

АГЕНЦИЈА ЗА АУДИО И АУДИОВИЗУЕЛНИ МЕДИУМСКИ УСЛУГИ

**АНАЛИЗА НА ПАЗАРОТ
НА АУДИО И АУДИОВИЗУЕЛНИ МЕДИУМСКИ УСЛУГИ
ЗА 2015 ГОДИНА**

Скопје, септември 2016 година

СОДРЖИНА

ВОВЕД	3
РЕЗИМЕ	6
МОДЕЛИ НА КОРИСТЕЊЕ НА МЕДИУМИТЕ И СТАВОВИ НА ПУБЛИКАТА.....	9
БРОЈ НА РАДИОДИФУЗЕРИ	19
ЕКОНОМСКО РАБОТЕЊЕ.....	22
1. ЈАВЕН РАДИОДИФУЗЕН СЕРВИС.....	22
2. КОМЕРЦИЈАЛНИ ТЕЛЕВИЗИИ	29
Телевизии на државно ниво преку терестријален предавател	29
Телевизии на државно ниво преку сателит	35
Телевизии на државно ниво преку јавна електронска комуникациска мрежа.....	39
Телевизии на регионално ниво	42
Телевизии на локално ниво.....	49
3. КОМЕРЦИЈАЛНИ РАДИОСТАНИЦИ	54
Радиостаници на државно ниво.....	54
Радиостаници на регионално ниво	58
Радиостаници на локално ниво	64
АНАЛИЗА НА ПОДАТОЦИТЕ ЗА ГЛЕДАНОСТА НА ТЕЛЕВИЗИИТЕ И СЛУШАНОСТА НА РАДИОСТАНИЦИТЕ	71
ПРЕГЛЕД НА ТАБЕЛИ	79
ПРЕГЛЕД НА СЛИКИ	80

ВОВЕД

Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, веќе неколку години наназад изработува редовни годишни анализи на пазарот на аудио и аудиовизуелни медиумски услуги. Сознанијата од овие анализи се од исклучителна важност за остварување на надлежностите на Агенцијата, којашто во своето работење се грижи за постигнување на целите на Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги. Во членот 2 на овој Закон, покрај другите, утврдени се и следните цели „развој на аудио и аудиовизуелните медиумски услуги“, „развој на независната продукција“, „поттикнување и развој на конкуренцијата во аудио и аудиовизуелните медиумски услуги ...“ и „развој на економијата во Република Македонија“.

Во првиот дел од оваа Анализа, се претставени податоците за моделите на коишто публиката во Македонија ги користи медиумите, ставовите и мислењето на публиката за понудата на домашните телевизии, начинот на којшто го прима телевизискиот сигнал, како и бројот на радиодифузери во анализираната година. Во овој дел користени податоци од Истражувањето на потребите на публиката, што по нарачка на Агенцијата го спроведе истражувачката агенција „SWOT Research“ од Скопје, податоци од Годишниот извештај за досегот на радиостаниците и за уделот во вкупната гледаност на телевизиските станици, што исто така по нарачка на Агенцијата го изработи истражувачката агенција „Market Vision“ од Скопје, како и податоци со коишто располага Агенцијата.

Во вториот дел се анализирани податоците за економското работење на радиодифузерите. Овие податоци, согласно обврската од членот 15 став 1 од Законот за медиуми, во Агенцијата ги доставија самите радиодифузери. Од вкупно 134 радиодифузери, само пет (една регионална радиостаница и четири локални радиостаници) не доставија податоци во законски утврдениот рок. Агенцијата им изрече мерка писмена опомена и им даде дополнителен рок од 45 дена да ја исполнат оваа обврска. Во дополнителниот рок обврската ја исполнија три радиодифузери, а две локални радиостаници (РА Охрид од Охрид и РА Ди-Џеј од Струга) воопшто не ги доставија податоците, поради што, а согласно одредбите од Законот за медиуми Агенцијата им ги одзеде дозволите. Податоците за работењето на Македонската радио-телевизија се обезбедени од Финансискиот извештај за реализација на финансискиот план на ЈП Македонска радио телевизија за 2015 година. Овие податоци 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 конкуренцијата¹. Согласно член 5 од Законот за заштита на

¹ 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>

конкуренцијата (Службен весник на Република Македонија бр.145/10, 136/11 и 41/14) *"„релевантен пазар на стоки" е пазар на сите стоки и/или услуги што се сметаат за меѓусебно разменливи или заменливи за потрошувачот, според карактеристиките на стоките, нивните цени и нивната наменска употреба"*, а *"„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"*. Оттука, во Анализата засебно се анализирани податоците за економското работење на јавниот радиодифузен сервис, на комерцијалните телевизии и на комерцијалните радиостаници, а кај последните две, засебно се анализирани и податоците на радиодифузерите на државно, регионално и локално ниво.

Последниот дел од Анализата се однесува на гледаноста на телевизиите и слушаноста на радиостаниците, според податоците од тримесечните истражувања што во анализираната година ги спроведе истражувачката агенција „Market Vision“ од Скопје. Податоците се добиени со користење на методот – телефонско интервју, на репрезентативен примерок од 1.500 испитаници квартално.

Имајќи ја предвид важноста што за развојот на телевизиската индустрија ја има обезбедувањето на прецизни и точни податоци за гледаноста на телевизиските станици, во 2015 година Агенцијата продолжи со активностите започнати во претходната година, чија цел беше во Република Македонија да се формира заеднички индустриски комитет, којшто ќе ги координира активностите во врска со електронското мерење на телевизиската публика. На почетокот на јануари 2015 година, беше формиран Македонскиот комитет за мерење на публиката, чии членови се ТВ Алсат-М, ТВ Алфа, ТВ Канал 5, ТВ Телма, ТВ Сител, Македонската радиотелевизија, Македонската асоцијација на агенции за маркетинг и Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги. Во моментот на изработка на оваа Анализа, во тек е прецизирање на одредени детали од договорот помеѓу Комитетот и избраната агенција - АГБ Нилсен, пред негово конечно склучување.

Поради ваквата фактичка ситуација и во овојгодишнава анализа не се презентирани податоците од електронското мерење на гледаноста на телевизиите, како и податоците за огласувачите во телевизиската индустрија. Имено, уште во минатогодишната анализа посочивме дека при длабински интервјуа, претставници на маркетинг агенциите и на индустријата, на Агенцијата и укажаа дека е потребно да се ревидира начинот на којшто се пресметуваат податоците за огласувачите во телевизиската индустрија, поради тоа што оние што се на располагање се *„неразумно далеку од реалниот износ"*. На пример, во 2013 година, според агенцијата Аналитика од Скопје, бруто вредноста на емитуваните

рекламни спотови изнесувала 318,07 милиони евра, а според претставниците на индустријата, ова вредност не надминува четириесетина милиони.

Очекуваме, по склучувањето на договорот, кога АГБ Нилсен ќе започне да работи согласно методологијата прифатена од страна на индустријата, овие недостатоци да бидат отстранети и веќе наредната година да располагаме со релевантни податоци коишто ќе може да се искористат при изработката на анализата за 2016 година.

РЕЗИМЕ

Табела 1. Клучни наоди

	во милиони денари				
	вкупни приходи	приходи од реклами	вкупни трошоци	резултат од работењето	просечен број на вработени во редовен работен однос
Јавен сектор					
Македонска радио-телевизија	1,284.19	25.56	1,223.87	51.7	907
Комерцијален сектор					
Телевизиска индустрија					
ТВ на државно ниво	1,297.85	1,226.86	1,269.06	13.67	585
ТВ на државно ниво преку сателит или ЈЕКМ	58.62	45.72	132.39	-73.87	211
Регионални телевизии	250.59	221.03	260.65	-12.19	397
Локални телевизии	35.17	29.38	40.21	-5.14	76
Радиска индустрија					
Радиостаници на државно ниво	88.4	68.71	83.59	3.49	50
Регионални радиостаници	50.73	41.33	49.51	-0.32	56
Локални радиостаници	36.71	32.81	36.41	1.85	95

- Телевизијата останува најзначаен медиум за информирање – 74,9% од граѓаните за домашните и странските настани секојдневно се информираат од телевизијата. Втор најчест извор за информирање е интернетот.
- 84,3% од македонските домаќинства ги користеле услугите на операторите на јавни електронски комуникациски мрежи, а само 7,5% ги примале само домашните телевизии со слободен пристап.
- На почетокот годината, покрај јавниот радиодифузен сервис, програма емитуваа уште 136 радиодифузери (63 телевизии и 73 радиостаници). Во текот на годината, бројот на комерцијалните радиостаници не се промени. По доделувањето на нови дозволи и одземањето на некои од постојните, на крајот на годината дозвола да емитуваат телевизиска програма имаа 66 субјекти.

- Вкупните приходи што сите радиодифузери ги оствариле по различни основи изнесувале 3.102,26 милиони денари.

52,94% од овие средства биле приходите на комерцијалните телевизии, 41,40% приходите на јавниот радиодифузен сервис, а 5,67% приходите на комерцијалните радиостаници.

Од продажба на времето за рекламирање биле остварени приходи во висина од 1.691,40 милиони денари. 91,55% од овие средства ги прикажале телевизиите, а 8,45% радиостаниците.

- Вкупните приходи на Македонската радио-телевизија изнесувале 1.284,19 милиони денари. Најголемо учество во структурата на приходите има радиодифузната такса (65,76%). Само 1,99% од вкупните приходи биле од рекламирање. Во оваа година јавниот радиодифузен сервис воопшто не остварил приходи од рекламирање на радиските програмски сервиси.

Вкупните трошоци на Македонската радио-телевизија изнесувале 1.223,87 милиони, што е за 4,83% помалку отколку во претходната година.

На крајот на годината јавниот радиодифузен сервис остварил позитивен финансиски резултат во висина од 51,7 милиони денари.

- Комерцијалните телевизии заеднички оствариле вкупни приходи во износ од 1.642,22 милиони денари. Телевизиите на државно ниво прикажале 82,6% од овој износ, телевизиите на регионално 15,26%, а локалните телевизии само 2,14%.

Од продажба на времето за рекламирање комерцијалните телевизии оствариле вкупно 1.522,99 милиони денари, што е за 4,05% повеќе отколку во претходната година. 79,03% од приходите за огласување на телевизија, биле приходите на петте телевизии на државно ниво преку терестријален предавател. Речиси половина од буџетите за рекламирање на телевизија, поточно 48,75% огласувачите ги издвоиле за рекламирање на ТВ Сител и на ТВ Канал 5. И оваа година ТВ Сител остварила повеќе приходи од рекламирање отколку сите телевизии на државно ниво преку сателит или преку јавна електронска комуникациска мрежа, регионалните и локалните телевизии заедно.

Во анализираната година, сите комерцијални телевизии заедно потрошиле вкупно 1.702,31 милиони денари. Трошоците на телевизиите на државно ниво претставуваат 82,33% од овој износ, трошоците на регионалните телевизии 15,31%, а трошоците на локалните телевизии 2,36%.

Најголем дел од трошоците на комерцијалните телевизии (35,30%) биле за набавка на програма. ТВ Сител потрошила безмалку исто средства за набавка на

програма (вкупно 300,11 милиони денари) колку сите останати комерцијални телевизии заедно (304,25 милиони денари).

Финансискиот резултат од работењето на сите комерцијални телевизии бил загуба во износ од 77,53 милиони денари, што најмногу се должи на загубата на телевизиите на државно ниво преку сателит или преку јавна електронска комуникациска мрежа (73,87 милиони денари). Единствено телевизиите што емитуваат на државно ниво преку терестријален предавател заеднички оствариле позитивен финансиски резултат од работењето.

Просечниот број на вработени во комерцијалните телевизии изнесувал 1.245 лица, од коишто 796 биле ангажирани во телевизиите на државно ниво, 397 кај телевизиите на регионално ниво и 76 во локалните телевизии.

- Вкупните приходи на комерцијалните радиостаници изнесувале 175,84 милиони денари, што е за 11,07% повеќе отколку во претходната година. Четирите радиостаници на државно ниво оствариле повеќе приходи отколку сите регионални и локални радиостаници заедно.

Приходите од рекламирање на радиоскиот пазар изнесувале 142,85 милиони денари. 48,10% од приходите за рекламирање на радио огласувачите издволе за рекламирање на радиостаниците на државно ниво, 28,93% на регионалните и 22,97% на локалните радиостаници.

Заедничките трошоци на комерцијалните радиостаници изнесувале 169,51 милиони денари. Речиси половина од овие средства (49,31%) биле трошоците на четирите радиостаници на државно ниво. Најголем дел од трошоците биле направени за плати и други надоместоци за лицата директно поврзани со производство на програма.

Овие 73 радиостаници заеднички оствариле позитивен финансиски резултат од работењето во износ од 5,02 милиони денари, а просечниот број на вработени во редовен работен однос кај нив изнесувал 201 лице.

- Во 2015 година, публиката најчесто гледала вести и информативна програма и играни серии.

Најголем дел од граѓаните сметаат дека играните серии се премногу застапени во понудата на домашните телевизии, а препознаваат недостиг на културна и образовна програма, програми за деца и цртани филмови, документарни емисии и играни филмови.

Публиката не била задоволна од квалитетот на играните филмови, играните серии и образовната програма.

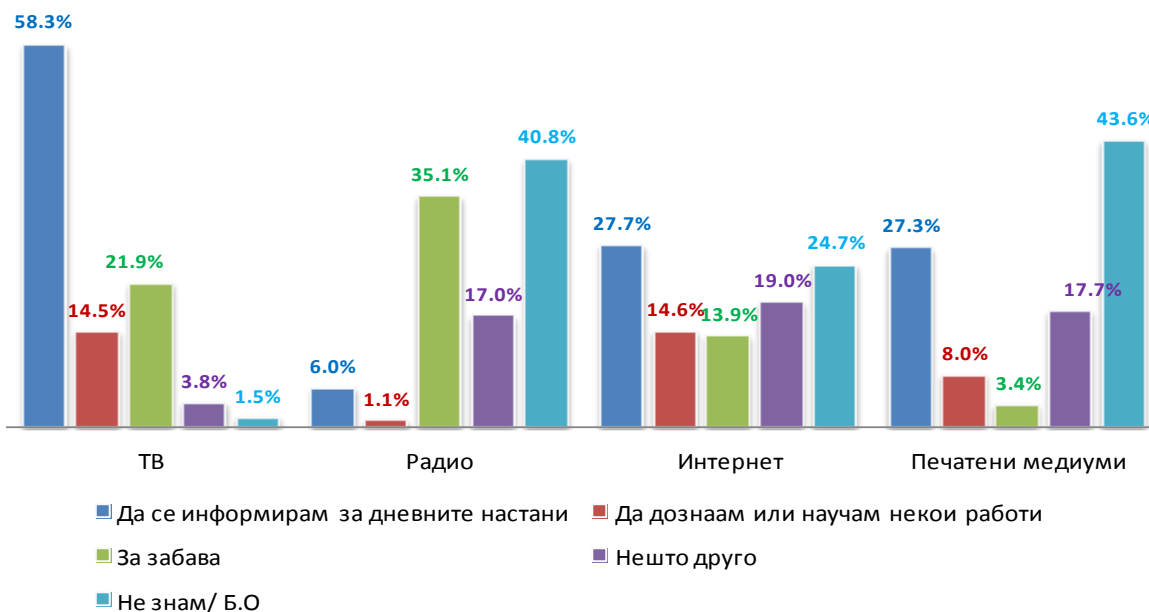
МОДЕЛИ НА КОРИСТЕЊЕ НА МЕДИУМИТЕ И СТАВОВИ НА ПУБЛИКАТА

Податоците за моделите на користење на медиумите се обезбедени од Истражувањето на потребите на публиката, што во периодот ноември - декември 2015 година, по нарачка на Агенцијата го спроведе истражувачката агенција „SWOT Research“ од Скопје. Телефонското истражување беше спроведено на репрезентативен примерок од 1200 испитаници.

И во 2015 година најчеста причина поради којашто граѓаните гледале телевизија било да се информираат за домашните и странските настани. Сепак, резултатите од истражувањата покажуваат дека нивното учеството се намалува. Па така, во 2015 година 58,3% од испитаниците одговориле дека најчесто гледаат телевизија за да се информираат, наспроти 66% во 2012 година. Од друга страна пак, се зголемило учеството на оние коишто најчесто гледаат телевизија за забава – од 18% во 2012 година на 21,9% во 2015 година.

Најчеста причина поради којашто публиката слушала радио е за забава, а речиси подеднаков дел од граѓаните најчесто ги користеле интернетот и печатените за да се информираат за домашни и странски настани (27,7%, односно 27,3%).

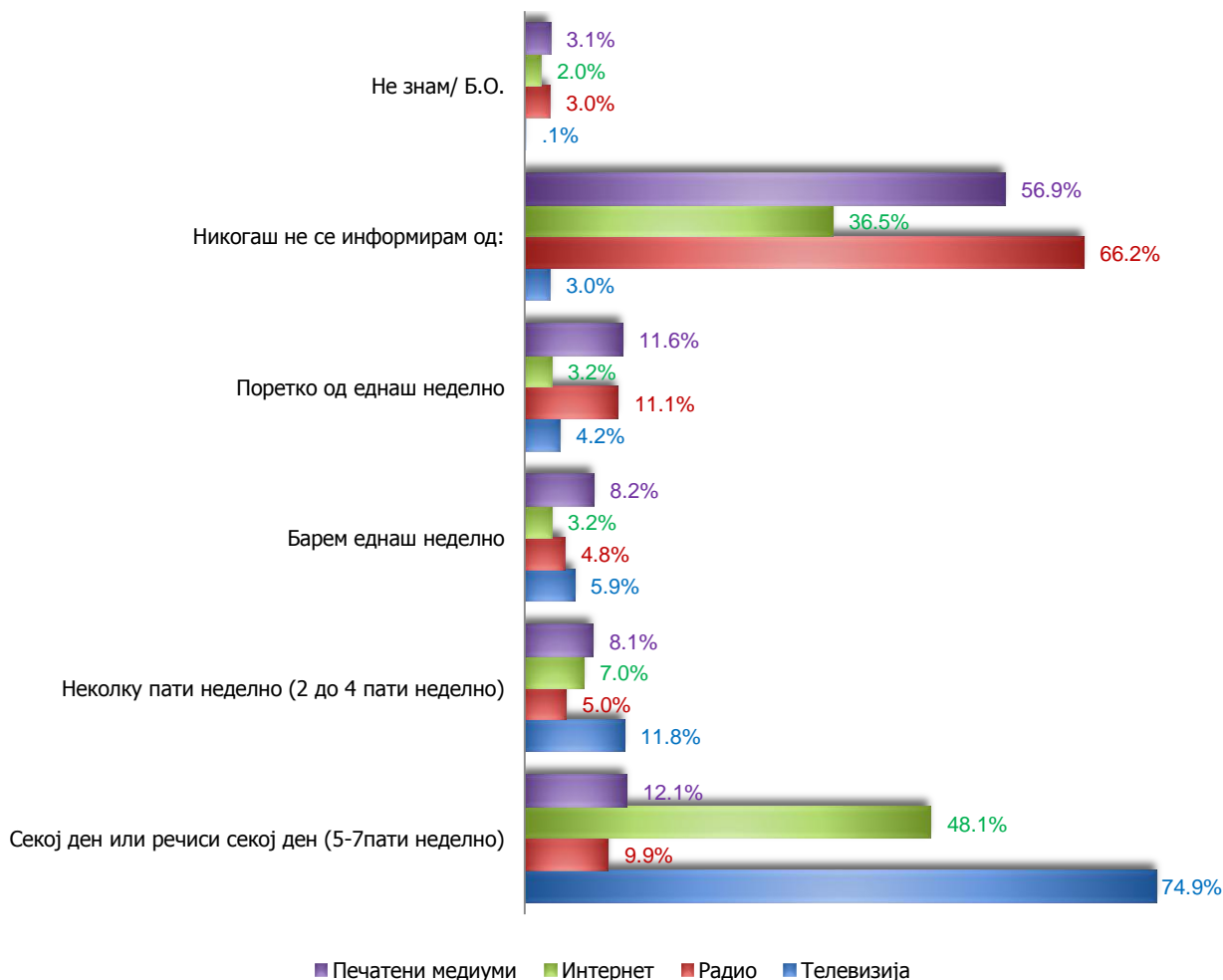
Слика 1.3а што најчесто ги употребувате медиумите?



Телевизијата го задржува водството над останатите медиуми во однос на информирањето на граѓаните. Речиси 75% од граѓаните, секој ден или речиси секој ден за домашни и

странски настани се информирале од телевизијата, а 11,8% неколку пати во неделата. На второто место е интернетот со 48,1%, а трет избор на граѓаните се печатените медиуми со 12,1%. Радиото е медиум којшто најмал дел од граѓаните го користат за да се информираат.

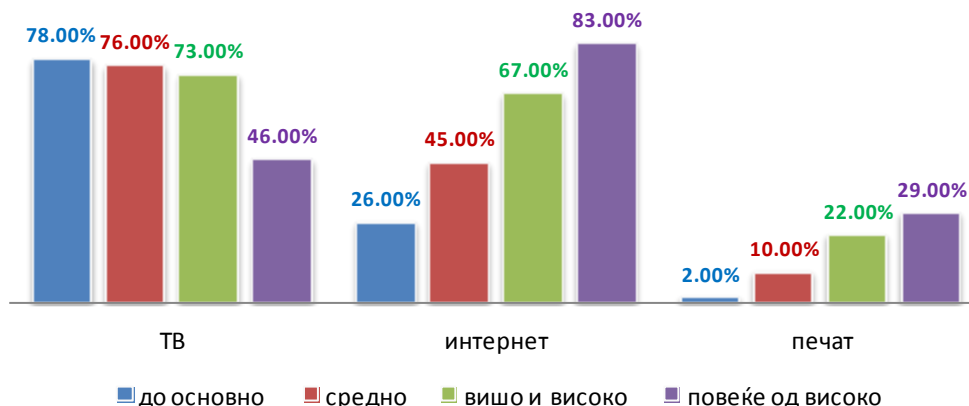
Слика 2. Колку често при информирањето за домашни и странски настани, се информирате од....?



Резултатите од истражувањето покажуваат дека публиката не користи само еден извор за информирање, туку комбинација од повеќе од нив (најчесто телевизија и интернет).

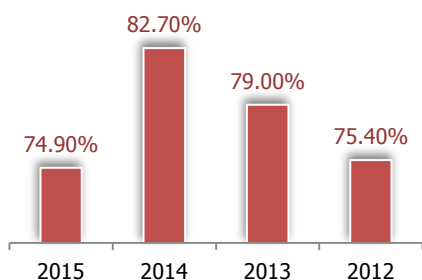
Односот помеѓу бројот на публиката којшто секојдневно се информира од телевизијата е обратно пропорционален со степенот на образование, односно со зголемување на степенот на образование на испитаниците се намалува учеството на оние коишто се информираат од телевизијата. Состојбата е обратна кај испитаниците коишто се информираат од интернет и од печатени медиуми.

Слика 3. За домашните и странските настани секојдневно де информирам од... (според степенот на образование)



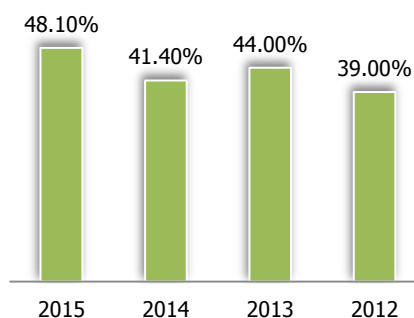
Од друга страна пак, со зголемување на возраста се зголемува и учеството на испитаниците коишто секојдневно или речиси секој ден се информираат од телевизијата: 51% од испитаниците на возраст помеѓу 15 и 25 години, 52% од оние на возраст помеѓу 26 и 35 година, 71% од оние на возраст помеѓу 36 и 45 години, 86% од оние на возраст од 56 и 54 години и дури 90% од испитаниците над 65 години. Обратно пропорционално пак, со зголемување на возраста се намалува учеството на оние коишто се информираат од интернет – од 89% од испитаниците на возраст помеѓу 15 и 25 години, до само 9% од испитаниците над 65 години.

Слика 4. „за домашните и странските настани секојдневно се информирам од телевизијата“



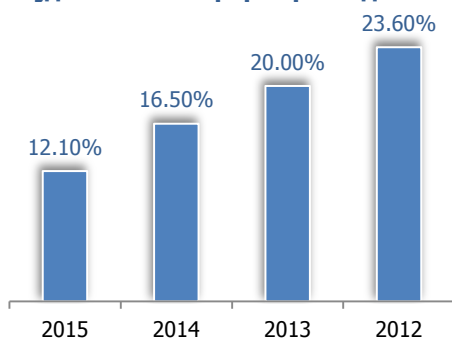
И покрај тоа што телевизијата сè уште е медиум од којшто граѓаните најчесто се информираат, во последната година се забележува дека помал дел од граѓаните секој ден или речиси секој ден се информирале од телевизијата отколку во претходната година, и тоа за 7,8 процентни поени.

Слика 5. „за домашните и странските настани секојдневно се информирам од интернет“



Од друга страна, за речиси толку се зголемило учеството на оние што се информирале од интернетот (за 6,7 процентни поени).

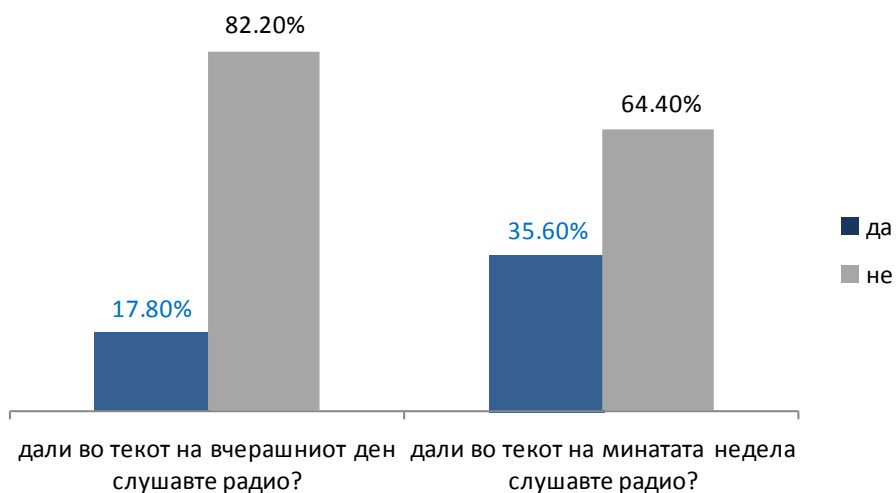
Слика 6. „за домашните и странските настани секојдневно се информирам од печатените медиуми“



Учеството на граѓаните коишто секојдневно или речиси секојдневно се информирале од печатените медиуми, се намалува од година в година.

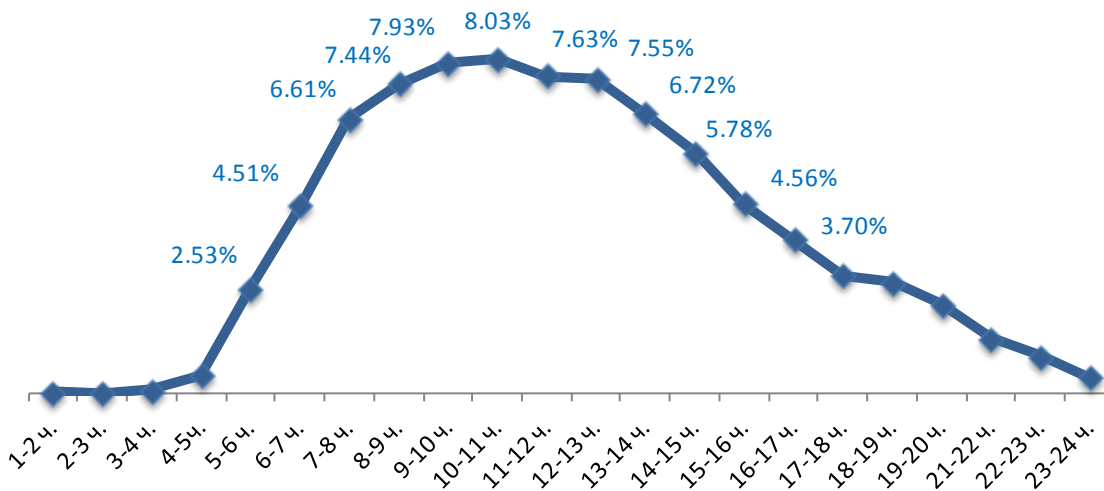
Само 17,80% од македонските граѓани слушаат радио секој ден (дома, во автомобил, кај пријатели, во угостителски објети или на било кое друго место).

Слика 7. „Дали во текот на вчерашниот ден/изминатата недела слушавте радио?“



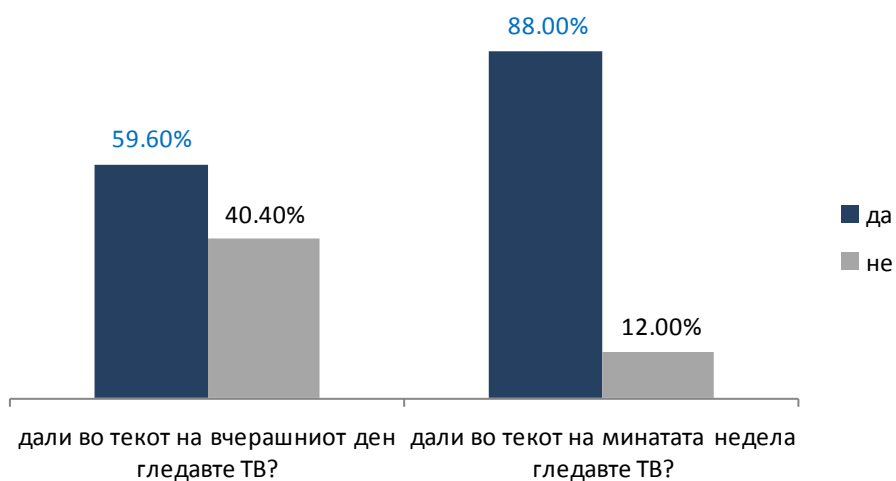
35,60% од испитаниците одговориле дека во текот на минатата недела слушале некоја радиостаница. Период во којшто македонската публика најчесто слуша радио е помеѓу осум и 14 часот.

Слика 8. „Во кој период од денот вчера слушавте радио“



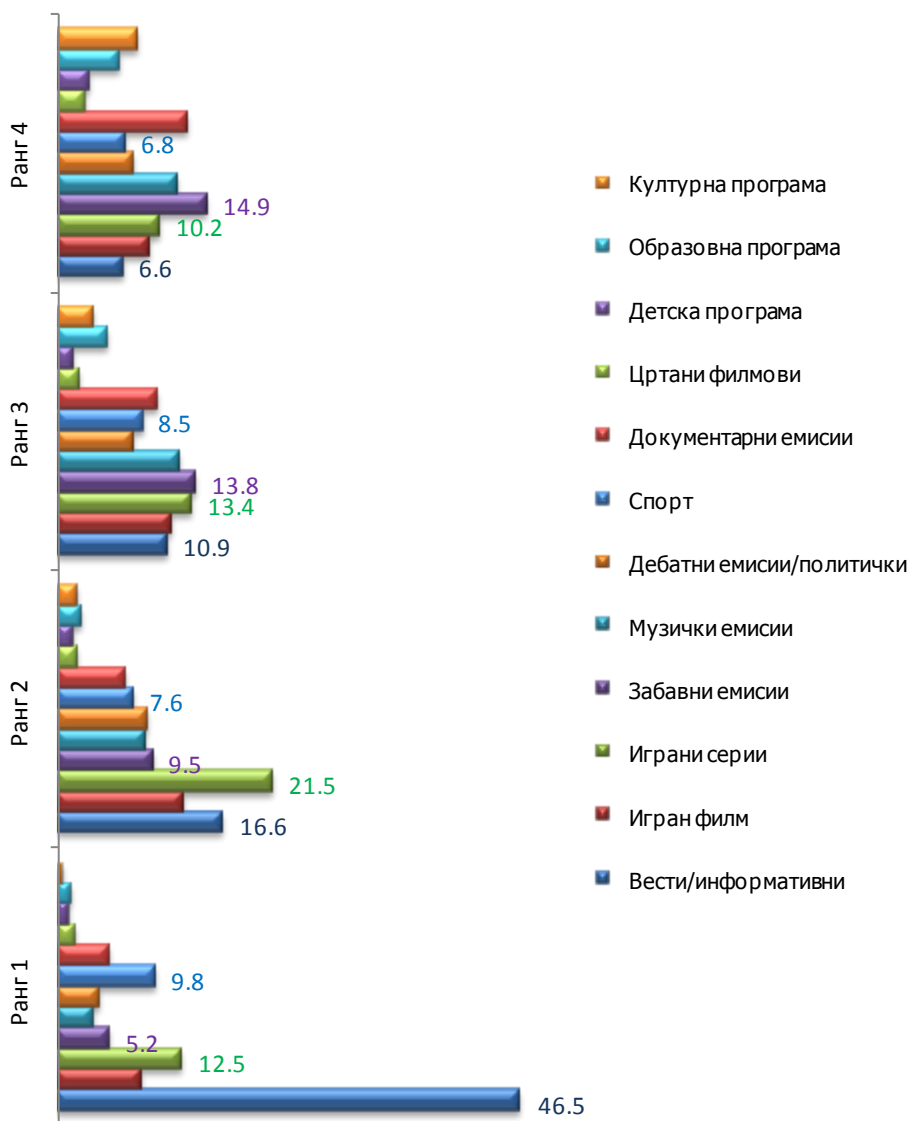
Речиси 60% од испитаниците, на прашањето „дали во текот на вчерашниот ден гледавте телевизија“ одговориле потврдно. Само 12% од нив одговориле дека во изминатата седмица воопшто не гледале телевизија.

Слика 9. „Дали во текот на вчерашниот ден/изминатата недела гледавте телевизија?“



Најчест избор од понудените програмски содржини на македонската публика биле вестите и информативната програма. Запрашани да ги рангираат во најмногу четири категории програмските содржини што најчесто ги гледаат на телевизија, 46,5% во прв ранг ги одбрале вестите и информативната програма, а зад нив играните серии (12,5%), спортските содржини (9,8%) и забавните емисии (5,2%).

Слика 10. „Рангирајте ги во најмногу четири категории програмските содржини според тоа колку ги гледате“



Програмски содржини за коишто најголем дел од испитаниците (67,3%) одговориле дека се премногу застапени во понудата на домашните телевизии биле само играните серии.

За забавните и музичките емисии, спортските содржини, вестите односно информативните програми, како и дебатните односно политичките емисии, најголем дел од публиката сметала дека се доволно застапени.

Програмски содржини за коишто најголем дел од испитаниците сметале дека не се доволно застапени биле културната и образовната програма, програмите за деца и цртаните филмови, документарните емисии и играните филмови.

Слика 11. „ До кој степен сметате дека секоја од програмските содржини е застапена на домашните канали? “

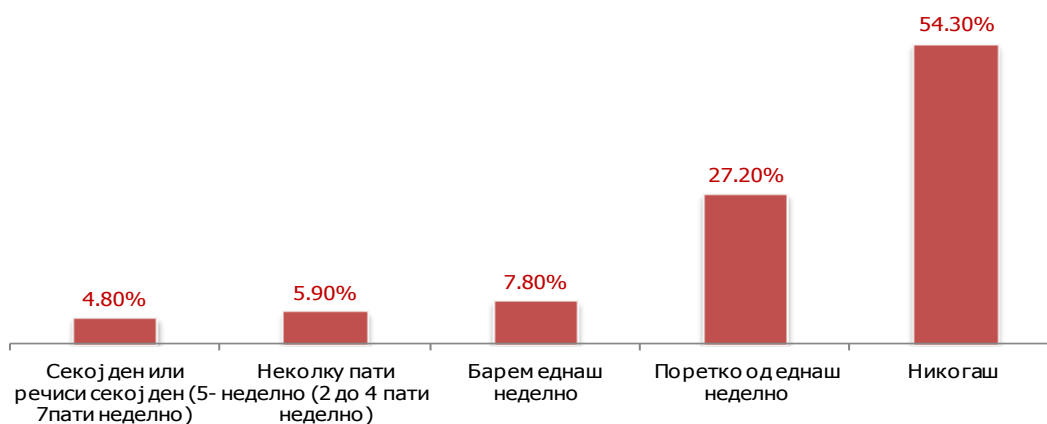


Публиката не била задоволна од квалитетот на играните филмови, играните серии и образовната програма – односно најголем дел од испитаниците оценувајќи го квалитетот на овие содржини се изјасниле дека тој не е на задоволително ниво. За квалитетот на сите останати програмски содржини, најголем дел од испитаниците сметале дека е на задоволително ниво.

Повеќе од половина од испитаниците (59,5%) не поседувале мобилен телефон преку кој може да се гледаат телевизиски содржини. Со зголемувањето на степенот на образование на испитаниците, се зголемувал и уделот на оние коишто поседуваат ваков уред (од само 27,4% од оние со основно образование, 36,3% од оние со средно, 55,9% со вишо и високо, до 71,9% од испитаниците кои имале комплетирано повеќе од високо образование). Очекувано, со зголемување на возраста на испитаниците, се намалувало учеството на оние коишто поседуваат мобилен телефон со ваква можност (84% од испитаниците на возраст од 16 до 25 години, 73,2% од испитаниците на возраст помеѓу 26 и 35 години, 47,3% од испитаниците помеѓу 35 и 45 години, 36,2% од испитаниците од 46 до 55 години, 24,4% од оние на возраст од 56 до 64 години и само 13,2% од испитаниците што имале над 65 години).

Испитаниците коишто поседуваат ваков мобилен телефон, понатаму беа запрашани колку често ја користат оваа можност. Дури 54,3% од нив одговориле дека никогаш не гледаат телевизиски содржини на мобилниот телефон и покрај тоа што ја имаат таа можност, а само 4,8% одговориле секој ден или речиси секој ден. Најголем дел од оние коишто гледаат телевизиски содржини на својот мобилен телефон тоа го прават поретко од еднаш неделно. Помладите испитаници, на возраст до 35 години, во поголем процент ја користат оваа можност.

Слика 12. Колку често гледате телевизиски содржини на мобилниот телефон

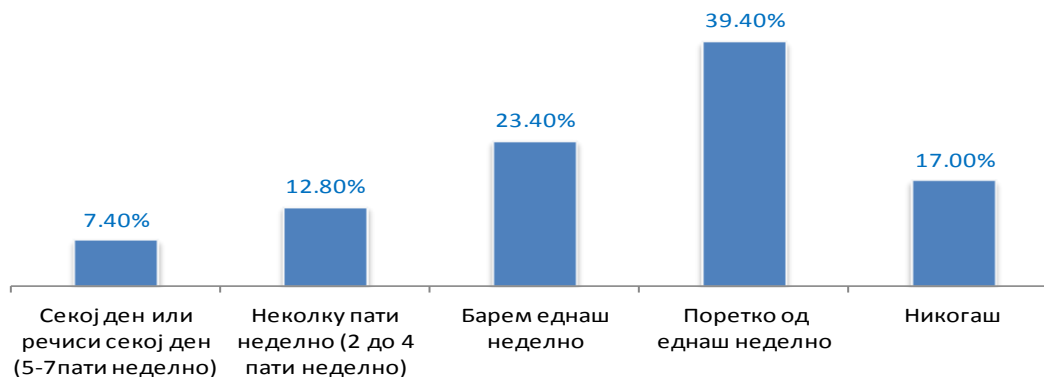


73,8% од испитаниците одговориле дека компјутерот, таблетот или лаптопот што го користат дома е поврзан на интернет, 16% дека не е поврзан, а останатите 10,2% дека воопшто не поседуваат таков уред. Со зголемување на степенот на образование и со намалување на возраста на испитаниците се зголемувало учеството на оние коишто користат интернет дома на било кој од овие уреди.

Само 17% од испитаниците одговориле дека никогаш не гледаат телевизиски содржини на овие уреди.

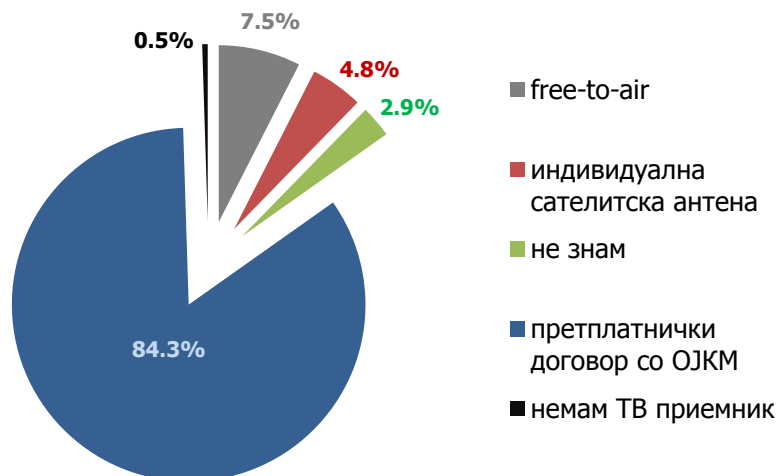
7,4% гледаат секој или речиси секој ден, 12,8% неколку пати неделно, 23% барем еднаш неделно и 39,4% поретко од еднаш неделно.

Слика 13. Колку често гледате телевизиски содржини на компјутер/таблет/лаптоп



Според резултатите од истражувањето што во 2015 година, по нарачка на Агенцијата го спроведуваше истражувачката агенција Маркет Вижн од Скопје², само 7,5% од македонските домаќинства користеле обична антена, односно го примале само сигналот на домашните телевизии коишто емитуваат преку терестријален мултиплекс (во 2014 година – 6,2%, во 2013 – 7,4%, во 2012 – 10,6%, а во 2009 – 23,4%).

Слика 14. Начин на прием на ТВ сигналот



84,3% од македонските домаќинства ги користеле услугите на операторите на јавни електронски комуникациски мрежи. Во споредба со резултатите од истражувањата спроведени во претходните години, во 2015 година, бројот домаќинства претплатени кај

² Годишниот извештај од ова истражување е достапен на веб страницата на Агенцијата, на следниот линк: http://avmu.mk/images/AVMU_godishen_izveshtaj_2015.pdf

операторите се намалил, и тоа за 5,7 процентни поени во споредба со 2014 година и за 4,7 процентни поени во споредба со 2013 година.

4,8% од домаќинствата користеле индивидуална сателитска антена, речиси 3% од испитаниците не знале да одговорат на прашањето „на каков вид телевизиски приклучок е приклучен главниот телевизор во вашиот дом?“, а 0,5% од испитаниците немале телевизор во домот.

БРОЈ НА РАДИОДИФУЗЕРИ

На почетокот на јануари 2015 година, на постојните радиодифузери, Агенцијата им ги издаде новите дозволи согласно Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги. Дотогаш тие ја вршеа дејноста врз основа на дозволите за вршење радиодифузна дејност коишто беа издадени согласно Законот за радиодифузна дејност. На 03.01.2014 година, стапи на сила Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, во којшто е предвидено дека дејностите „телевиска програма и емитување“ и „емитување на радиопрограма“ се вршат врз основа на дозвола за телевизиско, односно радио емитување. Во декември 2014 година, Агенцијата го започна процесот на замена на дозволите, објавувајќи јавен повик за замена на постојните дозволи за вршење на радиодифузна дејност со нови дозволи за телевизиско или радио емитување. Од вкупно 139 радиодифузери коишто имаа доволи за вршење радиодифузна дејност, 133 доставија пријави за замена на дозволите. Две локални радиостаници (РА ЦД од Велес и РА Морис од Македонски брод) и една локална телевизија (ТВ Нова од Куманово) престанаа да ја вршат дејноста, а три локални телевизији (ТВ Тера од Битола, ТВМ од Охрид и ТВ Арт од Тетово) се откажаа од постојните дозволи за емитување на локално ниво и до Агенцијата доставија барања за доделување дозвола за телевизиско емитување преку јавна електронска комуникациска мрежа и тоа ТВ Тера и ТВМ на регионално ниво, а ТВ Арт на државно ниво. Така, во декември 2014 година, Агенцијата донесе Одлука за замена на постојните дозволи за вршење радиодифузна дејност со нови дозволи за телевизиско емитување, на вкупно 133 радиодифузери (бр.08-713 од 27.12.2014 година) и три одлуки за доделување дозвола за телевизиско емитување преку јавна електронска комуникациска мрежа што не користи ограничен ресурс, и тоа на ТВ М – за емитување на регионално ниво, на подрачјето Д6 – Мали Влај (Одлука бр.08-694 од 24.12.2014 година), на ТВ Тера од Битола – исто така за емитување на регионално ниво, на подрачјето Д5 – Пелистер (Одлука бр.08-693 од 24.12.2014 година) и на ТВ Арт од Тетово – за емитување на државно ниво (Одлука бр.08-715 од 31.12.2014 година).

Табела 2. Број на телевизиски станици – јануари 2015 година

Ниво на емитување	Начин на пренос / предавател	ТВ	вкупно
државно	Терестријален	5	11
	Сателитски	5	
	ЈЕКМ*	1	
регионално	Терестријален	25	29
	ЈЕКМ*	4	
локално	ЈЕКМ*	23	23
вкупно		63	63

*јавна електронска комуникациска мрежа

На почетокот на годината вкупниот број на телевизиски станици изнесуваше 63, од кои 11 на државно ниво, 29 на регионално и 23 на локално ниво.

Во текот на годината, беа доделени уште четири дозволи за телевизиско емитување, и тоа три на државно ниво (на ТВ Шења, ТВ Компани 21-М и на ТВ Нова) и една на локално ниво за подрачјето на општините Куманово, Липково и Старо Нагоричане, сите четири за емитување преку јавна електронска комуникациска мрежа што не користи ограничен ресурс. Во оваа година беше одземена дозволата на регионалната телевизија ТВ БТР од Скопје.

Табела 3. Телевизиски станици на регионално ниво

Радиодифузен регион	Населени места	Број на телевизии			
		01.01.2015 г.		31.12.2015г.	
		дтм	јекм	дтм	јекм
Д1 -Скопје	Скопје	6	2	5	2
Д1 - Велес	Велес, Свети Николе, Кавадарци, Неготино	2		2	
Д2	Куманово, Крива Паланка, Кратово	2		2	
Д3	Штип, Кочани, Винаца, Пробиштип, Делчево, Берово	3		1	2
Д4	Струмица, Гевгелија, Радовиш, Валандово, Богданци	3			3
Д5	Битола, Прилеп, Кичево, Македонски Брод, Ресен, Крушево	3	1	1	3
Д6	Охрид, Струга	1	1	1	1
Д7	Дебар	1		1	
Д8	Тетово, Гостивар, Маврово	4		3	1
вкупно		29		28	

Исто така, во текот на годината, осум телевизиски станици коишто имаа дозвола да емитуваат програма на регионално ниво преку терестријален мултиплекс, до Агенцијата доставија барања за издавање дозвола за емитување на истото подрачје, но преку јавна електронска комуникациска мрежа што не користи ограничен ресурс (ТВ Канал Визија од Прилеп, ТВ Ускана од Кичево, ТВ Ирис и ТВ Стар од Штип, ТВ Кобра од Радовиш, ТВ Чеграни Медиа од село Чеграни, Гостивар, ТВ Вис и ТВ Телеканал А1, двете од Струмица).

На крајот на годината, дозвола за телевизиско емитување имаа вкупно 66 субјекти.

Табела 4. Број на телевизиски станици – декември 2015 година

Ниво на емитување	Начин на пренос / предавател	ТВ	вкупно
	државно	Терестријален	5
Сателитски		5	
ЈЕКМ*		4	
регионално	Терестријален	16	28
	ЈЕКМ*	12	
локално	ЈЕКМ*	24	24
вкупно		66	66

Бројот на радиостаниците во текот на анализираната година не се промени – вкупно 73, од кои четири на државно ниво, 17 на регионално (16 комерцијални и едно непрофитно радио) и 52 на локално ниво (50 комерцијални и две непрофитни).

ЕКОНОМСКО РАБОТЕЊЕ

1. ЈАВЕН РАДИОДИФУЗЕН СЕРВИС

Во членот 107 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги се утврдени програмите и програмските сервиси од јавен интерес што Македонската радио-телевизија задолжително треба да ги обезбеди, а во членот 109 начинот на покривање на трошоците за обезбедување на овие програмски сервиси.

Програмски сервиси што МРТ ги обезбедува (член 107 од ЗАВМУ)	Покривање на трошоците за обезбедување на програмските сервиси (член 109 од ЗАВМУ)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ најмалку еден телевизиски програмски сервис на македонски јазик и телевизиски програмски сервис на јазикот што го зборуваат најмалку 20% од граѓаните кој е различен од македонскиот јазик и на другите немнозински заедници – МРТ1 и МРТ 2; ▪ најмалку два радиопрограмски сервиси на македонски јазик и еден радиопрограмски сервис на јазикот што го зборуваат најмалку 20% од граѓаните кој е различен од македонскиот јазик и на другите немнозински заедници – МР1, МР2 и МР3. 	<p>Од радиодифузна такса, емитување на аудио и аудиовизуелни комерцијални комуникации, донации, продажба на програма и услуги, а доколку овие средства не се доволни за целосно покривање на трошоците, тие може да се дообезбедат од Буџетот на РМ.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ посебни радиопрограми наменети за соседните земји и Европа на странски јазици; ▪ посебни радиопрограми наменети за информирање на иселениците и граѓаните на Република Македонија кои живеат во соседните земји, во Европа и на другите континенти на македонски и на јазикот што го зборуваат најмалку 20% од граѓаните кој е различен од македонскиот јазик и на другите немнозински заедници; ▪ најмалку еден радио и еден телевизиски програмски сервис преку сателит и/или интернет наменет за иселениците и граѓаните на Република Македонија кои живеат во Европа и на другите континенти на македонски јазик и на јазикот што го зборуваат најмалку 20% од граѓаните кој е различен од македонскиот јазик и на другите немнозински заедници (МРТ 1 САТ, МРТ 2 САТ и МР САТ); ▪ програмскиот сервис на Собранискиот канал утврден во Законот за Собранието на Република Македонија (МРТ Собраниски). 	<p>Од Буџетот на РМ.</p>

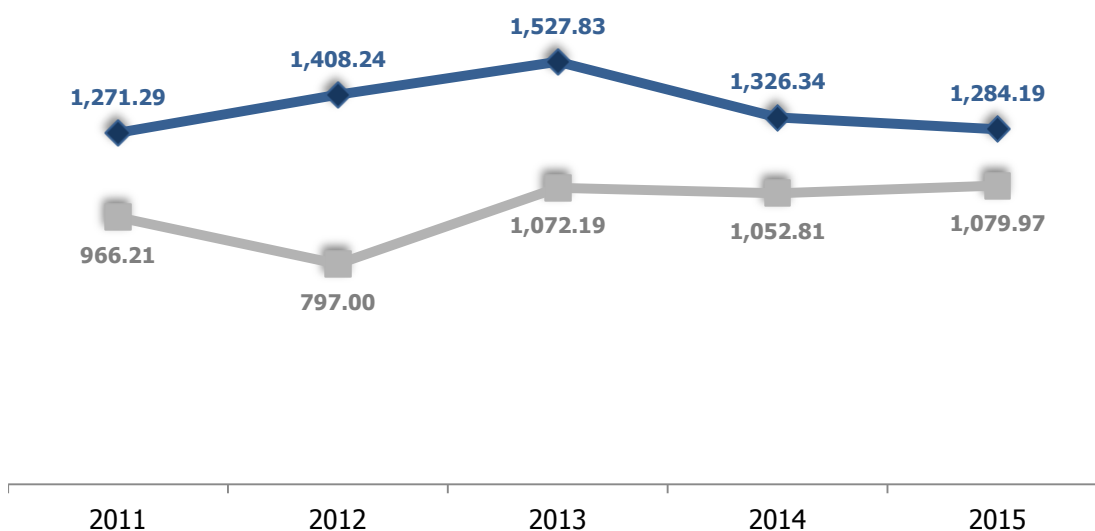
Во членот 105 од Законот е предвидено дека „МРТ се финансира од радиодифузната такса, од емитување на аудио и аудиовизуелни комерцијални комуникации, донации, продажба на програма и услуги и од средства обезбедени во Буџетот на Република

Македонија за тековната година, согласно овој Закон и Законот за контрола на државната помош".

Податоците за економското работење на Македонската радио-телевизија во 2015 година, се обезбедени од "Финансискиот извештај за реализација на финансискиот план на ЈРП Македонска радио-телевизија за 2015 година"³.

Во 2015 година, вкупните приходи на Македонската радио-телевизија изнесувале 1.284,19 милиони денари, што е за 3,18% помалку отколку во претходната година.

Слика 15. Движење на вкупните приходи на МРТ во последните десет години



Во периодот од последните пет години, вкупните приходи на јавниот сервис (пресметани онака како што книговодствено се прикажуваат – според фактурираната вредност на радиодифузната такса) биле највисоки во 2013 година (1.527,83 милиони денари), а најниски во 2011 година (1.271,29 милиони денари). Ако пак, се погледне движењето на вкупните приходи пресметани според реално наплатениот износ на радиодифузната такса, може да се забележи дека во истиот период, Македонската радио-телевизија остварила највисоки приходи токму во анализираната година (1.079,97 милиони денари).

Исто така, во анализираната година бил остварена и највисока наплата на радиодифузната такса, односно биле наплатени 75,82% од фактурираниот износ (во 2014

³ "Финансискиот извештај за реализација на финансискиот план на ЈРП Македонска радио-телевизија за 2015 година" е достапен на веб страницата на МРТ на следниот линк:
<http://mrt.com.mk/sites/default/files/%D0%A4%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%B8%D1%81%D0%BA%D0%B8%20%D0%B8%D0%B7%D0%B2%D0%B5%D1%88%D1%82%D0%B0%D1%98%20%D0%B7%D0%B0%20%20%D1%80%D0%B5%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%98%D0%B0%20%D0%BD%D0%B0%20%D1%84%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%B8%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%BE%D1%82%20%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D0%BD%20%D0%BD%D0%B0%20%D0%88%D0%A0%D0%9F%20%20%D0%9C%D0%A0%D0%A2%20%D0%B7%D0%B0%202015%D0%B3.pdf>

година биле наплатени 68,14%, во 2013 година 51,75%, во 2012 година 36,71%, а во 2011 година 51,77%).

Табела 5. Структура на приходите

Структура на приходите	Износ
Радифузна такса	844.52
Закупнини	0.77
Приходи од Владата на РМ за финансиска поддршка на МРТ	240.00
Приходи од Владата на РМ за финансиска поддршка - за реализација на процесот на дигитализација на РА и ТВ програмата	122.50
Технички услуги во земјата (останати права, останати услуги)	4.24
Приходи од странство (технички услуги, отстапени права)	1.49
Останати деловни приходи	19.55
Средства за Собраниски канал согласно член 35 став 2 од Законот за собрание	0.00
Приходи од наплата по судски одлуки	0.05
Приходи од Министерството за култура согласно Законот за поддршка на македонската музичка продукција	23.25
Продажба на рекламно време (маркетинг)	25.56
Приходи од Буџетот на РМ преку МИОА согласно член 92 став 10 од ЗАВМУ	2.25
Вкупно	1,284.19

Во структурата на приходите на Македонската радио-телевизија најголемо учество имале приходите од радифузната такса (65,76%). Во анализираната година, приходите што по овој основ ги остварил јавниот сервис изнесувале 844,52 милиони денари, од коишто биле наплатени 640,30 милиони денари.

Слика 16. Движење на приходите на МРТ од радифузна такса во последните пет години



Во последните пет години, износот на наплатените средства од радиодифузна такса се зголемувал од година в година.

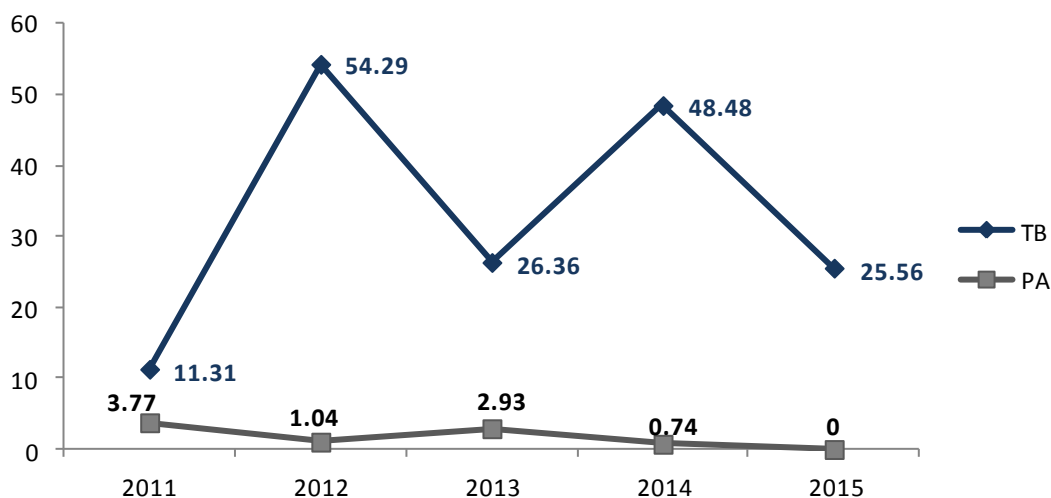
Значајно учество во структурата на вкупните приходи имаат средствата што на сметката на јавниот радиодифузен сервис ги префрлила Владата на Република Македонија за финансиска поддршка (240,00 милиони денари) и за реализација на процесот на дигитализација на радио и телевизиската програма (122,50 милиони денари).

На 01 јануари 2014 година, стапи на сила Законот за поддршка на домашната музичка продукција („Службен весник на Република Македонија“ бр.119/13), со којшто е предвидено дека „со цел за поттикнување на развојот на домашната забавна и народна музика, Јавното претпријатие Македонска радио-телевизија – Скопје со средства од Буџетот на Република Македонија, а по пат на јавен конкурс секоја година финансира создавање на 200 нови композиции, од кои 150 се од областа на забавната и народната музика и 50 се детски композиции“. Во 2015 година, за остварување на оваа надлежност на сметката на јавниот радиодифузен сервис биле префрлени 23,25 милиони денари.

Во членот 92 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги е утврдено дека за исполнување на обврската за производство и емитување на најмалку 30 часа документарна (став 8) и исто толку играма програма (став 9), јавниот радиодифузен сервис има право на надоместок за покривање на трошоците во висина од 50%, што се исплатува од средствата на буџетот на Министерството за информатичко општество и администрација. Во 2015 година, согласно со оваа законска одредба биле префрлени 2,25 милиони денари.

1,53% од вкупните приходи биле „останати деловни приходи“, односно приходи од камати, кусни разлики, отпишани обврски, приходи од минати години, донации и слично, во вкупен износ од 19,55 милиони денари.

Слика 17. Движење на приходите од рекламирање во последните пет години



Од продажба на времето за рекламирање Македонската радио-телевизија остварила вкупно 25,56 милиони денари. Целиот износ бил остварен само од емитување реклами на телевизиските програмски сервиси. Во оваа година, воопшто не биле остварени средства од емитување рекламни спотови на радиските програмски сервиси.

Овие приходи биле за 48,07% пониски отколку приходите од рекламирање во претходната година - вкупно 49,22 милиони денари (48,48 милиони денари од рекламирање на телевизиските програмски сервиси и 0,74 милиони денари од рекламирање на радио програмските сервиси).

И покрај тоа што јавниот радиодифузен сервис има пократко дозволено време за емитување аудио и аудиовизуелни комерцијални комуникации (8 минути во реален час) наспроти 12-те минути на комерцијалните телевизии, како и други ограничувања (за емитување реклами може да ги прекинува само играната, спортската и забавната програма, а не му е дозволено ни рекламирање во периодот од 17:00 до 21:00 часот на телевизиските и во периодот од 9:00 до 14:00 часот на радиските програмски сервиси, освен во одредени со закон утврдени програми) очигледно е дека постои простор подобро да ја искористи можноста за остварување приходи од рекламирање.

Исто така, јавниот радиодифузен сервис треба дополнително да се ангажира и за да го прилагоди своето работење на новото дигитално опкружување, следејќи ги промените на начините на коишто публиката ги користи медиумите. За да може вистински да ја исполни својата улога на сервис на сите граѓани, покрај традиционалните линеарни услуги, треба да понуди и нови услуги. Тоа ќе му овозможи да допре до поголем број од македонските граѓани, а особено до помладите генерации коишто се помалку ги користат традиционалните медиуми, а се повеќе интернетот. Во прилог на ова, посочуваме на Препораката R (2007)3 на Комитетот на министри до земјите членки за задачата на медиумите од јавниот сервис во информациското општество, според која *„Принципот на универзалност, што е основен за медиумите од јавниот сервис, треба да води сметка за техничките, социјалните и содржински аспекти. Земјите членки, особено, треба да осигураат дека медиумите од јавниот сервис можат да бидат присутни на значајни платформи и да ги имаат потребните ресурси за оваа цел. Во поглед на променетите навики на корисниците, медиумите од јавниот сервис треба да можат да нудат и генерализирана и специјализирана содржина и услуги, како и персонализирани интерактивни и услуги на барање. Тие треба да се обраќаат на сите генерации, но особено да ги вклучуваат помладите генерации во активни форми на комуникација, охрабрувајќи обезбедување на содржина генерирана од самите корисници и утврдувајќи други шеми за учество“.*

Во анализираната година, вкупните расходи на Македонската телевизија изнесувале 1.223,87 милиони денари, што е за 4,83% помалку отколку во претходната година.

Намалување на вкупните расходи се должи на намалувањето на заедничките трошоци (за 57,02 милиони денари), на програмските трошоци (за 76,43 милиони денари) и на средствата издвоени за набавка на опрема (за 3,53 милиони денари).

Табела 6. Структура на трошоците на МРТВ

	износ	учество
Трошоци за вработените	402.59	32.89%
Патни трошоци	9.20	0.75%
Заеднички трошоци	423.82	34.63%
Програмски права	225.86	18.45%
Програмски трошоци	139.77	11.42%
Набавка на дигитални технички материјали и услуги	18.01	1.47%
Вкупно трошоци	1,219.24	99.62%
Набавка на опрема	4.63	0.38%
Вкупно расходи	1,223.87	

Најголем дел од трошоците на јавниот радиодифузен сервис (34,63%) биле т.н. „заеднички трошоци“. Во оваа група спаѓаат трошоците за потрошни материјали, за енергија, телефонските трошоци, трошоците за видео линии за реализирање на спортски настани и други преноси, вредносно услогласување на побарувањата по разни основи во земјата и во странство, вредносно услогласување на побарувања од радиодифузната такса, амортизација на основните средства, трошоци за осигурување, трошоците за надомест на членовите на Надзорниот одбор и Програмскиот совет, камати од работењето и други трошоци.

Трошоците за вработените изнесувале 402,59 милиони денари. 97,73% од овој износ биле трошоците за бруто платите на вработените (393,46 милиони денари), а останатите 2,27% биле трошоци за теренски додаток за дописниците и снимателите во Атина, Брисел и Вашингтон, трошоци за отпремнина за вработените кои во 2015 година оствариле право на пензија, како и други лични примања.

Во анализираната година, за откуп на правата за емитување телевизиски содржини Македонската телевизија потрошила 225,86 милиони денари. Повеќе од половината од овие средства (53%) биле за реализација на копродукциските проекти (Време е за бебе, Во светот на технологијата, Светот на сообраќајот, Опуштено, Стилисимо, Бекстејџ, Компромис, Дера е маде, Флипер, Бон Тон, Колку се познаваме, Ја сакам Македонија, Заечи песно моја и други), како и за реализација на повеќе македонски документарни филмови и други продукциски услуги.

Трошоците за откуп на правата за пренос на спортски настани (Формула 1, АБА Лига – кошарка, Европска лига во фудбал, Лига на шампиони во фудбал, Светско првенство во ракомет – Катар, СЕХА лига во ракомет, Атлетика 2014-2017 година, Светско првенство во борење – кадети, Европска одбојкарска лига и друго) изнесувале 47,37 милиони денари.

За откуп на правата за емитување филмови, серии, цртани филмови, емисии од областа на филмот и слично (Фати го ритмот, Озборувачка, Менталист, ЦСИ, Тито и македонското прашање, Црните пирати, Нинџа желки, Напред Диего, Дора истражува и други) биле потрошени вкупно 21,28 милиони денари, а за откуп на програма од независни продуценти (Мој доктор, Феферонче шоу и други) биле потрошени 23,81 милиони денари. Останатите 10,50 милиони денари биле потрошени за размена на спортски вести, откуп на права за радио драми, права за емитување на Виенски концерт, реализација на телевизиски серијали (Урбан соул, Бајки на буквите, Учиме заедно и слично) и друго.

Програмските трошоци изнесувале 139,77 милиони денари. Најголем дел од нив (40%) биле трошоците за обезбедување простор за сателитски сегмент преку кој програмата на јавниот сервис е достапна во Европа, Северна Америка, Австралија и Нов Зеланд (51,6 милиони денари). Согласно Законот за поддршка на домашната музичка продукција јавниот сервис исплатил 25,91 милион денари, а 3,01 милиони денари биле исплатени за награди за победниците за Скопскиот фестивал и Макфест. За склучување изведувачки и авторски договори, за синхронизирање на цртани филмови и играни серии, како и според договори со автори на сценарија за документарните филмови и со музички соработници од оркестарот за народна музика и Биг Бендот на МРТ за потребите на музичката продукција, биле исплатени вкупно 15,79 милиони денари. Во групата „програмски трошоци“ се опфатени и трошоци за коментаторски позиции за спортски натпревари, наем на недвижности за дописниците од странство, трошоците за организирање и реализација на проектот за избор на македонски претставник на Евросонг 2015, членарините за ЕБУ, ЦИРКОМ и други меѓународни радиодифузни организации и други трошоци.

Финансискиот резултат на Македонската телевизија во оваа година била добивка во износ од 51,7 милиони денари.

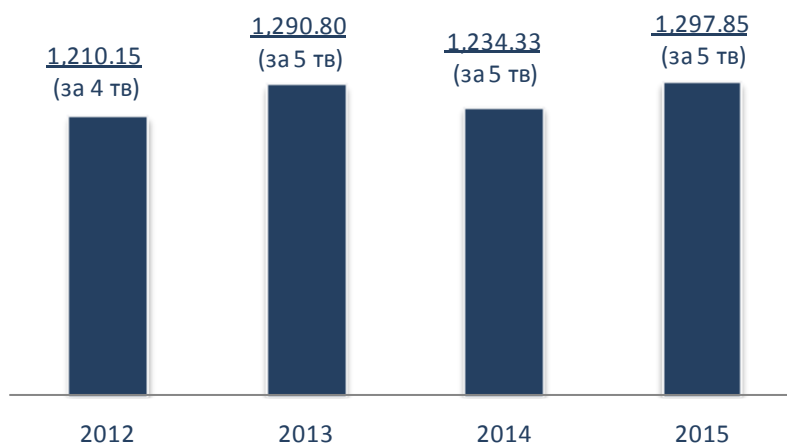
Просечниот број на вработени изнесувал 901 лице, што претставува зголемување за 49 во споредба со претходната година кога просечниот број на вработени изнесувал 852 лица.

2. КОМЕРЦИЈАЛНИ ТЕЛЕВИЗИИ

Телевизии на државно ниво преку терестријален предавател

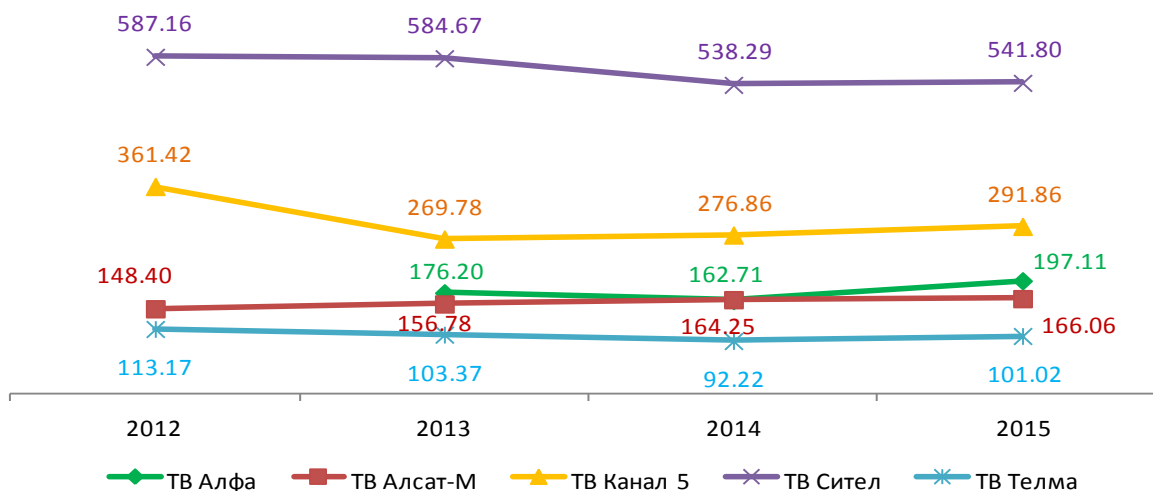
Вкупните приходи што ги оствариле телевизиите што емитуваат на државно ниво преку терестријален предавател изнесувале 1.297,85 милиони денари. Во споредба со претходната година, приходите на овие пет телевизи се зголемиле за 5,15%.

Слика 18. Вкупни приходи во последните четири години



Сите пет телевизи успеале да остварат повисоки приходи отколку во претходната година, и тоа ТВ Алфа за 21,14%, ТВ Алсат-М за 1,1%, ТВ Канал 5 за 5,42%, ТВ Сител за 0,65% а ТВ Телма за 9,54%.

Слика 19. Движење на вкупните приходи во последните 4 години



Највисоки приходи остварила ТВ Сител – 541,80 милиони денари, односно 41,75% од вкупните приходи на овој сегмент од телевизискиот пазар. Вкупните приходи на ТВ Канал 5 изнесуваат 291,86 милиони денари (22,49%), на ТВ Алфа - 197,11 милиони денари (15,19%), на ТВ Алсат-М - 166,06 милиони денари (12,79%), а најмал дел од вкупните приходи, односно само 7,78% биле приходите на ТВ Телма во износ од 101,02 милиони денари.

94,53% од вкупните приходи на овие пет телевизии биле остварени од продажба на времето за рекламирање, 0,50% од спонзорства, а останатите 5,97% од „останати приходи“, приходи од други дејности и вонредни приходи. Само ТВ Алфа прикажала приходи од спонзорирање на емисиите или на делови од емисиите.

Табела 7. Структура на приходите на терестријалните телевизии на државно ниво

	2015	учество
Реклами и телешопинг	1,226.86	94.53%
Спонзорства	6.44	0.50%
Продажба на содржини	0.00	0.00%
Приходи од услуги обезбедени на трети страни	0.00	0.00%
Останати приходи	54.92	4.23%
Приходи од основна дејност	1,288.22	99.26%
Приходи од други дејности	9.46	0.73%
Вонредни приходи	0.17	0.01%
Вкупни приходи	1,297.85	

Во категоријата „останати приходи“ се пресметани приходите што овие телевизии ги оствариле по основ на отпис на обврски, наплатени отпишани побарувања, кусни разлики и друго, како и приходите остварени врз основа на членот 92 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, според којшто за исполнување на обврската за производство и емитување на најмалку 10 часа документарна и најмалку 20 часа играна програма, трговските радиодифузни друштва кои емитуваат телевизиски програмски сервиси од општ формат на државно ниво преку преносен капацитет на дигитален терестријален мултиплекс, имаат право на надоместок за покривање на трошоците во висина од 50%. Овој надоместок се исплатува од средствата на буџетот на Министерството за информатичко општество и администрација.

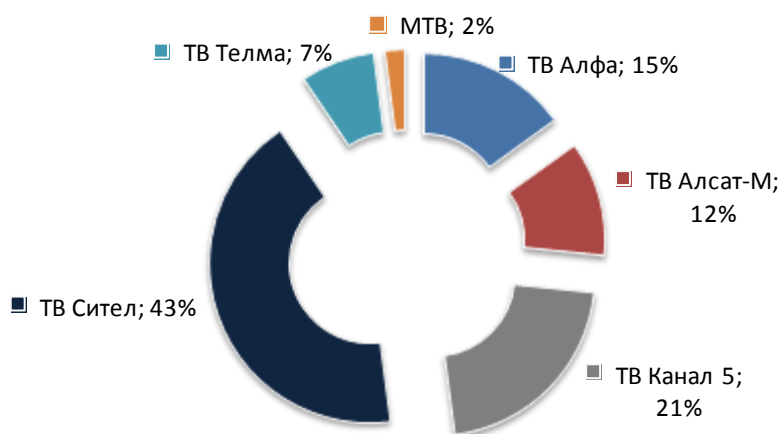
Од емитување рекламни спотови овие пет телевизии оствариле вкупно 1.226,86 милиони денари (76,34 милиони денари повеќе отколку во претходната година). Само ТВ Алсат-М остварила помалку приходи отколку во 2014 година (за 2,57%). Останатите четири телевизии оствариле повисоки приходи од рекламирање и тоа ТВ Алфа за 25,05%, ТВ Канал 5 за 5,45%, ТВ Сител за 1,27% и ТВ Телма за 30,97%.

При пресметувањето на учеството на секоја телевизија во вкупните приходи од рекламирање на овој сегмент од телевизискиот пазар, предвид се земаат и приходите што

по овој основ ги остварила Македонската телевизија, со оглед на тоа дека во овој дел од работењето, таа се јавува како субјект на овој релевантен пазар.

ТВ Сител успеала да привлече 43% од буџетите за рекалмирање на овој сегмент од телевизискиот пазар (533,5 милиони денари), ТВ Канал 5 остварила 21% (267,10 милиони денари), а ТВ Алфа 15% (188,19 милиони денари). Од продажба на времето за рекламирање ТВ Алсат остварила 145,22 милиони денари, што претставува 12% од вкупните приходи од рекламирање на овие шест субјекти. Учеството на приходите што од рекламирање ги остварила ТВ Телма (92,85 милиони денари), изнесува 7%. Најмал дел, само 2% од приходите од рекламирање на овие шест телевизии остварила Македонската телевизија (25,56 милиони денари).

Слика 20. Удели во приходите од рекламирање

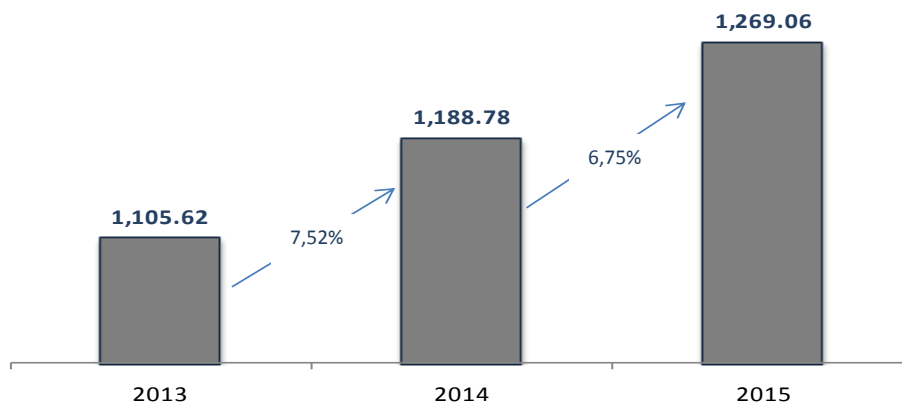


Во последните три години, поедначното учество на овие шест телевизии во вкупните приходи од рекламирање, речиси воопшто не се менувало. Од 2013 година наваму, ТВ Канал 5 остварувала по 21% од вкупните приходи од рекламирање на овој релевантен пазар, а ТВ Алсат – М по 12%. Во 2013 и во 2014 година, ТВ Телма остварувала по 6%, а во последната година 7% од вкупните приходи од рекламирање. Исто така, мали и незначителни разлики, од по еден процентен поен се забележуваат кај учеството на приходите на ТВ Сител (во 2013 година 45%, во 2014 година 44%, а во 2015 година 43%) и кај ТВ Алфа (во 2013 година 14%, во 2014 година 13%, а во 2015 година 15%).

Вкупните трошоци на овие пет телевизии изнесувале 1.269,06 милиони денари. Само ТВ Алфа потрошила помалку средства отколку во претходната година (за 4,38%). Останатите четири телевизии ги зголемиле трошоците и тоа: ТВ Алсат-М за 1,53%, ТВ Канал 5 за 7,34%, ТВ Сител за 10,38% а ТВ Телма за 17,59%.

И оваа година највисоки трошоци направила ТВ Сител (505,81 милиони денари, односно 39,86% од вкупните трошоци на овие пет телевизии), што е повеќе отколку заедничките трошоци на ТВ Алфа, ТВ Алсат-М и ТВ Телма (470,59 милиони денари).

Слика 21. Движење на вкупните трошоци на овие пет телевизии во последните три години



Најголем дел од вкупните трошоци биле направени за набавка на програма (44,66%). Во секоја од последните три години, најголем дел од трошоците биле направени за набавка на програма, но забележително е дека нивното учество во вкупните трошоци од година в година се зголемувало (во 2014 година изнесувале 41,41%, а во 2013 година 28,53% од вкупните трошоци). Секоја година се зголемувале и апсолутните износи на овие трошоци: во 2013 година изнесувале 315,49 милиони денари, во 2014 година 492,24 милиони денари, а во 2015 година 556,81 милиони денари.

Табела 8. Структура на трошоците на комерцијалните телевизии на државно ниво

	2015	учество
Материјални трошоци	71.43	5.63%
Трошоци за набавка на програма	566.81	44.66%
Нематеријални трошоци (услуги)	65.09	5.13%
Плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма	233.81	18.42%
Директни трошоци за создавање на програмата	937.14	73.85%
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма	13.75	1.08%
Амортизација на опремата	61.71	4.86%
Амортизација на права и лиценци	0.89	0.07%
Кирии и останати режиски трошоци	23.15	1.82%
Сите останати неопфатени трошоци од работењето	218.26	17.20%
Вкупно трошоци на работењето	1,254.90	98.88%
Расходи од други активности	11.66	0.92%
Вонредни расходи	2.50	0.20%
Вкупно трошоци на работењето	1,269.06	

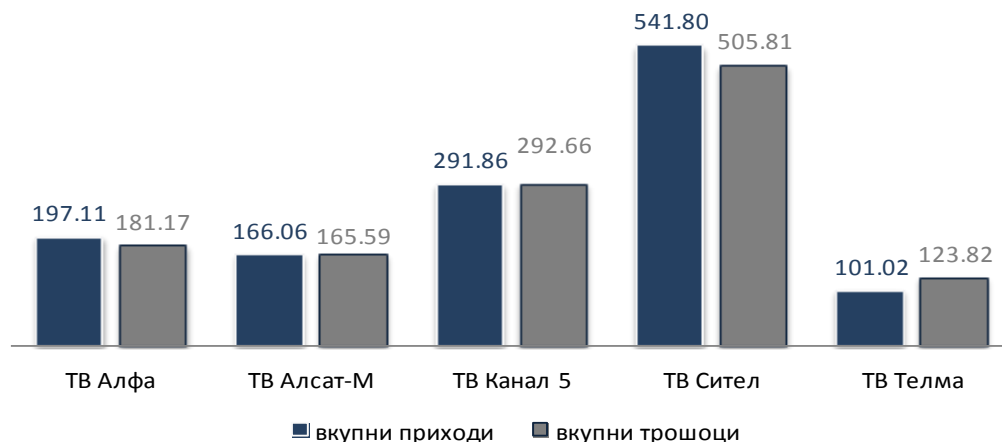
За набавка на програма ТВ Сител потрошила повеќе средства отколку останатите четири телевизии заедно. Во анализираната година, само ТВ Канал 5 ги намалила трошоците за набавка на програма (од 102,61 милиони денари во 2014 година на 90,84 милиони денари во 2015 година, односно за 11,47%).

Останатите четири телевизии ги зголемиле овие трошоци: ТВ Алфа потрошила 97,55 милиони денари (23,24% повеќе отколку во претходната година), ТВ Алсат-М 34,10 милиони денари (4,85% повеќе), ТВ Сител 300,12 милиони денари (26,25% повеќе), а ТВ Телма 44,20 милиони денари, односно за 9,87% повеќе отколку во претходната година.

19,5% од вкупните трошоци претставувале платите и другите надоместоци на ангажираните лица. Најмногу средства за надоместоци за вработените издвоиле ТВ Алсат-М (67,84 милиони денари) и ТВ Телма (51,63 милиони денари), а речиси подеднакво потрошиле ТВ Сител (42,96 милиони денари), ТВ Алфа (42,92 милиони денари) и ТВ Канал 5 (42,22 милиони денари).

Високото учество на „сите останати неопфатени трошоци од работењето“ се должи на високиот износ на трошоци од оваа категорија што ги прикажала ТВ Канал 5 (117,91 милиони денари). Речиси 60% од трошоците за амортизација на опремата ги прикажала ТВ Сител (36,58 милиони денари).

Слика 22. Вкупни приходи и вкупни трошоци



Позитивен финансиски резултат оствариле три телевизии: ТВ Алфа (добивка во износ од 14,06 милиони денари), ТВ Алсат-М (0,10 милиони денари) и ТВ Сител (31,81 милиони денари). ТВ Канал 5 годината ја завршила со загуба од 9,50 милиони денари, а најлош финансиски резултат остварила ТВ Телма (загуба од 22,8 милиони денари).

Табела 9. Просечен број на вработени

	2014	2015	2015 /2014
ТВ Алфа	106	104	-2
ТВ Алсат-М	94	108	14
ТВ Канал 5	100	134	34
ТВ Сител	137	145	8
ТВ Телма	80	94	14
вкупно	517	585	68

Просечниот број на вработени во редовен работен однос во овие пет телевизии изнесувал 585 лица, односно 68 повеќе отколку во претходната година.

Телевизии на државно ниво преку сателит

Вкупните приходи коишто во 2015 година ги оствариле петте телевизии што емитуваат програма на државно ниво преку сателит изнесувале 45,60 милиони денари.

Само две телевизии – ТВ 24 Вести и ТВ канал 5 Плус оствариле 83,31% од овој износ.

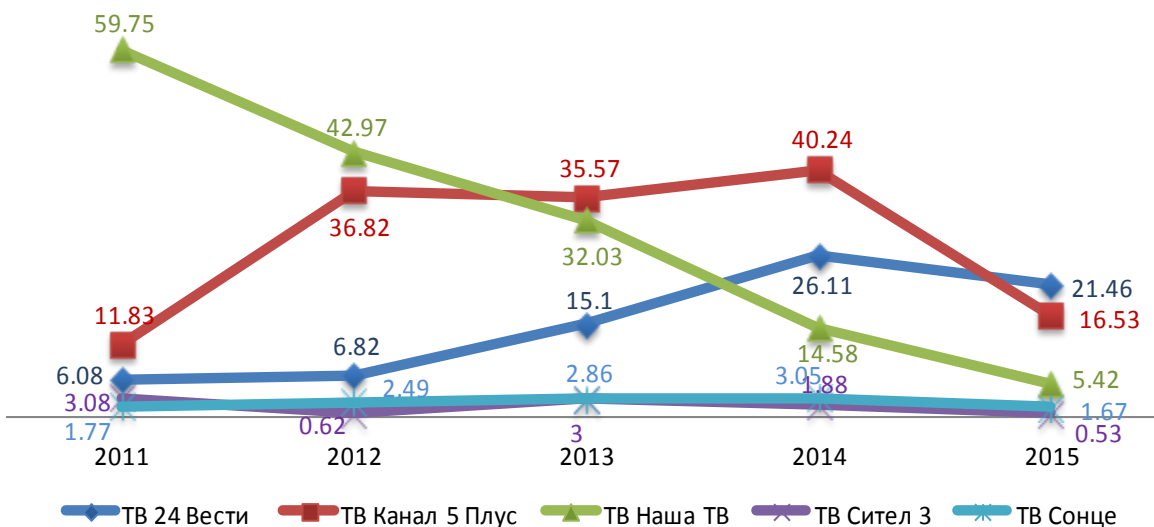
Во споредба со претходната година, приходите што овие пет телевизии заеднички ги оствариле биле помали за 46,89%. Иако сите пет телевизии оствариле помалку приходи отколку во претходната година, високата негативна стапка на раст на заедничките приходи најмногу се должи на намалувањето на приходите на ТВ Канал 5 Плус.

Табела 10. Вкупни приходи и стапка на раст

ТВ	вкупни приходи		стапка на раст
	2014	2015	
ТВ 24 Вести	26.11	21.46	-17.82%
ТВ Канал 5 Плус	40.24	16.53	-58.92%
ТВ Наша ТВ	14.58	5.42	-62.85%
ТВ Сител 3	1.88	0.53	-71.90%
ТВ Сонце	3.05	1.67	-45.36%

Во последните пет години, најповолна за ТВ 24 Вести, ТВ Канал 5 Плус и за ТВ Сонце била 2014 година, а за Наша ТВ и за ТВ Сител 3 2011 година.

Слика 23. Движење на вкупните приходи на сателитските телевизии во последните пет години



84,85% од вкупните приходи биле остварени од реклами и телешопинг. Приближно исто учеството во вкупните приходи имале приходите од категоријата „останатите приходи“ и

приходите од други дејности (7,90%, односно 7,15%), а незначително било учеството на вонредните приходи (само 0,09%).

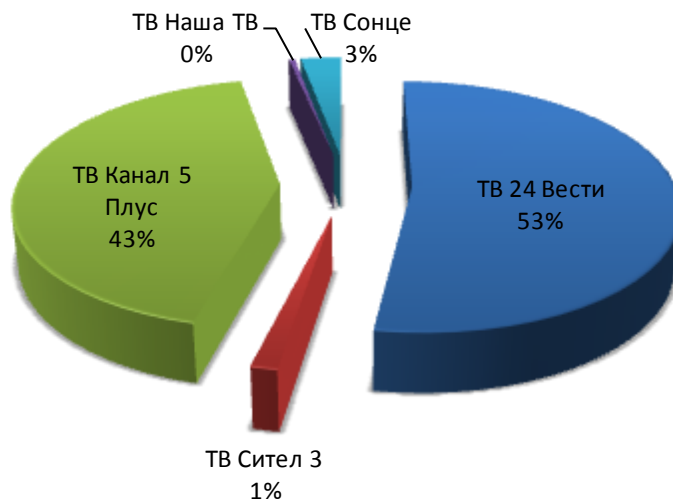
Ниту една од сателитските телевизии не прикажала приходи од спонзорства, од продажба на содржини и од услуги обезбедени на трети страни.

Табела 11. Структура на приходите на сателитските телевизии

Структура на приходите на сателитските телевизии на државно ниво	износ	учество
Реклами и телешопинг	38.69	84.85%
Спонзорства	0.00	0.00%
Продажба на содржини	0.00	0.00%
Приходи од услуги обезбедени на трети страни	0.00	0.00%
Останати приходи	3.60	7.90%
Приходи од основна дејност	42.29	92.76%
Приходи од други дејности	3.26	7.15%
Вонредни приходи	0.04	0.09%
Вкупни приходи	45.60	

Во анализираната година, најатрактивна за огласувачите била ТВ 24 Вести, која од продажба на времето за рекламирање остварила 20,34 милиони денари, што претставува 44,61% од вкупно остварените приходи од рекламирање во овој сегмент на телевизискиот пазар. Овие приходи кај ТВ Канал 5 Плус изнесувале 16,53 милиони денари, кај Наша ТВ - 0,17 милиони денари, кај ТВ Сител 3 - 0,53 милиони денари, а кај ТВ Сонце - 1,13 милиони денари.

Слика 24. Удел во приходите од рекламирање



Рекламирањето било единствен извор на приходи за ТВ Канал 5 Плус и за ТВ Сител 3, а најзначаен за ТВ 24 Вести и ТВ Сонце. Најзначаен извор на приходи за Наша ТВ биле

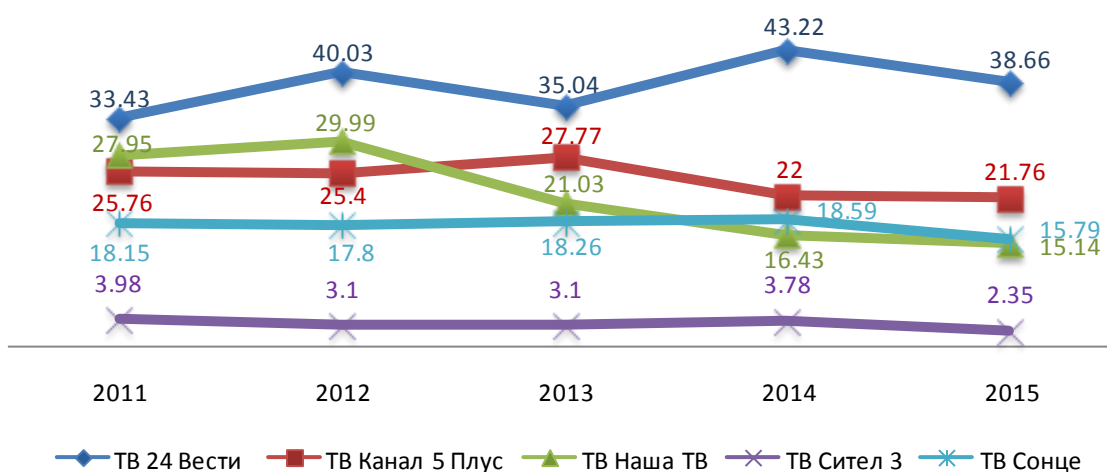
останатите приходи (во износ од 3,06 милиони денари), коишто биле остварени од отпис на обврски и од работење со неповрзани друштва. Освен оваа телевизија, останати приходи прикажала и ТВ Сонце (0,54 милиони денари).

Приходи од други дејности оствариле Наша ТВ (2,19 милиони денари) и ТВ 24 Вести (1,07 милиони денари), која воедно е единствената телевизија којашто прикажала вонредни приходи.

Средствата коишто заедно ги потрошиле сателитските телевизии изнесувале 93,72 милиони денари, што е за 10,04% помалку отколку во 2014 година.

Во секоја од последните пет години, највисоки трошоци прикажувала ТВ 24 Вести, а најниски ТВ Сител 3.

Слика 25. Движење на вкупните трошоци на сателитските телевизии во последните пет години



Во анализираната година, овие пет телевизии најмногу средства издвоиле за плати и други надоместоци на лицата директно поврзани со производство на програмата (34,74 милиони денари). 63,33% од овој износ биле трошоците на ТВ 24 Вести (речиси 22 милиони денари). ТВ Канал 5 Плус за оваа намена издвоила 5,37 милиони денари, Наша ТВ 2,11 милиони денари, а ТВ Сонце 5,26 милиони денари. ТВ Сител 3 воопшто не прикажала ваков вид на трошок.

Позначајно учество во структурата на трошоците имале и нематеријалните трошоци, односно услугите (19,52%). Највисоки нематеријални трошоци прикажале ТВ Канал 5 Плус 8,67 милиони денари и ТВ Сонце 6,62 милиони денари.

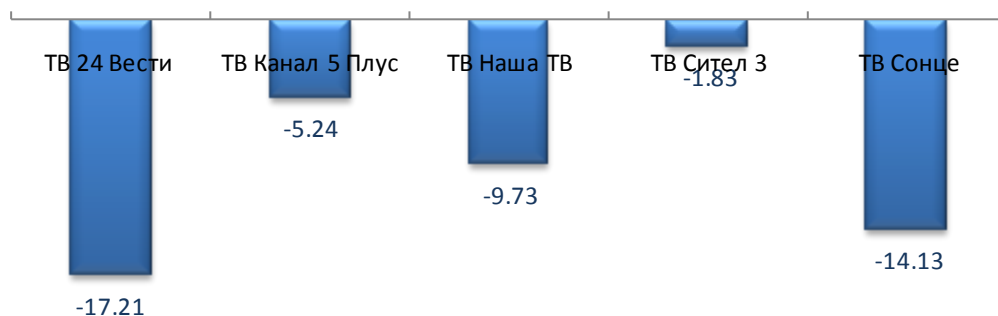
За купување програма биле потрошени 6,08 милиони денари, од кои 1,08 милиони денари потрошила ТВ 24 Вести, 2,66 милиони денари ТВ Канал 5 Плус и 2,34 милиони денари Наша ТВ.

Табела 12. Структура на трошоците на сателитските телевизии

Структура на трошоците на сателитските телевизии	износ	учество
Материјални трошоци	7.82	8.35%
Трошоци за набавка на програма	6.08	6.49%
Нематеријални трошоци (услуги)	18.29	19.52%
Плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма	34.74	37.07%
Директни трошоци за создавање на програмата	66.94	71.43%
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма	2.89	3.08%
Амортизација на опремата	4.04	4.31%
Амортизација на права и лиценци	0.11	0.12%
Кирии и останати режиски трошоци	2.33	2.48%
Сите останати неопфатени трошоци од работењето	13.92	14.86%
Вкупно трошоци на работењето	90.22	96.27%
Расходи од други активности	3.49	3.72%
Вонредни расходи	0.01	0.01%
Вкупно трошоци на работењето	93.72	

Сите пет телевизии работеле со загуба, а нивниот заеднички финансиски резултат бил загуба во износ од 48,12 милиони денари. Најголема загуба прикажала ТВ 24 Вести (17,21 милион денари).

Слика 26. Финансиски резултат од работењето на сателитските телевизии



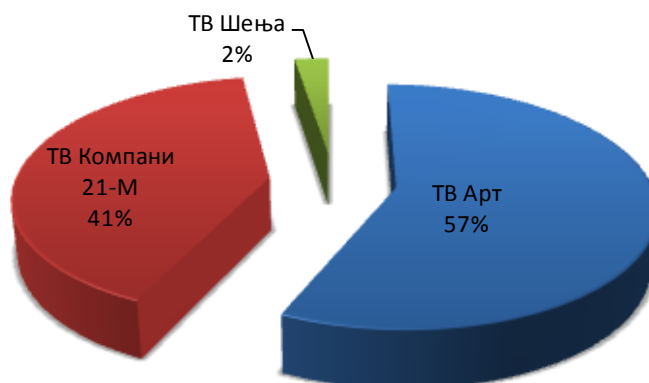
Во анализираната година, во овој сегмент на телевизискиот пазар просечниот број на вработени во редовен работен однос изнесувал 116 лица, од кои 63 во ТВ 24 Вести, 23 во ТВ Канал 5 Плус, 16 во ТВ Сонце и 14 во Наша ТВ.

Телевизии на државно ниво преку јавна електронска комуникациска мрежа

Во 2015 година, во Република Македонија за прв пат се емитуваше телевизиска програма на државно ниво преку оператор на јавна електронска комуникациска мрежа која не користи ограничен ресурс, и тоа од страна на три телевизии - ТВ Арт од Тетово⁴, ТВ Компани 21-М⁵ од Скопје и ТВ Шења⁶ од Скопје. ТВ Арт емитуваше програма во текот на цела 2015 година, а ТВ Компани 21-М и ТВ Шења започнаа да емитуваат во ноември 2015 година. Дозвола за телевизиско емитување преку оператор на јавна електронска комуникациска мрежа во анализираната година и беше доделена и на ТВ Нова⁷ од Скопје, меѓутоа овој радиодифузер започна да ја врши дејноста во февруари 2016 година.

Трите телевизии заедно, од обезбедувањето на дејноста успеале да остварат вкупни приходи во износ од 13,02 милиони денари. Од нив, 7,40 милиони денари остварила ТВ Арт, 5,28 милиони денари ТВ Компани 21-М и 0,33 милиони денари ТВ Шења.

Слика 27. Учество во вкупните приходи



Во првата година од своето работење, овие телевизии прикажале приходи од продажба на времето за рекламирање, останати приходи и приходи од други дејности.

ТВ Арт од реклами и телешопинг остварила 2,31 милион денари, ТВ Компани 21-М 4,38 милиони денари, а ТВ Шења 0,33 милиони денари.

⁴ Одлука за доделување дозвола за телевизиско емитување преку јавна електронска комуникациска мрежа што не користи ограничен ресурс на државно ниво, УП 1 бр.08-715 од 30.12.2014 година.

⁵ Одлука за доделување дозвола за телевизиско емитување преку јавна електронска комуникациска мрежа што не користи ограничен ресурс на државно ниво, УП 1 бр.08-649 од 31.03.2015 година.

⁶ Одлука за доделување дозвола за телевизиско емитување преку јавна електронска комуникациска мрежа што не користи ограничен ресурс на државно ниво, УП 1 бр.08-677 од 06.04.2015 година.

⁷ Одлука за доделување дозвола за телевизиско емитување преку јавна електронска комуникациска мрежа што не користи ограничен ресурс на државно ниво, УП 1 бр.08-1015 од 17.09.2015 година.

Табела 13. Структура на приходите на телевизиите на државно ниво преку ОЈКМ

Структура на приходите на националните телевизиите преку ОЈКМ	износ	учество
Реклами и телешопинг	7.03	53.97%
Спонзорства	0.00	0.00%
Продажба на содржини	0.00	0.00%
Приходи од услуги обезбедени на трети страни	0.00	0.00%
Останати приходи	5.85	44.96%
Приходи од основна дејност	12.88	98.93%
Приходи од други дејности	0.14	1.07%
Вонредни приходи	0.00	0.00%
Вкупни приходи	13.02	

Приходи од категоријата „останати приходи“ прикажале ТВ Арт и ТВ Компани 21-М, а приходи од други дејности само ТВ Компани 21-М.

Трите телевизији заедно потрошиле 38,67 милиони денари. Речиси 70% од овој износ, односно 26,99 милиони денари, биле трошоците коишто ги направила ТВ Комапни 21-М. ТВ Арт потрошила 6,40 милиони денари, а ТВ Шења 5,28 милиони денари.

Најголемо учество во структурата на трошоците имале трошоците од категоријата „сите останати неопфатени трошоци од работењето“ (26,74%) и трошоците за плати и други надоместоци на лицата директно поврзани со производство на програмата (26,19%). За плати за овие лица ТВ Арт издвоила 2,40 милиони денари, ТВ Компани 21-М 5,94 милиони денари, а ТВ Шења 1,79 милиони денари.

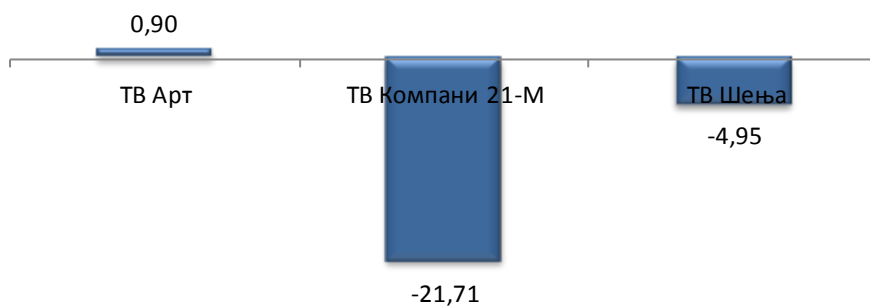
Табела 14. Структура на трошоците на телевизиите на државно ниво преку ОЈКМ

Структура на трошоците на националните телевизији преку ОЈКМ	износ	учество
Материјални трошоци	1.03	2.66%
Трошоци за набавка на програма	3.02	7.82%
Нематеријални трошоци (услуги)	3.94	10.19%
Плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма	10.13	26.19%
Директни трошоци за создавање на програмата	18.12	46.86%
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма	1.80	4.65%
Амортизација на опремата	3.42	8.85%
Амортизација на права и лиценци	1.81	4.69%
Кирии и останати режиски трошоци	0.00	0.00%
Сите останати неопфатени трошоци од работењето	10.34	26.74%
Вкупно трошоци на работењето	35.49	91.77%
Расходи од други активности	3.18	8.23%
Вонредни расходи	0.00	0.00%
Вкупно трошоци на работењето	38.67	

Трошоци за набавка на содржина прикажала само ТВ Компани 21-М, а таа е и единствената телевизија која во анализираната година издвоила средства за плати и други надоместоци за лицата кои не се директно поврзани со производството на програма.

Добивка во првата година од работењето остварила само ТВ Арт (0,90 милиони денари), додека ТВ Компани 21-М и ТВ Шења работеле со загуба, и тоа од 21,71 милиони денари, односно 4,95 милиони денари.

Слика 28. Финансиски резултат од работењето на националните телевизии преку ОЈКМ



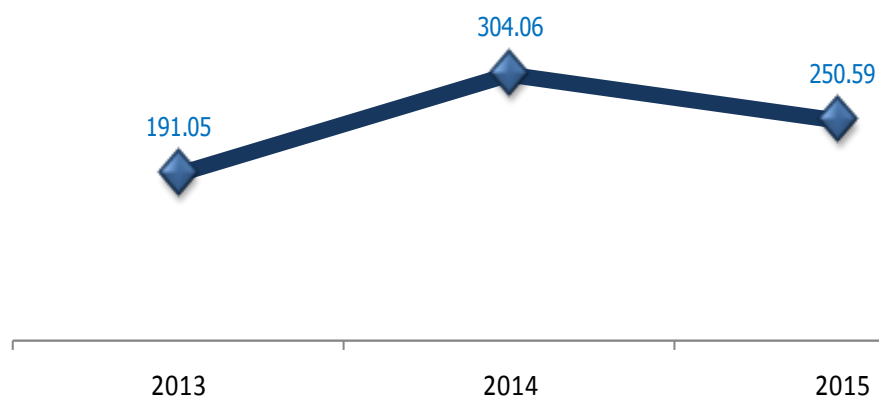
Просечниот број на вработени во редовен работен однос изнесувал 95 лица, од кои 48 биле вработени во ТВ Компани 21-М, 42 во ТВ Шења и пет во ТВ Арт.

Телевизии на регионално ниво

На почетокот на 2015 година дозвола да емитуваат програма на регионално ниво имаа вкупно 29 телевизии, од кои 25 преку дигитален терестријален мултиплекс и четири преку јавна електронска комуникациска мрежа. Во март 2015 година, поради неплаќање на надоместокот за дозволата, Агенцијата ја одзема дозволата на ТВ БТР⁸ од Скопје. Во текот на годината, осум регионални телевизии коишто емитуваа преку дигитален терестријален мултиплекс, поднесоа барање за издавање дозвола за емитување на истиот регион но преку електронска комуникациска мрежа. На крајот на годината вкупниот број на регионални телевизии изнесуваше 28, од кои 16 дигитални терестријални телевизии и 12 телевизии преку јавна електронска комуникациска мрежа. Во оваа Анализа се претставени податоците за 27 телевизии, поради тоа што во периодот кога се прибираа податоците за економското работење на радиодифузерите веќе беше одземена дозволата на ТВ Скајнет⁹ од Скопје.

Вкупните приходи на регионалните телевизии изнесувале 250,59 милиони денари, односно 17,59% помалку отколку во претходната година. Во споредба пак со 2013 година, приходите биле повисоки за 31,16%.

Слика 29. Движење на вкупните приходи на регионалните телевизии во последните три години



Највисоки приходи остварила ТВ К Три од Куманово (25,68 милиони денари), а позначајни износи прикажале и ХДТВ Канал Плус од Скопје (22,73 милиони денари), ХДТВ Мега од Скопје (22,57 милиони денари) и ТВ Канал еден од Велес (21,80 милиони денари). Заедничките приходи на овие четири телевизии претставувале 37,02% од вкупните приходи на сите регионални телевизии.

⁸ Одлука за одземање на дозволата за телевизиско емитување на Трговското радиодифузно друштво ТВ БТР Национал Зоран ДООЕЛ Скопје, УП 1 бр.08-397 од 03.03.2015 година

⁹ Одлука за одземање на дозволата за телевизиско емитување на Радиодифузното друштво СКАЈ НЕТ Манчев ДОО Скопје, УП 1 бр.08-61 од 07.03.2016 година.

Повисоки приходи отколку во претходната година оствариле само седум телевизии: ТВ К Три, ХДТВ Канал Плус, ТВ МТМ, ТВ Сител 2, ТВ Едо, ТВ Шутел и ТВ Чеграни Медиа.

Табела 15. Вкупни приходи на регионалните телевизии во 2013, 2014 и 2015 година

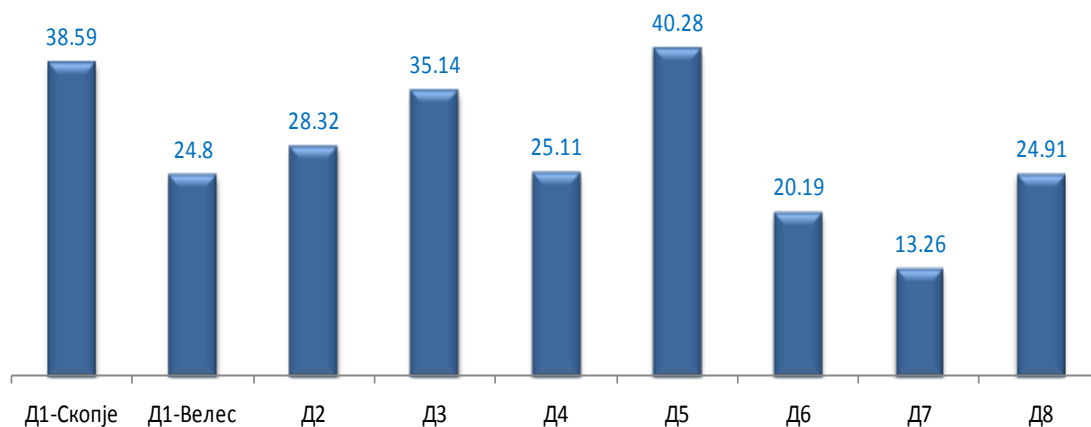
ТВ	2013	2014	2015	ТВ	2013	2014	2015
ТВ Амазон	1.57	0.99	0.38	ТВ Телеканал А1	10.45	24.53	16.18
ТВ Едо	4.37	3.89	4.56	ТВ Кобра	3.02	3.31	3.31
ТВ Ера	18.32	19.22	12.03	ТВ Тера	-	-	12.72
ТВ МТМ	6.23	4.62	7.71	ХДТВ Мега	9.61	27.19	22.57
ТВ Скопје	15.7	19.42	11.09	ТВ Вижн-БМ	4.88	6.01	4.23
ТВ Шутел	1.69	2.48	2.82	ТВ Ускана	1.27	4.29	0.76
ТВ КТВ	5.52	3.86	3.00	РЕГИОНАЛНА ТВ 02	13.89	22.65	15.67
ТВ Канал еден	11.33	23.91	21.80	ТВ М	-	-	4.52
ТВ К Три	11.12	20.16	25.68	ТВ Канал три	9.19	20.79	13.26
ТВ Сител 2	0.03	1.77	2.65	ТВ Кисс	7.44	6.53	4.46
ХДТВ Канал Плус	11.71	19	22.73	ТВ Коха	6.73	9.19	4.78
ТВ Ирис	6.71	6.81	4.99	ТВ Ултра	12.02	30.14	14.68
ТВ Стар	8.2	8.7	7.42	ТВ Чеграни Медиа	1.34	0.95	0.99
ТВ Вис	5.58	8.7	5.61				

Највисоки приходи биле остварени во регионот Д5 (40,28 милиони денари), а најниски во регионот Д7 (13,26).

Споредено со претходната година, повисоки вкупни приходи биле остварени само во три радиодифузни региони, и тоа во Д2 (за 29,14%), Д3 (за 3,96%) и Д5 (за 7,44%).

Приходите во останатите региони се намалиле, и тоа во Д1-Скопје за 31,44%, во Д1-Велес за 10,69%, во Д4 за 31,28%, во Д6 за 10,86%, во Д7 за 36,22%, а во Д8 за 46,78%.

Слика 30. Вкупни приходи по радиодифузни региони



Вкупните приходи на шесте телевизии во регионот Д1 – Скопје изнесувале 38,59 милиони денари. Од нив, 31,17% биле приходите коишто ги остварила ТВ Ера. Позначајно учество во овој регион имале и приходите на ТВ Скопје (28,74%).

Табела 16. Број на телевизии, население и вкупни приходи по региони

регион	ТВ	приходи	вк. приходи	население ¹⁰
Д1 – Скопје	ТВ Амазон	0,38	38,59	619,281
	ТВ Едо	4,56		
	ТВ Ера	12,03		
	ТВ МТМ	7,71		
	ТВ Скопје	11,09		
Д1 - Велес	ТВ Шутел	2,82	24,8	153,094
	ТВ КТВ	3,00		
Д2 - Страцин	ТВ Канал еден	21,80	28,32	176,198
	ТВ К Три	25,68		
Д3 - Туртел	ТВ Сител 2	2,65	35,14	177,145
	ХДТВ Канал Плус	22,73		
	ТВ Ирис	4,99		
Д4 - Боскија	ТВ Стар	7,42	25,11	173,560
	ТВ Вис	5,61		
	ТВ Телеканал А1	16,18		
Д5 - Пелистер	ТВ Кобра	3,31	40,28	299,428
	ТВ Тера	12,72		
	ХДТВ Мега	22,57		
	ТВ Вижн-БМ	4,23		
Д6 – Мали Влај	ТВ Ускана	0,76	20,19	123,786
	РЕГИОНАЛНА ТВ 02	15,67		
Д7 - Стогово	ТВ М	4,52	13,26	36,728
	ТВ Канал три	13,26		
Д8 – Попова Шапка	ТВ Кисс	4,46	24,91	311,002
	ТВ Коха	4,78		
	ТВ Ултра	14,68		
	ТВ Чеграни Медиа	0,99		

Освен во скопскиот радиодифузен регион, кадешто две телевизии (ТВ Ера и ТВ Скопје) оствариле приближно исто вкупни приходи (12,03 односно 11,09 милиони денари), кај останатите осум телевизии забележливо е дека во секој од нив по една телевизија остварила значително повеќе приходи од останатите.

Продажбата на времето за рекламирање бил најважен извор на приходи во рамките на секој радиодифузен регион.

Во регионот Д1-Скопје од реклами и телешопинг биле остварени 63,32% од вкупните приходи, во Д1-Велес - 89,07%, во Д2 - 99,72%, во Д3 - 97,71%, во Д4 - 92,58%, во Д5 - 77,53%, во Д6 - 97,85%, во Д7 - 99,17% и во Д8 - 98,58%.

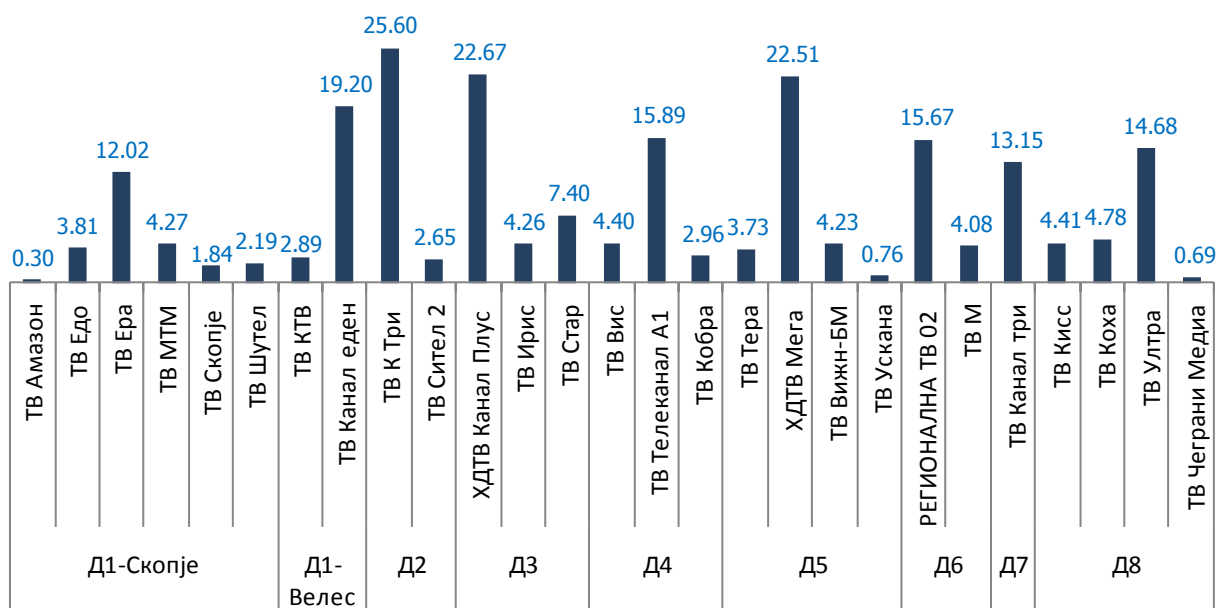
¹⁰ Податоците за бројот на населението се обезбедени од публикацијата на Државниот завод за статистика од јули 2016 година „Процени на населението на 30.06.2015 и 31.12.2015 година според полот и возраста, по општини и по статистички региони (НТЕС 3 – 2007 година). Публикацијата е достапна на следниот линк: <http://www.stat.gov.mk/Publikacii/2.4.16.10.pdf>

Табела 17. Структура на вкупните приходи по радиодифузни региони

	Д1-Скопје	Д1-Велес	Д2	Д3	Д4	Д5	Д6	Д7	Д8
Реклами и телешопинг	24.44	22.09	28.25	34.33	23.24	31.22	19.75	13.15	24.56
Спонзорства	0.00	0.00	0.00	0.00	0.32	0.00	0.00	0.00	0.15
Продажба на содржини	3.27	0.00	0.00	0.00	0.00	2.51	0.00	0.00	0.05
Приходи од услуги обезбедени на трети страни	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.74	0.00	0.00	0.00
Останати приходи	10.14	2.66	0.00	0.03	1.54	4.80	0.31	0.11	0.10
Приходи од основна дејност	37.85	24.75	28.25	34.37	25.11	40.28	20.06	13.26	24.86
Приходи од други дејности	0.00	0.05	0.08	0.75	0.00	0.00	0.00	0.00	0.06
Вонредни приходи	0.74	0.00	0.00	0.03	0.00	0.00	0.12	0.00	0.00
Вкупни приходи	38.59	24.80	28.32	35.14	25.11	40.28	20.19	13.26	24.91

Три регионални телевизии со највисоки приходи од рекламирање биле ТВ К три (25,60 милиони денари), ХДТВ Канал Плус (22,67 милиони денари) и ХДТВ Мега (22,51 милион денари). Најмалку приходи по оваа основа остварила ТВ Амазон од Скопје (0,30 милиони денари).

Слика 31. Приходи од реклами кај регионалните телевизии



Приходи од спонзорства прикажале само три телевизии, од кои две во регионот Д4 (ТВ Вис и ТВ Кобра) и една во регионот Д8 (ТВ Чеграни Медиа).

Исто толку телевизии оствариле приходи од продажба на содржини. Односно, од вкупно 5,84 милиони денари приходи од продажба на содржини, 3,27 милиони денари ги

остварила ТВ МТМ, 2,51 милиони денари ТВ Тера, а 0,05 милиони денари ТВ Чеграни Медиа.

Најмногу приходи од категоријата „останати приходи“ прикажала ТВ Скопје (9,13 милиони денари). Ваков вид приходи прикажале уште 16 други регионални телевизии.

Во анализираната година, регионалните телевизии заедно потрошиле 260,65 милиони денари. Како и претходната година, и во 2015 година највисоки трошоци направила ТВ Скопје (24,63 милиони денари). Нешто помалку, поточно 0,42 милиони денари помалку потрошила ТВ К три.

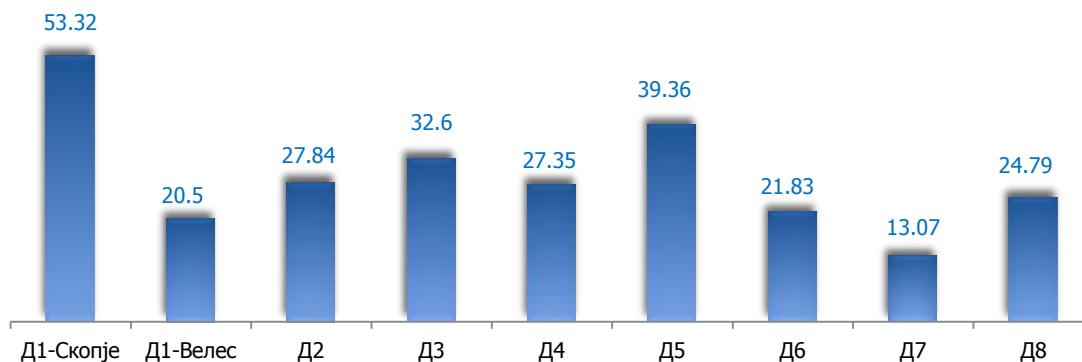
Споредено со 2014 година, најмногу се намалиле трошоците на ТВ Скопје (за 10,77 милиони денари), а најмногу се зголемиле на ТВ К три (за 15,60 милиони денари).

Табела 18. Вкупни трошоци на регионалните телевизии во 2013, 2014 и 2015 година

ТВ	2013	2014	2015	ТВ	2013	2014	2015
ТВ Амазон	1.85	2.4	0.79	ТВ Телеканал А1	3.28	11.42	18.53
ТВ Едо	4.02	3.82	4.46	ТВ Кобра	2.75	3.19	3.28
ТВ Ера	23.72	18.48	13.88	ТВ Тера			13.75
ТВ МТМ	10.71	7.64	6.65	ХДТВ Мега	6.5	22.74	20.09
ТВ Скопје	37.08	35.4	24.63	ТВ Вижн-БМ	4.76	5.85	4.13
ТВ Шутел	1.63	2.44	2.91	ТВ Ускана	2.02	3.08	1.39
ТВ КТВ	5.37	5.93	4.43	Регионална ТВ 02	1.76	10.06	15.41
ТВ Канал еден	5.64	10.6	16.08	ТВ М			6.41
ТВ К Три	3.58	8.61	24.21	ТВ Канал три	4.43	9.79	13.07
ТВ Сител 2	1.37	2.62	3.63	ТВ Кисс	8.11	6.85	5.54
ХДТВ Канал Плус	3.21	7.87	18.98	ТВ Коха	5.19	7.3	4.66
ТВ Ирис	7.5	6.76	6.32	ТВ Ултра	4.64	11.72	13.61
ТВ Стар	7.78	7.94	7.30	ТВ Чеграни Медиа	1.33	0.94	0.98
ТВ Вис	5.5	8.27	5.54				

Пониски трошоци отколку во 2014 година биле направени само во регионот Д1-Скопје (за 21,75 милиони денари - што најмногу се должи на намалувањето на трошоците на ТВ Ера и на ТВ Скопје) и во регионот Д8 (за 2,02 милиони денари).

Слика 32. Вкупни трошоци по радиодифузни региони



Највиски заеднички трошоци направиле шесте телевизии од регионот Д1 - Скопје (53,32 милиони денари) и четирите телевизии од регионот Д5 - Пелистер (39,36 милиони денари).

Најмалку средства биле потрошени во регионот Д7, што е очекувано со оглед на тоа дека во овој регион програма емитува само една телевизија.

Табела 19. Структура на вкупните трошоци по радиодифузни региони

	Д1 -	Д1 -							
	Скопје	Велес	Д2	Д3	Д4	Д5	Д6	Д7	Д8
Материјални трошоци	2,57	0,55	0,93	0,61	5,33	1,63	2,18	3,30	4,56
Трошоци за набавка на програма	9,32	0,34	0,32	3,00	0,08	2,07	5,83	0,00	6,35
Нематеријални трошоци (услуги)	2,67	3,48	12,03	4,03	2,94	4,89	1,39	1,50	1,54
Плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма	14,70	7,53	6,85	13,38	10,76	12,99	10,95	4,48	8,19
Директни трошоци за создавање на програмата	29,27	11,90	20,13	21,02	19,10	21,59	20,34	9,27	20,64
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма	0,21	1,66	2,41	0,29	0,24	1,84	0,19	0,00	0,00
Амортизација на опремата	3,66	3,74	1,65	3,73	3,62	8,61	0,64	3,17	1,51
Амортизација на права и лиценци	4,49	0,08	0,00	0,46	0,00	0,00	0,28	0,00	0,00
Кирии и останати режиски трошоци	12,08	0,60	0,00	0,81	0,65	0,55	0,00	0,10	0,00
Сите останати неопфатени трошоци од работењето	2,17	2,47	3,65	3,36	3,63	4,57	0,29	0,34	2,58
Вкупно трошоци на работењето	51,88	20,45	27,84	29,68	27,24	37,17	21,73	12,89	24,74
Расходи од други активности	0,00	0,05	0,00	2,92	0,11	2,19	0,09	0,19	0,05
Вонредни расходи	1,44	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Вкупно трошоци на работењето	53,32	20,50	27,84	32,60	27,35	39,36	21,83	13,07	24,79

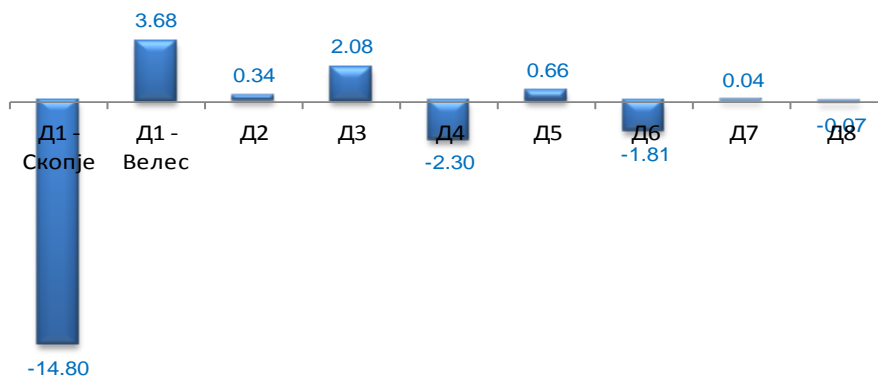
Во сите радиодифузни региони, најголем удел во вкупните трошоци имале директните трошоци за создавање програма (54,90% во регионот Д1 – Скопје, 58,04% во Д1 – Велес, 72,30% во Д2, 64,49% во Д3, 69,85% во Д4, 54,85% во Д5, 93,20% во Д6, 70,95% во Д7 и 83,26% во регионот Д8).

Вкупно 20 од 27-те регионални телевизии најмногу средства потрошиле за плати и други надоместоци за вработените лица коишто се директно поврзани со создавање програма. Кај три телевизии (ТВ Канал три, ТВ Сител 2 и ТВ Ускана) највисоки биле

нематеријалните трошоци, кај две (ТВ Едо и ТВ Шутел) трошоците за кирии и закупнини, кај ТВ Кисс – материјалните трошоци, а кај ТВ Скопје – трошоците за набавка на содржини.

Заедничкиот финансиски резултат од работењето на сите регионални телевизии била загуба во износ од 12,19 милиони денари. Вкупно 16 телевизии оствариле позитивен финансиски резултат, а останатите 11 работеле со загуба.

Слика 33. Остварен финансиски резултат од работењето по радиодифузни региони



Најдобар финансиски резултат остварила ТВ Канал 1 – добивка во износ од 5,11 милиони денари, а најлош ТВ Скопје – загуба во износ од 13,54 милиони денари.

Табела 20. Просечен број вработени во редовен работен однос

pp	ТВ	2014	2015	pp	ТВ	2014	2015
Д1 - Скопје	ТВ Амазон	5	2	Д4	ТВ Вис	10	12
	ТВ Едо	5	6		ТВ Телеканал А1	13	29
	ТВ Ера	13	24		ТВ Кобра	5	4
	ТВ МТМ	11	11	Д5	ХДТВ Мега	10	28
	ТВ Скопје	8	8		ТВ Вижн-БМ	10	10
	ТВ Шутел	1	1		ТВ Тера	18	21
Д1 - Велес	ТВ КТВ	11	12	ТВ Ускана	3	2	
	ТВ Канал 1	12	30	Д6	ТВМ	12	14
Д2	ТВ К Три	13	24		ТВ 02	2	37
	ТВ Сител 2	0	8	Д7	ТВ Канал три	9	16
Д3	ХДТВ Канал Плус	7	27	Д8	ТВ Кисс	13	11
	ТВ Ирис	17	14		ТВ Коха	10	10
	ТВ Стар	8	7		ТВ Ултра	14	24
					ТВ Чеграни Медиа	4	5

Во 27-те регионални телевизии просечниот број вработени во редовен работен однос изнесувал 397 лица.

Телевизии на локално ниво

Во јануари 2015 година, после замената на дозволиите за вршење радиодифузна дејност со нови дозволи за телевизиско или радио емитување¹¹, дозвола да емитуваат програма на локално ниво имаа вкупно 23 телевизиски станици. Во февруари Агенцијата додели уште една дозвола за телевизиско емитување на локално ниво за подрачјето на општините Куманово, Липково и Старо Нагоричане¹², така што до крајот на 2015 година програма на локално ниво емитуваа вкупно 24 телевизии. Подолу во текстот се анализирани податоците за економското работење на 21 локална телевизија, поради тоа што Агенцијата не располага со податоците за три локални телевизии коишто во периодот кога се прибираа податоците, веќе немаа дозвола за емитување. Имено, во февруари 2016 година, престана да важи дозволата на ТВ Далга-Крт од Куманово, истиот месец беше одземена дозволата на ТВ Еми од Радовиш¹³, а во март и дозволата на ТВ Супер Скај од Тетово¹⁴.

Во анализираната година, локалните телевизии заеднички оствариле вкупни приходи во износ од 35,17 милиони денари.

Табела 21. Вкупни приходи на локалните телевизии во 2013, 2014 и 2015 година

ТВ	2013	2014	2015	ТВ	2013	2014	2015
ТВ Феста	1.42	2.28	0.55	ТВ Орбис	10.51	10.2	9.22
ТВ Хана	1.08	1.28	0.69	ТВ Морис	0.76	0.9	0.53
ТВ Нова	1.65	2.01	1.20	ТВ Калтрина	0.85	1.27	0.77
ТВ Кочани-ЛД	2.94	2.61	2.81	ТВ Спектра	1.34	1.63	0.85
ТВ Канал 8	1.94	2.87	2.16	ТВ Дибра	0.59	0.96	0.41
ТВ Протел	2.28	1.71	1.77	ТВ Гурра	0.97	1.16	1.04
ТВ Интел	4.42	3.67	2.94	ТВ Аниса	1.2	1.45	0.42
ТВ Канал 21	2.94	2.57	1.85	ТВ Дуе	1.26	1.46	1.52
ТВ Здравкин	3.69	2.37	2.07	Г-ТВ	0.19	0.86	1.33
ТВ Свет	2.05	1.85	1.32	ТВ Плус	-	-	1.11
ТВ Лажани	0.29	0.52	0.61				

Повисоки вкупни приходи отколку во 2014 година оствариле само пет телевизии, и тоа: ТВ Кочани-ЛД од Кочани (0,20 милиони денари повеќе), ТВ Протел од Пробиштип (0,06 милиони денари повеќе), ТВ Лажани од Долнени (0,09 милиони денари повеќе), ТВ Дуе од Гостивар (0,06 милиони денари повеќе) и Г-ТВ од Гостивар (0,47 милиони денари повеќе).

¹¹ Одлука за замена на постојните дозволи за вршење радиодифузна дејност со нови дозволи за телевизиско или радио емитување, УП 1 бр.08-713 од 27.12.2014 година.

¹² Одлука за доделување дозвола за телевизиско емитување преку јавна електронска комуникациска мрежа што не користи ограничен ресурс на локално ниво, УП 1 бр.08-281 од 18.02.2015 година.

¹³ Одлука за одземање на дозволата за телевизиско емитување на Трговското радиодифузно друштво ТВ ЕМИ ДООЕЛ Радовиш, УП 1 бр.08-33/1 од 10.02.2016 година.

¹⁴ Одлука за одземање на дозволата за телевизиско емитување на Трговското радиодифузно друштво ТЕЛЕВИЗИЈА СУПЕР СКАЈ, Муслим ДООЕЛ с.Мала Речица Тетово, УП 1 бр.08-63 од 07.03.2016 година.

Во подрачјето на општините Битола, Могила, Новаци и Ресен, на коешто програма емитува само една локална телевизија (ТВ Орбис од Битола), биле остварени највисоки вкупни приходи (9,22 милиони денари). Позначајни износи биле остварени и на подрачјето кое ги опфаќа општините Кочани, Винаца, Чешиново-Облешево и Зрновци (4,97 милиони денари), како и на подрачјето на општините Велес, Чашка и Градско (3,92 милиони денари).

Најниски вкупни приходи, биле остварени на подрачјето на општините Дебар, Центар Жупа и Маврово и Ростуше, каде што единствената телевизија која емитува програма во овој регион (ТВ Дибра од Дебар) остварила само 0,41 милион денари.

Пониски приходи од еден милион денари биле остварени и во подрачјето на општините Охрид и Дебрца (0,53 милиони денари), како и во подрачјето на општините Долнени, Прилеп и Кривогаштани (0,61 милион денари).

Табела 22. Број на население и вкупни приходи во локалните подрачја

ТВ	општини	население ¹⁵	вкупни приходи
ТВ Феста ТВ Хана ТВ Плус	Куманово, Липково, Старо Нагоричане	142,818	2.35
ТВ Нова	Гевгелија, Валандово, Богданци, Дојран	46,148	1.2
ТВ Кочани-ЛД ТВ Канал 8	Кочани, Винаца, Чешиново- Облешево, Зрновци	67,334	4.97
ТВ Протел	Пробиштип, Кратово	24,793	1.77
ТВ Интел	Струмица, Василево, Босилово, Ново Село	94,781	2.94
ТВ Канал 21 ТВ Здравкин	Велес, Чашка, Градско	66,193	3.92
ТВ Свет	Свети Николе, Лозово	20,443	1.32
ТВ Лажани	Долнени, Прилеп, Кривогаштани	95,203	0.61
ТВ Орбис	Битола, Могила, Новаци, Ресен	118,103	9.22
ТВ Морис	Охрид, Дебрца	55,849	0.53
ТВ Калтрина ТВ Спектра	Струга, Вевчани	67,937	1.62
ТВ Дибра	Дебар, Центар Жупа, Маврово и Ростуше	36,728	0.41
ТВ Гурра ТВ Аниса	Кичево, Пласница, Македонски Брод	68,291	1.46
ТВ Дуе Г-ТВ	Гостивар, Врапчиште, Боговиње	141,749	2.85

Продажбата на времето за рекламирање бил најзначаен извор на приходи за локалните телевизии - 83,55% од вкупните приходи на овие телевизии биле остварени од реклами и телешопинг. Од овие, пак, 46,46% претставуваат приходите од рекламирање коишто ги

¹⁵ Податоците за бројот на населението се обезбедени од публикацијата на Државниот завод за статистика од јули 2016 година „Процени на населението на 30.06.2015 и 31.12.2015 година според полот и возраста, по општини и по статистички региони (НТЕС 3 – 2007 година). Публикацијата е достапна на следниот линк: <http://www.stat.gov.mk/Publikacii/2.4.16.10.pdf>

прикажале само четири телевизии, и тоа ТВ Орбис од Битола (6,3 милиони денари), ТВ Кочани-ЛД од Кочани (2,72 милиони денари), ТВ Интел од Струмица (2,62 милиони денари) и ТВ Здравкин од Велес (2 милиони денари).

Табела 23. Структура на приходите на локалните телевизии

Структура на приходите на локалните телевизии	износ	учество
Реклами и телешопинг	29.38	83.55%
Спонзорства	0.85	2.43%
Продажба на содржини	0.08	0.23%
Приходи од услуги обезбедени на трети страни	0.00	0.00%
Останати приходи	1.58	4.49%
Приходи од основна дејност	31.89	90.69%
Приходи од други дејности	0.05	0.14%
Вонредни приходи	3.22	9.17%
Вкупни приходи	35.17	

Приходи од спонзорства прикажале само ТВ Хана од Куманово (0,17 милиони денари) и ТВ Орбис од Битола (0,69 милиони денари).

Останати приходи прикажале вкупно седум локални телевизии, но највисок износ од 1,08 милиони денари прикажала ТВ Орбис од Битола. Речиси 70% од вонредните приходи ги прикажале само две телевизии - ТВ Орбис од Битола (1,16 милиони денари) и ТВ Дуге од Гостивар (1,05 милиони денари).

Вкупните трошоци коишто ги направиле локалните телевизии изнесувале 40,21 милиони денари.

Табела 24. Вкупни трошоци на локалните телевизии во 2013, 2014 и 2015 година

ТВ	2013	2014	2015	ТВ	2013	2014	2015
ТВ Феста	0.68	1.02	1.10	ТВ Орбис	8.75	8.44	8.92
ТВ Хана	1.57	1.34	1.07	ТВ Морис	1.18	0.48	0.30
ТВ Нова	1.75	1.85	1.48	ТВ Калтрина	1.47	1.28	1.19
ТВ Кочани-ЛД	2.89	2.58	2.80	ТВ Спектра	0.92	1.22	1.11
ТВ Канал 8	1.92	2.86	2.05	ТВ Дибра	0.66	0.62	0.71
ТВ Протел	2.22	2.51	1.86	ТВ Гурра	0.91	0.95	1.80
ТВ Интел	2.6	3.07	4.64	ТВ Аниса	0.88	1.68	0.85
ТВ Канал 21	2.77	2.47	1.84	ТВ Дуге	1.33	1.31	1.07
ТВ Здравкин	3.64	2.35	2.07	Г-ТВ	0.47	0.83	1.22
ТВ Свет	1.69	1.97	1.63	ТВ Плус	-	-	1.57
ТВ Лажани	0.37	0.53	0.92				

Најмногу средства за работењето потрошиле ТВ Орбис од Битола (8,92 милиони денари) и ТВ Интел од Струмица (4,64 милиони денари). Трошоците на овие две телевизии претставуваат една третина од вкупните трошоци на сите локални телевизии заедно.

Повеќе средства во однос на претходната година потрошиле осум локални телевизии: ТВ Феста од Куманово, ТВ Кочани-ЛД од Кочани, ТВ Интел од Струмица, ТВ Лажани од Лажани, ТВ Орбис од Битола, ТВ Дибра од Дебар, ТВ Гурра од Кичево и ТВ Г-ТВ од Гостивар.

Најголем дел од трошоците биле направени за плати и други надоместоци на лицата директно поврзани со производство на програма (36,58% од вкупните трошоци). Најмногу средства за овој вид на трошок издвоиле ТВ Орбис од Битола (2,31 милион денари), ТВ Канал 8 од Кочани (1,31 милион денари) и ТВ Плус од Куманово (1,14 милион денари).

Табела 25. Структура на трошоци кај локалните телевизии

Структура на трошоците - локални ТВ	износ	учество
Материјални трошоци	4.39	10.92%
Трошоци за набавка на програма	1.11	2.77%
Нематеријални трошоци (услуги)	4.03	10.03%
Плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма	14.71	36.58%
Директни трошоци за создавање на програмата	24.25	60.30%
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма	2.36	5.86%
Амортизација на опремата	2.82	7.01%
Амортизација на права и лиценци	0.05	0.13%
Кирии и останати режиски трошоци	3.92	9.75%
Сите останати неопфатени трошоци од работењето	6.02	14.98%
Вкупно трошоци на работењето	39.42	98.03%
Расходи од други активности	0.36	0.89%
Вонредни расходи	0.43	1.08%
Вкупно трошоци на работењето	40.21	

Приближно исто учество во директните трошоци за создавање на програма имале материјалните (10,92%) и нематеријалните трошоци (10,03%). Највисоки средства и од едните и од другите прикажала ТВ Орбис од Битола (оваа телевизија издвоила 1,09 милиони денари за материјални и 0,57 милиони денари за нематеријални трошоци, односно услуги).

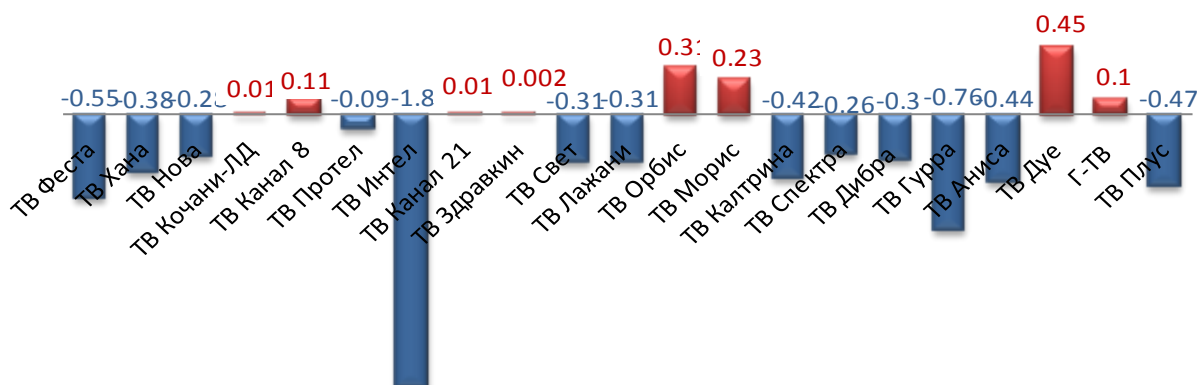
Средствата потрошени за набавка на содржини, во вкупен износ од 1,11 милиони денари, биле направени од страна на ТВ Хана од Куманово, ТВ Кочани-ЛД и ТВ Канал 8 од Кочани, ТВ Интел од Струмица, ТВ Здравкин од Велес, ТВ Свет од Свети Николе, ТВ Морис од Охрид и ТВ Спектра од Струга.

Трошоци за плати и други надоместоци за лица кои не се директно поврзани со производство на програма прикажале само ТВ Здравкин од Велес (0,85 милиони денари), ТВ Орбис од Битола (0,96 милиони денари) и ТВ ДУЕ од Гостивар (0,55 милиони денари).

Половина од трошоците за амортизација на опремата биле средствата коишто за оваа намена ги потрошиле ТВ Кочани-ЛД од Кочани (0,54 милиони денари), ТВ Здравкин од Велес (0,49 милиони денари) и ТВ орбис од Битола (0,4 милиони денари).

Во 2015 година, добивка од работењето прикажале само осум локални телевизии. Најдобар финансиски резултат остварила ТВ Дие од Гостивар (добивка од 0,45 милиони денари) а најлош ТВ Интел од Струмица (загуба од 1,8 милиони денари).

Слика 34. Финансиски резултат од работењето



Во локалните телевизии биле ангажирани 76 лица во редовен работен однос. Најмногу вработени во анализираната година прикажале ТВ Плус од Куманово и во ТВ Орбис (по осум лица).

Табела 26. Просечен број на вработени во редовен работен однос во локалните телевизии

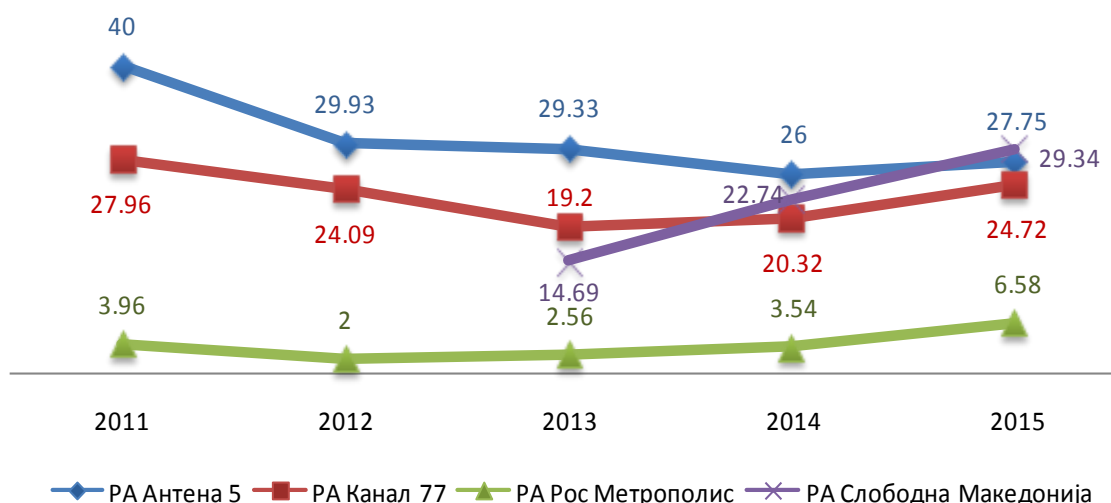
бр.	ТВ	просечен број на вработени во рро	бр.	ТВ	просечен број на вработени во рро
1	ТВ Плус	8	12	ТВ Интел	3
2	ТВ Орбис	8	13	ТВ Свет	3
3	ТВ Канал 21	6	14	ТВ Дибра	3
4	ТВ Кочани-ЛД	5	15	ТВ Дие	3
5	ТВ Канал 8	5	16	ТВ Здравкин	2
6	ТВ Спектра	5	17	ТВ Лажани	2
7	ТВ Калтрина	4	18	ТВ Аниса	2
8	ТВ Гурра	4	1	ТВ Феста	1
9	Г-ТВ	4	20	ТВ Хана	1
10	ТВ Нова	3	21	ТВ Морис	1
11	ТВ Протел	3			

3. КОМЕРЦИЈАЛНИ РАДИОСТАНИЦИ

Радиостаници на државно ниво

Во 2015 година, четирите комерцијални радиостаници на државно ниво заедно оствариле вкупни приходи во износ од 88,4 милиони денари, што претставува зголемување за 21,75% во однос на претходната година. Споредено со 2014 година, зголемување на вкупните приходи имало кај сите четири радиостаници, а стапката на раст е највисока кај приходите на РА Рос Метрополис (за 85,88%).

Слика 35. Движење на вкупните приходи на државните радиостаници во последните пет години



Во последните пет години, најповолна за РА Антена 5 и РА Канал 77 била 2011 година, а за РА Рос Метрополис и РА Слободна Македонија била последната година (РА Слободна Македонија започна да емитува програма во 2013 година).

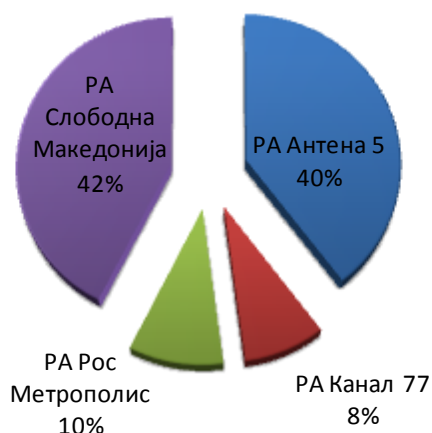
Табела 27. Структура на приходите на комерцијалните радија на државно ниво

Структура на приходите на комерцијалните радија на државно ниво	износ	учество
Реклами и телешопинг	68.71	77.73%
Спонзорства	0.00	0.00%
Продажба на содржини	3.78	4.28%
Приходи од услуги обезбедени на трети страни	3.48	3.94%
Останати приходи	11.14	12.60%
Приходи од основна дејност	87.12	98.55%
Приходи од други дејности	0.50	0.57%
Вонредни приходи	0.78	0.88%
Вкупни приходи	88.40	

Доминантно учество во структурата на приходите во овој сегмент на радиската индустрија имале приходите остварени од продажба на времето за рекламирање (77,73%).

Највисоки приходи од рекламирање, во износ од 29,22 милиони денари, остварила РА Слободна Македонија, што претставува 42% од вкупните приходи од рекламирање коишто ги оствариле сите четири радиостаници заедно. Два милиони денари помалку, односно 27,23 милиони денари остварила РА Антена 5. Останатите две радиостаници прикажале значително помалку приходи од рекламирање (РА Рос Метрополис - 6,58 милиони денари, а РА Канал 77 – 5,67 милиони денари).

Слика 36. Удели во приходите од рекламирање на комерцијалните радија на државно ниво

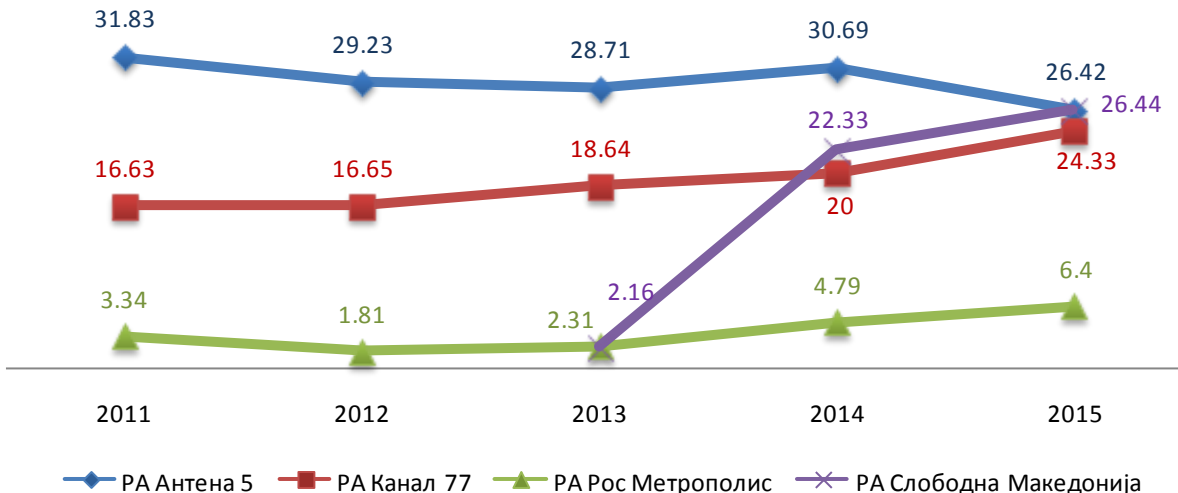


Продажбата на времето за рекламирање, била единствен извор на приходи за РА Рос Метрополис и најзначаен извор на приходи за РА Антена 5 и РА Слободна Македонија (98,13% односно 99,59% од вкупните приходи биле од емитување рекламни спотови). Најголемо учество во вкупните приходи на РА Канал 77 имале приходите од категоријата „останати приходи“ (44,5%) коишто биле остварени од отпис на обврски спрема добавувачи, од продажба на трговска стока и други услуги.

Целокупниот износ на приходите од продажба на содржини и на приходите од услуги обезбедени на трети страни го прикажала РА Канал 77. Единствена радиостаница којашто остварила приходи од други дејности е РА Антена 5 (0,5 милиони денари).

Вкупните трошоци на четирите радиостаници изнесувале 83,59 милиони денари. РА Антена 5 и РА Слободна Македонија направиле речиси исти трошоци (РА Антена 5 - 26,42 милиони денари, а РА Слободна Македонија 26,44). РА Канал 77 прикажала вкупни трошоци во износ од 24,33 милиони денари, додека пак значително пониски трошоци во износ од 6,4 милиони денари прикажала РА Рос Метрополис.

Слика 37. Движење на вкупните трошоци на радиостаниците на државно ниво во последните пет години



Пониски вкупни трошоци отколку во претходната година прикажала само PA Антена 5, и тоа за 13,91%. Трошоците на PA Канал 77 се зголемиле за 21,65%, на PA Рос Метрополис за 33,61% и на PA Слободна Македонија за 18,41%.

Половина од вкупните трошоци направени во овој сегмент на радиоиндустријата биле директни трошоци за создавање програма, коишто ги опфаќаат материјалните трошоци, трошоците за набавка на програма, нематеријалните трошоци (услуги) и трошоците за плати и други надоместоци на лицата директно поврзани со производство на програмата. Овие последните имаат доминантно учество во вкупните трошоци (28,20%).

Табела 28. Структура на трошоците на комерцијалните радија на државно ниво

Структура на трошоците на комерцијалните радија на државно ниво	износ	учество
Материјални трошоци	7.78	9.31%
Трошоци за набавка на програма	3.08	3.69%
Нематеријални трошоци (услуги)	8.13	9.72%
Плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма	23.57	28.20%
Директни трошоци за создавање на програмата	42.56	50.92%
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма	1.49	1.79%
Амортизација на опремата	15.75	18.84%
Амортизација на права и лиценци	0.00	0.00%
Кирии и останати режиски трошоци	11.06	13.24%
Сите останати неопфатени трошоци од работењето	12.18	14.57%
Вкупно трошоци на работењето	83.05	99.35%
Расходи од други активности	0.00	0.00%
Вонредни расходи	0.54	0.64%
Вкупно трошоци на работењето	83.59	

Најмногу средства за плати и надоместоци на лицата директно поврзани со производство на програмата издвоила РА Слободна Македонија (13,64 милиони денари). Овој вид на трошок кај РА Антена 5 изнесувал 5,2 милиони денари, кај РА Канал 77 – 2,22 милиони денари, а кај РА Рос Метрополис 2,52 милиони денари.

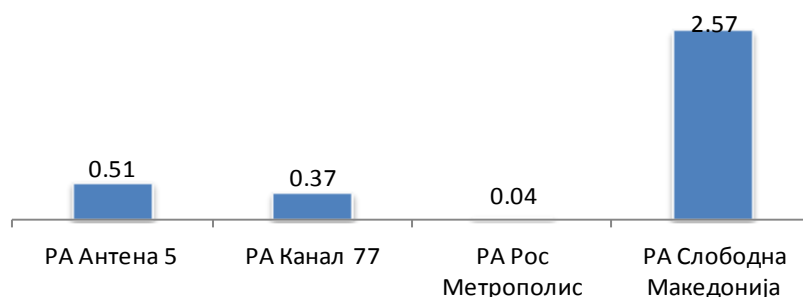
За материјални трошоци биле издвоени 7,78 милиони денари, од кои речиси половина, односно 3,51 милион денари биле средствата коишто за оваа намена ги издвоила РА Слободна Македонија.

Трошоци за набавка на содржини прикажале само РА Антена 5 (2,98 милиони денари) и РА Слободна Македонија (0,1 милион денари).

Позначајно учество во структурата на трошоците има амортизацијата на опремата - вкупно 15,75 милиони денари, од кои 9,87 милиони денари трошоци на РА Канал 77, а 4,57 милиони денари РА Слободна Македонија).

Сите четири радиостаници работеле со добивка во анализираната година. Најголема добивка во износ од 2,57 милиони денари остварила РА Слободна Македонија.

Слика 38. Финансиски резултат од работењето



Просечниот број на вработени во редовен работен однос во овие четири радиостаници изнесувал 50 лица. Од нив, 14 биле ангажирани во РА Антена 5, десет во РА Канал 77, 11 во РА Рос Метрополис и 15 во РА Слободна Македонија.

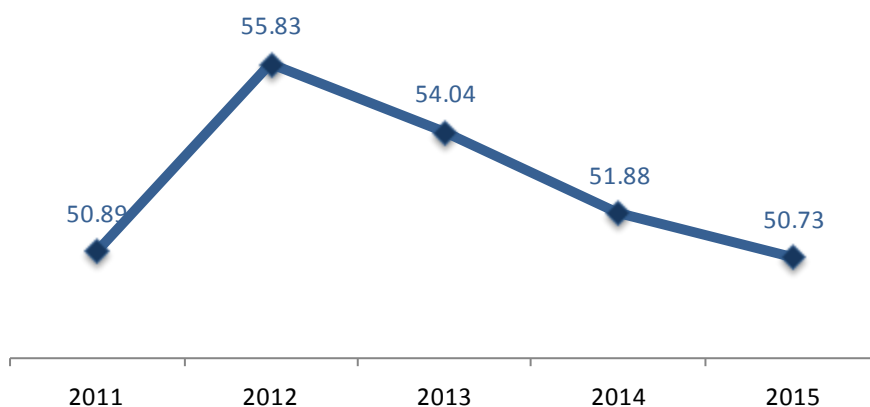
Табела 29. Просечен број на вработени во редовен работен однос во последните пет години

	2011	2012	2013	2014	2015
РА Антена 5	14	14	13	14	14
РА Канал 77	6	6	5	9	10
РА Рос Метрополис	0	0	0	0	11
РА Слободна Македонија	-	-	1	17	15

Радиостаници на регионално ниво

Во 2015 година, програма на регионално ниво емитуваа 16 комерцијални радиостаници и една непрофитна радиодифузна установа. Вкупните приходи коишто тие ги оствариле во анализираната година изнесувале 50,73 милиони денари. Овие се најниски приходи коишто регионалните радиостаници заедно ги оствариле во последните пет години. Имено, тие се пониски за 0,31% отколку вкупните приходи остварени во 2011 година, за 9,17% отколку приходите остварени во 2012 година, за 6,13% отколку приходите остварени во 2013 година и за 2,22% отколку приходите остварени во 2014 година.

Слика 39. Движење на вкупните приходи на регионалните радиостаници во последните пет години



Во 2015 година, највисоки приходи од регионалните радиостаници остварила РА Буба Мара (12,01 милион денари), а позначаен износ прикажала и РА Ват (5,96 милиони денари). Најниски, пак, биле приходите коишто ги остварила РА Капитол (0,45 милиони денари).

Повисоки приходи отколку во претходната година успеале да остварат десет радиостаници, а останатите седум ги намалиле приходите.

Табела 30. Вкупни приходи на регионалните радиостаници во последните пет години

РА	2011	2012	2013	2014	2015	стапка на раст 2015/2014
РА Буба Мара	8.49	11.43	10.73	11.35	12.01	5.81%
РА Ват	5.44	5.84	6.17	5.49	5.96	8.56%
РА Спортско 90,3 ФМ	5.25	6.15	4.71	5.98	4.88	-18.39%
РА Фортуна	6.55	7.26	6.82	5.76	4.66	-19.10%
РА Сити	7.64	7.05	5.72	4.58	3.46	-24.45%
РА Скај	3.52	3.69	3.4	4.39	3.12	-28.93%
РА Лајф ФМ	4.11	4.93	3	3.22	2.98	-7.45%
РА УНИВЕРЗИТЕТСКО СТУДЕНТ ФМ 92.9	нп	нп	2.69	2.69	2.98	10.78%

РА Роса АБ	1.78	1.23	2.09	2.01	2.03	1.00%
РА Клуб ФМ	2.1	1.61	1	1.06	1.95	83.96%
РА Урбан	нп	2	1.85	1.47	1.61	9.52%
РА Стреет	2.81	2.04	1.77	0.51	1.59	211.76%
РА Зона М-1	1.16	0.87	1	1.2	1.41	17.50%
РА РФМ	нп	нп	1.23	0.8	0.58	-27.50%
РА Џез ФМ	0.63	0.66	0.67	0.45	0.58	28.89%
РА Арачина	0.52	0.61	0.73	0.52	0.48	-7.69%
РА Капитол	0.77	0.46	0.48	0.4	0.45	12.50%
ВКУПНО	50.77¹⁶	55.83	54.04	51.88	50.73	-2.22%

81,47% од вкупните приходи во овој сегмент на радиската индустрија биле од продажба на времето за рекламирање.

Во анализираната година, регионалните радиостаници не оствариле единствено приходи од услуги обезбедени на трети страни.

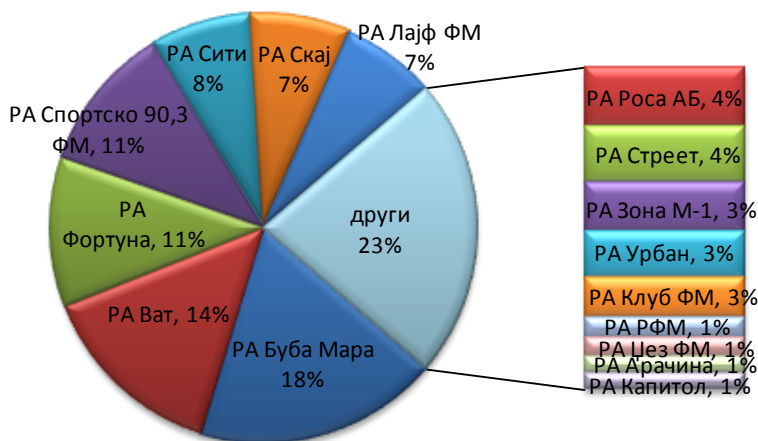
Табела 31. Структура на приходите кај регионалните радиостаници

Структура на приходите на радијата на регионално ниво	износ	учество
Реклами и телешопинг	41.33	81.47%
Спонзорства	4.40	8.67%
Продажба на содржини	0.45	0.89%
Приходи од услуги обезбедени на трети страни	0.00	0.00%
Останати приходи	3.33	6.57%
Приходи од основна дејност	49.51	97.60%
Приходи од други дејности	0.07	0.14%
Вонредни приходи	1.14	2.25%
Вкупни приходи	50.73	

Само четири радиостаници оствариле 55,15% од приходите од рекламирање на сите регионални радиостаници: РА Буба Мара (7,63 милиони денари), РА Ват (5,9 милиони денари), РА Фортуна (4,66 милиони денари) и РА Спортско 90,3 ФМ (4,6 милиони денари).

¹⁶ Разликата во вкупните приходи на регионалните радиостаници во 2011 година претставени во табелата бр.26 и на сликата бр.39, е поради тоа што во износот на приходите на сликата се пресметани и приходите коишто во 2011 година ги остварила РА Равел (0,12 милиони денари). Во декември 2012 година, оваа радиостаница до регулаторното тело достави изјава дека повеќе нема да емитува програма.

Слика 40. Учество во вкупните приходи од рекламирање



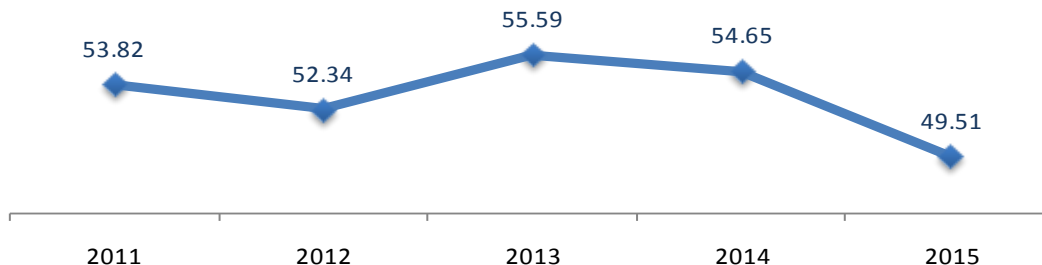
98% од приходите од спонзорства ги прикажала РА Буба Мара, а останатите 2% - РА Роса АБ и РА Џез ФМ.

Приходи од продажба на содржини прикажале само РА Роса АБ (0,23 милиони денари) и РА Урбан (0,22 милиони денари).

Во анализираната година, заедничките трошоци на регионалните радиостаници изнесувале 49,51 милион денари, што е за 9,41%, односно 5.14 милиони денари помалку отколку во 2014 година.

Највисоки трошоци прикажала РА Буба Мара (11,85 милиони денари), а позначајно учество во вкупните трошоци имале и средствата коишто ги потрошила РА Ват (5,95 милиони денари) и РА Спортско 90,3 ФМ (5,29 милиони денари). Најниски, пак, биле трошоците на РА Арачина, коишто изнесуваа 0,38 милиони денари.

Слика 41. Движење на вкупните трошоци на регионалните радиостаници во последните пет години



Споредено со претходната година, повисоки трошоци направиле само шест регионални радиостаници, и тоа: РА Буба Мара (за 0,75 милиони денари), РА Стреет ФМ (за 1,01 милион денари), РА Роса АБ (за 0,26 милиони денари), РА Клуб ФМ (за 0,39 милиони денари), РА РФМ (за 0,53 милиони денари) и РА Капитол (за 0,05 милиони денари).

Останатите радиостаници ги намалиле трошоците, а најголемо намалување имало кај РА Фортуна, којашто потрошила 2,53 милиони денари помалку отколку во 2014 година.

Табела 32. Вкупни трошоци на регионалните радиостаници во последните пет години

РА	2011	2012	2013	2014	2015	стапка на раст 2015/2014
РА Буба Мара	8.18	9.64	9.90	11.10	11.85	6.76%
РА Ват	8.32	6.30	6.83	7.18	5.95	-17.13%
РА Спортско 90,3 ФМ	4.79	5.48	5.33	5.94	5.29	-10.94%
РА Фортуна	6.53	7.03	7.01	6.90	4.37	-36.67%
РА Сити	6.79	4.75	7.14	4.56	3.43	-24.78%
РА Лајф ФМ	4.09	4.09	3.44	3.29	3.09	-6.08%
РА Стреет	3.21	3.10	2.32	1.77	2.78	57.06%
РА Скај	3.41	3.55	3.43	3.60	2.12	-41.11%
РА Роса АБ	1.77	1.50	2.05	1.74	2.00	14.94%
РА Клуб ФМ	2.14	1.31	1.35	1.38	1.77	28.26%
РА Урбан	0.00	1.95	1.74	2.27	1.75	-22.91%
РА УНИВЕРЗИТЕТСКО СТУДЕНТ ФМ 92.9	нп	нп	1.96	1.66	1.58	-4.82%
РА РФМ	нп	0.88	0.61	0.56	1.09	94.64%
РА Зона М-1	1.51	1.09	0.86	1.07	0.99	-7.48%
РА Џез ФМ	1.00	0.69	0.64	0.67	0.66	-1.49%
РА Капитол	0.51	0.43	0.42	0.37	0.42	13.51%
РА Арачина	0.73	0.55	0.56	0.59	0.37	-37.29%
ВКУПНО	52.98	52.34	55.59	54.65	49.51	-9.41%

Речиси 72% од вкупните трошоци биле директни трошоци за создавање на програма, а од нив пак најголем дел од нив биле издвоени за плати и други надоместоци за лицата коишто биле директно поврзани со производство на програмата. Најмногу средства за овој вид трошок издвоила РА Буба Мара (7,64 милиони денари) што е 34,76% од трошоците коишто за плати и надоместоци за лицата директно поврзани со производство на програмата ги направиле сите регионални радиостаници заедно. Најмал ваков трошок прикажала РА Капитол (0,09 милиони денари).

Позначајно учество во директните трошоци за создавање на програмата имале и нематеријалните трошоци (16,14%). Највисоки нематеријални трошоци прикажале РА Буба Мара (1,67 милиони денари) и РА Лајф (1,29 милиони денари).

Трошоци за набавка на содржини прикажале само шест од регионалните радиостаници, и тоа: РА Клуб ФМ (0,23 милиони денари), РА Сити (0,4 милиони денари), РА Скај (0,04 милиони денари), РА Спортско 90,3 ФМ (1,07 милиони денари), РА Фортуна (0,35 милиони денари) и РА Џез ФМ (0,08 милиони денари).

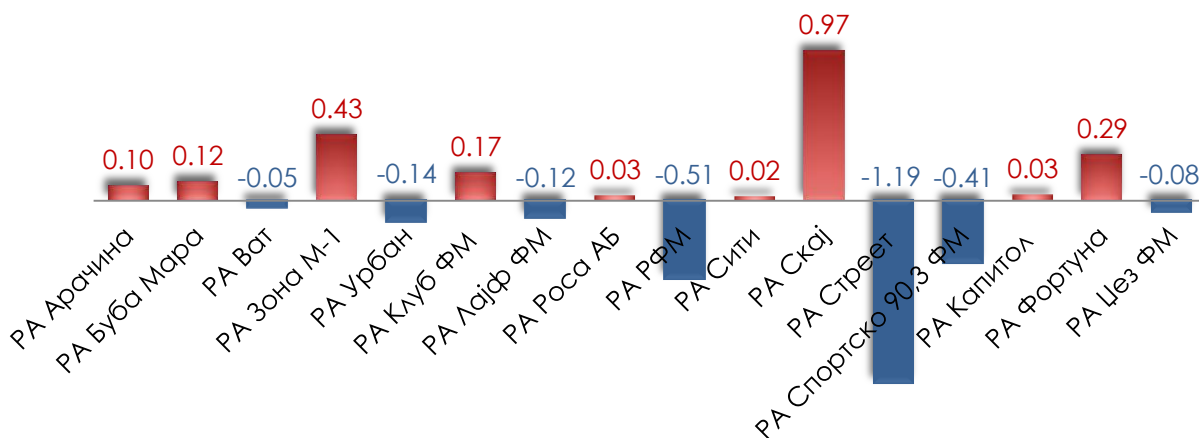
Табела 33. Структура на трошоците кај регионалните радиостаници

Структура на трошоците - регионални РА	износ	учество
Материјални трошоци	3.47	7.01%
Трошоци за набавка на програма	2.17	4.39%
Нематеријални трошоци (услуги)	7.99	16.14%
Плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма	21.98	44.40%
Директни трошоци за создавање на програмата	35.62	71.94%
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма	0.99	2.00%
Амортизација на опремата	1.92	3.87%
Амортизација на права и лиценци	0.00	0.01%
Кирии и останати режиски трошоци	2.38	4.81%
Сите останати неопфатени трошоци од работењето	8.05	16.27%
Вкупно трошоци на работењето	48.97	98.90%
Расходи од други активности	0.27	0.54%
Вонредни расходи	0.28	0.56%
Вкупно трошоци на работењето	49.51	

51% од трошоците од категоријата “сите останати неопфатени трошоци од работењето” ги прикажала РА Ват.

Добивка во анализираната година оствариле девет комерцијални регионални радиостаници. Најдобар финансиски резултат имала РА Скај (0,97 милиони денари), а најлош РА Стреет ФМ (загуба од 1,19 милиони денари).

Слика 42. Финансиски резултат од работењето



Просечениот број на вработени во редовен работен однос изнесувал 56 лица. Најмногу лица биле ангажирани во РА Буба Мара (седум лица).

Во однос на 2014 година, бројот на вработени се зголемил кај РА Стреет ФМ (за четири лица), РА Капитол (за три лица) и кај РА Буба Мара и РА Урбан (за по две лица), а се намалил кај РА Скај (за пет лица) и кај РА Сити и РА Фортуна (за по три лица).

Табела 34. Просечен број на вработени во редовен работен однос

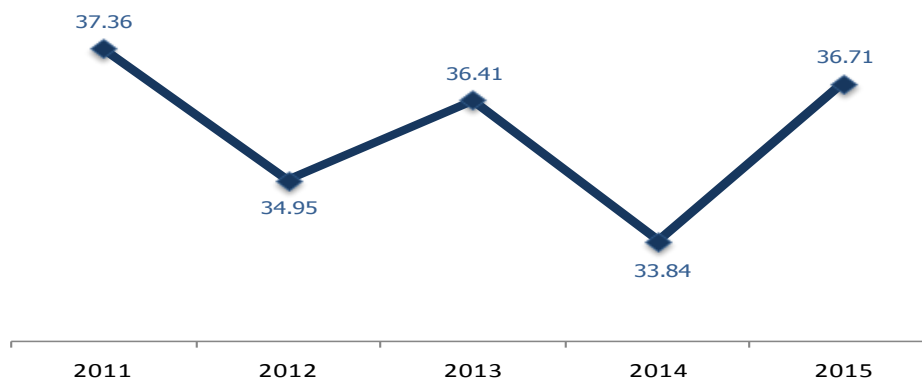
РА	2011	2012	2013	2014	2015
РА Буба Мара	4	5	5	5	7
РА Стреет	6	6	3	2	6
РА Спортско 90,3 ФМ	5	5	5	6	6
РА Сити	9	8	8	8	5
РА Фортуна	9	9	8	8	5
РА Скај	5	6	5	5	5
РА Лајф ФМ	4	4	4	4	4
РА Роса АБ	4	4	4	4	4
РА Капитол	2	1	1	1	4
РА Клуб ФМ	3	3	3	3	3
РА Ват	8	8	2	2	2
РА Урбан	нп	0	0	0	2
РА Арачина	1	1	1	1	1
РА Зона М-1	2	1	1	1	1
РА Џез ФМ	2	2	1	1	1
РА РФМ	0	0	0	0	0
ВКУПНО	64	63	51	51	56

Радиостаници на локално ниво

Дозвола да емитуваат програма на локално ниво во текот на 2015 година имаа 50 комерцијални и две непрофитни радиостаници. Меѓутоа, во анализата се претставени податоците за работењето на 46 од нив, затоа што во март 2016 година, поради неплаќање на надоместокот за дозволата за радио емитување во законски утврдениот рок, и беше одземена дозволата на РА Мерлин од Дебар¹⁷, РА Охрид од Охрид и РА ДИ-ЦЕЈ од Струга не доставија податоци за економското работење во претходната година, поради што во јули 2016 година им беа одземени дозволите за радио емитување¹⁸. РА Лав од Охрид ја извести Агенцијата дека во анализираната година немала деловна активност.

Вкупните приходи коишто заеднички ги оствариле 46-те комерцијални радиостаници изнесувале 36,71 милион денари, односно 8,48% повеќе отколку во претходната година.

Слика 43. Движење на вкупните приходи на локалните радиостаници во последните пет години



Приходите на локалните радиостаници во последните пет години наизменично се зголемувале и намалувале но за релативно мали износи, а највисоки биле во 2011 година, кога изнесувале 37,36 милиони денари.

Највисоки вкупни приходи во анализираната година прикажала РА Кавадарци од Кавадарци (2,99 милиони денари), додека пак најниски РА Дрини од Струга (0,06 милиони денари). РА Кавадарци остварила највисоки приходи и во 2013 и во 2014 година. Во 2012 година, од сите локални радиостаници највисоки приходи остварила РА Блета од Тетово (1,86 милиони денари), а во 2011 година РА Кисс од Тетово (4,96 милиони денари).

¹⁷ Одлука за одземање на дозволата за радио емитување на Трговското радиодифузно друштво Радио Мерлин ДООЕЛ Дебар, УП 1 бр.08-55 од 07.03.2016 година

¹⁸ Одлука за одземање на дозволата за радио емитување на Трговското радиодифузно друштво РАДИО ОХРИД ДОО Охрид, УП 1 бр.08-346 од 08.07.2016 година и Одлука за одземање на дозволата за радио емитување на Друштвото за радио дифузија ДИ-ЦЕЈ Славе ДООЕЛ Струга, УП 1 бр.08-347 од 08.07.2016 година

Табела 35. Вкупни приходи на локалните радиостаници во последните пет години

радиодифузер	2011	2012	2013	2014	2015	стапка на раст 2015/2014
РА Кавадарци	0.81	0.99	4.08	2.98	2.99	0.34%
РА Супер	2.22	1.77	1.32	1.56	1.86	19.23%
РА Експрес	1.97	1.52	1.62	1.78	1.77	-0.56%
РА Енџелс ФМ	2.23	1.77	1.85	1.65	1.71	3.64%
РА Тајм	1.02	1.12	1.21	1.42	1.64	15.49%
РА КМР	0.63	0.41	0.33	0.58	1.60	1.27%
РА Холидеј	1.64	1.63	1.50	1.31	1.52	16.03%
РА Б-97	1.46	1.23	1.18	0.88	1.52	72.73%
РА 106	1.62	1.75	1.55	1.12	1.50	33.93%
РА Хит	1.26	1.25	1.24	1.17	1.29	10.26%
РА Блета	0.39	1.86	0.35	0.76	1.15	51.32%
РА Галакси-2002	0.94	1.16	0.93	1.47	1.08	-26.53%
РА Мерак 5 ФМ	1.45	1.31	1.13	0.91	1.05	15.38%
РА Ррапи	0.80	0.76	0.87	0.98	0.97	-1.02%
РА Кочани ФМ	0.56	0.59	0.70	0.72	0.92	27.78%
РА Браво	1.16	1.29	1.08	1.50	0.92	-38.67%
РА Свети Николе	0.52	0.54	0.75	0.83	0.89	7.23%
РА Фама	0.54	0.62	0.50	0.73	0.87	19.18%
РА Мефф	0.36	0.45	0.58	0.85	0.83	-2.35%
РА Плус Форте	0.85	0.88	0.77	0.60	0.69	15%
РА Делфин	0.37	0.53	0.49	0.55	0.68	23.64%
РА МИ НИ	0.47	0.43	0.52	0.42	0.57	35.71%
РА Пулс	0.20	0.7	0.68	0.52	0.57	9.62%
РА Актуел	0.48	0.47	0.49	0.28	0.56	100%
РА Акорд	0.25	0.23	0.38	0.44	0.55	25%
РА 5 Чоки	0.38	0.42	0.57	0.60	0.52	-13.33%
РА Кисс	4.96	0.82	1.89	0.91	0.52	-42.86%
РА Медисон	0.16	0.25	0.34	0.32	0.51	69.38%
РА Модеа	0.26	0.23	0.32	0.37	0.50	35.14%
РА Еми	0.05	0.12	0.08	0.09	0.50	455.56%
РА Комета	0.44	0.44	0.42	0.46	0.49	6.52%
РА МХ	0.00	0.59	0.39	0.84	0.44	-47.62%
РА Валандово	0.45	0.45	0.37	0.54	0.44	-18.52%
РА Зора	0.38	0.43	0.40	0.42	0.41	-2.38%
РА Еко	0.5	1.03	0.81	0.34	0.39	14.71%
РА Голди	0.25	0.29	0.17	0.25	0.37	48%
РА Ла Коста	0.81	0.43	0.27	0.32	0.34	6.25%
РА Ред ФМ	0.03	0.00	0.00	0.01	0.34	3300%
РА Аљбана	0.19	0.24	0.31	0.31	0.25	-19.35%
РА Јехона	0.25	0.47	0.53	0.30	0.24	-20%
РА ПРО-ФМ	0.00	0.09	0.11	0.16	0.22	37.5%
РА Скај радио плус	0.24	0.13	0.24	0.11	0.14	27.27%
РА Пехчево	0.00	0.11	0.23	0.07	0.13	85.71%
РА Александар Македонски	0.18	0.13	0.14	0.20	0.10	-50%
РА Ускана-Плус	0.16	0.27	0.58	0.58	0.09	-84.48%
РА Дрини	0.55	0.47	0.00	0.02	0.06	200%
ВКУПНО	34.44 ¹⁹	32.67 ²⁰	34.27 ²¹	33.23 ²²	36.71	

¹⁹ Разликата во вкупните приходи на локалните радиостаници во 2011 година, претставени во табелата бр.34 и на сликата бр.43, е поради тоа што во износот на приходите на сликата се пресметани и приходите коишто во 2011 година ги оствариле РА Це-Де, РА Мерлин, РА Македонска Каменица, РА Морис плус, РА Продукција ЛГН, РА Лав, РА Охрид, РА Мис 2008 и РА Тернипе, коишто заедно оствариле 2,92 милиони денари.

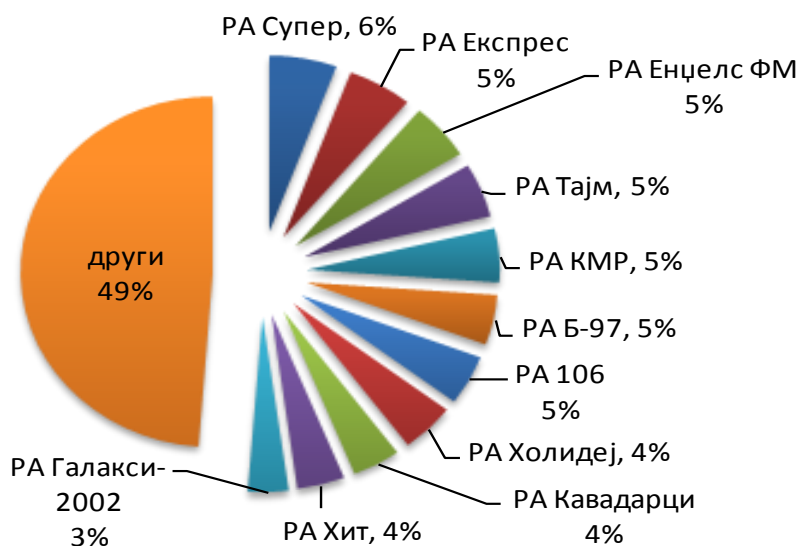
Повисоки вкупни приходи во однос на претходната година оствариле 32 локални комерцијални радиостаници. Продажбата на времето за рекламирање била главен извор на приходи во овој сегмент на радиоскиот пазар. Имено, од реклами и телешопинг биле остварени дури 89,38% од вкупните приходи на локалните радиостаници.

Табела 36. Структура на приходите кај локалните радиостаници

Структура на приходите на радијата на локално ниво	износ	учество
Реклами и телешопинг	32.81	89.38%
Спонзорства	0.81	2.20%
Продажба на содржини	0.07	0.19%
Приходи од услуги обезбедени на трети страни	0.50	1.36%
Останати приходи	0.58	1.58%
Приходи од основна дејност	34.77	94.71%
Приходи од други дејности	1.51	4.10%
Вонредни приходи	0.43	1.18%
Вкупни приходи	36.71	

Рекламирањето било единствен извор на приходи за 28 локални радиостаници.

Слика 44.Учество во вкупните приходи од рекламирање



²⁰ Разликата во вкупните приходи на локалните радиостаници во 2012 година, претставени во табелата бр. 34 и на сликата бр.43, е поради тоа што во износот на приходите на сликата се пресметани и приходите коишто во 2012 година ги оствариле РА Це-Де, РА Мерлин, РА Морис плус, РА Продукција ЛГН, РА Охрид, РА Мис 2008 и РА Тернипе, коишто заедно оствариле 2,28 милиони денари.

²¹ Разликата во вкупните приходи на локалните радиостаници во 2013 година, претставени во табелата бр. 34 и на сликата бр.43, е поради тоа што во износот на приходите на сликата се пресметани и приходите коишто во 2013 година ги оствариле РА Це-Де, РА Мерлин, РА Морис плус, РА Продукција ЛГН, РА Лав и РА Охрид, коишто заедно оствариле 2,14 милиони денари.

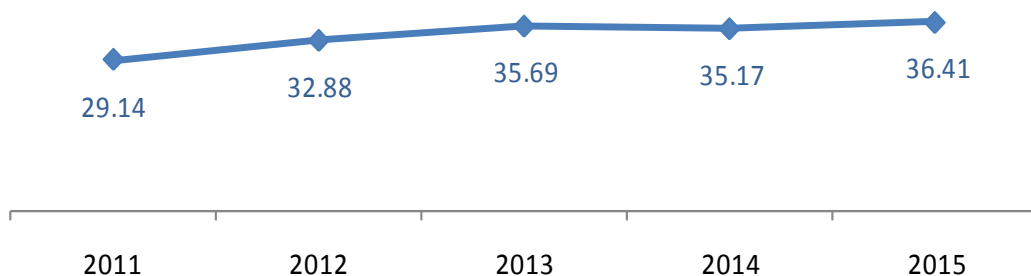
²² Разликата во вкупните приходи на локалните радиостаници во 2014 година, претставени во табелата бр. 34 и на сликата бр.43, е поради тоа што во износот на приходите на сликата се пресметани и приходите коишто во 2014 година ги оствариле РА Лав, РА Охрид и РА Ди-Џеј, коишто заедно оствариле 0,61 милион денари.

Половина од приходите од реклами и телешопинг (16,79 милиони денари) ги оствариле само 11 радиостаници. Најмногу приходи по овој основ прикажала РА Супер од Охрид (1,86 милиони денари), а единствена радиостаница којашто не остварила ваков вид на приход била РА Еми од Жировница.

Приходи од спонзорства оствариле само РА Браво од Куманово (0,39 милиони денари), РА Јехона од Куманово (0,07 милиони денари) и РА Блета од Тетово (0,35 милиони денари).

Локалните радиостаници во анализираната година потрошиле 36,41 милион денари, што претставува највисок износ на средства потрошени кај локалниот радиоски пазар во последните пет години. Најниски трошоци, пак, биле направени во 2011 година, кога биле потрошени 24,95% помалку средства отколку во анализираната година. Во однос на претходната година, заедничките трошоци на локалните радиостаници се зголемиле за 3,53%.

Слика 45. Движење на вкупните трошоци на локалните радиостаници во последните пет години



Најмногу средства за работењето потрошила РА Кавадарци од Кавадарци (2,18 милиони денари).

Во однос на претходната година, трошоците ги зголемиле 28 локални радиостаници. Останатите радиостаници потрошиле помалку средства.

Табела 37. Вкупни трошоци на локалните радиостаници во последните пет години

	2011	2012	2013	2014	2015	стапка на раст 2015/2014
РА Кавадарци	1.44	1.00	3.21	2.24	2.18	-2.68%
РА Супер	2.20	1.60	1.28	1.45	1.86	28.28%
РА Енџелс ФМ	1.73	1.75	1.66	1.63	1.70	4.29%
РА Експрес	1.93	1.51	1.55	1.73	1.69	-2.31%
РА Тајм	0.92	0.96	1.18	1.37	1.64	19.71%
РА УНИВЕРЗИТЕТСКО УКЛО ФМ	нп	0.00	0.00	1.60	1.60	0.00%
РА Холидеј	1.00	1.24	1.49	1.59	1.50	-5.66%
РА Б-97	0.59	0.53	1.12	0.79	1.48	87.34%
РА КМР	0.55	0.48	0.40	0.52	1.36	161.54%
РА Хит	1.00	1.33	0.92	1.10	1.21	10%
РА 106	0.87	1.46	1.49	1.02	1.13	10.78%

Анализа на пазарот на аудио и аудиовизуелни медиумски услуги за 2015 година

РА Свети Николе	0.40	0.41	0.81	0.90	1.07	18.89%
РА Мерак 5 ФМ	1.40	1.30	1.13	0.90	1.04	15.56%
РА Кисс	0.00	1.05	2.16	0.53	0.99	86.79%
РА Галакси-2002	0.85	0.91	0.69	0.82	0.97	18.29%
РА Ррапи	0.97	0.90	0.86	0.97	0.96	-1.03%
РА Браво	1.07	1.27	0.93	1.45	0.95	-34.48%
РА Блета	0.48	1.17	0.75	0.79	0.91	15.19%
РА Кочани ФМ	0.64	0.59	0.70	0.68	0.84	23.53%
РА Фама	0.54	0.67	0.55	0.59	0.76	28.81%
РА Мефф	0.29	0.34	0.42	0.58	0.71	22.41%
РА Еко	0.49	0.7	0.72	0.71	0.67	-5.63%
РА Плус Форте	0.73	0.81	0.73	0.48	0.62	29.17%
РА Пулс	0.19	0.75	0.75	0.63	0.58	-7.94%
РА МХ	0.00	0.92	0.88	0.81	0.54	-33.33%
РА Акорд	0.32	0.36	0.37	0.41	0.51	24.39%
РА 5 Чоки	0.45	0.40	0.54	0.64	0.51	-20.31%
РА Медисон	0.16	0.24	0.34	0.31	0.51	64.52%
РА Модеа	0.24	0.23	0.31	0.36	0.50	38.89%
РА МИ НИ	0.42	0.37	0.41	0.37	0.50	35.14%
РА Валандово	0.45	0.66	0.39	0.47	0.49	4.26%
РА Комета	0.43	0.43	0.50	0.45	0.48	6.67%
РА Делфин	0.17	0.34	0.26	0.27	0.43	59.26%
РА Зора	0.36	0.37	0.38	0.42	0.42	0%
РА Альбана	0.17	0.21	0.27	0.52	0.38	-26.92%
РА Голди	0.24	0.27	0.16	0.43	0.36	-16.28%
РА Еми	0.06	0.13	0.10	0.10	0.31	210%
РА Ла Коста	0.30	0.31	0.24	0.31	0.30	-3.23%
РА Ред ФМ	0.12	0.00	0.00	0.01	0.29	2800%
РА Јехона	0.25	0.47	0.53	0.30	0.24	-20%
РА Пехчево	0.00	0.2	0.20	0.21	0.22	4.76%
РА ПРО-ФМ	0.00	0.08	0.10	0.15	0.21	40%
РА Александар Македонски	0.25	0.21	0.26	0.37	0.21	-43.24%
Скај радио плус	0.29	0.2	0.20	0.21	0.19	-9.52%
РА Ускана-Плус	0.11	0.19	0.57	0.73	0.17	-76.71%
РА Актуел	0.29	0.34	0.46	0.25	0.13	-48%
РА Дрини	0.53	0.34	0.21	0.02	0.06	200%
РА УНИВЕРЗИТЕТСКО УГД ФМ	нп	0.00	0.00	1.02	0.00	-100%
ВКУПНО	25.89²³	30²⁴	33.18²⁵	34.21²⁶	36.41	

²³ Разликата во вкупните трошоци на локалните радиостаници во 2011 година, претставени во табелата бр. 36 и на сликата бр.45, е поради тоа што во износот на трошоците на сликата се пресметани и приходите коишто во 2011 година ги оствариле РА Це-Де, РА Мерлин, РА Македонска Каменица, РА Морис плус, РА Продукција ЛГН, РА Лав, РА Охрид, РА Мис 2008 и РА Тернипе, коишто заедно оствариле 3,25 милиони денари.

²⁴ Разликата во вкупните трошоци на локалните радиостаници во 2012 година, претставени во табелата бр. 36 и на сликата бр.45, е поради тоа што во износот на трошоците на сликата се пресметани и приходите коишто во 2012 година ги оствариле РА Це-Де, РА Мерлин, РА Морис плус, РА Продукција ЛГН, РА Охрид, РА Мис 2008 и РА Тернипе, коишто заедно оствариле 2,86 милиони денари.

²⁵ Разликата во вкупните трошоци на локалните радиостаници во 2013 година, претставени во табелата бр. 36 и на сликата бр.45, е поради тоа што во износот на трошоците на сликата се пресметани и приходите коишто во 2013 година ги оствариле РА Це-Де, РА Мерлин, РА Морис плус, РА Продукција ЛГН, РА Лав и РА Охрид, коишто заедно оствариле 2,51 милион денари.

²⁶ Разликата во вкупните трошоци на локалните радиостаници во 2014 година, претставени во табелата бр. 36 и на сликата бр.45, е поради тоа што во износот на трошоците на сликата се пресметани и приходите коишто во 2014 година ги оствариле РА Охрид, РА Ди-Џеј и РА Мерлин, коишто заедно оствариле 0,96 милиони денари.

Најголемо учество во структурата на трошоците имале директните трошоци за создавање на програмата (77,30%). Од нив пак, најголем дел, биле наменети за плати и други надоместоци на лицата коишто биле директно поврзани со производство на програмата. Најмногу средства за оваа намена издвоиле Универзитетското радио УКЛО ФМ од Битола (1,43 милиони денари) и РА Енџелс од Штип (1,14 милиони денари). Ваков вид на трошок воопшто не прикажале РА Актуел од Битола, РА Голди од Велес, РА Еми од Жировница, РА Галакси-2002 од Кавадарци, РА Медисон од Кичево, РА Дрини од Струга и Универзитетското радио УГД ФМ од Штип.

Табела 38. Структура на трошоците кај локалните радиостаници

Структура на трошоците - локални РА	износ	учество
Материјални трошоци	5.25	14.41%
Трошоци за набавка на програма	0.80	2.20%
Нематеријални трошоци (услуги)	5.35	14.69%
Плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма	16.75	46.00%
Директни трошоци за создавање на програмата	28.15	77.30%
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма	1.50	4.11%
Амортизација на опремата	1.55	4.27%
Амортизација на права и лиценци	0.06	0.16%
Кирии и останати режиски трошоци	0.72	1.97%
Сите останати неопфатени трошоци од работењето	4.16	11.42%
Вкупно трошоци на работењето	36.13	99.23%
Расходи од други активности	0.20	0.54%
Вонредни расходи	0.08	0.23%
Вкупно трошоци на работењето	36.41	

Речиси подеднакво учество во вкупните трошоци имале материјалните и нематеријалните трошоци (14,41%, односно 14,69%).

Средствата коишто во 2015 година биле потрошени за плати и други надоместоци на лицата кои не се директно поврзани со производство на програма (во вкупен износ од 1,50 милиони денари) ги направиле РА Голди од Велес (0,19 милиони денари), РА Еми од Жировница (0,27 милиони денари), РА Галакси-2002 од Кавадарци (0,63 милиони денари), РА Медисон од Кичево (0,41 милион денари) и РА Хит од Струмица (0,004 милиони денари).

Во анализираната година, локалните комерцијални радиостаници заедно оствариле добивка во износ од 1,85 милиони денари. Позитивен финансиски резултат прикажале 31 радиостаница, а најголема била добивката којашто успеала да ја оствари РА Кавадарци од Кавадарци (0,8 милиони денари). Дури 15 радиостаници работеле со загуба. Најлош финансиски резултат имала РА Кисс од Тетово - загуба во износ од 0,48 милиони денари.

Просечниот број на вработени во редовен работен однос останал ист како и претходната година (95 лица).

Табела 39. Просечен број на вработени во редовен работен однос

ТРД	бр.на вработени	ТРД	бр.на вработени
РА Супер	5	РА Блета	2
РА Експрес	5	РА Фама	2
РА Кисс	5	Скај радио плус	1
РА Енџелс ФМ	5	РА Актуел	1
РА Тајм	4	РА Б-97	1
РА 106	3	РА Делфин	1
РА Мерак 5 ФМ	3	РА Валандово	1
РА Медисон	3	РА Голди	1
РА Кочани ФМ	3	РА Ла Коста	1
РА Браво	3	РА Комета	1
РА КМР	3	РА ПРО-ФМ	1
РА МХ	3	РА Александар Македонски	1
РА 5 Чоки	3	РА Акорд	1
РА Холидеј	3	РА Ускана-Плус	1
РА Свети Николе	3	РА Албана	1
РА Ррапи	3	РА Пулс	1
РА Хит	3	РА Пехчево	1
РА Зора	2	РА Мефф	1
РА Галакси-2002	2	РА МИ НИ	1
РА Кавадарци	2	РА Плус Форте	1
РА Јехона	2	РА Ред ФМ	1
РА Еко	2	РА Еми	0
РА Модеа	2	РА Дрини	0
		ВКУПНО	95

Најмногу вработени имало во РА Супер од Охрид, РА Експрес од Струмица, РА Кисс од Тетово и РА Енџелс ФМ од Штип (по пет лица). Најбројни биле радиостаниците кај коишто во редовен работен однос било ангажирано само по едно лице (вкупно 19 радиостаници), а во две радиостаници (РА Еми од Жировница и РА Дрини од Струга) не било вработено ниту едно лице во редовен работен однос.

АНАЛИЗА НА ПОДАТОЦИТЕ ЗА ГЛЕДАНОСТА НА ТЕЛЕВИЗИИТЕ И СЛУШАНОСТА НА РАДИОСТАНИЦИТЕ

Во текот на 2015 година, по нарачка на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, истражувачката агенција Маркет Вижн од Скопје, изработи четири квартални истражувања со коишто беа обезбедени податоци за досегот на радиостаниците и за уделот во вкупната гледаност на телевизиските станици во Република Македонија²⁷. Анкетирањето беше извршено со употреба на методата CATI – телефонско интервју со помош на компјутер, на примерок од по 1.500 испитаници за секој квартал, односно вкупно 6.000 испитаници за целата година.

1.1. ТВ на државно ниво преку терестријален дигитален мултиплекс

Податоците за просечниот неделен досег на телевизиите што емитуваат програма на државно ниво и на странските телевизиски канали се пресметани како однос помеѓу популацијата што го гледала конкретниот телевизиски канал во било кој период од претходната седмица и вкупната популација.

Табела 40. Просечен дневен и неделен досег на телевизиите на државно ниво преку терестријален дигитален мултиплекс

ТВ	просечен дневен досег	просечен неделен досег
Сител	33,48%	49.40%
Канал 5	25,30%	44.40%
Телма	9,68%	19.78%
МТВ1	9,20%	19.75%
Алфа	8,49%	18.78%
Алсат-М	7,60%	16.95%
МТВ2	0,62%	1.90%
Собраниски	0,15%	0.28%

Според податоците од ова истражување, во 2015 година, најголем неделен досег имале ТВ Сител (49,40%) и ТВ Канал 5 (44,40%). Ова значи дека, кога од испитаниците било побарано да ги набројат сите домашни и странски телевизиски канали што ги гледале во претходната недела, 49,40%, односно 44,4% од нив ги споменале овие две телевизии. По нив, со речиси подеднаков неделен досег се ТВ Телма (19,78%) и Првиот програмски сервис на Македонската телевизија - МТВ1 (19,75%). Просечниот неделен досег на ТВ Алфа изнесувал 18,78%, а на ТВ Алсат-М – 16,95%. Најмала вредност овој показател има

²⁷ Четирите квартални и Годишниот извештај од овие истражувања се достапни на веб страницата на Агенцијата, на следниот линк: http://avmu.mk/index.php?option=com_content&view=article&id=871&Itemid=435&lang=mk

за Вториот програмски сервис на Македонската телевизија МТВ2 (1,90%) и Собранискиот канал (0,28%).

1.2. ТВ на државно ниво преку сателит или преку јавна електронска комуникациска мрежа

Подолу во табелата се прикажани податоците за уделот на гледаноста на телевизиите на државно ниво преку сателит или преку електронска комуникациска мрежа во вкупната гледаност²⁸, како и податоците за просечниот неделен²⁹ и дневен³⁰ досег на секоја од овие осум телевизии.

Сите три показатели за ТВ 24 Вести имаат забележително повисоки вредности во однос на показателите за останатите седум телевизии. Уделот на оваа телевизија во вкупната гледаност во првото изнесувал 0,97%, во второто 4,20%, во третото 3,50%, а во последното тримесечие од годината (4,26%).

Телевизиите Шења и ТВ 21 започнаа да емитуваат во последниот квартал од 2015 година, па затоа и трите показатели за овие две телевизии се однесуваат само за периодот во којшто емитувале програма.

Табела 41. Просечен дневен и неделен досег на телевизиите на државно ниво преку сателит или преку јавна електронска комуникациска мрежа

ТВ	просечен дневен досег	просечен неделен досег	удел во вкупната гледаност
24 Вести	4.56%	9.55%	3.23%
Шења*	1.47%	2.40%	1.05%
Сител 3	1.19%	1.85%	0.82%
ТВ 21*	0.80%	2.70%	0.57%
Канал 5 Плус	0.78%	0.95%	0.53%
Наша ТВ	0.62%	0.75%	0.42%
Арт Канал	0.15%	0.45%	0.10%
ТВ Сонце	0.27%	0.35%	0.18%

²⁸ Удел во вкупната гледаност на ТВ каналот на територијата на која зрачи (SHARE) = популација што го гледала ТВ каналот во било кој период од претходниот ден / вкупна гледаност на ТВ каналите што емитуваат на територијата на која се емитува ТВ канал.

²⁹ Просечен дневен досег на ТВ каналот на територијата на којашто зрачи (DAILY REACH) = популација што го гледала ТВ каналот во било кој период од претходниот ден / популација на територијата на којашто се емитува ТВ каналот

³⁰ Просечен неделен досег на ТВ каналот на територијата на којашто зрачи (WEEKLY REACH) = популација што го гледала ТВ каналот во било кој период од претходниот седмица / вкупна популација

На прашањето „што најчесто гледавте на телевизиите на државно ниво преку сателитски предавател или преку јавна електронска комуникациска мрежа“, со можност да понудат најмногу три одговори, 68,2% од испитаниците одговориле - вести. Следен избор, по вестите, но на значително помал дел од испитаниците (6,8%) биле дебатните емисии, а по нив контактните емисии (5,3%) и играните филмови (5,1%). Ваквите резултати се очекувани, со оглед на тоа дека најчест избор од овие телевизии за гледачите била телевизијата 24 Вести, којашто според пријавениот програмски концепт најголем дел од времето емитува вести – 64 часа во текот на една недела.

1.3. Странски канали

Од странските телевизиски канали, најголем просечен неделен досег имале специјализираните канали, и тоа оние што емитуваат документарна, спортска и филмска програма. Само во првото тромесечие, најгледан бил каналот Sport Klub, а во останатите три документарниот канал Discovery.

Табела 42. Просечен дневен и неделен досег на странските канали

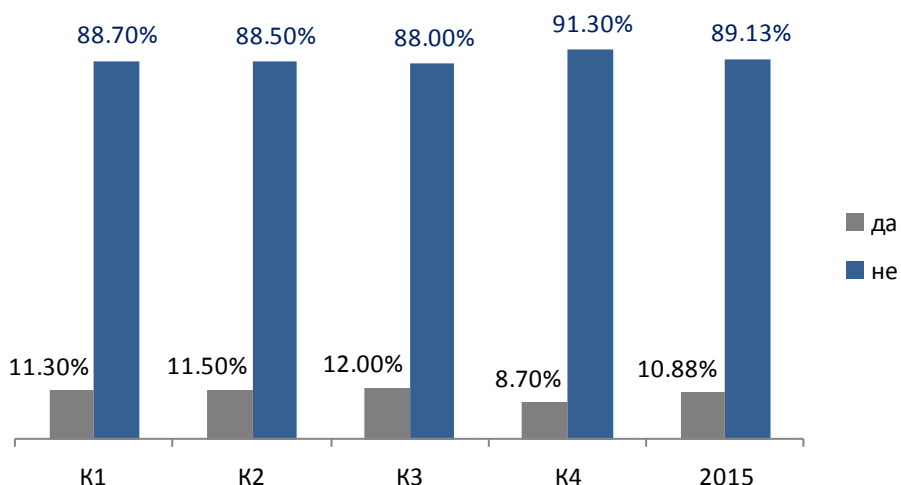
ТВ	просечен дневен досег	просечен неделен досег
Discovery	2,87%	11.98%
Sport klub	4,17%	10.35%
Eurosport	1,98%	5.75%
Fox Live	1,07%	4.98%
Fox	1,90%	4.68%
Animal Planet	0,99%	4.28%
National Geographic	1,42%	4.28%
Arena	0,88%	3.18%
HBO	0,90%	3.08%
Cinemanía	0,83%	3.05%
Boomerang	1,30%	2.95%
MTV	0,63%	2.85%
VH1	0,83%	2.73%
DM SAT	0,62%	2.48%
Top Chanel	0,78%	2.40%
24 Kitchen	0,42%	2.05%
RTS	0,55%	2.03%
Cartoon Network	0,93%	1.98%
HRT	0,55%	1.88%
Super Sport	0,60%	1.80%

Од дваесетте најгледани странски канали по четири се спортски и филмски, по три документарни и музички, а два се детски канали. Од останатите четири, два се од општ формат, односно јавните радиодифузни сервиси на Хрватска и Србија, еден е специјализиран канал за готвење и еден телевизиски канал од општ формат од Албанија.

1.4. Регионални и локални ТВ

Просечниот дневен досег на регионалните и локалните телевизии е доста низок - само 10,88% од испитаниците гледале некоја регионална или локална телевизија.

Слика 46. „дали вчера гледавте некој регионален или локален телевизиски канал“



Подолу, на та бр. XX се претставени податоците за податоците за уделот на гледаноста на регионалните телевизии во вкупната гледаност, како и податоците за просечниот неделен и дневен досег на секоја од нив.

Уделот во вкупната гледаност на секоја регионална телевизија (SHARE) е пресметан како количник помеѓу популација што ја гледала таа телевизија во било кој период од претходниот ден и вкупната гледаност на телевизиите што емитуваат програма во радиодифузниот регион.

Просечниот дневен досег (DAILY REACH) и просечниот неделен досег (WEEKLY REACH) се пресметани како количник помеѓу вкупната популација што ја гледала таа телевизија во било кој период од претходниот ден, односно седмица и вкупната популација во регионот.

Забележливо е дека телевизиите што емитуваат програма само на подрачјето на главниот град (радиодифузен регион Д1 – Скопје) имаат значително помал просечен неделен досег од телевизиите во другите радиодифузни региони.

Табела 43. Просечен дневен и неделен досег на регионалните телевизии

Радиодифузен регион	Население / број на испитаници	Телевизија	просечен дневен досег	просечен неделен досег	удел во вкупната гледаност
Д1 СКОПЈЕ	Н: 619.281 И: 1.723	ЕДО	0.52%	3.9%	0.34%
		Ера	0.35%	2.9%	0.25%
		Шутел	0.09%	1.3%	0.10%
		ТВ Скопје	0.12%	0.7%	0.07%
		Скај Нет	0.10%	0.8%	0.06%
		МТМ	0.06%	0.5%	0.04%
		Амазон	0.06%	0.4%	0.04%
Д1 ВЕЛЕС	Н: 153.094 И: 470	КТВ	2.15%	13.4%	1.08%
		Канал Еден	1.26%	9.1%	0.67%
Д2 СТРАЦИН	Н: 176.198 И: 505	К-Три	1.11%	6.1%	0.69%
		Сител 2	0.34%	2.4%	0.22%
Д3 ТУРТЕЛ	Н: 177.145 И: 553	Ирис	1.14%	10.7%	0.67%
		Стар	0.70%	8.1%	0.40%
		ХДТВ Канал плус	0.29%	3.2%	0.17%
Д4 БОСКИЈА	Н: 173.560 И: 513	Вис	1.42%	13.3%	0.78%
		Телеканал А1	0.80%	5.4%	0.43%
		Кобра	0.50%	4.5%	0.28%
Д5 ПЕЛИСТЕР	Н: 299.428 И: 888	Тера	1.29%	9.4%	0.76%
		ХДТВ Мега	0.51%	2.9%	0.34%
		Ускана	0.27%	1.9%	0.17%
		Канал Визија	0.55%	4.9%	0.30%
Д6 МАЛИ ВАЈ	Н: 123.786 И: 386	О2	1.16%	11.8%	0.82%
		ТВ М	0.52%	8.5%	0.32%
Д7 СТОГОВО	Н: 36.728 И: 102	Канал 3	3.69%	20.7%	2.36%
		Коха	2.05%	15.8%	1.76%
Д8 ПОПОВА ШАПКА	Н: 311.002 И: 860	Ултра	0.62%	3.5%	0.53%
		Кисс	0.99%	7.7%	0.87%
		Чеграни Медиа	0.35%	3.6%	0.31%

Н - вкупно население според податоците од публикацијата „ПРОЦЕНИ НА НАСЕЛЕНИЕТО НА 30.06.2015 И 31.12.2015 СПОРЕД ПОЛОТ И ВОЗРАСТА, ПО ОПШТИНИ И ПО СТАТИСТИЧКИ РЕГИОНИ (НТЕС 3 - 2007 ГОДИНА“ на Државниот завод за статистика на Република Македонија³¹

И - Број на испитаници

³¹ Публикацијата ПРОЦЕНИ НА НАСЕЛЕНИЕТО НА 30.06.2015 И 31.12.2015 СПОРЕД ПОЛОТ И ВОЗРАСТА, ПО ОПШТИНИ И ПО СТАТИСТИЧКИ РЕГИОНИ (НТЕС 3 - 2007 ГОДИНА) е достапна на следниот линк: <http://www.stat.gov.mk/Publikacii/2.4.16.10.pdf>

Освен во Скопскиот регион, каде што на регионалните телевизии публиката најчесто гледала играни филмови, во сите други радиодифузни региони на регионалните и локалните телевизии публиката најчесто гледала вести.

Табела 44. Просечен дневен и неделен досег на локалните телевизии

Телевизија	просечен дневен досег	просечен неделен досег	удел во вкупната гледаност
Здравкин	1.33%	9,8%	0.70%
Канал 21	1.05%	10,7%	0.55%
Свет	1.18%	8,0%	0.87%
ТВ Плус	0.39%	4,0%	0.22%
Далга Крт	0.14%	1,5%	0.09%
Хана	0.85%	7,5%	0.52%
Феста	1.13%	9,0%	0.68%
Канал 8	0.61%	5,9%	0.40%
Кочани-ЛД	0.99%	9,6%	0.66%
Протел	2.07%	14,4%	1.20%
Еми	0.61%	3,2%	0.35%
Нова	0.45%	8,1%	0.20%
Интел	1.23%	12,8%	0.69%
Гурра	0.10%	1,3%	0.08%
Аниса	0.10%	0,7%	0.08%
Лажани	0.10%	0,7%	0.07%
Орбис	1.71%	9,5%	1.02%
Спектра	0.47%	5,6%	0.27%
Калтрина	0.97%	12,7%	0.63%
Морис	0.49%	7,7%	0.35%
Дибра	2.78%	18,7%	1.88%
Дуе	0.31%	3,3%	0.24%
Г-ТВ	0.39%	5,4%	0.30%
Супер скај	0.09%	1,0%	0.07%

1.5. Радиостаници на државно ниво

Просечниот дневен и неделен досег на радиостаниците што емитуваат на државно ниво е пресметан како однос помеѓу популацијата што ја слушала радиостаницата подолго од една минута во претходниот ден, односно недела и вкупната популација.

Во 2015 година, највисок просечен неделен досег имала радиостаницата Антена 5 – два пати повеќе од Канал 77 којашто е на второто место. 6,20% од испитаниците одговориле

дека во претходната недела, подолго од една минута ја слушале програмата на Македонското радио, а 5,60% радиостаницата Рос Метрополис. Најмал просечен неделен досег имала радиостаницата Слободна Македонија (2,10%).

Табела 45. Просечен дневен и неделен досег на радиостаниците на државно ниво

Радиостаница	просечен дневен досег	просечен неделен досег
Антиена 5	6.50%	16.10%
Канал 77	2.60%	8.00%
Македонско радио	2.50%	6.20%
Рос Метрополис	1.70%	5.60%
Слободна Македонија	0.90%	2.10%

За разлика од просечниот неделен досег на секоја од овие радиостаници, разликите помеѓу просечниот дневен досег се помали.

1.6. Радиостаници на регионално ниво

Најслушана регионална радиостаница била РА Сити ФМ, со просечен дневен досег од 10,90% и со просечен неделен досег од 4,70%.

Табела 46. Просечен дневен и неделен досег на радиостаниците на регионално ниво

радиостаница	просечен дневен досег	просечен неделен досег
Сити	4.70%	10,90%
Бубамара	2.60%	6,30%
Зона М-1	2.60%	5,20%
Лајф	2.80%	4,80%
Скај	1.30%	3,30%
Спортско радио	1.50%	2,80%
Вати	0.50%	2,70%
Фортуна	0.80%	2,70%
Арачина	0.40%	2,50%
Капитол	1.18%	2,45%
Роса	0.80%	1,40%
Клуб ФМ	0.80%	1,40%
Џез ФМ	0.30%	1,30%
Урбан ФМ	0.40%	1,00%
Стрит ФМ	0.48%	0,83%
Студентско радио	0.00%	0,10%
РФМ	0.00%	0,00%

Зад неа е РА Буба Мара со просечен дневен досег од 6,30% и со просечен неделен досег од 2,60%.

1.1. Радиостаници на локално ниво

Податоците за просечниот дневен и неделен досег на локалните радиостаници се пресметани како однос помеѓу популацијата што ја слушала радиостаницата подолго од една минута во претходниот ден, односно недела и популацијата на подрачјето на коешто секоја од нив емитува програма.

Табела 47. Просечен дневен и неделен досег на радиостаниците на локално ниво

Град	Радио станица	просечен дневен досег	просечен неделен досег	Град	Радио станица	просечен дневен досег	просечен неделен досег
Берово	Скај радио плус	0,0%	0,0%	Неготино	РА Пулс	1,9%	5,8%
Битола	РА 106	1,2%	3,8%	Охрид	РА Лав	1,3%	4,5%
	РА Актуел	1,9%	5,2%		РА МХ	1,4%	1,8%
	РА Б-97	0,8%	1,0%		РА Охрид	2,7%	4,3%
	РА Делфин	1,1%	1,7%		РА Супер	2,7%	5,6%
	УКЛО ФМ Битола	0,0%	1,1%		Пехчево	РА Пехчево	15,0%
Валандово	РА Валандово	3,6%	3,6%	Прилеп	РА 5 Чоки	0,4%	1,8%
Велес	РА Голди	0,9%	0,9%		РА Мефф	2,8%	7,9%
	РА Мерак 5 ФМ	2,7%	7,2%		РА Холидеј	5,1%	14,3%
Виница	РА Ла Коста	6,2%	12,5%	Пробиштип	РА Еко	2,1%	4,2%
Гевгелија	РА Тајм	9,5%	21,4%	Свети Николе	РА Модеа	3,8%	5,8%
Гостивар	РА Комета	2,3%	5,0%	Струга	РА Свети Николе	1,9%	7,4%
	РА ПРО-ФМ	0,5%	0,5%		РА Ди-Џеј	0,0%	0,6%
Дебар	РА Мерлин	0,0%	0,0%		РА ДРИНИ	0,0%	0,0%
Делчево	РА Зора	3,8%	9,5%	Струга	РА Плеј	0,0%	1,5%
Кавадарци	РА Галакси-2002	2,7%	1,9%		РА Ррапи	1,0%	2,1%
	РА Кавадарци	7,4%	35,6%		РА Експрес	2,0%	4,6%
Кичево	РА Александар Македонски	3,7%	4,4%	Струмица	РА Хит	0,0%	4,6%
	РА Акорд	0,7%	2,9%		РА Блета	1,5%	6,5%
	РА Медисон	0,0%	0,0%		РА Кисс	1,9%	4,6%
	РА Ускана-Плус	0,0%	0,7%		РА Плус Форте	1,2%	3,1%
Кочани	РА Кочани ФМ	1,1%	3,3%	Тетово	РА Фама	1,4%	5,0%
Куманово	РА Албана	1,3%	3,6%		РА Ред ФМ	0,8%	1,9%
	РА Браво	2,0%	4,2%	РА Енџелс	2,2%	6,8%	
	РА Јехона	0,7%	1,9%	Штип	УГД ФМ	0,0%	0,7%
	РА КМР	0,0%	0,0%	Жировница	РА Еми	0,0%	0,0%
	Бум	2,2%	3,6%				

ПРЕГЛЕД НА ТАБЕЛИ

Табела 1. Клучни наоди	6
Табела 2. Број на телевизиски станици – јануари 2015 година	19
Табела 4. Телевизиски станици на регионално ниво	20
Табела 5. Број на телевизиски станици – декември 2015 година.....	20
Табела 6. Структура на приходите	24
Табела 7. Структура на трошоците на МРТВ.....	27
Табела 8. Структура на приходите на терестријалните телевизији на државно ниво	30
Табела 9. Структура на трошоците на комерцијалните телевизији на државно ниво	32
Табела 10. Просечен број на вработени	34
Табела 11. Вкупни приходи и стапка на раст.....	35
Табела 12. Структура на приходите на сателитските телевизиите	36
Табела 13. Структура на трошоците на сателитските телевизиите.....	38
Табела 14. Структура на приходите на телевизиите на државно ниво преку ОЈКМ	40
Табела 15. Структура на трошоците на телевизиите на државно ниво преку ОЈКМ	40
Табела 16. Вкупни приходи на регионалните телевизији во 2013, 2014 и 2015 година	43
Табела 17. Број на телевизији, население и вкупни приходи по региони	44
Табела 18. Структура на вкупните приходи по радиодифузни региони	45
Табела 19. Вкупни трошоци на регионалните телевизији во 2013, 2014 и 2015 година.....	46
Табела 20. Структура на вкупните трошоци по радиодифузни региони.....	47
Табела 21. Просечен број вработени во редовен работен однос	48
Табела 22. Вкупни приходи на локалните телевизији во 2013, 2014 и 2015 година	49
Табела 23. Број на население и вкупни приходи во локалните подрачја.....	50
Табела 24. Структура на приходите на локалните телевизији	51
Табела 25. Вкупни трошоци на локалните телевизији во 2013, 2014 и 2015 година.....	51
Табела 26. Структура на трошоци кај локалните телевизији	52
Табела 27. Просечен број на вработени во редовен работен однос во локалните телевизији	53
Табела 28. Структура на приходите на комерцијалните радија на државно ниво.....	54
Табела 29. Структура на трошоците на комерцијалните радија на државно ниво	56
Табела 30. Просечен број на вработени во редовен работен однос во последните пет години	57
Табела 31. Вкупни приходи на регионалните радиостаници во последните пет години	58
Табела 32. Структура на приходите кај регионалните радиостаници	59
Табела 33. Вкупни трошоци на регионалните радиостаници во последните пет години.....	61
Табела 34. Структура на трошоците кај регионалните радиостаници.....	62
Табела 35. Просечен број на вработени во редовен работен однос	63
Табела 36. Вкупни приходи на локалните радиостаници во последните пет години	65
Табела 37. Структура на приходите кај локалните радиостаници.....	66
Табела 38. Вкупни трошоци на локалните радиостаници во последните пет години	67
Табела 39. Структура на трошоците кај локалните радиостаници	69
Табела 40. Просечен број на вработени во редовен работен однос	70
Табела 41. Просечен дневен и неделен досег на телевизиите на државно ниво преку терестријален дигитален мултиплекс	71
Табела 42. Просечен дневен и неделен досег на телевизиите на државно ниво преку сателит или преку јавна електронска комуникациска мрежа	72
Табела 43. Просечен дневен и неделен досег на странските канали.....	73
Табела 44. Просечен дневен и неделен досег на регионалните телевизији	75
Табела 45. Просечен дневен и неделен досег на локалните телевизији.....	76
Табела 46. Просечен дневен и неделен досег на радиостаниците на државно ниво	77
Табела 47. Просечен дневен и неделен досег на радиостаниците на регионално ниво	77
Табела 48. Просечен дневен и неделен досег на радиостаниците на локално ниво	78

ПРЕГЛЕД НА СЛИКИ

Слика 1. За што најчесто ги употребувате медиумите?	9
Слика 2. Колку често при информирањето за домашни и странски настани,	10
Слика 3. За домашните и странските настани секојдневно де информирам од.....	11
Слика 4. „за домашните и странските настани	11
Слика 5. „за домашните и странските настани	12
Слика 6. „за домашните и странските настани	12
Слика 7. „Дали во текот на вчерашниот ден/изминатата недела слушавте радио?“	12
Слика 8. „Во кој период од денот вчера слушавте радио“	13
Слика 9. „Дали во текот на вчерашниот ден/изминатата недела гледавте телевизија?“	13
Слика 10. „Рангирајте ги во најмногу четири категории програмските содржини	14
Слика 11. „ До кој степен сметате дека секоја од програмските содржини е застапена на домашните канали? “	15
Слика 12. Колку често гледате телевизиски содржини на мобилниот телефон	16
Слика 13. Колку често гледате телевизиски содржини на компјутер/таблет/лаптоп	17
Слика 14. Начин на прием на ТВ сигналот.....	17
Слика 15. Движење на вкупните приходи на МРТ во последните десет години	23
Слика 16. Движење на приходите на МРТ од радиодифузна такса во последните пет години.....	24
Слика 17. Движење на приходите од рекламирање во последните пет години	25
Слика 18. Вкупни приходи во последните четири години	29
Слика 19. Движење на вкупните приходи во последните 4 години.....	29
Слика 20. Удели во приходите од рекламирање	31
Слика 21. Движење на вкупните трошоци на овие пет телевизии во последните три години	32
Слика 22. Вкупни приходи и вкупни трошоци.....	33
Слика 23. Движење на вкупните приходи на сателитските телевизии во последните пет години ..	35
Слика 24. Удел во приходите од рекламирање.....	36
Слика 25. Движење на вкупните трошоци на сателитските телевизии во последните пет години..	37
Слика 26. Финансиски резултат од работењето на сателитските телевизии.....	38
Слика 27. Учество во вкупните приходи	39
Слика 28. Финансиски резултат од работењето на националните телевизии преку ОЈКМ	41
Слика 29. Движење на вкупните приходи на регионалните телевизии во последните три години .	42
Слика 30. Вкупни приходи по радиодифузни региони	43
Слика 31. Приходи од реклами кај регионалните телевизии	45
Слика 32. Вкупни трошоци по радиодифузни региони.....	46
Слика 33. Остварен финансиски резултат од работењето по радиодифузни региони	48
Слика 34. Финансиски резултат од работењето.....	53
Слика 35. Движење на вкупните приходи на државните радиостаници во последните пет години	54
Слика 36. Удели во приходите од рекламирање на комерцијалните радија на државно ниво	55
Слика 37. Движење на вкупните трошоци на радиостаниците на државно ниво	56
Слика 38. Финансиски резултат од работењето.....	57
Слика 39. Движење на вкупните приходи на регионалните радиостаници	58
Слика 40. Учество во вкупните приходи од рекламирање	60
Слика 41. Движење на вкупните трошоци на регионалните радиостаници	60
Слика 42. Финансиски резултат од работењето.....	62
Слика 43. Движење на вкупните приходи на локалните радиостаници	64
Слика 44. Учество во вкупните приходи од рекламирање	66
Слика 45. Движење на вкупните трошоци на локалните радиостаници.....	67
Слика 46. „дали вчера гледавте некој регионален или локален телевизиски канал“	74

Наслов	Анализа на пазарот на аудио и аудиовизуелни медиумски услуги за 2015 година
Издавач	Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги Палата Панко Брашнаров Ул.„Македонија“ бр.38, 1 000 Скопје Тел.02/3103-400 www.avmu.mk contact@avmu.mk
За издавачот	д-р Зоран Трајчевски, Директор
Изработиле	Катерина Донеvsка и Магдалена Давидовска-Довлева
Страници/табели/ слики	81/48/46