%, а вкупните приходи на Наша ТВ коишто изнесувале 14,58 милиони денари претставувале 16,98% од вкупните приходи на сателитските телевизии. Останатите 5,74% од вкупните приходи на сателитските телевизии биле приходите на ТВ Сител 3 (1,88 милиони денари) и ТВ Сонце (3,05 милиони денари).

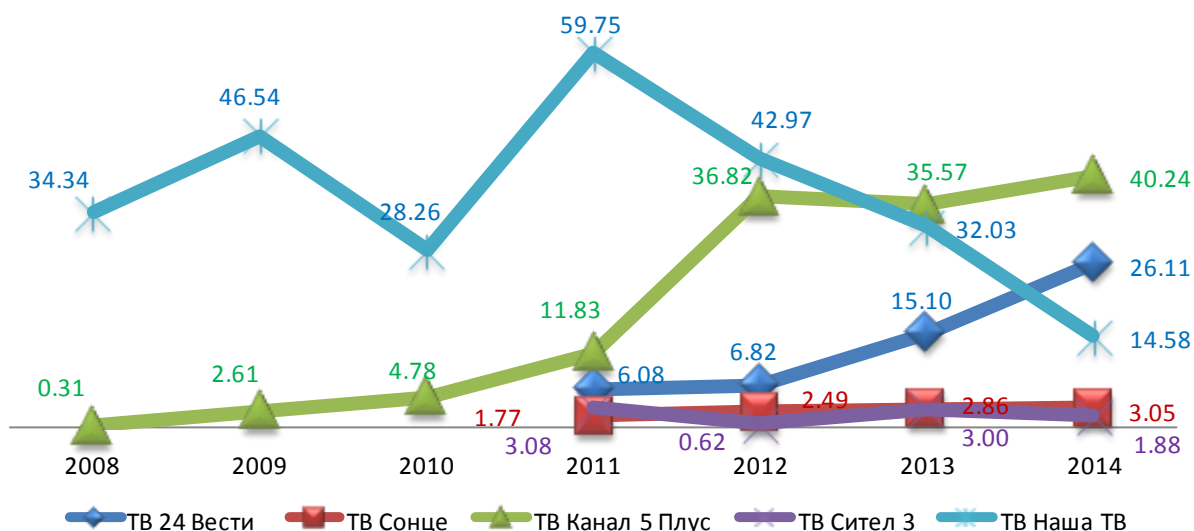
Овие пет телевизии допираат до оној дел од македонската телевизиска публика којашто ги користи услугите на некој од операторите на јавни електронски комуникациски мрежи. Договори за реемитување на програмскиот сервис со најголем број оператори на јавни електронски комуникациски мрежи имаат склучено ТВ Сител 3 и ТВ Канал 5 Плус. Нив ги реемитуваат вкупно 42 оператори, меѓу кои и четирите кај коишто се сконцентрирани 79,9% од претплатниците на сите оператори на јавни електронски комуникациски мрежи (Македонски телеком, Роби, Дигиплус мултимедија и Близу)<sup>4</sup>. Иако потенцијалната публика на овие две телевизии е иста, ТВ Канал 5 Плус успеала да отвори повеќе од 20 пати повисоки приходи од ТВ Сител 3.

ТВ 24 Вести ја реемитуваат 39 оператори, Наша ТВ 38, а ТВ Сонце 35 оператори на јавни електронски комуникациски мрежи. Од четирите најзначајни оператори, ТВ 24 Вести и ТВ Сонце не ги реемитува само операторот Дигиплус Мултимедија, чии претплатници

<sup>4</sup> „Извештај за развој на пазарот за електронски комуникации во третиот квартал од 2014 година“, Агенција за електронски комуникации, достапен на <http://www.aek.mk/mk/dokumenti/izveshtai/kvartalni-izveshtai-za-analiza-na-pazar/item/1705-izveshtaj-za-razvoj-na-pazarot-za-elektronski-komunikacii-vo-tretiot-kvartal-od-2014-godina> (пристапено на 20.04.2015 година)

претставуваат 17,03% од вкупниот број на претплатници на операторите за јавни електронски комуникациски мрежи.

Слика бр.17: Движење на вкупните приходи на сателитските телевизии во последните седум години



Во 2014 година, повеќе приходи отколку во претходната година оствариле ТВ 24 Вести (за 72,87%), ТВ Сонце (за 6,53%) и ТВ Канал 5 Плус (за 13,13%). Приходите на ТВ Сител 3 и на Наша ТВ биле пониски и тоа за 37,38%, односно за 54,48%.

Табела бр.11: Структурата на приходите на сателитските телевизии

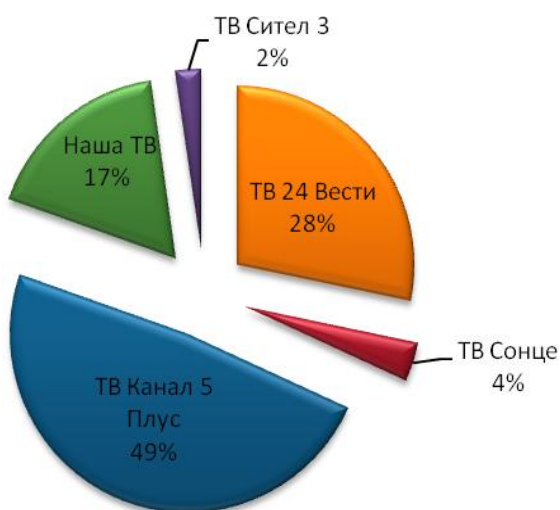
Структура на приходите на сателитските телевизии	2014	учество
Реклами и телешопинг	82.40	95.97%
Спонзорства	0.00	0.00%
Продажба на содржини	0.00	0.00%
Приходи обезбедени од трети страни	0.00	0.00%
Останати приходи	0.62	0.72%
<b>Приходи од основна дејност</b>	<b>83.02</b>	<b>96.69%</b>
Приходи од други дејности	2.61	3.04%
Вонредни приходи	0.23	0.27%
<b>Вкупни приходи</b>	<b>85.86</b>	

Најзначаен извор на приходи за сите пет телевизии била продажбата на времето за рекламирање. Овој вид приход претставувал 99,48% од вкупните приходи на ТВ Канал 5 Плус, 99,44% од вкупните приходи на ТВ Сител 3, 98,19% од вкупните приходи на Наша ТВ и 95,57% од вкупните приходи на ТВ Сонце. Нешто помало било учеството на приходите од рекламирање во вкупните приходи на ТВ 24 Вести – 89,13%.

77% од вкупните приходи од рекламирање на овој сегмент на телевизискиот пазар оствариле ТВ Канал 5 Плус (40,03 милиони денари) и ТВ 24 Вести (23,28 милиони

денари). Наша ТВ успеала да оствари 14,32 милиони денари, а најмалку приходи од рекламирање оствариле ТВ Сонце (2,91 милиони денари) и ТВ Сител 3 (1,87 милиони денари).

Слика бр.18: Учество во приходите од рекламирање на сателитските телевизии



Ниту една сателитска телевизија не прикажала приходи од спонзорства и приходи од продажба на содржини. Целокупниот износ на приходите од други дејности го прикажала ТВ 24 Вести.

Во 2014 година овие пет телевизии заеднички потрошиле 104,18 милиони денари. Најголем дел од овие средства биле трошоците на ТВ 24 Вести во вкупен износ од 43,22 милиони денари. Вкупните трошоци на ТВ Канал 5 Плус изнесувале 22,00 милиони денари, на ТВ Сонце 18,59 милиони денари, а на Наша ТВ 16,43 милиони денари. Во анализираната година најмалку средства потрошила ТВ Сител 3 – само 3,78 милиони денари.

79% од трошоците биле директни трошоци за создавање на програма. Овие трошоци ги опфаќаат материјалните трошоци, трошоците за набавка на програма, нематеријалните трошоци – услугите и платите и другите надоместоци за лицата директно поврзани со производство на програма. ТВ 24 Вести и Наша ТВ прикажале 95% од вкупниот износ на материјалните трошоци, а ТВ Сител 3 воопшто не прикажала ваков вид трошок.

Трошоците за набавка на содржини ги прикажале ТВ Канал 5 Плус (4,72 милиони денари), ТВ 24 Вести (2,61 милиони денари) и Наша ТВ (1,82 милиони денари). ТВ Сител 3 и ТВ Сонце во анализираната година немале трошоци за набавка на содржини. Нематеријални трошоци – услуги прикажале сите пет телевизии, но позначајни износи прикажале ТВ Канал 5 Плус (8,19 милиони денари) и ТВ Сонце (7,04 милиони денари).

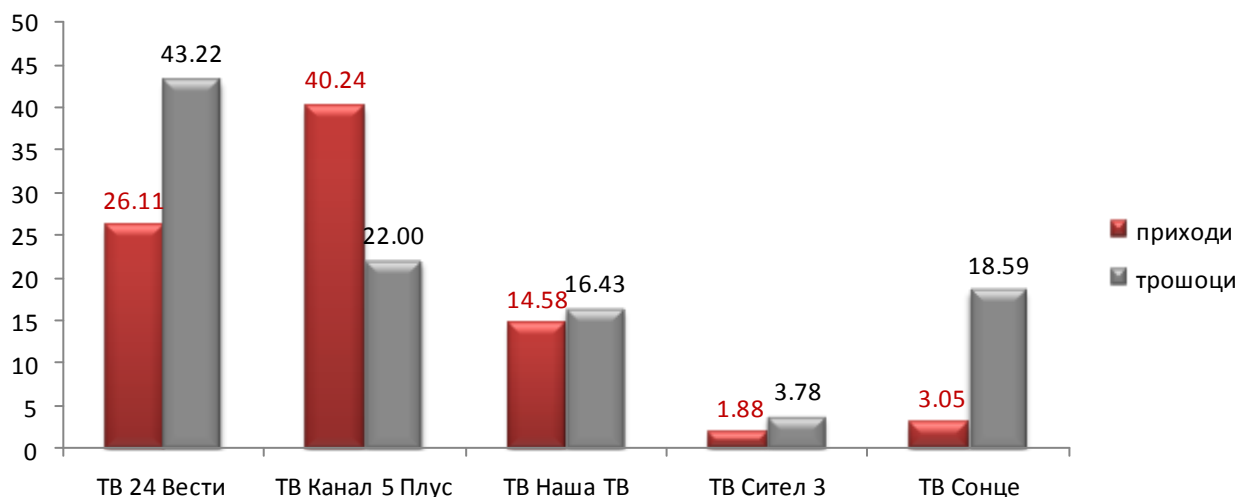
Најмногу средства за плати и други надоместоци за лица директно поврзани со производство на програма издвоила ТВ 24 Вести (22,48 милиони денари). За овој вид трошок ТВ Канал 5 Плус потрошила 5,94 милиони денари, ТВ Сонце 5,7 милиони денари, а Наша ТВ 4,22 милиони денари. ТВ Сител 3 не прикажала трошоци за плати и други надоместоци за лица директно поврзани со производство на програма.

Табела бр.12: Структура на трошоците на сателитските телевизии

	2014	учество
Материјални трошоци	11.79	11.34%
Трошоци за набавка на програма	9.15	8.80%
Нематеријални трошоци (услуги)	22.49	21.62%
Плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма	38.35	36.86%
<b>Директни трошоци за создавање на програмата</b>	<b>81.77</b>	<b>78.62%</b>
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма	3.34	3.21%
Амортизација на опремата	5.36	5.15%
Амортизација на права и лиценци	0.15	0.14%
Кирии и останати режиски трошоци	2.02	1.94%
Сите останати неопфатени трошоци од работењето	10.34	9.94%
<b>Вкупно трошоци на работењето</b>	<b>102.98</b>	<b>99.00%</b>
Расходи од други активности	0.75	0.72%
Вонредни расходи	0.29	0.28%
<b>Вкупно трошоци на работењето</b>	<b>104.02</b>	

Целокупниот износ на трошоците за плати и други надоместоци за лица кои не се директно поврзани со производство на програма го прикажале ТВ Канал 5 Плус (1,48 милиони денари) и Наша ТВ (1,85 милиони денари).

Слика бр.19: Вкупни приходи и вкупни трошоци на сателитските телевизии





Во 2014 година, само ТВ Канал 5 Плус остварила позитивен финансиски резултат – добивка во износ од 16,38 милиони денари. Останатите четири телевизии работеле со загуба и тоа, ТВ 24 Вести 17,1 милиони денари, ТВ Сонце 15,54 милиони денари, ТВ Сител 3 – 1,9 милиони денари, а Наша ТВ 1,85 милиони денари.

Просечниот број на вработени лица во редовен работен однос кај сателитските телевизии изнесувал 127, односно три лица повеќе отколку во претходната година.

Табела бр.13: Просечен број на вработени во редовен работен однос

ТВ станица	2012	2013	2014
ТВ 24 Вести	64	65	67
ТВ Канал 5 Плус	24	26	26
ТВ Сонце	19	19	19
ТВ Сител 3	0	0	0
Наша ТВ	14	14	15

Извор: АААВМУ

Просечниот број на вработени бил повисок отколку во 2013 година кај ТВ 24 Вести (за две лица) и кај Наша ТВ (за едно лице).

## Телевизиски станици на регионално ниво

Во Република Македонија се дефинирани осум радиодифузни региони, а еден од нив, регионот Д1 е поделен на две зони (Д1 – Скопје и Д1 – Велес). Во 2014 година, програма на регионално ниво емитуваа вкупно 27 телевизии, а во оваа анализа се претставени податоците за 26 од нив, поради тоа што во март 2015 година, ТВ БТР којашто емитуваше програма преку терестријален мултиплекс на подрачјето на Д1 – Скопје, ја изгуби дозволата за телевизиско емитување<sup>5</sup>.

Најголем број од регионалните телевизии емитуваа програма во зоната Д1 – Скопје, и тоа шест преку терестријален мултиплекс, а две преку оператор на јавна електронска комуникациска мрежа што користи ограничен ресурс. Во радиодифузниот регион Д8, во којшто вкупниот број на население е 310,085, дозвола да емитуваат телевизиска програма имаа четири телевизии, во регионите Д3, Д4 и Д5 по три телевизии, по две во регионите Д1 – Велес и Д2, а во радиодифузните региони Д6 и Д7 само по една регионална телевизија.

Табела бр.14: Број на население, број на регионални телевизии и остварени вкупни приходи според радиодифузен регион

Зона	Број на население <sup>6</sup>	Број на регионални телевизии	Остварени приходи во 2014 година
Д1-Скопје	615,949	6(+2)	49.63 (+6.66)
Д1- Велес	153,347	2	27.77
Д2	176,018	2	21.93
Д3	177,700	3	33.8
Д4	173,522	3	36.54
Д5	300185	3	37.49
Д6	124089	1	22.65
Д7	36,576	1	20.79
Д8	310,085	4	46.81

Вкупните приходи на регионалните телевизии изнесувале 304,06 милиони денари, што е за 59,15% повеќе отколку во 2013 година, кога вкупните приходи на овие 26 телевизии

<sup>5</sup> Дозволата за телевизиско емитување на Трговското радиодифузно друштво ТВ БТР Национал Зоран ДООЕЛ Скопје, беше одземена со Одлука бр.08-397 од 03.03.2015 година, поради неисполнување на обврската од член 80 став 5 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, односно поради неплаќање на надоместокот во законски утврдениот рок. Во 2013 година вкупните приходи на оваа телевизија изнесувале 3,69 милиони денари.

<sup>6</sup> Податоците за бројот на населението се обезбедени од публикацијата „Процени на населението според полот и возраста, по општини и статистички региони (НТЕС3 – 2007 година, 30.06.2014 и 31.12.2014)“ на Државниот завод за статистика на РМ, достапна на [http://www.stat.gov.mk/PrikaziPublikacija\\_1.aspx?rbr=569](http://www.stat.gov.mk/PrikaziPublikacija_1.aspx?rbr=569)

изнесуваа 191,05 милиони денари. Зголемувањето на приходите, се должи на поголемиот пазар на којшто најголем дел од овие телевизии ја вршеа дејноста во 2014 година. Имено, освен осумте телевизии коишто емитуваат програма во регионот Д1- Скопје, останатите телевизии се до мај 2013 година емитуваа програма на локално ниво.

Во анализираната година, само седум регионални телевизии оствариле помалку приходи отколку во претходната година (ТВ Амазон за 36,85%, ТВ Едо за 10,87%, ТВ МТМ за 25,71% - сите три од регионот Д1 – Скопје, ТВ КТВ од регионот Д1 – Велес за 30,18%, ТВ Стар од регионот Д3 за 2,6%, и две телевизии од регионот Д8 - ТВ Кисс за 12,18% и ТВ Чеграни Медиа за 28,76%). Останатите 19 регионални телевизии оствариле повисоки приходи отколку во 2013 година.

Вкупните приходи што биле остварени во 2014 во секој радиодифузен регион посебно, биле повисоки отколку вкупните приходи во претходната година.

Табела бр.15: Вкупни приходи и стапка на раст по региони

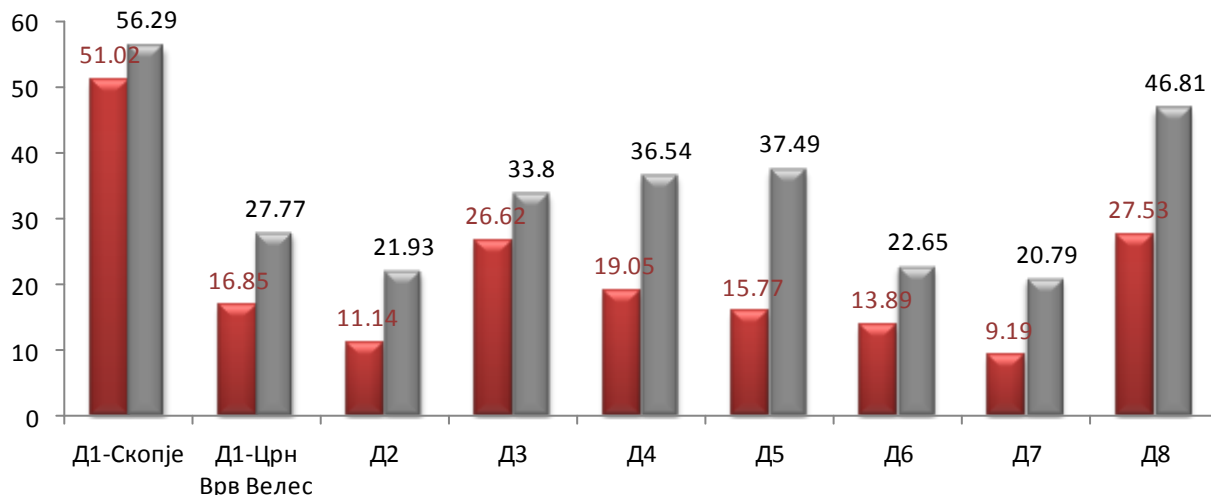
	Вкупни приходи		стапка на раст 2014/2013
	2013	2014	
Д1-Скопје	51.02*	56.29	10.33%
Д1-Црн Врв Велес	16.85	27.77	64.81%
Д2	11.14	21.93	96.86%
Д3	26.62	33.8	26.97%
Д4	19.05	36.54	91.81%
Д5	15.77	37.49	137.73%
Д6	13.89	22.65	63.07%
Д7	9.19	20.79	126.22%
Д8	27.53	46.81	70.03%

*\*во 2013 година вкупните приходи во овој регион изнесувале 54,71 милиони денари, но заради споредливост на податоците овој износ е намален за приходите на ТВ БТР во износ од 3,69 милиони денари*

Стапката на раст на вкупните приходи била највисока во регионот Д5 (137%) и во регионот Д7 (126%). Најниска стапка на раст на вкупните приходи имало во регионот Д1 – Скопје (10,33%).

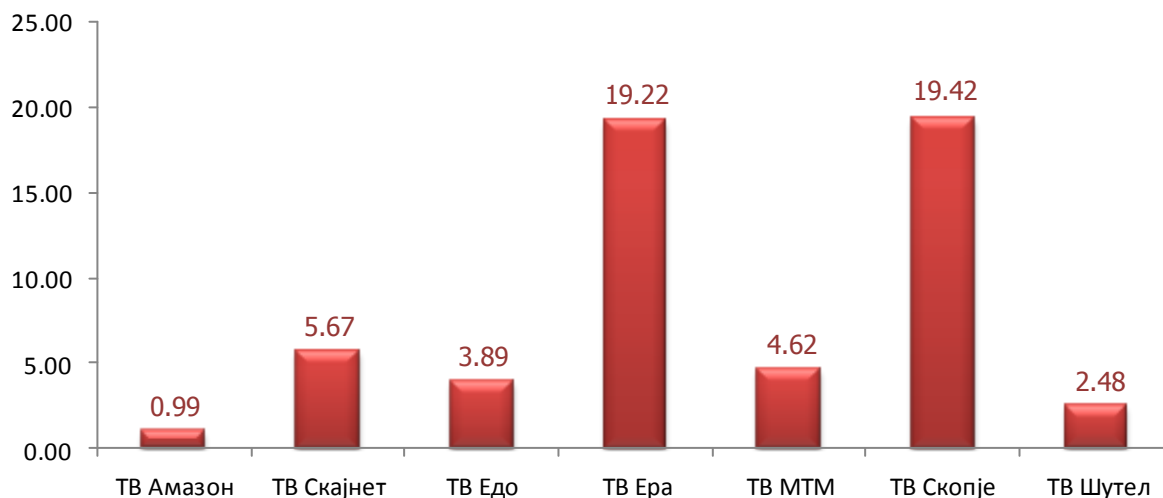
Највисоки приходи биле остварени во регионот Д1 – Скопје, во којшто програма емитуваа вкупно осум телевизии (шест преку терестријален мултиплекс и две преку оператор на јавна електронска комуникациска мрежа преку ограничен ресурс – ТВ Скајнет и ТВ Амазон). ТВ Ера емитува програма на албански јазик, ТВ Шутел на ромски, ТВ Едо на бошњачи, а останатите четири телевизии (ТВ МТМ, ТВ Скопје, ТВ Амазон и ТВ Скајнет) на македонски јазик.

Слика бр.20: Вкупни приходи по радиодифузни региони во 2013 и во 2014 година



Вкупните приходи на телевизиите во регионот Д1 - Скопје, изнесувале 56,29 милиони денари. ТВ Ера и ТВ Скопје прикажале 68,64% од приходите во овој регион. ТВ Скајнет остварила 10,07% од вкупните приходи, а позначајно учество имале и вкупните приходи на ТВ МТМ (8,22%). Приходите на ТВ Едо претставувале 6,92%, а приходите на ТВ Шутел (4,40%) од вкупните приходи на телевизиите во овој регион.

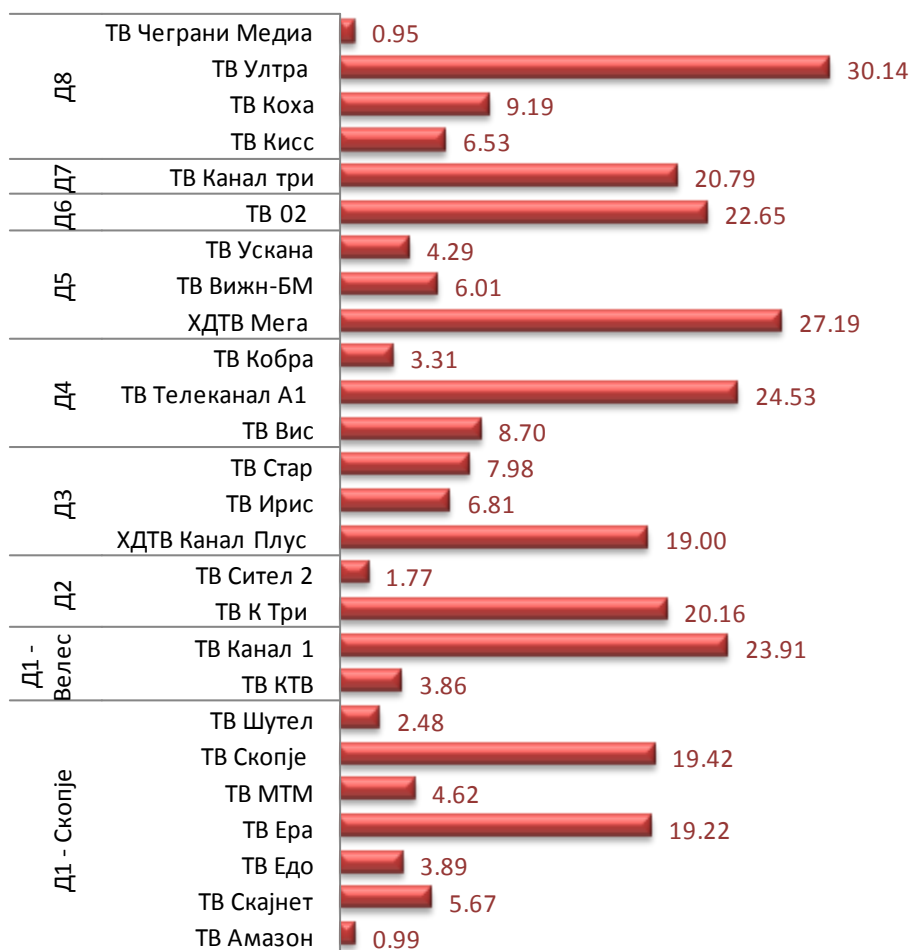
Слика бр.21: Вкупни приходи на телевизиите во регионот Д1 - Скопје



Во регионот Д1 – Велес програма емитуваат две телевизии – ТВ КТВ и ТВ Канал 1. Вкупните приходи на овие две телевизии изнесувале 27,77 милиони денари. ТВ Канал 1 остварила вкупни приходи во износ од 23,91 милиони денари или шест пати повеќе отколку ТВ КТВ чии приходи изнесувале 3,86 милиони денари.

Вкупните приходи остварени во регионот Д2 изнесувале 21,93 милиони денари. 91,92% од овој износ биле приходите на ТВ К ТРИ (20,16 милиони денари), а останатите 8,08% биле приходите на ТВ Сител 2 во износ од 1,77 милиони денари.

Слика бр.22: Вкупни приходи на регионалните телевизии



Трите телевизии што емитуваат во регионот Д3 заеднички оствариле 33,80 милиони денари. 56,23% од овој износ биле приходите на ТВ ХДТВ Канал Плус (19,00 милиони денари). ТВ Стар остварила 23,62% од вкупните приходи во регионот (7,98 милиони денари), а ТВ Ирис 20,15% (6,81 милиони денари).

Вкупните приходи во регионот Д4 изнесувале 36,54 милиони денари. ТВ Телеканал А1 остварила повеќе приходи отколку другите две телевизии заедно. Приходите на ТВ Вис изнесувале 8,70 милиони денари, приходите на ТВ Кобра 3,31 милиони денари, а приходите на ТВ Телеканал А1 24,53 милиони денари.

Во регионот Д5 биле остварени вкупни приходи во износ од 37,49 милиони денари. 72,53% од овој износ го прикажала телевизијата ХДТВ Мега (27,19 милиони денари). ТВ Канал Визија остварила 6,01 милиони денари, а ТВ Ускана 4,29 милиони денари.

Во регионот Д6 програма емитуваше само ТВ О2, а приходите што оваа телевизија ги остварила во 2014 година изнесувале 22,65 милиони денари.

Само една телевизија емитуваше и во регионот Д7, ТВ Канал три, којашто остварила приходи во износ од 20,79 милиони денари.

Од четирите телевизии во регионот Д8, две емитуваат програма на македонски јазик (ТВ Кисс и ТВ Ултра), една на албански јазик (ТВ Коха) и една на македонски, турски и албански јазик (ТВ Чеграни Медиа). ТВ Ултра остварила 64,39% од вкупните приходи на телевизиите во овој регион, односно 30,14 милиони денари. Приходите на ТВ Коха во износ од 9,19 милиони денари претставувале 19,62%, а приходите на ТВ Кисс во износ од 6,53 милиони денари претставувале 13,95% од вкупните приходи од телевизиско емитување во регионот. Најмалку приходи остварила ТВ Чеграни Медиа, 0,95 милиони денари, или само 2,03% од заедничките приходи.

Табела бр.16: Структура на вкупните приходи на регионалните телевизии

	Скопје - ОЈКМ	Д1 - Скопје	Д1 - Велес	Д2	Д3	Д4	Д5	Д6	Д7	Д8
Реклами и телешопинг	4.29	37.62	27.35	21.86	33.41	35.67	33.86	22.65	20.79	46.36
Спонзорства	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	0.19
Продажба на содржини	0.33	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	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	0.00
Останати приходи	2.04	11.61	0.42	0.00	0.08	0.66	0.00	0.00	0.00	0.13
<b>Приходи од основна дејност</b>	<b>6.66</b>	<b>49.23</b>	<b>27.77</b>	<b>21.86</b>	<b>33.48</b>	<b>36.43</b>	<b>33.86</b>	<b>22.65</b>	<b>20.79</b>	<b>46.68</b>
Приходи од други дејности	0.00	0.00	0.00	0.07	0.31	0.08	2.54	0.00	0.00	0.00
Вонредни приходи	0.00	0.40	0.00	0.00	0.00	0.02	1.09	0.00	0.00	0.13
<b>Вкупни приходи</b>	<b>6.66</b>	<b>49.63</b>	<b>27.77</b>	<b>21.93</b>	<b>33.80</b>	<b>36.54</b>	<b>37.49</b>	<b>22.65</b>	<b>20.79</b>	<b>46.81</b>

Најзначаен извор на приходи за регионалните телевизии била продажбата на времето за рекламирање.

Телевизиите што емитуваат во регионот Д1 – Скопје, од рекламирање оствариле вкупно 41,91 милиони денари. Најголем дел од овој износ (42,97%) биле приходите што од рекламирање ги остварила ТВ Ера во износ од 18,01 милиони денари. Двојно помалку приходи од рекламирање остварила ТВ Скопје (9,42 милиони денари). Од продажба на рекламното време ТВ МТМ успеала да оствари 4,58 милиони денари, а речиси подеднакво

оствариле ТВ Скајнет (3,3 милиони денари) и ТВ Едо (3,46 милиони денари). Најмало учество во вкупните приходи од рекламирање имале ТВ Шутел, со остварени 2,16 милиони денари и ТВ Амазон со само 0,99 милиони денари. ТВ Скопје е единствена регионална телевизија кај која приходите од рекламирање не биле најзначаен извор на приходи, туку останатите приходи.

Највисоки приходи од рекламирање, од сите регионални телевизии, остварила ТВ Ултра (30,11 милиони денари). Значајни износи прикажале и ТВ ХДТВ Мега (24,65 милиони денари), ТВ Телеканал А1 (24,53 милиони денари), ТВ Канал 1 (23,9 милиони денари), ТВ О2 (22,65 милиони денари), ТВ Канал три (20,79 милиони денари) и ТВ К Три (20,14 милиони денари).

Табела бр.17: Приходи од рекламирање на регионалните телевизии

РР	ТРД	приходи од реклами	РР	ТРД	приходи од реклами
Д1 - Скопје	ТВ Амазон	0.99	Д4	ТВ Вис	8.47
	ТВ Скајнет	3.30		ТВ Телеканал А1	24.53
	ТВ Едо	3.46		ТВ Кобра	2.67
	ТВ Ера	18.01	Д5	ХДТВ Мега	24.65
	ТВ МТМ	4.58		ТВ Вижн-БМ	4.92
	ТВ Скопје	9.42		ТВ Ускана	4.29
	ТВ Шутел	2.16	Д6	ТВ О2	22.65
Д1 - Црн Врв Велес	ТВ КТВ	3.45	Д7	ТВ Канал три	20.79
	ТВ Канал 1	23.90	Д8	ТВ Кисс	6.47
Д2	ТВ К Три	20.14		ТВ Коха	9.11
	ТВ Сител 2	1.72		ТВ Ултра	30.11
Д3	ХДТВ Канал Плус	18.92		ТВ Чеграни Медиа	0.67
	ТВ Ирис	6.51	Вкупно приходи од рекламирање на регионалниот телевизиски пазар	283.85	
	ТВ Стар	7.97			

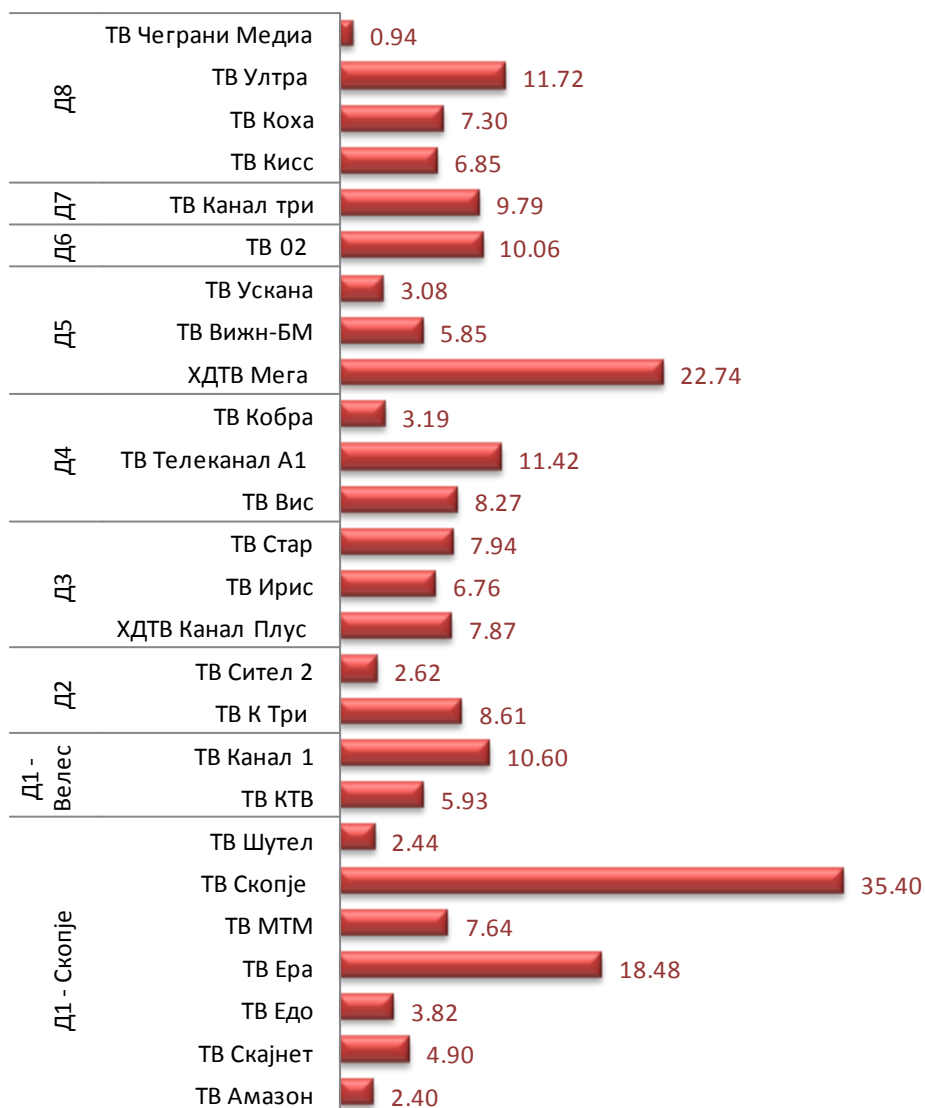
Вкупните трошоци на сите 26 регионални телевизии изнесувале 226,6 милиони денари.

Највисоки вкупни трошоци прикажала ТВ Скопје - 35,40 милиони денари, а најголем дел од овој износ била амортизацијата на опремата во висина од 22,85 милиони денари.

Значајни износи прикажале ТВ Ера (18,48 милиони денари), ХДТВ Мега (22,74 милиони денари), ТВ Канал 1 (10,60 милиони денари), ТВ Телеканал А1 (11,42 милиони денари), ТВ О2 (10,06 милиони денари) и ТВ Ултра (11,72 милиони денари).

Најмалку средства потрошиле ТВ Амазон (2,4 милиони денари), ТВ Шутел (2,44 милиони денари), ТВ Сител 2 (2,62 милиони денари) и ТВ Чеграни Медиа (0,94 милиони денари).

Слика бр.23: Вкупни трошоци на регионалните телевизии



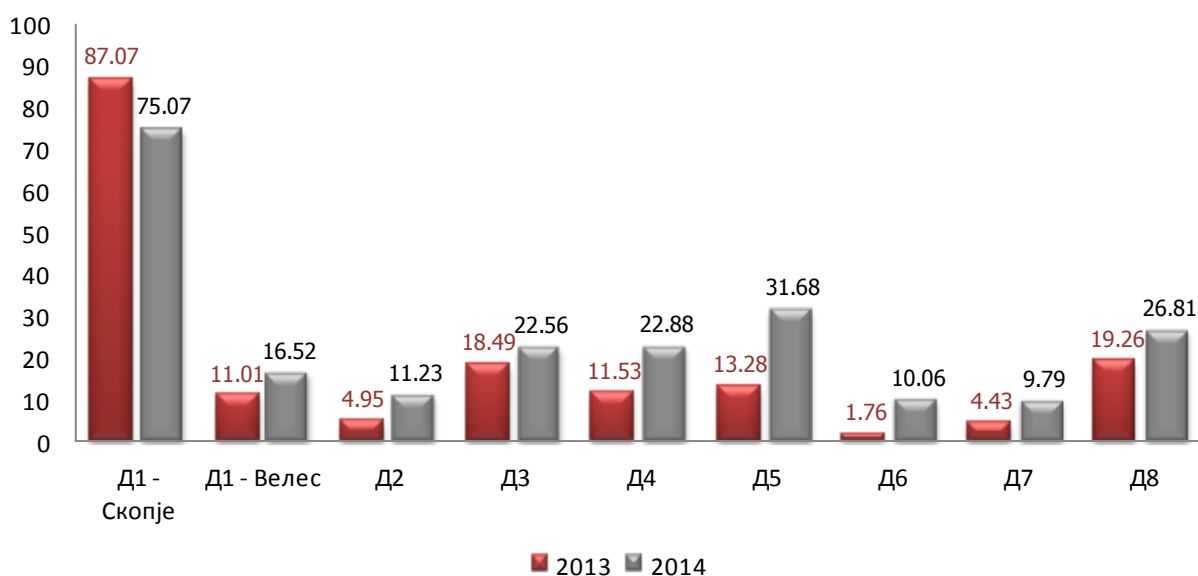
Само во регионот D1 – Скопје биле направени помалку трошоци отколку во претходната година (за 13,78%), што се должи на намалувањето на вкупните трошоци на пет телевизии од овој регион: ТВ Скајнет (за 4,80%), ТВ Едо (за 5,03%), ТВ Ера (за 22,12%), ТВ МТМ (за 28,64%) и ТВ Скопје (за 4,53%). Уште само три регионални телевизии во анализираната година потрошиле помалку средства отколку во 2013 година: ТВ Ирис (за 9,88%), ТВ Кисс (за 15,60%) и ТВ Чеграни Медиа (за 29,10%).



Останатите 18 регионални телевизии во 2014 година ги зголемиле трошоците. Највисока стапка на раст имале вкупните трошоци на ТВ О2 (470,71%). Од 1,76 милиони денари во 2013 година, вкупните трошоци на оваа телевизија пораснале на 10,06 милиони денари во 2014 година.

Значајни зголемувања имало и кај вкупните трошоци на ХДТВ Мега (стапка на раст од 249,94%), ТВ Телеканал А1 (247,68%), ТВ Ултра (152,83%), ХДТВ Канал Плус (145,37%) и ТВ К Три (140,68%).

Слика бр.24: Вкупните трошоци на регионалните телевизии во 2013 и во 2014 година



Највисоки материјални трошоци прикажале ТВ Ера (6,67 милиони денари) и ТВ Ирис (4,26 милиони денари). ТВ Скопје и ТВ Сител 2 воопшто не прикажале материјални трошоци.

Трошоци за набавка на содржини прикажале вкупно 12 регионални телевизии, а највисоки ТВ О2 (4,8 милиони денари), ТВ Ултра (4,34 милиони денари) и ХДТВ Мега (2,43 милиони денари).

Најмногу средства за плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма издвоиле ТВ Телеканал А1 (5,71 милиони денари), ТВ Стар (4,53 милиони денари) и ТВ Скопје (4,19 милиони денари). ТВ Сител 2 воопшто не прикажала трошоци за плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма.

Позначајни износи на трошоците од категоријата „останати трошоци“ прикажале ТВ ХДТВ Мега (6,75 милиони денари), ТВ Скопје (6,55 милиони денари) и ТВ Канал 1 (4,66 милиони денари).

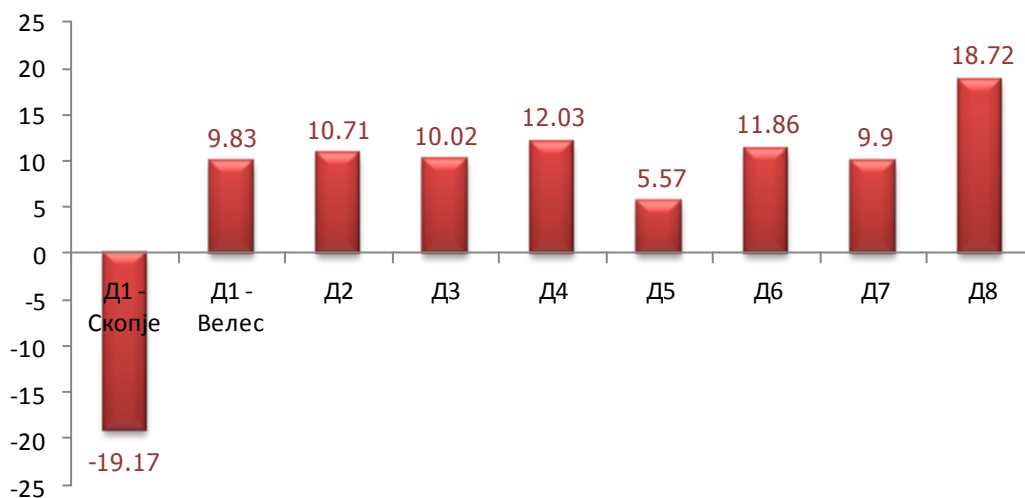
Табела бр.25: Структура на трошоците на регионалните телевизии

	Скопје	Д1	Д1	Д2	Д3	Д4	Д5	Д6	Д7	Д8
	ОЖКМ	Скопје	Велес							
Материјални трошоци	2.04	7.37	0.82	0.05	4.91	1.14	0.71	2.53	0.73	3.68
Трошоци за набавка на програма	1.27	0.38	0.74	0.95	1.94	0.40	2.43	4.80	0.00	5.31
Нематеријални трошоци (услуги)	0.28	3.90	1.83	2.19	0.89	4.48	3.10	0.15	5.36	6.49
Плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма	1.68	12.07	3.97	1.57	8.78	8.50	6.10	1.02	2.70	5.77
<b>Директни трошоци за создавање на програмата</b>	<b>5.28</b>	<b>23.72</b>	<b>7.35</b>	<b>4.76</b>	<b>16.52</b>	<b>14.52</b>	<b>12.34</b>	<b>8.49</b>	<b>8.79</b>	<b>21.24</b>
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма	0.05	0.44	0.32	2.52	0.79	0.34	0.68	0.00	0.00	0.00
Амортизација на опремата	0.59	24.97	2.26	0.82	2.51	2.00	3.09	0.00	1.00	2.34
Амортизација на права и лиценци	0.00	3.97	0.00	0.00	0.29	0.00	0.00	1.47	0.00	0.00
Кирии и останати режиски трошоци	0.56	0.81	0.00	0.06	0.82	0.38	1.21	0.00	0.00	0.08
Сите останати неопфатени трошоци од работењето	0.57	9.52	6.59	3.06	0.93	5.28	9.98	0.00	0.00	3.15
<b>Вкупно трошоци на работењето</b>	<b>7.04</b>	<b>63.44</b>	<b>16.52</b>	<b>11.23</b>	<b>21.87</b>	<b>22.52</b>	<b>27.30</b>	<b>9.97</b>	<b>9.79</b>	<b>26.81</b>
Расходи од други активности	0.00	1.24	0.00	0.00	0.70	0.36	4.38	0.09	0.00	0.00
Вонредни расходи	0.26	3.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>Вкупно трошоци на работењето</b>	<b>7.30</b>	<b>67.77</b>	<b>16.52</b>	<b>11.23</b>	<b>22.56</b>	<b>22.88</b>	<b>31.68</b>	<b>10.06</b>	<b>9.79</b>	<b>26.81</b>

Само шест регионални телевизии оствариле негативен финансиски резултат, од кои три од регионот Д1- Скопје: ТВ Амазон (загуба во висина од 1,41 милиони денари), ТВ МТМ (3,01 милиони денари) и ТВ Скопје (15,98 милиони денари). Со загуба работеле и ТВ Сител 2 (0,85 милиони денари), ТВ КТВ (2,11 милиони денари) и ТВ Кисс (0,32 милиони денари).

Останатите 20 телевизии оствариле добивка. Најдобар финансиски резултат остварила ТВ Ултра – добивка во висина од 17,24 милиони денари.

Слика бр.26: Остварен резултат од работењето на радиодифузни региони



Просечниот број на вработени во редовен работен однос кај регионалните телевизии изнесувал 215 лица. Најмногу вработени имало во ТВ Ирис (17) и во ТВ Ултра (14). Во ТВ Ера, ТВ Телеканал А1 и ТВ Кисс биле вработени просечно по 13 лица, а во ТВ Канал 1 и ТВ К Три по 12 лица.

Табела бр.18: Просечен број вработени во редовен работен однос

pp	ТВ	2014	2013	PP	ТВ	2014	2013
Д1 - Скопје	ТВ Амазон	5	4	Д4	ТВ Вис	10	11
	ТВ Скајнет	2	1		ТВ Телеканал А1	13	1
	ТВ Едо	5	4		ТВ Кобра	5	3
	ТВ Ера	13	16	Д5	ХДТВ Мега	10	2
	ТВ МТМ	11	14		ТВ Вижн-БМ	10	7
	ТВ Скопје	8	8		ТВ Ускана	3	2
	ТВ Шутел	1	1	Д6	ТВ 02	2	1
Д1 - Велес	ТВ КТВ	11	11	Д7	ТВ Канал три	9	6
	ТВ Канал 1	12	10	Д8	ТВ Кисс	13	11
Д2	ТВ К Три	12	6		ТВ Коха	10	11
	ТВ Сител 2	0	0		ТВ Ултра	14	4
Д3	ХДТВ Канал Плус	7	5		ТВ Чеграни Медиа	4	3
	ТВ Ирис	17	15				
	ТВ Стар	8	10				
<b>Вкупно</b>						<b>215</b>	<b>167</b>

Споредено со претходната година, просечниот број на вработени во редовен работен однос бил зголемен за 48 лица.

Вкупно 17 телевизии го зголемиле бројот на вработени во редовен работен однос, а најмногу ТВ Телеканал А1 (за 12 лица), ТВ Ултра (за 10 лица) и ХДТВ Мега (за 8 лица). Пет регионални телевизии го намалиле бројот на вработени, и тоа ТВ Ера и ТВ МТМ за по три лица, ТВ Стар за две лица, а ТВ Вис и ТВ Коха за по едно лице.

## Телевизиски станици на локално ниво

Се до март 2014 година, дозвола да емитуваат телевизиска програма на локално ниво имаа вкупно 28 телевизии. Во март 2014 година беше одземена дозволата на ТВ Арт Канал од Струга<sup>7</sup>, а во јануари 2015 година престана да важи дозволата на ТВ Нова којашто емитуваше програма на подрачјето на општините Куманово, Липково и Старо Нагоричане<sup>8</sup>. Агенцијата не располага со податоци за економското работење на овие две телевизии, па податоците презентирани во оваа Анализа се однесуваат на останатите 26 локални телевизии.

Табела бр.19: Број на население, вкупни приходи и број на ТВ станици во локалните подрачја

општини	население <sup>9</sup>	вкупно приходи	број на ТВ станици
Куманово, Липково и Старо Нагоричане	142,461	5.22	3
Кочани, Винаца, Чешиново - Облешево и Зрновце	67,506	5.48	2
Пробиштип и Кратово	24,945	1.71	1
Радовиш и Конче	32,582	1.96	1
Струмица, Василево, Босилево и Ново Село	94,656	3.67	1
Гевгелија, Валандово, Богданци и Дојран	46,284	2.01	1
Велес, Чашка и Градско	66,280	4.94	2
Свети Николе и Лозово	20,548	1.85	1
Долнени, Прилеп и Кривогаштани	95,370	0.52	1
Битола, Могила, Новаци и Ресен	116,116	22.18	2
Охрид и Дебарца	56,348	6.85	2
Струга и Вевчани	67,741	2.9	2
Дебар, Центар Жупа, Маврово и Ростуша	36,576	0.96	1
Кичево, Пласница и Македонски Брод	68,379	2.61	2
Тетово, Теарце, Јегуновце, Желино и Брвеница	168,755	2.63	2
Гостивар, Врапчиште и Боговиње	141,330	2.32	2

<sup>7</sup> На 04.03.2014 година со Одлука бр.03-95 беше одземена дозволата на Трговско радиодифузно друштво ТВ АРТ КАНАЛ Струга ДООЕЛ, поради тоа што имателот на дозволата престана со емитување на програмскиот сервис повеќе од 30 дена, поради технички, финансиски или други причини (член 82 став 2 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги), односно не емитуваше најмалку 8 часа дневно програма на телевизија (член 90 став 3).

<sup>8</sup> Дозволата на ТВ Нова од Куманово престана да важи со Одлука бр.08-138 од 08.01.2015 година, поради тоа што радиодифузерот во предвидениот рок не достави пријава за замена на дозволата за вршење радиодифузна дејност со нова дозвола за телевизиско емитување.

<sup>9</sup> Податоците за бројот на населението се обезбедени од публикацијата „Процени на населението според полот и возраста, по општини и статистички региони (НТЕС3 – 2007 година, 30.06.2014 и 31.12.2014)“ на Државниот завод за статистика на РМ, достапна на [http://www.stat.gov.mk/PrikaziPublikacija\\_1.aspx?rbr=569](http://www.stat.gov.mk/PrikaziPublikacija_1.aspx?rbr=569)

Вкупните приходи што во анализираната година успеале да ги остварат овие 26 телевизии изнесувале 67,82 милиони денари, што е за 2,2% помалку отколку приходите во 2013 година.

Табела бр.20: Вкупни приходи на локалните телевизии во 2014 и во 2013 година

ТВ	вкупни приходи		ТВ	вкупни приходи	
	2014	2013		2014	2013
ТВ Далга-Крт	1.67	1.77	ТВ Орбис	10.20	10.51
ТВ Феста	2.28	1.42	ТВ Тера	11.99	11.07
ТВ Хана	1.28	1.08	ТВ Морис	0.90	0.76
ТВ Кочани-ЛД	2.61	2.94	ТВ М	5.95	9.74
ТВ Канал 8	2.87	1.94	ТВ Калтрина	1.27	0.85
ТВ Протел	1.71	2.28	ТВ Спектра	1.63	1.34
ТВ Еми	1.96	2.2	ТВ Дибра	0.96	0.59
ТВ Интел	3.67	4.42	ТВ Гурра	1.16	0.97
ТВ Нова	2.01	1.65	ТВ Аниса	1.45	1.2
ТВ Канал 21	2.57	2.94	ТВ Арт	2.52	2.87
ТВ Здравкин	2.37	3.69	ТВ Супер Скај	0.10	0.01
ТВ Свет	1.85	2.05	ТВ Дуе	1.46	1.26
ТВ Лажани	0.52	0.29	Г-ТВ ТЕЛЕВИЗИЈА	0.86	0.19

Помалку приходи отколку во претходната година оствариле вкупно 11 локални телевизии: ТВ Далга КРТ од Куманово, ТВ Кочани ЛД од Кочани, ТВ Протел од Пробиштип, ТВ Еми од Радовиш, ТВ Интел од Струмица, ТВ Канал 21 и ТВ Здравкин од Велес, ТВ Свет од Свети Николе, ТВ Орбис од Битола, ТВ М од Охрид и ТВ Арт од Тетово. Останатите 15 телевизии во 2014 година ги зголемиле приходите.

Највисоки приходи биле остварени во подрачјето што ги опфаќа општините Битола, Могила, Новаци и Ресен (22,18 милиони денари). Во ова подрачје програма емитуваа две телевизии – ТВ Тера<sup>10</sup> чии вкупни приходи изнесувале 11,99 милиони денари и ТВ Орбис чии вкупни приходи изнесувале 10,20 милиони денари.

<sup>10</sup> Дозволата за вршење на радиодифузна дејност на ТРД тв студио ТЕРА Манговски Зоран Битола ДООЕЛ престана да важи со одлука на Советот на Агенцијата Уп 1 бр.08-139 од 08.01.2015 година. Во декември 2014 година, локалните телевизии ТВ Арт од Тетово, ТВ М од Охрид ДООЕЛ и ТВ Тера од Битола до Агенцијата поднесоа Барања за доделување дозвола без објавување на јавен конкурс, по што на ТВ Арт од Тетово и беше доделена дозвола за телевизиско емитување на државно ниво преку јавна електронска комуникациска мрежа која не користи ограничен ресурс, а на ТВ М од Охрид и на ТВ ТЕРА од Битола им беа доделени дозволи за телевизиско емитување на регионално ниво, исто така преку јавна електронска комуникациска мрежа која не користи ограничен ресурс.

Позначајни вкупни приходи остварила и ТВ М од Охрид<sup>11</sup> (5,95 милиони денари).

Најмалку приходи биле остварени во подрачјето што ги опфаќа општините Долнени, Прилеп и Кривогаштани (0,52 милиони денари) и во подрачјето што ги опфаќа општините Дебар, Центар Жупа и Маврово и Ростуша (0,96 милиони денари). Во овие две подрачја програма емитува само по една локална телевизија.

Слика бр.27: Остварени вкупни приходи во локалните подрачја



90,70% од вкупните приходи на локалните телевизии биле остварени од продажба на времето за рекламирање. Највисоки приходи од реклами оствариле ТВ Тера и ТВ Орбис, двете од Битола (11,4 милиони денари и 7,33 милиони денари) и ТВ М од Охрид (5,9 милиони денари). Овие три телевизии успеале да остварат 40% од приходите од рекламирање на локалниот телевизиски пазар.

<sup>11</sup> Дозволата за вршење на радиодифузна дејност на ТРД ТВ М Арнаудов Михајло Охрид ДООЕЛ престана да важи со одлука на Советот на Агенцијата Уп 1 бр.08-140 од 08.01.2015 година.

Приходи од спонзорства прикажале само три телевизии: ТВ Хана од Куманово (0,31 милиони денари), ТВ Орбис од Битола (1,36 милиони денари) и ТВ Спектра од Струга (0,06 милиони денари).

Само ТВ Г-ТВ од Гостивар прикажала приходи од продажба на содржини, во износ од 0,14 милиони денари, а целокупниот износ на приходите од услуги обезбедени од трети страни го прикажала ТВ Орбис од Битола.

Табела бр.21: Структура на приходите на локалните телевизии

	2014	учество
Реклами и телешопинг	61.52	90.70%
Спонзорства	1.73	2.56%
Продажба на содржини	0.14	0.21%
Приходи обезбедени од трети страни	0.51	0.75%
Останати приходи	1.85	2.73%
<b>Приходи од основна дејност</b>	<b>65.75</b>	<b>96.94%</b>
Приходи од други дејности	0.99	1.46%
Вонредни приходи	1.09	1.60%
<b>Вкупни приходи</b>	<b>67.83</b>	

Во анализираната година, вкупните трошоци на локалните телевизии изнесувале 63,56 милиони денари.

43% од овој износ биле трошоците на ТВ Тера (11,42 милиони денари), ТВ Орбис (8,44 милиони денари) и на ТВ М (7,17 милиони денари).

Табела бр.22: Вкупни трошоци на локалните телевизии

ТВ	вкупни трошоци	ТВ	вкупни трошоци
ТВ Далга-Крт	2.96	ТВ Орбис	8.44
ТВ Феста	1.02	ТВ Тера	11.42
ТВ Хана	1.34	ТВ Морис	0.48
ТВ Кочани-ЛД	2.58	ТВ М	7.17
ТВ Канал 8	2.86	ТВ Калтрина	1.28
ТВ Протел	2.51	ТВ Спектра	1.22
ТВ Еми	1.50	ТВ Дибра	0.62
ТВ Интел	3.07	ТВ Гурра	0.95
ТВ Нова	1.85	ТВ Аниса	1.68
ТВ Канал 21	2.47	ТВ Арт	0.86
ТВ Здравкин	2.35	ТВ Супер Скај	0.26
ТВ Свет	1.97	ТВ Дуге	1.31
ТВ Лажани	0.53	Г-ТВ	0.83

Повеќе од половината од трошоците на локалните телевизии биле директни трошоци за создавање на програма. Најголем дел од овие трошоци биле за плати и други надоместоци за вработените коишто се директно поврзани со производство на програма

(17,49 милиони денари). Највисоки трошоци од овој вид прикажале ТВ Тера (2,36 милиони денари), ТВ М (1,9 милиони денари) и ТВ Здравкин од Велес (1,44 милиони денари).

Во 2014 година, само десет локални телевизии издвоиле средства за набавка на програма: ТВ М и ТВ Морис од Охрид, ТВ Тера и ТВ Орбис од Битола, ТВ Свет од Свети Николе, ТВ Здравкин од Велес, ТВ Хана од Куманово, ТВ Интел од Струмица, ТВ Канал 8 од Кочани и ТВ Дуге од Гостивар. Најмногу средства за набавка на програма потрошила ТВ М (1,04 милиони денари), а најмалку ТВ Дуге (0,04 милиони денари).

Табела бр.23: Структура на трошоците на локалните телевизии

	2014	учество
Материјални трошоци	7.85	12.34%
Трошоци за набавка на програма	3.46	5.44%
Нематеријални трошоци (услуги)	6.92	10.90%
Плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма	17.49	27.52%
<b>Директни трошоци за создавање на програмата</b>	<b>35.72</b>	<b>56.20%</b>
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма	1.06	1.67%
Амортизација на опремата	5.84	9.19%
Амортизација на права и лиценци	0.00	0.00%
Кирии и останати режиски трошоци	3.84	6.04%
Сите останати неопфатени трошоци од работењето	15.48	24.36%
<b>Вкупно трошоци на работењето</b>	<b>61.94</b>	<b>97.46%</b>
Расходи од други активности	1.57	2.47%
Вонредни расходи	0.05	0.07%
<b>Вкупно трошоци на работењето</b>	<b>63.56</b>	

40% од вкупниот износ на амортизација на опремата го прикажала ТВ Тера од Битола (2,34 милиони денари).

Финансискиот резултат од работењето на локалните телевизии била добивка во износ од 3,44 милиони денари. Седумнаесет локални телевизии оствариле позитивен финансиски резултат, а девет негативен. Најдобар финансиски резултат остварила ТВ Арт од Тетово (добивка во износ од 1,5 милиони денари), а најлош ТВ Далга-Крт од Куманово (загуба од 1,29 милиони денари).

Во анализираната година во редовен работен однос кај локалните радиостаници биле ангажирани вкупно 108 лица. Од нив, најголем број биле вработени во ТВ Тера (14) и во ТВ М (12).



Табела бр.24: Просечен број на вработени во редовен работен однос кај локалните телевизии

рб	ТВ	просечен број на вработени во рро	рб	ТВ	просечен број на вработени во рро
1	ТВ Тера	14	14	ТВ Нова	3
2	ТВ М	12	15	ТВ Здравкин	3
3	ТВ Орбис	9	16	ТВ Свет	3
4	ТВ Канал 8	7	17	ТВ Дибра Т	3
5	ТВ Канал 21	6	18	Г-ТВ	3
6	ТВ Кочани-ЛД	5	19	ТВ Интел	2
7	ТВ Спектра	5	20	ТВ Лажани	2
8	ТВ Арт	5	21	ТВ Гурра	2
9	ТВ Далга-Крт	4	22	ТВ Феста	1
10	ТВ Еми	4	23	ТВ Хана	1
11	ТВ Калтрина	4	24	ТВ Морис	1
12	ТВ Дуе	4	25	ТВ Аниса	1
13	ТВ Протел	3	26	ТВ Супер Скај	1

Кај најголем број на локални телевизии (вкупно шест) просечниот број на вработени изнесувал три лица. Кај пет телевизии просечно во текот на 2014 година во редовен работен однос било ангажирано по само едно лице, а кај три – по само две лица.

## Ставови на публиката за програмските содржини на телевизиските станици

Во 2014 година, 70% од македонските граѓани гледале телевизија повеќе од два часа во денот. Најбројни биле оние коишто гледале телевизија помеѓу два и четири часа во денот (37%), а значителен дел (33%) поминувале и повеќе од четири часа во денот гледајќи телевизија. Само 2% од испитаниците одговориле дека воопшто не гледаат телевизија.

Слика бр.28: „Колку часа во денот просечно гледате телевизија?„



98,6% од испитаниците одговориле дека на телевизија најчесто гледаат вести и информативни емисии, сериски филмови и играни филмови. Единствена програмска содржина за којашто најголем дел од македонската публика сметала дека е премногу застапена во програмите на телевизиите биле играните серии. Ова било мислењето на 71% од испитаниците, а значаен дел (46%) сметале дека и вестите се премногу застапени.

Од друга страна пак, токму овие две содржини испитаниците ги издвоиле како програми кај коишто квалитетот е на задоволително ниво (63,6% сметале дека квалитетот на вестите е на задоволително ниво, а 59,40% дека понудените играни серии се со задоволителен квалитет).

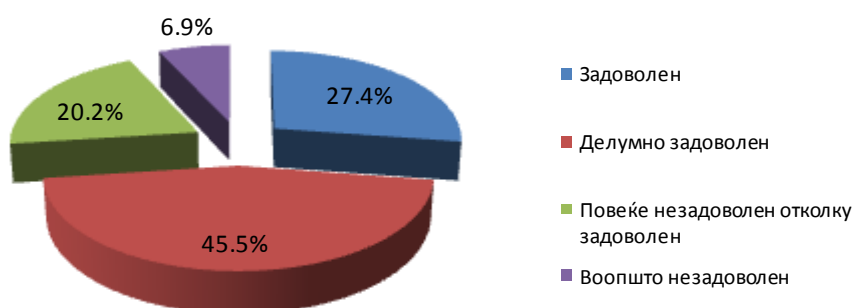
Најголем дел од испитаниците не биле задоволни од квалитетот на филмската програма (48,60%), дебатните емисии (36,6%), детската програма (25,70%), документарните

емисии (45,60%), образовната програма (38,2%) и програмата од областа на културата (42,70%).

На прашањето „кои од домашните канали најчесто ги гледате“ 87,60% одговориле дека тоа се телевизиските станици што емитуваат програма на државно ниво. 7,4% од публиката почесто ги гледала регионалните телевизии, а најмал дел – само 5% најчесто ги гледала локалните телевизии.

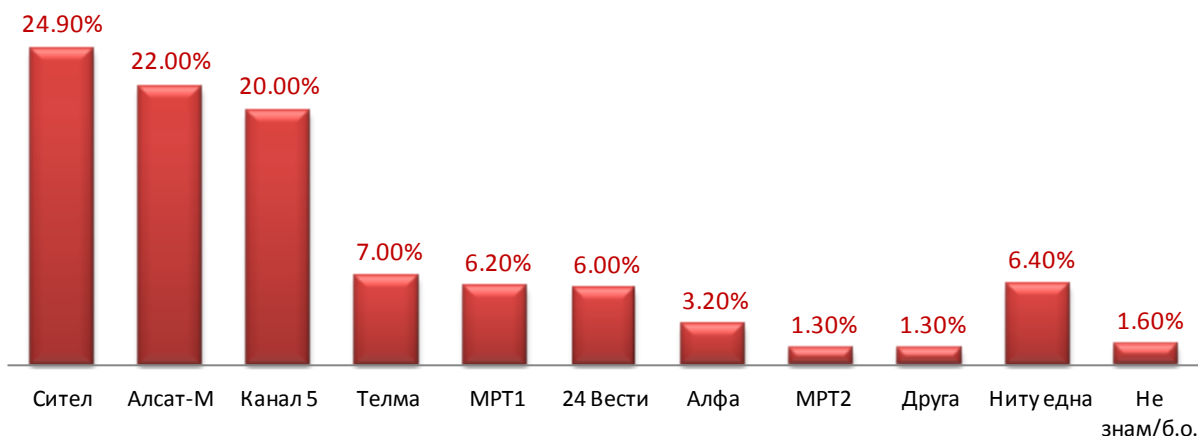
Помалку од половина од публиката била делумно задоволна од понудата на домашните телевизии. Целосно задоволни биле 27,4%, а најмал дел (6,9%) воопшто не биле задоволни.

Слика бр.29: „Колку сте генерално задоволни од понудата на домашните телевизии?“



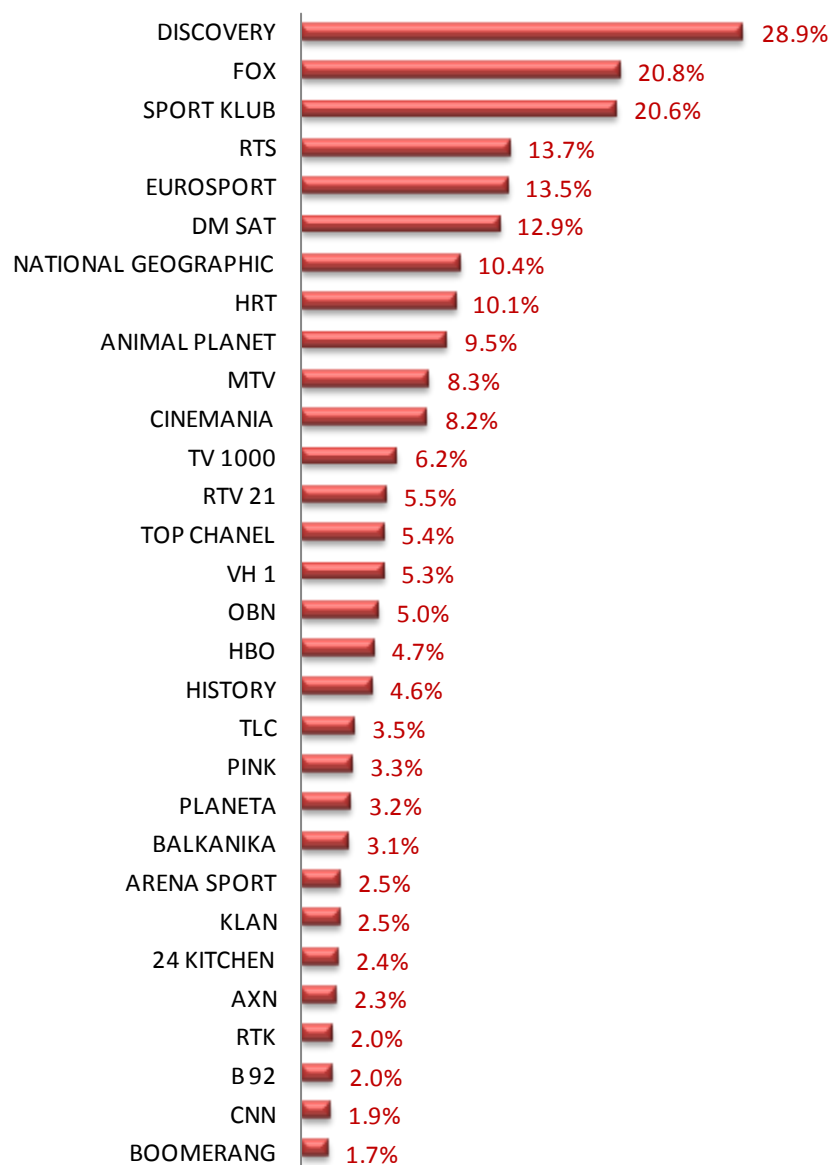
66,90% од публиката сметала дека програмската понуда на ТВ Сител, ТВ Алсат-М и ТВ Канал 5 е со најдобар квалитет. На прашањето „според вкупниот квалитет на програмата која телевизија ви е најомилена“, 6,4% одговориле – ни една.

Слика бр.30: „Според вкупниот квалитет на програмата која од домашните телевизии ви е најомилена?„



Во 2014 година, на странските телевизиски канали македонската публика најчесто гледала документарна, играна и спортска програма. И покрај тоа што преку претплатнички договор со некој од операторите, на македонските домаќинства им се достапни повеќе од 400 странски канали, само мал број од нив се чест избор на македонската телевизиска публика. На прашањето „кои странски канали најчесто ги гледате“, на коешто испитаниците имаа можност да дадат до три одговори, 28,9% одговориле дека најчесто го гледаат програмскиот сервис Discovery, а речиси подеднакво (20,8% односно 20,6%) програмските сервиси Fox и Sport Klub.

Слика бр.31: „Кои од странските канали најчесто ги гледате„



## Аудиовизуелни медиумски услуги на барање

Со Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, кој стапи на сила на почетокот на јануари 2014 година, се воспоставија законските правила за функционирање на давателите на аудио и аудиовизуелни медиумски услуги по барање.

Согласно членот 3 точка 4 од овој закон „аудиовизуелна медиумска услуга по барање е нелинеарна медиумска услуга која ја обезбедува давател на аудиовизуелна медиумска услуга по барање и со која се обезбедува гледање програми во момент одбран од корисникот и на негово лично барање врз основа на каталог на програми утврден од страна на давателот на аудиовизуелната медиумска услуга по барање.“. Во членот 56 од Законот е дефинирана обврска за давателите на аудиовизуелни медиумски услуги по барање, пред да започнат да ја вршат дејноста, да поднесат пријава за евидентирање во регистарот на даватели на аудиовизуелни медиумски услуги по барање што го води Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги. Исто така во законот за нив е предвидена и обврска да плаќаат годишен надоместок за надзор на сметката на Агенцијата (член 59) во висина од 0,5% од вкупниот годишен приход остварен од обезбедување аудиовизуелни медиумски услуги по барање во текот на претходната календарска година или во пократок дел од годината кога е обезбедувана услугата (член 142 став 2).

Досега, во Регистарот на даватели на аудиовизуелни медиумски услуги на барање<sup>12</sup> е регистриран само еден субјект - Акционерското друштво за електронски комуникации Македонски Телеком Скопје, оператор на јавна електронска комуникациска мрежа, којшто оваа услуга ја нуди преку интернет протокол. Македонски телеком на своите претплатници им нуди можност за изнајмување на содржини на барање, и тоа дел од нив бесплатно, а дел за одреден паричен надомест. Бесплатен пристап е обезбеден до одредени детски емисии, фестивали, контактни емисии, информативни емисии, патеписи и друго, сите од македонска продукција, а коишто претходно биле емитувани на некоја од домашните телевизии. За останатите содржини, од кои најголем дел се играни филмови, а помал дел документарни филмови и други програмски содржини, корисникот плаќа определен надомест.

Исто така, претплатниците на Македонски телеком имаат можност, без претходно закажано снимање, одложено да ги гледаат програмските содржини емитувани на ТВ Сител, ТВ Канал 5, ТВ Телма, ТВ Алфа, ТВ Алсат-М и МРТ 1 во претходните три дена. Другите оператори на јавни електронски комуникациски мрежи не ја нудат оваа можност.

---

<sup>12</sup> Регистарот на даватели на аудиовизуелни медиумски услуги на барање е достапен на веб страницата на Агенцијата на следниот линк:  
[http://avmu.mk/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1147&Itemid=469&lang=mk](http://avmu.mk/index.php?option=com_content&view=article&id=1147&Itemid=469&lang=mk)

Агенцијата која досега вршеше мерење на телевизиската публика во Македонија, ова одложено гледање на програмската понуда на телевизиите не го евидентираше, односно податоците за гледаноста на овие шест телевизии се однесуваа само на гледачите коишто програмите ги следеле во реално време, односно во времето на нивното емитување. Секако дека ваквиот начин на мерење не може да обезбеди реална слика за гледаноста на програмските содржини, па затоа во најскоро време е нужно да се надмине овој недостаток.

Најголем дел од телевизиите преку своите веб страници овозможуваат пристап до својата програмската понуда. Кај дел од нив програмата може да се следи преку интернет страницата во живо, а речиси сите што имаат интернет портал овозможуваат дел од програмските содржини кои претходно биле емитувани на телевизијата, на барање да се гледаат и на интернет.

Аудиовизуелни медиумски услуги нудат и некои од интернет порталите. Во Законот, аудиовизуелните медиумски услуги се дефинирани како: „а) услуга која ја обезбедува давател на аудио или аудиовизуелна медиумска услуга и која опфаќа каква било форма на економска активност чија примарна цел е обезбедување на аудио или аудиовизуелни програми за да се информира, забавува и/или образува пошироката јавност преку електронски комуникациски мрежи и б) аудио или аудиовизуелна комерцијална комуникација“.

Оттука, произлегува дека за одредена услуга да биде дефинирана како аудиовизуелна медиумска услуга треба да ги исполнува следните критериуми:

1. *...ја обезбедува давател на аудио или аудиовизуелна медиумска услуга*

Согласно Законот, давател на аудио или аудиовизуелна медиумска услуга е физичко или правно лице кое врши дејност на обезбедување на аудио или аудиовизуелна медиумска услуга и има уредничка одговорност за изборот на аудио или аудиовизуелната содржина и го определува начинот на кои тие се организирани. Давател на аудио или аудиовизуелна медиумска услуга, во смисла на овој закон, е радиодифузер или давател на аудиовизуелна медиумска услуга по барање.

2. *... која опфаќа каква било форма на економска активност*

Издавачите на интернет порталите коишто нудат аудиовизуелни медиумски услуги, се економски субјекти, регистрирани како правни лица согласно прописите во Република Македонија. Најголем дел од нив се финансираат преку продажба на просторот за огласување (ценовниците за откупување на рекламен простор кај голем дел од нив се достапни во посебен дел на порталот – маркетинг), а некои пристапот до содржините го условуваат со одреден паричен надомест.

3. *...чија примарна цел е обезбедување на аудио или аудиовизуелни програми*

Тешко е да се утврди примарната цел на интернет порталите преку процена на видот на содржината којашто преовладува на порталот, поради тоа што е потребно да се одреди односот помеѓу емитуваните аудиовизуелни програми и другите содржини на интернет порталите, односно треба да се споредува времетраење со простор.

Сепак, дел од интернет порталите коишто нудат аудиовизуелни програми самите одбрале имиња коишто упатуваат дека нивната примарна цел е обезбедување аудиовизуелни медиумски услуги, на пример [www.novatv.mk](http://www.novatv.mk), [www.parahodottv.mk](http://www.parahodottv.mk), [www.maktel.mk](http://www.maktel.mk).

Исто така, во овој контекст важно е и дека дел од емитуваните аудиовизуелни содржини се во продукција на самиот интернет портал, некои од нив се снимени во студио, ангажирани се професионални новинари, па така нема дилеми дека овие содржини се налик на телевизиските содржини.

4. *...за да се информира, забавува и/или образува пошироката јавност преку електронски комуникациски мрежи*

Независно дали станува збор за пристап до содржините условен со определен паричен надомест или пак слободен пристап, овие интернет портали и се достапни на пошироката јавност (не станува збор за затворени системи како на пример хотелски или аеродромски телевизиски канали).

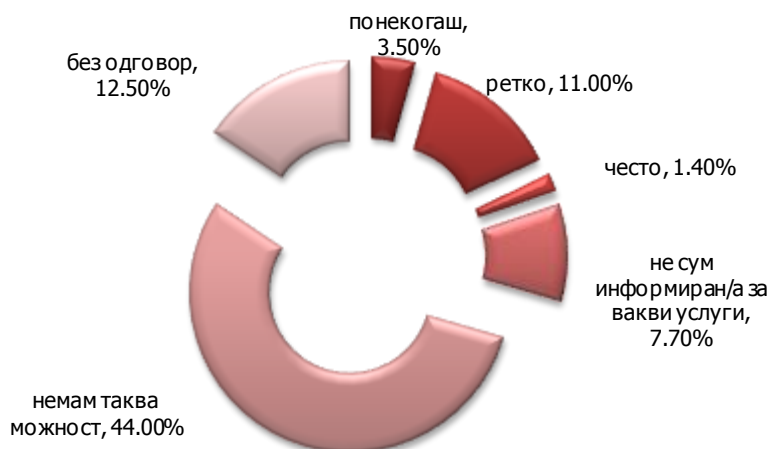
Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги не располага со податоци за приходите што од продажба на просторот за рекламирање ги оствариле интернет порталите коишто нудат аудиовизуелни медиумски услуги. Поради тоа нема можност да се утврди нивното влијание на пазарот, но реално е да се очекува дека и покрај тоа што веројатно сеуште немаат значајно учество на пазарот на огласување, наскоро да станат сериозна конкуренција на традиционалните медиуми.

Според податоците од Истражувањето на мислењето на публиката за радио и ТВ програмите, во 2014 година само 15,9% од испитаниците ја користеле услугата видео на барање.

Најголем дел од испитаниците воопшто немале можност да ја користат оваа услуга, а 7,7% воопшто не биле ниту информирани дека таква услуга постои. Само 1,4% често ја користеле оваа услуга, 3,5% само понекогаш, а 11% одговориле дека ретко гледаат аудиовизуелни медиумски услуги на барање.

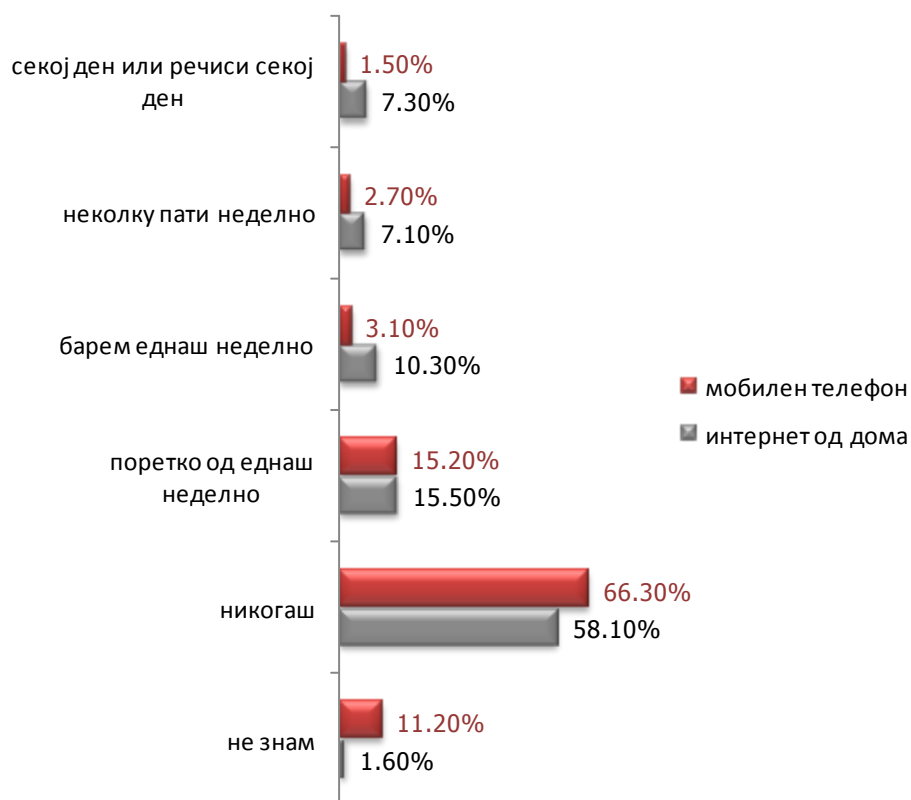


Слика бр. 32: „Колку често ја користите услугата видео на барање“



Со оглед на тоа дека само 20,9% од испитаниците одговориле дека се корисници на услугите на Македонски телеком, а двојно повеќе дека ја користат услугата видео на барање, очигледно е дека оваа услуга ја користеле од интернет порталите.

Слика бр.33: „Колку често ги користите интернетот од дома и мобилниот телефон за гледање телевизиски програми?“



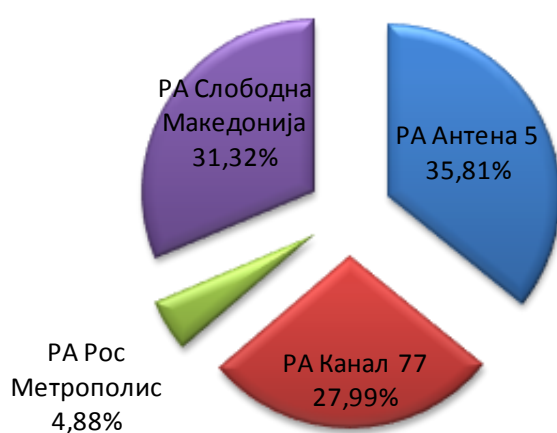
Во 2014 година, 75,9% од македонските граѓани имале интернет во домот. Од нив телевизиски програми преку интернет гледале 40,3%, и тоа секој ден или речиси секој ден 7,3%, неколку пати неделно 7,1%, 10,3% барем еднаш неделно и 15,5% поретко од еднаш неделно.

Телевизиски програми преку мобилниот телефон гледале 22,5% од корисниците на мобилни телефони (1,5% неколку пати во денот, 2,7% еднаш во текот на денот, 3,1% неколку пати неделно, а 15,2% еднаш неделно или поретко). 66,3% не поседувале мобилен телефон на којшто има можност да се гледаат телевизиски програми.

## Радиостаници на државно ниво

Вкупните приходи коишто во 2014 година заеднички ги оствариле четирите комерцијални радиостаници што емитуваа програма на државно ниво изнесувале 72,61 милион денари. Највисоки вкупни приходи во износ од 26 милиони денари прикажала РА Антена 5, а најниски РА Метрополис - само 3,54 милиони денари. РА Канал 77 остварила 20,32 милиони денари, додека пак РА Слободна Македонија 22,74 милиони денари.

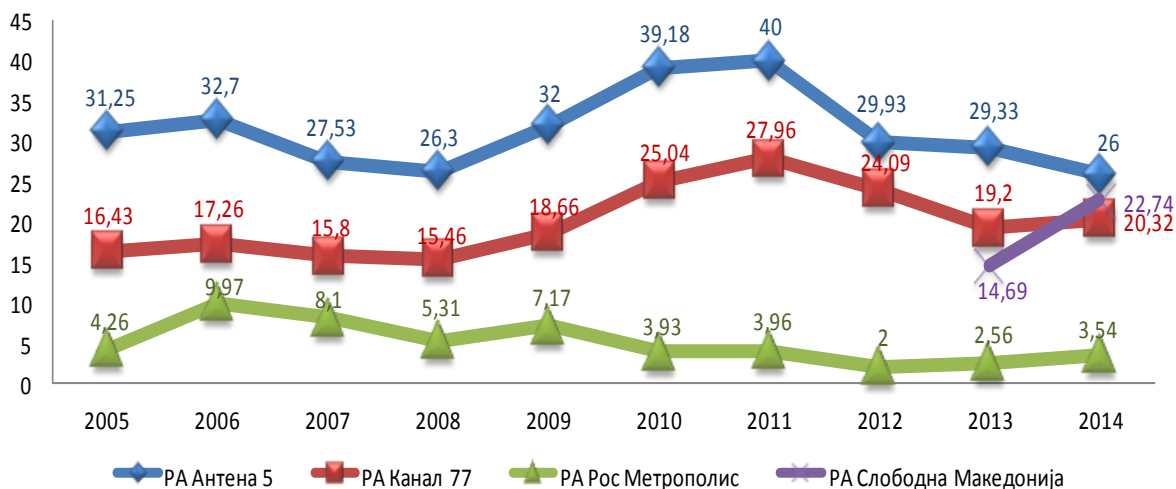
Слика бр.34: Учество во вкупните приходи на радиостаниците на државно ниво



Споредено со 2013 година, вкупните приходи на радиостаниците на државно ниво се зголемиле за 10,38%. Пониски приходи во однос на претходната година прикажала само РА Антена 5 (за 11,35%), а останатите три радиостаници ги зголемиле приходите (РА Канал 77 за 5,83%, РА Метрополис за 38,28% и РА Слободна Македонија за 54,8%).

Во последните десет години, РА Антена 5 секоја година остварувала највисоки вкупни приходи од радиостаниците на државно ниво. Највисоки вкупни приходи оваа радиостаница остварила во 2011 година (40 милиони денари), а најниски во 2014 година. И за РА Канал 77 најповолна година била 2011 година, кога оваа радиостаница остварила 27,96 милиони денари (за 37,6% повеќе отколку во 2014 година), додека пак РА Рос Метрополис највисоки приходи во износ од 9,97 милиони долари остварила во 2006 година (за 181,64% повеќе отколку во 2014 година). Приходите кои во анализираната година ги остварила РА Слободна Македонија се зголемиле за 54,8% во однос на 2013 година. Оваа радиостаница започна да емитува програма на 11 декември 2013 година.

Слика бр.35: Движење на вкупните приходи во периодот од 2005 до 2014 година



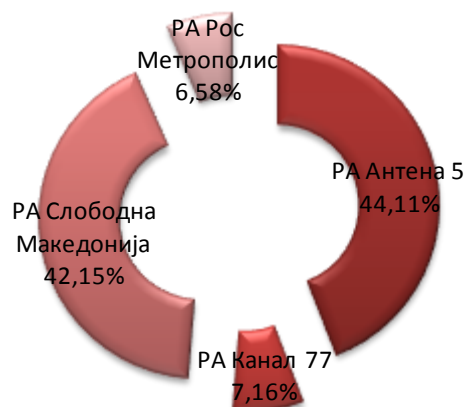
Во 2014 година, овие четири радиостаници остварувале приходи од реклами, продажба на содржини, останати приходи и приходи од други дејности. Доминантно учество во структурата на приходите имале приходите од рекламирање и телешопинг (74,14%).

Табела бр.25: Структура на приходите на комерцијалните радиостаници на државно ниво

	2014	учество
Реклами и телешопинг	53,83	74,14%
Спонзорства	0,00	0,00%
Продажба на содржини	8,48	11,67%
Приходи обезбедени од трети страни	0,00	0,00%
Останати приходи	4,24	5,84%
<b>Приходи од основна дејност</b>	<b>66,55</b>	<b>91,65%</b>
Приходи од други дејности	6,06	8,35%
Вонредни приходи	0,00	0,00%
<b>Вкупни приходи</b>	<b>72,61</b>	

Најмногу приходи од рекламирање остварила РА Антена 5 (23,74 милиони денари, односно 44,11% од приходите од реклами во овој сегмент на радиската индустрија). РА Слободна Македонија по овој основ остварила околу еден милион денари помалку отколку РА Антена 5 (22,69 милиони денари). Значително пониски приходи од реклами прикажале РА Канал 77 (3,86 милиони денари) и РА Метрополис (3,54 милиони денари).

Слика бр.36: Удел во вкупните приходи од рекламирање



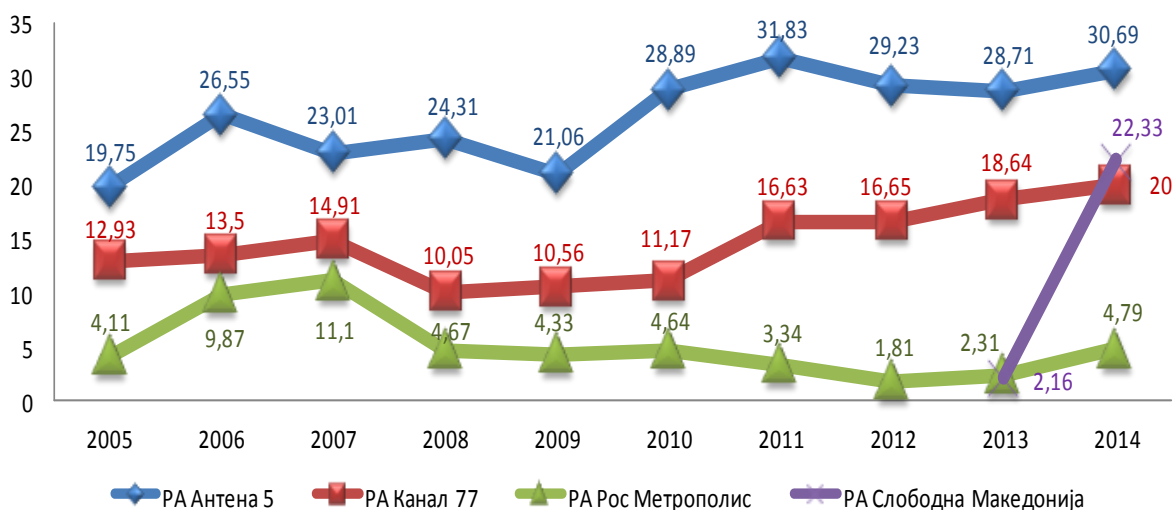
Рекламирањето било единствен извор на приходи за РА Рос Метрополис, а најзначаен извор на приходи за РА Антена 5 (91,33% од приходите на оваа радиостаница биле од реклами) и за РА Слободна Македонија (дури 99,77% од приходите што ги остварила оваа радиостаница биле од реклами). Приходите коишто РА Канал 77 ги остварила по овој основ изнесуваат 18,97% од вкупните приходи на оваа радиостаница. Главен ивор на приходи за РА Канал 77 била продажбата на содржини (8,48 милиони денари, односно 41,70% од вкупните приходи на оваа радиостаница). РА Канал 77 е единствената радиостаница која во анализираната година прикажала приходи од продажба на содржини.

Речиси 90% од приходите од други дејности ги остварила РА Канал 77, а останатите 10% РА Антена 5.

Ниту една од радиостаниците на државно ниво не оствариле приходи од спонзорства, од услуги обезбедени на трети страни и вонредни приходи.

Вкупните трошоци коишто во анализираната година ги направиле овие четири радиостаници изнесувале 77,81 милион денари. Највисоки трошоци во износ од 30,69 милиони денари направила РА Антена 5. РА Слободна Македонија потрошила 22,33 милиони денари, РА Канал 77 - 20 милиони денари, а РА Рос Метрополис 4,79 милиони денари.

Слика бр.37: Движење на вкупните трошоци во периодот од 2005 до 2014 година



Сите четири радиостаници прикажале повисоки трошоци во однос на трошоците коишто ги направиле во 2013 година. Трошоците на PA Слободна Македонија се зголемиле десет пати. Трошоците на PA Антена 5 се зголемиле за 6,9%, на PA Канал 77 за 7,3%, а на PA Рос Метрополис за 107,36%.

Табела бр.26: Структура на трошоците на комерцијалните радија на државно ниво

	2014	учество
Материјални трошоци	9,96	12,79%
Трошоци за набавка на програма	4,00	5,14%
Нематеријални трошоци (услуги)	17,27	22,20%
Плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма	12,75	16,38%
<b>Директни трошоци за создавање на програмата</b>	<b>43,97</b>	<b>56,51%</b>
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма	9,39	12,06%
Амортизација на опремата	5,33	6,84%
Амортизација на права и лиценци	0,00	0,00%
Кирии и останати режиски трошоци	4,99	6,42%
Сите останати неопфатени трошоци од работењето	12,18	15,65%
<b>Вкупно трошоци на работењето</b>	<b>75,86</b>	<b>97,49%</b>
Расходи од други активности	1,96	2,51%
Вонредни расходи	0,00	0,00%
<b>Вкупно трошоци на работењето</b>	<b>77,81</b>	

Доминантно учество во структурата на трошоците имале директните трошоци за создавање на програмата (56,51%), а најголем дел од нив биле нематеријални трошоци (39,28%). Најмногу средства за овој вид на трошок издвоила PA Антена 5 (13,07 милиони

денари). РА Слободна Македонија за оваа намена издвоила 2,15 милиони денари, а РА Канал 77 2,06 милиони денари. РА Рос Метрополис не прикажала ваков вид на трошок.

За плати и други надоместоци за лицата директно поврзани со производство на програмата биле потрошени 12,75 милиони денари, односно 16,38% од вкупните трошоци на овие радиостаници. Повеќе од половината од овој вид на трошок го прикажала РА Слободна Македонија (6,75 милиони денари). РА Антена 5 потрошила 4,19 милиони денари за плати и други надоместоци за лицата директно поврзани со производство на програмата, РА Канал 77 - 1,16 милиони денари, а РА Рос Метрополис 0,65 милиони денари.

За материјални трошоци радиостаниците на државно ниво заедно издвоиле вкупно 9,96 милиони денари. Од нив, 3,87 милиони денари потрошила РА Антена 5, 2,83 милиони денари РА Канал 77, 1,85 милиони денари РА РОС Метрополис и 1,41 милион денари РА Слободна Македонија.

Трошоци за набавка на содржини прикажале само РА Антена 5 (1,71 милион денари) и РА Слободна Македонија (2,28 милиони денари).

За плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програмата биле потрошени 9,39 милиони денари. РА Слободна Македонија за овој вид на трошок издвоила средства во износ од 5,91 милион денари, РА Антена 5 2,31 милион денари и РА Рос Метрополис 1,17 милиони денари. РА Канал 77 не прикажала ваков вид на трошок.

Трошоците од категоријата „сите останати неопфатени трошоци од работењето“ изнесувале 12,18 милиони денари. Од нив, 8,07 милиони денари потрошила РА Канал 77, 2,69 милиони денари РА Антена 5 и 1,42 милиони денари РА Слободна Македонија.

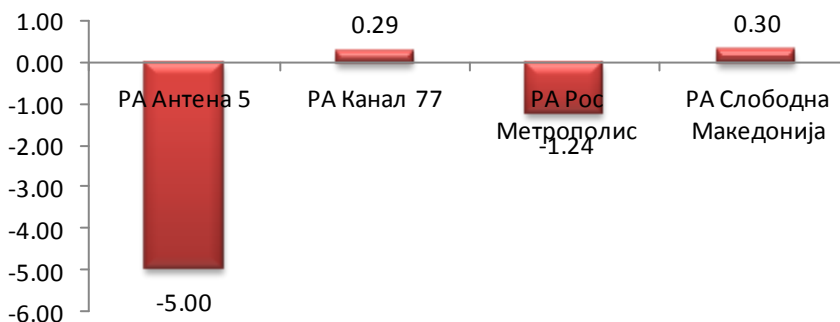
Позитивен финансиски резултат во анализирана година оствариле само РА Канал 77 (0,29 милиони денари) и РА Слободна Македонија (0,3 милиони денари). РА Антена 5 и РА Рос Метрополис работеле со загуба од 4,99 милиони долари, односно 1,24 милиони долари.

РА Канал 77 е единствената радиостаница на национално ниво која остварувала добивка во секоја од последните десет години. Сепак, најдобар финансиски резултат оваа радиостаница остварила во 2010 година, кога прикажала добивка во износ од 13,83 милиони денари. Добивката од 0,29 милиони денари која РА Канал 77 ја прикажала во анализираната година е најниска во последните десет години.

Во периодот од 2005 до 2014 година, РА Антена 5 остварила најдобар финансиски резултат во 2009 година, и тоа добивка во износ од 10,21 милион денари. Во овој период таа работела со загуба само во последните две години, кога прикажала негативен

финансиски резултат од 0,05 милиони денари во 2013 година, односно пет милиони денари во 2014 година.

Слика бр.38: Остварен резултат од работењето на радиостаниците на државно ниво



Во последните десет години, РА Рос Метрополис најдобар финансиски резултат имала во 2009 година кога остварила добивка во износ од 2,83 милиони денари, а најлош во 2007 година, кога остварила загуба од 2,57 милиони денари.

Просечниот број на вработени во четирите радиостаници на државно ниво во 2014 година изнесувал 40 лица, од кои 14 лица биле вработени во РА Антена 5, девет во РА Канал 77 и 17 во РА Слободна Македонија. Во РА Рос Метрополис не било вработено ниту едно лице во редовен работен однос. Оваа радиостаница од 2009 до 2014 година во континуитет не прикажувала вработени во редовен работен однос.

Табела бр.27: Просечен број на вработени во редовен работен однос

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
РА Антена 5	12	12	11	13	13	14	14	14	13	14
РА Канал 77	20	20	19	5	4	5	6	6	5	9
РА Рос Метрополис	4	2	2	1	0	0	0	0	0	0
РА Слободна Македонија	-	-	-	-	-	-	-	-	1	17

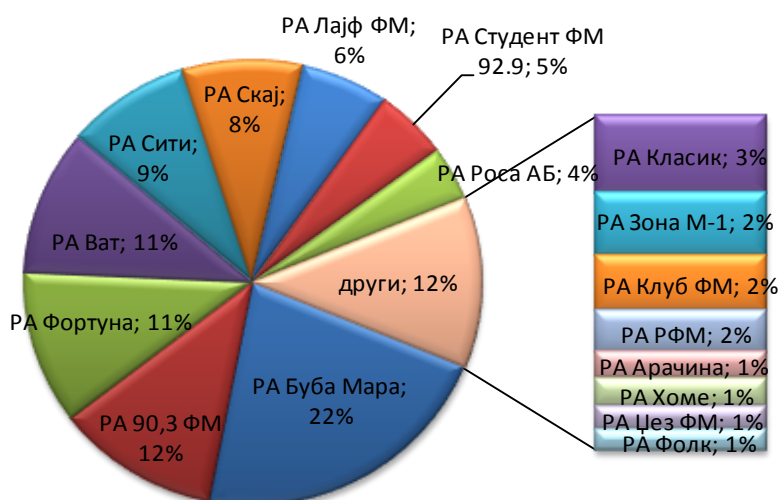
Во споредба со 2013 година, просечниот број на вработени кај овие радиостаници се зголемил за 21 лице, што во најголема мера се должи на зголемувањето на бројот на вработени во РА Слободна Македонија (за 16 лица). РА Антена 5 го зголемила бројот на вработени за едно лице, а РА Канал 77 за четири лица.



## Радиостаници на регионално ниво

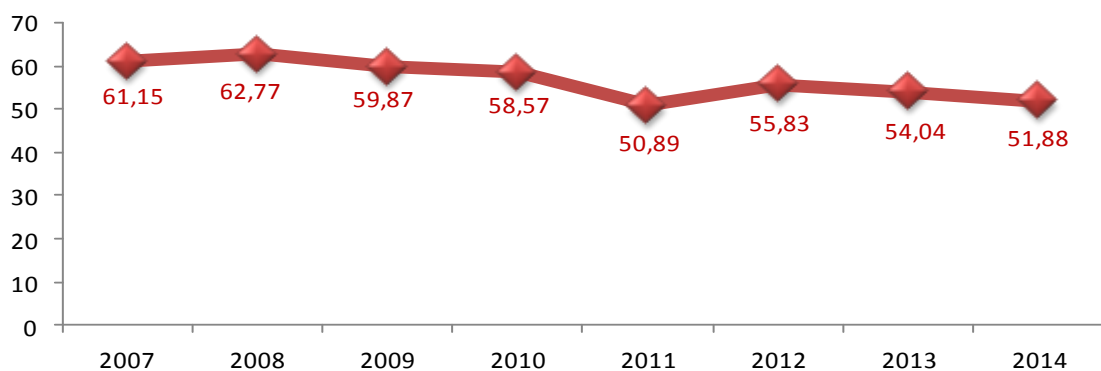
Во 2014 година, 17-те регионални радиостаници заедно оствариле вкупни приходи во износ од 51,88 милиони денари. Повеќе од половината од нив (28,58 милиони денари) ги оствариле само четири радиостаници, и тоа РА Буба Мара (11,35 милиони денари), РА Спортско 90,3 ФМ (5,98 милиони денари), РА Фортуна (5,76 милиони денари) и РА Ват (5,49 милиони денари).

Слика бр.39: Учество во вкупните приходи на регионалните радиостаници



Во споредба со претходната година, вкупните приходи на регионалните радиостаници се намалиле за 4%. Најниски вкупни приходи во последните десет години регионалните радиостаници прикажале во 2011 година (за 1,95% помалку отколку во анализираната година), а највисоки во 2008 година (за 17,35% повеќе отколку во анализираната година).

Слика бр.40: Движење на вкупните приходи на регионалните радиостаници во периодот од 2007 до 2014 година



Вкупните приходи во овој сегмент на радиската индустрија во континуитет се намалувале од 2008 до 2011 година и од 2012 до 2014 година. Пониски приходи отколку во анализираната година регионалните радиостаници прикажале само во 2011 година.

Табела бр.28: Вкупни приходи на регионалните радиостаници

ТРД	во милиони денари							стапка на раст 2014/2013
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	
РА Буба Мара	8,32	9,53	9	8,49	11,43	10,73	11,35	5,78%
РА Спортско 90,3 ФМ	5,02	5,29	5,46	5,25	6,15	4,71	5,98	26,96%
РА Фортуна	8,12	8,84	8,63	6,55	7,26	6,82	5,76	-15,54%
РА Ват	8,31	10,09	6,47	5,44	5,84	6,17	5,49	-11,02%
РА Сити	9,92	6,47	9,23	7,64	7,05	5,72	4,58	-19,93%
РА Скај	5,66	4,95	5,27	3,52	3,69	3,4	4,39	29,12%
РА Лајф ФМ	1,35	2,76	4,17	4,11	4,93	3	3,22	7,33%
РА СТУДЕНТ ФМ 92.9	нп	нп	нп	нп	нп	2,69	2,69	0,00%
РА Роса АБ	2,89	2,59	1,94	1,78	1,23	2,09	2,01	-3,83%
РА Урбан	1,35	0,48	нп	нп	2	1,85	1,47	-20,54%
РА Зона М-1	1,27	1,42	1,36	1,16	0,87	1	1,20	20,00%
РА Клуб ФМ	1,24	0,78	0,76	2,1	1,61	1	1,06	6,00%
РА РФМ	нп	нп	нп	нп	нп	1,23	0,80	-34,96%
РА Арачина	0,95	0,94	1,09	0,52	0,61	0,73	0,52	-28,77%
РА Стрит	3,00	2,42	2,94	2,81	2,04	1,77	0,51	-71,19%
РА Џез ФМ	0,86	0,68	0,77	0,63	0,66	0,67	0,45	-32,84%
РА Капитол	1,24	0,82	0,87	0,77	0,46	0,48	0,40	-16,67%
<b>ВКУПНО</b>	<b>59,50</b>	<b>58,06</b>	<b>57,96</b>	<b>50,77</b>	<b>55,83</b>	<b>54,04</b>	<b>51,88</b>	<b>-4,00%</b>

Повисоки приходи отколку во 2013 година оствариле само шест комерцијални радиостаници, и тоа РА Буба Мара, РА Спортско 90,3 ФМ, РА Скај, РА Лајф ФМ, РА Зона М-1 и РА Клуб ФМ. Најголемо зголемување на приходите прикажала РА Скај (за 29,12%). Останатите радиостаници ги намалиле приходите, а најмногу се намалиле приходите на РА Стрит (за 71,19%), РА РФМ (за 34,96%) и на РА Џез ФМ (за 32,84%).

80,09% од приходите остварени на регионалниот радиски пазар биле од реклами и телешопинг. Во споредба со претходната година, овие приходи се намалиле за 5,93%.

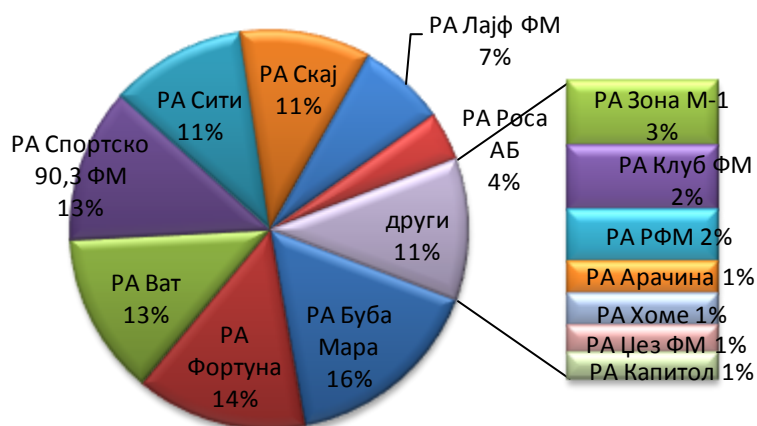
Највисоки приходи од рекламирање и оваа година прикажале РА Буба Мара (6,84 милиони денари), РА Фортуна (5,76 милиони денари), РА Ват (5,46 милиони денари), РА Спортско 90,3 ФМ (5,19 милиони денари), РА Сити (4,55 милиони денари) и РА Скај (4,39 милиони денари). Овие шест радиостаници заедно оствариле 32,2 милиони денари, односно 77,48% од вкупните приходи од реклами и телешопинг.

Табела бр.29: Структура на приходите на регионалните радиостаници

	2014	учество
Реклами и телешопинг	41,55	80,09%
Спонзорства	4,60	8,86%
Продажба на содржини	0,00	0,00%
Приходи обезбедени од трети страни	0,00	0,00%
Останати приходи	5,06	9,75%
<b>Приходи од основна дејност</b>	<b>51,21</b>	<b>98,71%</b>
Приходи од други дејности	0,34	0,65%
Вонредни приходи	0,34	0,65%
<b>Вкупни приходи</b>	<b>51,88</b>	

Повисоки приходи од реклами отколку во претходната година прикажале само РА Зона М-1 (за 2,44%), РА Клуб ФМ (за 2,87%), РА Лајф ФМ (за 4,87%), РА Скај (за 29,35%) и РА Спортско 90,3 ФМ (за 18,6%).

Слика бр.41: Удел во вкупните приходи од рекламирање



Рекламирањето било единствен извор на приходи за РА Арачина, РА РФМ, РА Сити, РА Скај, РА Стрит, РА Капитол, РА Фортуна и РА Џез ФМ. Од 16-те комерцијални радиостаници кои емитуваа програма на регионално ниво, приходи од продажба на времето за рекламирање не прикажала само РА Урбан ФМ.

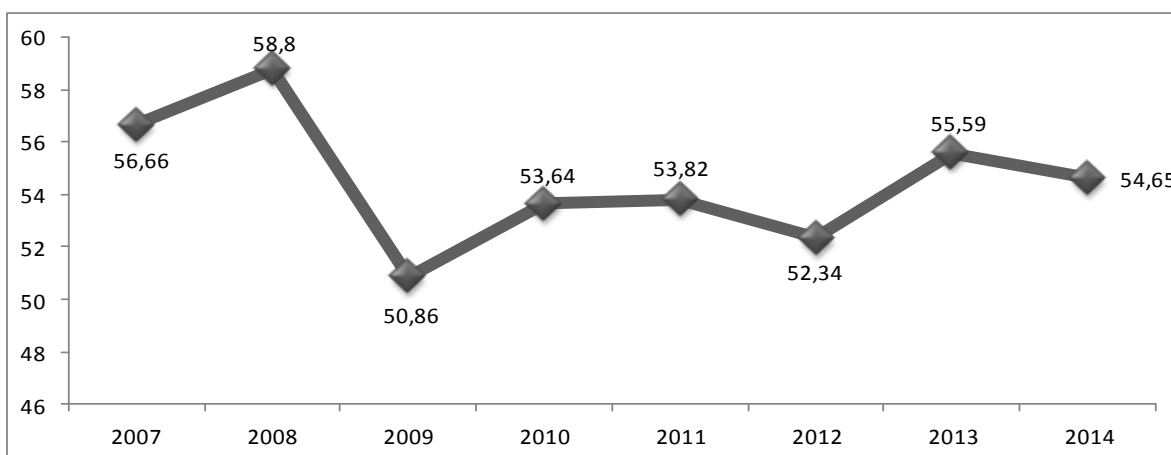
Од спонзорства биле остварени 4,6 милиони денари. Овој износ го оствариле само две регионални радиостаници, и тоа РА Буба Мара (4,24 милиони денари) и РА Спортско 90,3 ФМ (0,36 милиони денари).

Во анализираната година, во овој сегмент на радиската индустрија не биле остварени воопшто приходи од продажба на содржини и приходи од услуги обезбедени на трети страни.

Највисок износ на останати приходи прикажала непрофитната радиодифузна установа Универзитетското радио Студент ФМ 92.9 (2,69 милиони денари) и РА Урбан (1,38 милиони денари). Останатите приходи коишто ги прикажало Универзитетското радио Студент ФМ 92.9 ги издвоил Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ за финансирање на оваа радиостаница, а приходите од овој вид коишто ги прикажало РА Урбан се остварени од наемнина. Останати приходи прикажале и РА Ват, РА Зона М-1, РА Роса АБ и РА Спортско 90,3 ФМ.

Во 2014 година, регионалните радиостаници заедно потрошиле 54,65 милиони денари. Повисоки трошоци во последните осум години биле направени во 2007 година (за 3,55%), 2008 година (за 7,06%) и во 2013 година (за 1,69%).

Слика бр.42: Движење на вкупните трошоци на регионалните радиостаници во периодот од 2007 до 2014 година



Највисоки трошоци прикажале РА Буба Мара (11,1 милион денари), РА Ват (7,18 милиони денари), РА Фортуна (6,9 милиони денари) и РА Спортско 90,3 ФМ (5,94 милиони денари), а најниски РА Капитол (0,37 милиони денари), РА РФМ (0,56 милиони денари), РА Арачина (0,59 милиони денари) и РА Џез ФМ (0,67 милиони денари).

Во споредба со претходната година, дури девет регионални радиостаници ги зголемиле трошоците (РА Урбан ФМ, РА Зона М-1, РА Буба Мара, РА Спортско 90,3 ФМ, РА Арачина, РА Ват, РА Скај, РА Џез ФМ и РА Клуб ФМ), а најмногу се зголемиле средствата кои ги потрошила РА Класик ФМ (за 30,46%).

Повеќе од половината од потрошените средства (54,75%) биле директни трошоци за создавање на програмата. Најголем дел од трошоците (31,17%) радиостаниците ги

потрошиле за плати и други надоместоци на лицата директно поврзани со производство на програмата. Најмногу средства за ова намена издвоиле РА Фортуна (3,48 милиони денари) и РА Спортско 90,3 ФМ (2,82 милиони денари). Позначајни износи за овој вид на трошок прикажале и РА Буба Мара (1,96 милиони денари), РА Лајф (1,93 милиони денари), РА Роса АБ (1,03 милиони денари) и РА Сити (1,41 милиони денари). Како и во претходната година, трошоци за плати и други надоместоци на лицата директно поврзани со производство на програмата не прикажале само РА Урбан и РА РФМ.

Табела бр.30: Структура на трошоците на регионалните радиостаници

	2014	учество
Материјални трошоци	4,60	8,42%
Трошоци за набавка на програма	2,59	4,74%
Нематеријални трошоци (услуги)	5,70	10,42%
Плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма	17,03	31,17%
<b>Директни трошоци за создавање на програмата</b>	<b>29,92</b>	<b>54,75%</b>
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма	0,82	1,50%
Амортизација на опремата	2,58	4,71%
Амортизација на права и лиценци	0,42	0,78%
Кирии и останати режиски трошоци	2,53	4,63%
Сите останати неопфатени трошоци од работењето	13,37	24,47%
<b>Вкупно трошоци на работењето</b>	<b>49,65</b>	<b>90,84%</b>
Расходи од други активности	4,06	7,43%
Вонредни расходи	0,95	1,74%
<b>Вкупно трошоци на работењето</b>	<b>54,65</b>	

За материјални трошоци регионалните радиостаници издвоиле 4,6 милиони денари. Речиси 60% од овие средства биле средствата коишто за оваа намена ги потрошиле РА Фортуна (1,83 милиони денари) и РА Скај (0,87 милиони денари).

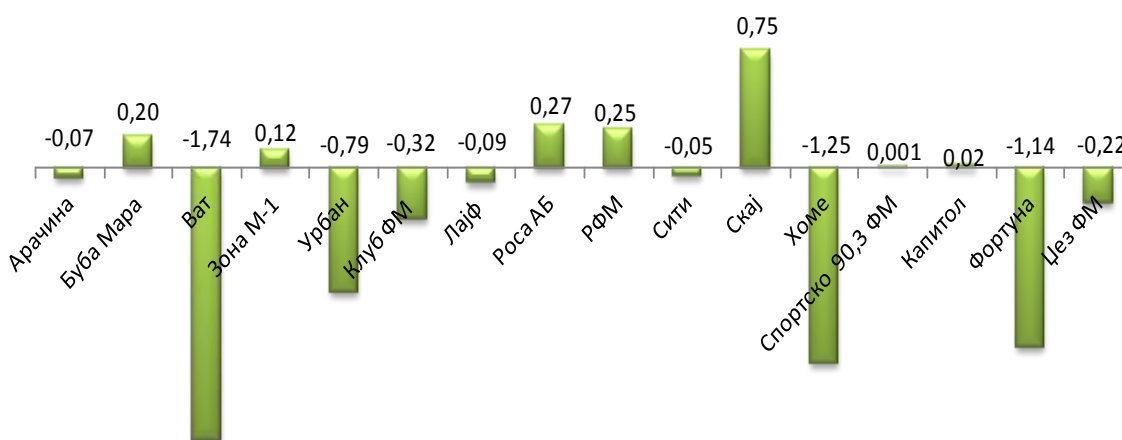
Трошоци за набавка на содржини прикажале само шест радиостаници, и тоа РА Ват (0,88 милиони денари), РА Клуб ФМ (0,29 милиони денари), РА Сити (0,51 милион денари), РА Спортско 90,3 ФМ (0,42 милиони денари), РА Фортуна (0,46 милиони денари) и РА Џез ФМ (0,04 милиони денари).

За нематеријални трошоци, односно услуги биле потрошени 5,7 милиони денари, од кои 3,22 милиони денари биле трошоците кои за оваа намена ги издвоиле РА Буба Мара (1,91 милион денари) и РА Спортско 90,3 ФМ (1,31 милион денари). Целокупниот износ на трошоците за плати и други надоместоци на лицата кои не се директно поврзани со производство на програмата го прикажала РА Урбан.

Сите останати неопфатени трошоци од работењето изнесувале 13,37 милиони денари. Од нив, 75,79% биле трошоците од овој вид коишто ги прикажале РА Буба Мара (6,57 милиони денари), РА Ват (1,29 милиони денари), РА Стрит (1,14 милиони денари) и РА Фортуна (1,14 милиони денари).

На крајот од 2014 година, остварениот финансискиот резултат на регионалните радиостаници во целина бил загуба во износ од 4,06 милиони денари. Добивка во анализираната година освариле седум радиостаници, и тоа РА Буба Мара, РА Зона М-1, РА Роса АБ, РА РФМ, РА Скај, РА Спортско 90,3 ФМ и РА Капитол. Најдобар финансиски резултат остварила РА Скај (добивка во износ од 0,75 милиони денари), а најлош РА Ват (загуба во износ од 1,74 милиони денари).

Слика бр.43: Остварен резултат од работењето на регионалните радиостаници



Просечниот број на вработени во регионалните радиостаници бил 51 лице, исто колку и во претходната година. Најголем број на вработени биле ангажирани во РА Сити и РА Фортуна (по осум лица). Во споредба со претходната година, бројот на вработени во анализираната година го зголемила само РА Спортско 90,3 ФМ, и тоа за едно лице, а го намалила само РА Стрит, исто така за едно лице. Кај останатите радиостаници бројот на вработени останал ист.

Табела бр.31: Просечен број на вработени во редовен работен однос

Анализа на пазарот на аудио и аудиовизуелни медиумски услуги за 2014 година

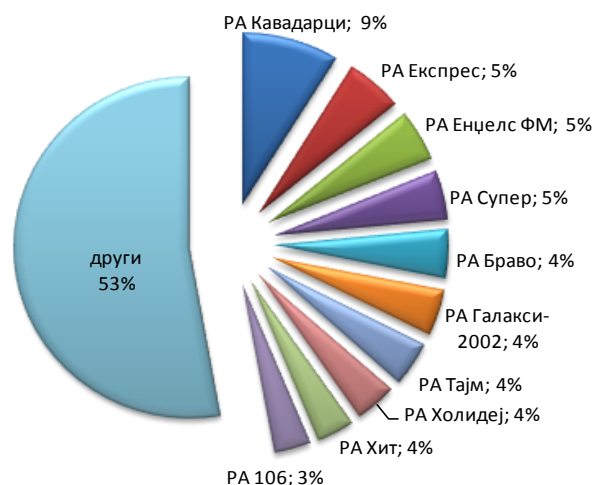
<b>ТРД</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
РА Сити	9	6	8	8	9	8	8	8
РА Фортуна	7	7	7	7	9	9	8	8
РА Спортско 90,3 ФМ	8	6	6	5	5	5	5	6
РА Буба Мара	4	4	4	5	4	5	5	5
РА Скај	3	4	5	5	5	6	5	5
РА Лајф	2	2	2	2	4	4	4	4
РА Роса АБ	4	4	4	4	4	4	4	4
РА Клуб ФМ	3	3	2	2	3	3	3	3
РА Ват	9	11	10	10	8	8	2	2
РА Стрит	6	5	4	7	6	6	3	2
РА Арачина	1	1	1	1	1	1	1	1
РА Зона М-1	2	3	1	2	2	1	1	1
РА Капитол	1	1	2	3	2	1	1	1
РА Џез ФМ	2	2	2	2	2	2	1	1
Урбан	2	1	0	нп	нп	0	0	0
РА РФМ		0	0	0	0	0	0	0
<b>ВКУПНО</b>	<b>63</b>	<b>60</b>	<b>58</b>	<b>63</b>	<b>64</b>	<b>63</b>	<b>51</b>	<b>51</b>

## Радиостаници на локално ниво

Програма на локално ниво во текот на целата 2014 година емитуваа вкупно 54 радиостаници, и тоа 52 комерцијални и две непрофитни радиостаници. Податоци за економското работење доставија 50 комерцијални локални радиостаници, поради тоа што дозволите на две радиостаници во меѓувреме престанаа да важат (РА Це-Де од Велес не достави пријава за замена на постојната дозвола за вршење на радиодифузна дејност со нова дозвола за радио емитување<sup>13</sup>, а дозволата на РА Морис Плус од Македонски брод престана да важи по сила на закон откако настапи ликвидација на ова правно лице.

Вкупните приходи кои во анализираната година биле остварени во овој сегмент на радиската индустрија изнесувале 33,84 милиони денари. Речиси половината од нив (15,96 милиони денари) ги оствариле само десет радиостаници, и тоа РА Кавадарци (2,98 милиони денари), РА Експрес (1,78 милиони денари), РА Енџелс ФМ (1,65 милиони денари), РА Супер (1,56 милиони денари), РА Браво (1,5 милиони денари), РА Галакси-2002 (1,47 милиони денари), РА Тајм (1,42 милиони денари), РА Холидеј (1,31 милиони денари), РА Хит (1,17 милиони денари) и РА 106 (1,12 милиони денари).

Слика бр.44: Учество во вкупните приходи на локалните радиостаници

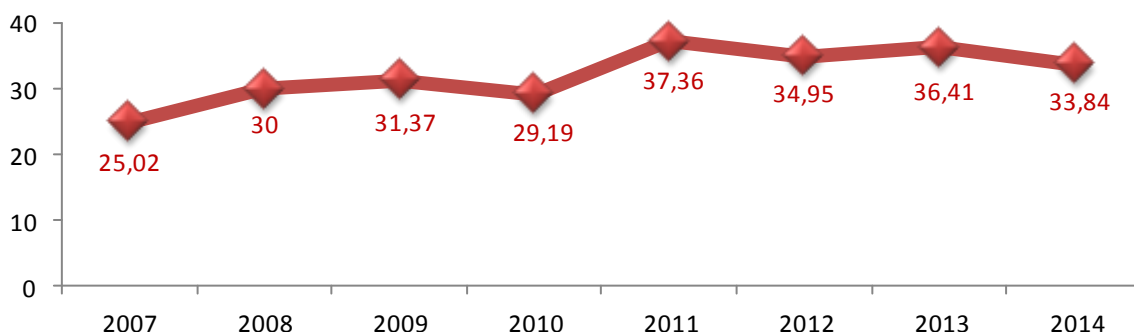


Од 2011 година наваму приходите на локалниот радиски пазар постојано се намалувале, така што во анализираната година тие биле за 9,42% пониски отколку во 2011 година, за 3,18% пониски отколку во 2012 година и за 7,06% пониски отколку во 2013 година. Најниски вкупни приходи во последните осум години локалните радиостаници оствариле во 2007 година (25,02 милиони денари).

<sup>13</sup> Одлука бр.08-137 од 08,01,2015 година за престанок на важност на дозволата за вршење радиодифузна дејност бр.07-1980/1 од 18.06.2007 година на Трговското радиодифузно друштво Радио ЦЕ ДЕ Валентина Михајловска ДООЕЛ Велес



Слика бр.45: Движење на вкупните приходи на локалните радиостаници во периодот од 2007 до 2014 година



Највисоки приходи во анализираната година, како и во 2013 година, остварила РА Кавадарци од Кавадарци (2,98 милиони денари). Сепак, во однос на претходната година оваа радиостаница ги намалила приходите дури за 26,96%.

Во анализираната година, РА Мерлин од Дебар воопшто не остварила приходи.

Табела бр.32: Структура на приходите на регионалните радиостаници

	2014	учество
Реклами и телешопинг	30,25	89,41%
Спонзорства	0,51	1,52%
Продажба на содржини	0,00	0,00%
Приходи обезбедени од трети страни	0,00	0,00%
Останати приходи	0,95	2,81%
<b>Приходи од основна дејност</b>	<b>31,72</b>	<b>93,74%</b>
Приходи од други дејности	1,17	3,44%
Вонредни приходи	0,95	2,82%
<b>Вкупни приходи</b>	<b>33,84</b>	

Речиси 90% од приходите коишто ги оствариле локалните радиостаници биле од реклами и телешопинг (30,25 милиони денари). Најатрактивна за огласувачите била РА Експрес од Струмица, која од рекламирање остварила 1,78 милиони денари. Позначајни приходи од реклами прикажале и РА Кавадарци од Кавадарци (1,01 милион денари), РА Енџелс ФМ од Штип (1,65 милиони денари), РА Супер од Охрид (1,56 милиони денари), РА Браво од Куманово (1,2 милиони денари), РА Галакси-2002 од Кавадарци (1,47 милиони денари), РА Тајм од Гевгелија (1,38 милиони денари), РА Холидеј од Прилеп (1,31 милион денари), РА Хит од Струмица (1,17 милиони денари и РА 106 од Битола (1,12 милиони денари). Приходите од рекламирање кои заедно ги оствариле овие десет радиостаници претставуваат 45% од вкупните приходи од реклами во овој сегмент на радиската индустрија.

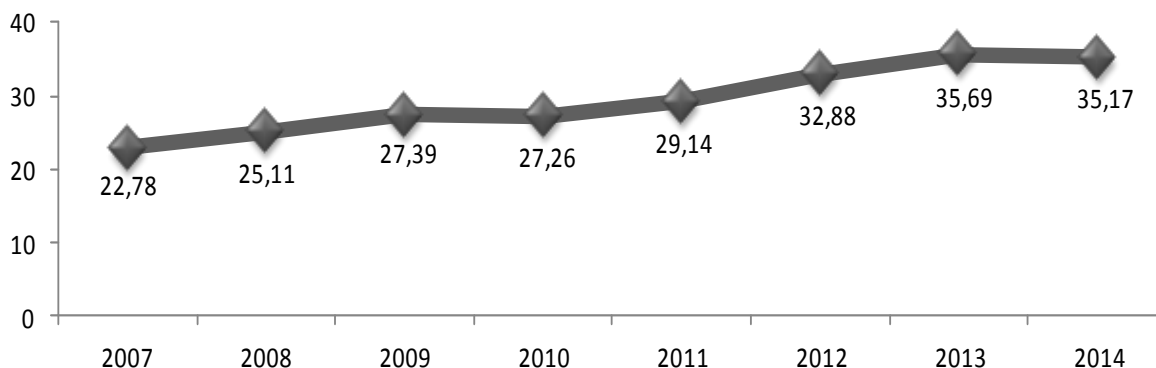
Рекламирањето било единствен извор на приходи за вкупно 32 локални радиостаници.

Приходи од продажба на времето за рекламирање не прикажале РА Еми од Жировница, РА Лав од Охрид, РА Мерлин од Дебар, РА Ди-Џеј од Струга и РА Ред ФМ од Тетово.

Приходи од спонзорства оствариле само пет локални радиостаници, и тоа РА Браво од Куманово (0,22 милиони денари), РА Блета од Тетово и РА Јехона од Куманово (по 0,09 милиони денари), РА Про-ФМ од Гостивар (0,08 милиони денари) и РА Лав од Охрид (0,04 милиони денари). Највисок износ останати приходи прикажале РА МХ од Охрид (0,3 милиони денари) и РА Пулс од Неготино (0,11 милиони денари). Од други дејности биле остварени 1,17 милиони денари, од кои дури 95,73% ги прикажала РА Кавадарци од Кавадарци.

Вкупните трошоци на локалните радиостаници во 2014 години изнесувале 35,17 милиони денари. Намалување на вкупните трошоци во последните осум години имало само во 2010 година (за 0,47% во однос на 2009 година) и во анализираната година (за 1,46% во однос на 2013 година).

Слика бр.46: Движење на вкупните трошоци на локалните радиостаници во периодот од 2007 до 2014 година



Најголемо учество во вкупните трошоци имале директните трошоци за создавање на програма (74,28%). Најголем дел од трошоците биле за плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програмата (45,30%).

Највисоки вкупни трошоци во анализираната година прикажала РА Кавадарци од Кавадарци (2,24 милиони денари), а највисоки трошоци за плати и други надоместоци на лицата директно поврзани со производство на програмата прикажала РА Енџелс од Штип (0,98 милиони денари). Ваков вид на трошок не прикажале дури десет локални радиостаници (РА Галакси-2002 од Кавадарци, РА МХ и РА Лав од Охрид, РА Ла Коста од Винаца, РА Делфин од Битола, РА Пехчево од Пехчево, РА Еми од Жировница, РА Мерлин од Дебар, РА Дрини од Струга и РА Ред ФМ од Тетово).

Материјалните трошоци учествувале со 17,84% во вкупните трошоци на локалните радиостаници. Повеќе од половината од овие средства (62,73) ги направиле само осум радиостаници, и тоа РА Кавадарци од Кавадарци (0,95 милиони денари), РА Блета од Тетово (0,61 милиони денари), РА Хит и РА Експрес од Струмица (0,44 милиони денари, односно 0,34 милиони денари), РА Мерак 5ФМ од Велес (0,29 милиони денари), РА Супер од Охрид (0,23 милиони денари), РА 5 Чоки од Прилеп (0,21 милиони денари) и РА Кочани ФМ од Кочани (0,2 милиони денари).

Средства за набавка на содржина издвоиле само четири радиостаници (РА Холидеј и РА 5 Чоки од Прилеп, РА Фама од Тетово и РА Скај радио плус од Берово).

Табела бр.33: Структура на трошоците на локалните радиостаници

	2014	учество
Материјални трошоци	5,22	14,84%
Трошоци за набавка на програма	0,51	1,45%
Нематеријални трошоци (услуги)	4,61	13,10%
Плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма	15,65	44,49%
<b>Директни трошоци за создавање на програмата</b>	<b>25,98</b>	<b>73,87%</b>
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма	1,58	4,49%
Амортизација на опремата	2,07	5,87%
Амортизација на права и лиценци	0,06	0,18%
Кирии и останати режиски трошоци	1,25	3,56%
Сите останати неопфатени трошоци од работењето	4,01	11,39%
<b>Вкупно трошоци на работењето</b>	<b>34,95</b>	<b>99,36%</b>
Расходи од други активности	0,00	0,00%
Вонредни расходи	0,23	0,64%
<b>Вкупно трошоци на работењето</b>	<b>35,17</b>	<b>100,00%</b>

Во анализираната година за нематеријални трошоци, односно услуги локалните радиостаници потрошиле 4,61 милион денари. Највисок трошок од овој вид прикажале РА Експрес од Струмица (0,49 милиони денари), РА Б-97 од Битола (0,42 милиони денари) и РА 106 од Битола (0,41 милион денари).

За плати и плати и други надоместоци на лицата кои не се директно поврзани со производство на програмата биле потрошени 1,58 милиони денари. Овој износ го направиле само седум локални радиостаници (РА МХ од Охрид, РА Галакси-2002 од Кавадарци, РА Ла Коста од Винаца, РА Пехчево од Пехчево, РА Делфин и РА 106 од Битола и РА Ред ФМ од Тетово).

Трошоци од категорија „сите останати неопфатени трошоци од работењето“ изнесувале 4,01 милион денари. Највисок износ од овој вид на трошок прикажала РА Ускана Плус од Кичево (0,56 милиони денари).

Финансискиот резултат од работењето на локалните радиостаници бил добивка во износ од 0,79 милиони денари. Добивка во анализираната година прикажале вкупно 31 радиостаница, додека 19 радиостаници работеле со загуба. Најдобар финансиски резултат остварила РА Кавадарци од Кавадарци (добивка во износ од 0,74 милиони денари), а најлош РА Еко од Пробиштип (загуба во износ од 0,37 милиони денари).

Просечниот број на вработени во редовен работен однос во локалните радиостаници во 2014 година изнесувал 95 лица. Најмногу вработени лица прикажало Универзитетското радио УГД од Штип (шест лица). Само во една радиостаница биле ангажирани пет лица во редовен работен однос (во РА Експрес од Струмица), во три биле вработени по четири лица, во девет по три лица, во 16 по две лица и во 13 по едно лице. Дури девет радиостаници не прикажале ниту едно вработено лице во редовен работен однос.

Табела бр.34: Просечен број на вработени во редовен работен однос

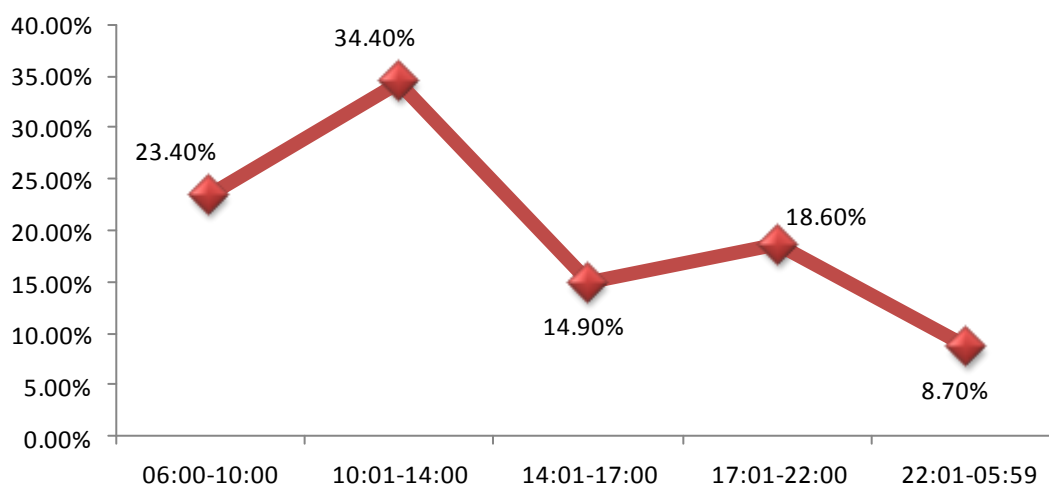
подрачје	ТРД	просечен број на вработени во рро	подрачје	ТРД	просечен број на вработени во рро
Штип	РА УГД ФМ	6	Свети Николе	РА Модеа	2
Струмица	РА Експрес	5	Свети николе	РА Свети Николе	2
Гевгелија	РА Тајм	4	Тетово	РА Блета	2
Охрид	РА Супер	4	Тетово	РА Фама	2
Штип	РА Енџелс ФМ	4	Берово	Скај радио плус	1
Битола	РА 106	3	Битола	РА Актуел	1
Велес	РА Мерак 5 ФМ	3	Валандово	РА Валандово	1
Куманово	РА Браво	3	Велес	РА Голди	1
Куманово	РА КМР	3	Виница	РА Ла Коста	1
Охрид	РА МХ	3	Гостивар	РА Комета	1
Прилеп	РА Холидеј	3	Гостивар	РА ПРО-ФМ	1
Струга	РА Ррапи	3	Кичево	РА Александар Македонски	1
Струмица	РА Хит	3	Кичево	РА Акорд	1
Тетово	РА Кисс	3	Неготино	РА Пулс	1
Битола	РА Б-97	2	Струга	РА МИ НИ	1
Битола	РА УКЛО ФМ	2	Тетово	РА Плус Форте	1
Делчево	РА Зора	2	Тетово	РА Ред ФМ	1
Кавадарци	РА Галакси-2002	2	Битола	РА Делфин	0
Кавадарци	РА Кавадарци	2	Дебар	РА Мерлин	0
Кичево	РА Медисон	2	Радовиш	РА Еми	0
Кочани	РА Кочани ФМ	2	Кичево	РА Ускана-Плус	0
Куманово	РА Альбана	2	Охрид	РА Лав	0
Куманово	РА Јехона	2	Пехчево	РА Пехчево	0
Охрид	РА Охрид	2	Прилеп	РА Мефф	0
Прилеп	РА 5 Чоки	2	Струга	РА Ди-Џеј	0
Пробиштип	РА Еко	2	Струга	РА Дрини	0
				ВКУПНО	95

## Ставови на публиката за понудата на радиостаниците

Повеќе од половината од македонските граѓани (58,1%) воопшто не слушале радио. 16,8% слушале радио секој ден, а речиси подеднакво четири до пет дена во неделата (8,7%), еден до три дена во неделата (8,6%) или пак помалку од еднаш неделно (7,9%).

Најголема слушаност радиостаниците имале во периодот од 10:00 до 14:00 часот, а најмала во ноќните часови.

Слика бр.47: „во кој период од денот најчесто слушате радио?„



Македонската публика најчесто слушала радио дома (56,4%), на работа (20,3%) и во автомобил (17,9%). При пешачење или спортување радио слушале 4,4% од граѓаните, а останатите 1% во други прилики.

Напрашањето „што најчесто слушате на радио“ 76,5% од испитаниците одговориле музика, а 8,1% утринските програми на радиостаниците. Вестите на радио биле најчест избор на само 5,1% од слушателите.

97% од слушателите биле задоволни од понудата на домашните радиостаници (62% целосно, а 35% делумно). Само 1% од испитаниците се изјасниле дека воопшто не се задоволни од понудата на домашните радиостаници.

## ПРЕГЛЕД НА ТАБЕЛИ

Табела бр.1: Клучни наоди.....	6
Табела бр.2: Број на телевизии на државно ниво .....	9
Табела бр.3: Број на регионални телевизии .....	9
Табела бр.4: Број на локални телевизии .....	10
Табела бр.5: Стапка на раст на вкупните приходи на МРТВ .....	16
Табела бр.6: Структура на вкупните приходи на МРТВ.....	16
Табела бр.7: Структура на трошоците на МРТВ.....	20
Табела бр.8: Структурата на приходите на комерцијалните телевизии .....	24
Табела бр.9: Структурата на трошоците на комерцијалните телевизии .....	27
Табела бр.10: Просечен број на вработени во редовен работен однос .....	28
Табела бр.11: Структурата на приходите на сателитските телевизии.....	30
Табела бр.12: Структура на трошоците на сателитските телевизии .....	32
Табела бр.13: Просечен број на вработени во редовен работен однос .....	33
Табела бр.14: Број на население, број на регионални телевизии.....	34
и остварени вкупни приходи според радиодифузен регион.....	34
Табела бр.15: Вкупни приходи и стапка на раст по региони.....	35
Табела бр.16: Структура на вкупните приходи на регионалните телевизии .....	38
Табела бр.17: Приходи од рекламирање на регионалните телевизии .....	39
Табела бр.18: Просечен број вработени во редовен работен однос .....	43
Табела бр.19: Број на население, вкупни приходи и број на тв станици во локалните подрачја .....	44
Табела бр.20: Вкупни приходи на локалните телевизии во 2014 и во 2013 година .....	45
Табела бр.21: Структура на приходите на локалните телевизии .....	47
Табела бр.22: Вкупни трошоци на локалните телевизии .....	47
Табела бр.23: Структура на трошоците на локалните телевизии.....	48
Табела бр.24: Просечен број на вработени во редовен работен однос кај локалните телевизии ...	49
Табела бр.25: Структура на приходите на комерцијалните радиостаници на државно ниво .....	60
Табела бр.26: Структура на трошоците на комерцијалните радија на државно ниво .....	62
Табела бр.27: Просечен број на вработени во редовен работен однос .....	64
Табела бр.28: Вкупни приходи на регионалните радиостаници .....	66
Табела бр.29: Структура на приходите на регионалните радиостаници .....	67
Табела бр.30: Структура на трошоците на регионалните радиостаници.....	69
Табела бр.31: Просечен број на вработени во редовен работен однос .....	70
Табела бр.32: Структура на приходите на регионалните радиостаници .....	73
Табела бр.33: Структура на трошоците на локалните радиостаници .....	75
Табела бр.34: Просечен број на вработени во редовен работен однос .....	76

## ПРЕГЛЕД НА СЛИКИ

Слика бр.1: Начин на прием на телевизискиот сигнал .....	11
Слика бр.2: Начин на прием на телевизискиот сигнал .....	12
Слика бр.3: Модели на информирање .....	13
Слика бр.4: „за домашни и странски настани секојдневно се информирам од“ .....	13
(според степенот на образование) .....	13
Слика бр.5: „за домашни и странски настани секојдневно се информирам од“ .....	14
(според возраста).....	14
Слика бр.6: Движење на вкупните приходи на МРТВ во последните десет години .....	15
Слика бр.7: Движење на приходите од радиодифузна такса во последните десет години .....	17
Слика бр.8: Движење на приходите од рекламирање на МРТВ во последните десет години .....	18
Слика бр.9: Движење на вкупните трошоци на МРТВ во последните десет години .....	19
Слика бр.10: Движење на вкупните приходи во последните десет години .....	22
Слика бр.11: Вкупни приходи на петте терестријални телевизии на државно ниво во 2014 година	23
Слика бр.12: Учество во вкупните приходи од рекламирање .....	25
Слика бр.13: Структура на вкупните приходи на петте терестријални телевизии на државно ниво	25
Слика бр.14: Вкупни трошоци на телевизиите на државно ниво .....	26
Слика бр.15: Финансиски резултат од работењето на телевизиите на државно ниво .....	28
Слика бр.16: Вкупни приходи на сателитските телевизии .....	29
Слика бр.17: Движење на вкупните приходи на сателитските телевизии .....	30
во последните седум години .....	30
Слика бр.18: Учество во приходите од рекламирање на сателитските телевизии .....	31
Слика бр.19: Вкупни приходи и вкупни трошоци на сателитските телевизии .....	32
Слика бр.20: Вкупни приходи по радиодифузни региони во 2013 и во 2014 година .....	36
Слика бр.21: Вкупни приходи на телевизиите во регионот Д1 - Скопје .....	36
Слика бр.22: Вкупни приходи на регионалните телевизии .....	37
Слика бр.23: Вкупни трошоци на регионалните телевизии.....	40
Слика бр.24: Вкупните трошоци на регионалните телевизии во 2013 и во 2014 година .....	41
Табела бр.25: Структура на трошоците на регионалните телевизии .....	42
Слика бр.26: Остварен резултат од работењето на радиодифузни региони .....	43
Слика бр.27: Остварени вкупни приходи во локалните подрачја.....	46
Слика бр.28: „Колку часа во денот просечно гледате телевизија?„ .....	50
Слика бр.29: „Колку сте генерално задоволни од понудата на домашните телевизии?„ .....	51
Слика бр.30: „Според вкупниот квалитет на програмата .....	52
која од домаќните телевизии ви е најомилена?„ .....	52
Слика бр.31: „Кои од странските канали најчесто ги гледате,„.....	53
Слика бр. 32: „Колку често ја користите услугата видео на барање“ .....	57
Слика бр.33: „Колку често ги користите интернетот од дома .....	57
и мобилниот телефон за гледање телевизиски програми?“ .....	57
Слика бр.34: Учество во вкупните приходи на радиостаниците на државно ниво .....	59
Слика бр.35: Движење на вкупните приходи во периодот од 2005 до 2014 година .....	60
Слика бр.36: Удел во вкупните приходи од рекламирање .....	61
Слика бр.37: Движење на вкупните трошоци во периодот од 2005 до 2014 година .....	62
Слика бр.38: Остварен резултат од работењето на радиостаниците на државно ниво .....	64
Слика бр.39: Учество во вкупните приходи на регионалните радиостаници .....	65
Слика бр.40: Движење на вкупните приходи на регионалните радиостаници .....	65
во периодот од 2007 до 2014 година .....	65
Слика бр.41: Удел во вкупните приходи од рекламирање .....	67
Слика бр.42: Движење на вкупните трошоци на регионалните радиостаници.....	68

во периодот од 2007 до 2014 година .....	68
Слика бр.43: Остварен резултат од работењето на регионалните радиостаници .....	70
Слика бр.44: Учество во вкупните приходи на локалните радиостаници .....	72
Слика бр.45: Движење на вкупните приходи на локалните радиостаници .....	73
во периодот од 2007 до 2014 година .....	73
Слика бр.46: Движење на вкупните трошоци на локалните радиостаници .....	74
во периодот од 2007 до 2014 година .....	74
Слика бр.47: „во кој период од денот најчесто слушате радио?„ .....	77



Наслов	Анализа на пазарот на радиодифузната дејност за 2014 година
Издавач	Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги Палата Панко Брашнарлов Ул.„Македонија“ бр.38, 1 000 Скопје Тел.02/3103-400 <a href="http://www.avmu.mk">www.avmu.mk</a> <a href="mailto:contact@avmu.mk">contact@avmu.mk</a>
За издавачот	д-р Зоран Трајчевски, Директор
Изработила	м-р Магдалена Давидовска-Довлева
Соработник	Катерина Донева
Страници/табели/ слики	80/34/47