



**АГЕНЦИЈА ЗА АУДИО И
АУДИОВИЗУЕЛНИ МЕДИУМСКИ УСЛУГИ**

АНАЛИЗА НА ПАЗАРОТ НА РАДИОДИФУЗНАТА ДЕЈНОСТ ЗА 2013 ГОДИНА

Скопје, јули 2014 година

СОДРЖИНА

ВОВЕД	2
РЕЗИМЕ	4
ТЕЛЕВИЗИСКА ИНДУСТРИЈА	8
Клучни наоди	9
Број на телевизиски станици	11
Македонска телевизија	14
Телевизии на државно ниво	21
Сателитски телевизии	35
Регионални телевизии	41
Локални телевизии	52
Ставови на публиката за застапеноста и квалитетот на програмските содржини на домашните телевизии	57
Модели на прием на телевизискиот сигнал	58
Странски телевизиски канали	59
Извори на информирање на македонската публика	62
Просечно време на гледање телевизија во текот на еден ден	64
Најгледани програмски содржини во 2013 година	65
Демографски карактеристики на публиката	66
РАДИСКА ИНДУСТРИЈА	69
Клучни наоди	70
Македонско радио	72
Радиостаници на државно ниво	75
Радиостаници на регионално ниво	84
Радиостаници на локално ниво	90
Ставови на публиката за програмските содржини на радиостаниците	95
ПРЕГЛЕД НА ТАБЕЛИ	96
ПРЕГЛЕД НА СЛИКИ	97

ВОВЕД

На седницата одржана на 25 декември 2013 година Собранието на Република Македонија со Указ бр.07-5068/1 го прогласи Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (Службен весник на Република Македонија бр.184/13, 13/14, 44/14 и 101/14). Овој Закон стапи на сила на 03 јануари 2014 година и истиот ден престана да важи Законот за радиодифузната дејност (Службен весник на Република Македонија бр.100/05, 19/07, 103/08, 152/08, 6/10, 145/10, 97/11, 13/12 и 72/13).

Во членот 2 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги наведени се вкупно 12 цели кои треба да се обезбедат со овој Закон, а меѓу нив и *„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“*.

За остварување на овие цели на Агенцијата и се потребни сеопфатни сознанија за состојбата во која се наоѓа индустријата, кои треба да се добиени врз основа на прецизни податоци за економското работење на субјектите на пазарот. Од друга страна, во членот 6 од Законот како една од надлежностите на Агенцијата предвидено е да *„спроведува истражувања и анализи во врска со одделни прашања од областа на аудио и аудиовизуелните медиумски услуги“*.

Во членот 13 од Законот за медиуми (Службен весник на Република Македонија бр. 184/13 и 13/13) кој, исто така, стапи на сила на 03 јануари 2014 година, предвидена е обврска за радиодифузерите најдоцна до 31 март во тековната година до Агенцијата, покрај другите податоци, да достават и *„податоци за изворите на финансирање на радиодифузерот во претходната година (реклами, спонзорство, продажба на содржини, услуги обезбедени на трети страни и слично)“* и *„податоци за остварените вкупни приходи и расходи на радиодифузерот во претходната година од обезбедувањето на дејноста“*. Овие податоци радиодифузерите треба да ги достават на посебен образец пропишан од страна на Агенцијата. На седницата одржана на 04 март 2014 година Агенцијата го усвои образецот *„Податоци за сопственичката структура, уредниците и економското работење на радиодифузерот (СУЕ/1)“* и на 18 март 2014 година со писмен допис побара од сите радиодифузери да ги достават потребните податоци.

Податоците за уделите на телевизиските станици во вкупната гледаност, најгледаните програмски содржини во анализираната година и другите податоци од мерењето на телевизиската публика ги обезбеди истражувачката агенција NIELSEN AUDIENCE MEASUREMENT од Скопје, а податоците од мерењето на радиската публика агенцијата IPSOS STRATEGIC PULS од Скопје. Истражувачката агенција Аналитика ДОО ги обезбеди податоците за најзначајните огласувачи во телевизиската индустрија во 2013 година.

Податоците за економското работење на радиодифузерите се анализирани во рамките на релевантниот пазар на кој тие припаѓаат. При дефинирањето на релевантните пазари беа користени „Насоките за дефинирање на релевантен пазар за целите на Законот за заштита на конкуренцијата“ кои во мај 2011 година ги изработи Комисијата за заштита на конкуренцијата¹. Согласно член 5 од Законот за заштита на 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 оваа Анализа засебно е анализирано економското работење на субјектите на телевизиската индустрија (Глава 1), а засебно на субјектите на радиската индустрија (Глава 2). Во рамките на овие две глави, а согласно релевантните географски пазари е анализирано работењето на субјектите кои вршат радиодифузна дејност на државно, регионално и локално ниво.

Од вкупно 142 радиодифузери, 137 ја исполнија оваа обврска во првиот рок, а три во дополнителниот рок. Само две локални радиостаници не доставија податоци: Трговското радиодифузно друштво РАДИО БЕСА ДООЕЛ од с. Црнилиште, Долнени, која во периодот на дополнителниот рок го изгуби правото да врши радиодифузна дејност и Трговското радиодифузно друштво ЕНЕРГУ РАДИО ДООЕЛ увоз-извоз Струга на која согласно одредбите од член 6 од Законот за медиуми Советот на Агенцијата и ја одзеде дозволата.

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>

РЕЗИМЕ

ТЕЛЕВИЗИСКА ИНДУСТРИЈА

- Покрај јавниот радиодифузен сервис кој емитува телевизиска програма на три програмски сервиси (МРТ1, МРТ2 и Собранискиот канал) во текот на целата анализирана година програма емитуваа уште вкупно 64 комерцијални телевизиски станици. Во мај 2013 година, со цел да се овозможи успешен премин од аналого кон дигитално емитување, беше спроведена постапка за измена на постојните дозволи за вршење радиодифузна дејност. Вкупно 20 телевизиски станици кои дотогаш емитуваа програма на локално ниво, добија дозвола да емитуваат на регионално ниво.
- Во 2013 година Македонската телевизија остварила највисоки вкупни приходи во последните десет години (1.285,11 милиони денари). Во структурата на приходите најзначајно учество имаат приходите од радиодифузната такса. Наплатената вредност на радиодифузната такса изнесувала 405,58 милиони денари, односно 51,74% од фактурираната вредност. Од продажба на времето за рекламирање биле остварени 26,36 милиони денари, односно само 2,05% од вкупните приходи. Вкупните трошоци на Македонската телевизија изнесувале 1.222,93 милиони денари, што е највисок износ во последните десет години. Половина од трошоците или поточно 50,89% биле директни трошоци за производство на програма. Остварениот финансиски резултат од работењето била добивка во износ од 62,18 милиони денари. Просечниот број на вработени во редовен работен однос изнесувал 576 лица.
- Во првите пет месеци од годината програма на државно ниво емитуваа четири комерцијални терестријални телевизиски станици, а во последните седум месеци – пет. Вкупните приходи на овие пет субјекти изнесувале 1.290,79 милиони денари, од кои 45% биле приходите на ТВ Сител. ТВ Алсат-М и ТВ Алфа оствариле повеќе приходи отколку во претходната година, а останатите три телевизии ги намалиле приходите. Речиси 95% од вкупните приходи на овие пет телевизии биле остварени од продажба на времето за рекламирање и телешопинг.
- Вкупните трошоци на овие пет телевизии изнесувале 1.105,65 милиони денари. 63,65% од овој износ биле трошоците на ТВ Сител и ТВ Канал 5. Во структурата на

трошоците најзначајно учество имаат трошоците за набавка на програма (28,53%) и трошоците за плати и надоместоци на лицата директно поврзани со производство на програма (20%). Во секоја од последните десет години највисоки трошоци прикажувала ТВ Сител. Сите пет телевизиски станици оствариле позитивен финансиски резултат. Просечниот број вработени во редовен работен однос кај овие пет субјекти изнесувал 525 лица.

- Во анализираната година дури 61,90% од вкупната гледаност отпаѓала на петте комерцијални телевизии на државно ниво и на трите програмски сервиси на Македонската телевизија. Најчест избор на македонската публика била програмската понуда на ТВ Сител.
- Во 2013 година на овие шест телевизиски станици биле емитувани вкупно 348,452 рекламни спотови со вкупна должина од 9,769,598 секунди.
- Во 2013 година, најзначаен огласувач кај овие шест телевизиски станици била странската компанија Procter&Gamble.
- Сателитските телевизии оствариле вкупни приходи во износ од 88,57 милиони денари. 76,32% од овој износ биле приходите на ТВ Канал 5 Плус и Наша ТВ. Во структурата на приходите на сателитските телевизии доминантно учество имаат приходите од продажба на времето за рекламирање. Вкупните трошоци на петте сателитски телевизии изнесувале 105,20 милиони денари. Речиси 85% од вкупните трошоци биле директни трошоци за создавање на програма. Само две сателитски телевизии (ТВ Канал 5 Плус и Наша ТВ) оствариле позитивен финансиски резултат. Просечниот број на вработени во редовен работен однос кај овие пет телевизии изнесувал 124 лица.
- Се до мај 2013 година на пазарот работела девет регионални телевизии. Со цел да се обезбеди успешно спроведување на преминот од аналого кон дигитално емитување, а согласно со измените и дополнувањата на Законот за радиодифузната дејност, во мај 2013 година беше спроведена постапка за измена на дозволите за вршење радиодифузна дејност. По завршувањето на оваа постапка вкупно 29 субјекти поседуваа дозвола да емитуваат телевизиска програма на регионално ниво, од кои 26 преку дигитален терестријален мултиплекс, а 3 преку оператор на јавна електронска комуникациска мрежа. Заедничките приходи на сите регионални телевизии изнесувале 194,75 милиони денари. Највисоки приходи биле остварени во регионот Д1 – Скопје. Најголем дел од приходите биле остварени од продажба на времето за рекламирање и телешопинг. Вкупните трошоци на регионалните телевизии изнесувале 171,78

милиони денари. Половина од овие средства биле потрошени од страна на осумте телевизии што емитуваат во регионот Д1 – Скопје. Просечниот број на вработени во редовен работен однос во регионалните телевизии изнесувал 168 лица.

- Во текот на целата година програма на локално ниво емитуваа вкупно 27 телевизиски станици (до мај нивниот број изнесуваше 48). Вкупните приходи остварени на локалниот телевизиски пазар изнесувале 74,83 милиони денари. Највисоки приходи биле остварени во подрачјето што ги опфаќа општините Битола, Могила, Новаци и Ресен, на подрачјето на општините Охрид и Дебарца и на подрачјето што го формираат општините Куманово, Липково и Старо Нагоричане. Речиси 90% од вкупните приходи на локалните телевизии биле остварени од продажба на времето за рекламирање. Локалните телевизии заеднички потрошиле вкупно 65,66 милиони денари. Повеќе од половината од трошоците на локалните телевизии биле директни трошоци за создавање програма, а од нив пак најголем дел биле за плати и други надоместоци на лицата кои се директно поврзани со производство на програмата. На крајот на годината, вкупно 17 телевизии оствариле позитивен финансиски резултат од работењето, а просечниот број на вработени во редовен работен однос изнесувал 109 лица.

РАДИСКА ИНДУСТРИЈА

- Македонското радио остварило вкупни приходи во износ од 242,72 милиони денари. Дури 66,14% од овој износ се приходите од радиодифузната такса. Во 2013 година, од вкупно 160,53 милиони денари колку изнесувал износот на фактурираната вредност на радиодифузната такса, биле наплатени само 51,75%, односно 83,07 милиони денари. Од продажба на времето за рекламирање биле остварени само 1,21% од вкупните приходи. Вкупните трошоци на Македонското радио изнесувале 233,54 милиони денари. Најголем дел од овие средства биле издвоени за плати и други надоместоци на лица кои се директно поврзани со производство на програма (39,36%). Резултатот од работењето била добивка во износ од 9,18 милиони денари. Просечниот број на вработени во 2013 година изнесувал 270 лица.
- Во 2013 година дозвола да емитуваат радиопрограма на територија на целата држава имаа четири радиостаници. Три од нив (РА Антена 5, РА Канал 77 и РА Метрополис) емитуваа програма во текот на целата година, а РА Слободна Македонија започна да емитува програма на 11 декември 2013 година.
Вкупните приходи на овие четири радиостаници изнесувале 65,78 милиони денари. Најголем дел од овие средства биле приходите на РА Антена 5 (44,58%). Во

структурата на приходите најголемо учество имаат приходите од реклами (71,21%). Вкупните трошоци што во анализираната година ги направиле овие четири радиостаници изнесувале 51,84 милиони денари. РА Антена 5 потрошила повеќе средства отколку останатите три радиостаници заедно. Повеќе од половината од вкупните трошоци биле директни трошоци за производство на програма (58,58%). Само РА Антена 5 остварила негативен финансиски резултат, а останатите три радиостаници оствариле добивка. Просечниот број на вработени во редовен работен однос кај овие четири радиостаници изнесувал 19 лица.

- На регионалниот радиски пазар биле остварени вкупни приходи во износ од 54,04 милиони денари, што е за 3,21% помалку отколку претходната година. Повеќе од половината од овие средства оствариле само четири радиостаници: РА Буба Мара, РА Фортуна, РА Ват и РА Сити. Во споредба со претходната година само шест радиостаници оствариле повисоки приходи. Најголем дел од приходите биле остварени од продажба на времето за рекламирање (81,74%). Најатрактивни за огласувачите биле РА Буба Мара, РА Фортуна, РА Ват и РА Сити. Во 2013 година вкупните трошоци на регионалните радиостаници изнесувале 55,59 милиони денари. Најголем дел од нив биле директни трошоци за создавање програма (60,93%). Само девет регионални радиостаници оствариле позитивен финансиски резултат од работењето. Во шеснаесетте регионални радиостаници во редовен работен однос биле вработени вкупно 51 лице.
- Заедничките приходи коишто во анализираната година ги оствариле 55-те локални радиостаници изнесувале 36,41 милиони денари, што е за 4,18% повеќе отколку во претходната година. Речиси 54% од приходите ги оствариле само 12 радиостаници, а три радиостаници воопшто не оствариле приходи. Доминантно учество во структурата на приходите имале приходите од продажба на времето за рекламирање и телешопинг (86,95%). Локалните радиостаници заеднички потрошиле вкупно 35,69 милиони денари, што е највисок износ во последните седум години. Најголем дел од нив биле за плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма (40,07%). Остварениот финансиски резултат од работењето на локалните радиостаници бил добивка во износ од 1,12 милиони денари. Просечниот број на вработени во овој сегмент на радискиот пазар бил 95 лица.

ТЕЛЕВИЗИСКА ИНДУСТРИЈА

Клучни наоди

Табела бр.1: Клучни наоди во телевизиската индустрија

	удел во вкупната гледаност	вкупни приходи	приходи од реклами	вкупни трошоци	во милиони денари	
					резултат од работењето	број на вработени
МТВ	9,00%	1285.11	26.36	1222.93	62.18	576
	MPT1 – 6,60% MPT2 – 1,10% Собр. - 1,30%					
Сител	28.60%	584.67	556.34	473.43	108.33	135
Канал 5	12.80%	269.78	266.64	230.29	37.13	92
Телма	3.00%	103.37	74.29	103	0.26	81
Алсат М	5.30%	156.78	151.65	152.31	4.13	90
Алфа	3.20%	176.2	175.71	146.61	29.58	127
сателитски ТВ	н/п	88.57	84.51	105.2	-23.66	124
регионални ТВ	н/п	194.75	172.57	171.78	22.17	168
локални ТВ	н/п	74.83	66.74	65.66	8.42	109
ВКУПНО		2934.06	1574.81	2671.21	248.54	1502

Извор: AAABMY, Agb Nielsen

Најгледана телевизија во 2013 година била ТВ Сител

62% од вкупната гледаност спаѓала на телевизиите што емитуваат програма на државно ниво. Најголемо учество во вкупната гледаност, од 28,60% имала ТВ Сител. Во 2013 година само првиот програмски сервис на Македонската телевизија – МРТ1 и ТВ Алфа имале поголемо учество во вкупната гледаност отколку во претходната година.

Вкупните приходи биле за 9,99% повисоки отколку во претходната година

Јавниот радиодифузен сервис и комерцијалните телевизии заеднички оствариле вкупни приходи во износ од 2.934,06 милиони денари. Во споредба со претходната година вкупните приходи во телевизиската индустрија биле повисоки за 9,99%. Дури 87,79% од овие средства биле вкупните приходи на Македонската телевизија и на петте комерцијални телевизии на државно ниво. Петте сателитски телевизии оствариле 3,02%, регионалните телевизии 6,64%, а локалните телевизии 2,55% од вкупните приходи во телевизиската индустрија.

Приходите од рекламирање пораснале за 6,55%

Од продажба на времето за рекламирање сите 65 телевизиски станици заеднички оствариле вкупно 1.574,81 милиони денари, односно за 6,55% повеќе отколку во претходната година. Повеќе од половината од овие средства ги оствариле само две телевизии (ТВ Сител и ТВ Канал 5). ТВ Сител остварила повеќе приходи од реклами отколку сите сателитски, регионални и локални телевизии заедно. Македонската телевизија остварила за 51,45% помалку приходи од рекламирање отколку во 2012 година, а комерцијалните телевизии за 8,76% повеќе.

Сите телевизиски станици заеднички потрошиле вкупно 2.671,21 милиони денари

Во 2013 година биле потрошени за 11,22% повеќе средства отколку во претходната година. Трошоците на Македонската телевизија претставувале 45,78% од вкупните трошоци во телевизиската индустрија. Највисоки трошоци од комерцијалните телевизии прикажале ТВ Сител (473,43 милиони денари) и ТВ Канал 5 (230,29 милиони денари). Најголем дел од трошоците на телевизиската индустрија биле директни трошоци за создавање на програмата, а највисоки од нив биле трошоците за набавка на програма.

Позитивен финансиски резултат оствариле вкупно 43 телевизиски станици

Заеднички остварениот финансиски резултат од работењето на Македонската телевизија и 64-те комерцијални телевизии била добивка во износ од 248,54 милиони денари. Македонската телевизија и сите пет телевизии на државно ниво оствариле позитивен финансиски резултат. Само две сателитски телевизии (ТВ Канал 5 Плус и Наша ТВ) оствариле добивка, а останатите три загуба. Позитивен финансиски резултат оствариле 18 од 27-те регионални и 17 од 27-те локални телевизии.

Просечниот број на вработени во телевизиската индустрија изнесувал 1,502 лица

73% од вработените во телевизиската индустрија биле ангажирани во Македонската телевизија и во петте телевизии на државно ниво (нивниот број изнесувал вкупно 1101 лице, од кои 576 во јавниот сервис). Кај комерцијалните телевизиски станици просечниот број на вработени бил најголем кај ТВ Сител (135 лица) и ТВ Алфа (127 лица). Во петте сателитски телевизии биле вработени вкупно 124 лица, од кои повеќе од половината во 24 Вести (65 лица). Просечниот број на вработени кај регионалните телевизии изнесувал 168 лица, а кај локалните телевизии 109 лица.

Број на телевизиски станици

До мај 2013 година, вкупниот број комерцијални телевизиски станици изнесуваше 67, од кои четири емитуваа програма на државно ниво преку аналоген терестријален предавател, шест на државно ниво преку сателит, девет на регионално ниво, односно на подрачјето на градот Скопје, а 48 телевизиски станици емитуваа програма на локално ниво.

Во мај 2013 година телевизиската станица ТВ Алфа, која дотогаш емитуваше програма преку сателит, доби дозвола да врши радиодифузна дејност на државно ниво преку терестријален предавател². Истиот месец на локалната телевизија Топ ТВ од Берово и беше одземена дозволата поради неемитување програма најмалку шест часа во текот на денот³. Овој радиодифузер и самиот до Агенцијата достави писмена изјава дека веќе нема да емитува телевизиска програма.

Со овие промени бројот на комерцијалните телевизии се намали на 65.

Табела бр.2: Број на телевизиски станици

Ниво на емитување	до 23.05.2013г.	од 23.05. 2013г.
државно	4	5
државно преку сателит	6	5
регионално	9	29
локално	48	27
вкупно ТВ	67	66

Извор: АААВМУ

Во мај 2013 година беа донесени измени и дополнувања на Законот за радиодифузната дејност⁴, со кои беше предвидено да се изврши замена на постојните дозволи за вршење радиодифузна дејност – телевизија, со нови дозволи, а со цел успешно спроведување на преминот од аналогно кон дигитално емитување. Рокот за исклучување на аналогниот терестријален сигнал беше 31.05.2013 година⁵. Целта на овие активности беше да се направат измени на дозволите за вршење радиодифузна дејност, со кои техничкото средство преку кое се врши аналогното емитување ќе се замени со дигитален

² Одлука бр.07-171 од 23.05.2013 година (Службен весник на Република Македонија бр.76/13), за доделување дозвола за вршење радиодифузна дејност – телевизија на државно ниво на Трговското радиодифузно друштво АЛФА ТВ ДООЕЛ Скопје.

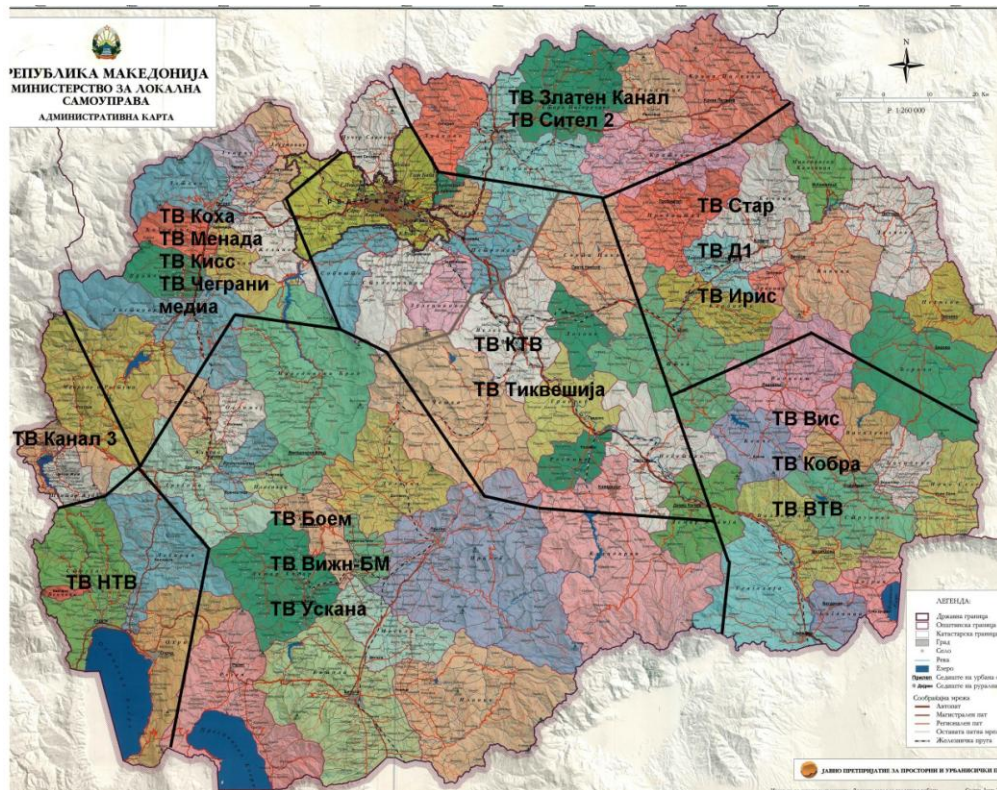
³ Одлука бр.07-170 од 23.05.2013 година (Службен весник на Република Македонија бр.76/13) за одземање на дозволата за вршење радиодифузна дејност бр.07-3449/1 од 26.11.2008 година на Трговското радиодифузно друштво ТОП ТВ ДООЕЛ Берово

⁴ Закон за изменување и дополнување на Законот за радиодифузната дејност (Службен весник на Република Македонија, бр.72 од 17.05.2013 година).

⁵ Закон за изменување и дополнување на Законот за електронски комуникации (Службен весник на Република Македонија, бр.59/12).

терестријален мултиплекс, електронска комуникациска мрежа или сателит. За телевизиските станици кои емитуваа програма на локално ниво беше предвидена можност да поднесат барање за измена на дозволата со која локалното ниво ќе се замени со регионално ниво. Ова право го искористија вкупно 20 локални телевизии.

Слика бр.1: Радиодифузни региони



Извор: AAABMU

Ова доведе до промени во медиумскиот пејсаж и збогатување на телевизиската понуда во Македонија, со оглед на тоа што програмските содржини на оние локални телевизии кои добија право да емитуваат на регионално ниво станаа достапни за сите граѓани во тој регион. Од друга страна, зголемувањето на потенцијалната публика би требало да резултира со зголемување на гледаноста, а со тоа и на приходите на овие телевизии. Но, со оглед на тоа дека во 2013 година тие само седум месеци емитуваа програма на регионално ниво, резултатите од работењето на поголемиот пазар ќе бидат повидливи во наредната година.

Со измените на Законот за радиодифузната дејност кои беа направени на 17.05.2013 година беше предвидено дека „како подрачја на регионално ниво за кои се издава дозвола за вршење на радиодифузна дејност согласно со ставот 1 на овој член, се сметаат зоните на распределба дефинирани во Планот Женева 06 кој е дел од Регионалната радиокомуникациска конференција за планирање на дигиталната радиодифузна служба во делови од регионите 1 и 3, во радиофреквенциските опсези 174-230 MHz и 470-862 MHz (RRC-06) на која и пристапила Република Македонија“.

Дефинирани се вкупно осум радиодифузни региони, од кои еден - регионот Д1 се состои од два подрегиона: Д1 – Црн Врв Скопје и Д2 – Црн Врв Велес. Најмногу телевизиите емитуваат програма на подрачјето на регионот Д1 (Црн Врв Скопје) – вкупно осум, од кои шест преку терестријален мултиплекс и две преку електронска комуникациска мрежа. Во регионите Д6 – Мали Влај и Д7 – Стогово програма емитува само по една регионална телевизија.

Табела бр.3: Радиодифузни региони и регионални телевизији

Регион на емитување	Населени места	Регионални телевизији
Д1 - (Црн Врв Скопје)	Скопје	преку трестријален мултиплекс: ТВ Едо ТВ Ера ТВ БТР ТВ Шутел ТВ МТМ ТВ Скопје + преку електронска комуникациска мрежа: ТВ Скајнет ТВ Амазон
Д1 - (Црн Врв Велес)	Велес, Свети Николе, Кавадарци, Неготино	ТВ КТВ, ТВ Тиквешка
Д2 - (Страцин)	Куманово, Крива Паланка, Кратово	ТВ Сител 2, ТВ Златен канал
Д3 - (Туртел)	Штип, Кочани, Винаца, Пробиштип, Делчево, Берово	ТВ Стар, ТВ Д1, ТВ Ирис
Д4 - (Боскија)	Струмица, Гевгелија, Радовиш, Валандово, Богданци	ТВ Вис, ТВ Ко-Бра, ТВ ВТВ
Д5 - (Пелистер)	Битола, Прилеп, Кичево, Македонски Брод, Ресен, Крушево	ТВ Боем, ТВ Вижн-БМ, ТВ Ускана
Д6 - (Мали Влај)	Охрид, Струга	ТВ НТВ
Д7 - (Стогово)	Дебар	ТВ Канал 3
Д8 - (Попова Шапка)	Тетово, Гостивар, Маврово	ТВ Коха, ТВ Менада, ТВ Кисс, ТВ Чеграни

Извор: ААВМУ

Македонска телевизија

Податоците за економското работење во 2013 година Македонската радио-телевизија ги достави во Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги на посебни обрасци за Македонската телевизија и за Македонското радио. Јавниот радиодифузен сервис не води засебна книговодствена евиденција за телевизиските и за радиските програмски сервиси, но на барање на Агенцијата, а за потребите на редовните годишни анализи на пазарот на радиодифузната дејност, секоја година врши раздвојување на податоците.

Во 2013 година вкупните приходи на Македонската телевизија изнесувале 1.285,11 милиони денари. Овој износ, како и вредностите на вкупните приходи на Македонската телевизија во 2011 и во 2012 година (953,47 милиони денари, односно 1.069,08 милиони денари) во себе ја содржат фактурираната вредност на радиодифузната такса⁶. Од 2004 до 2010 година како приход книговодствено се евидентираше само наплатената вредност на радиодифузната такса.

Со цел да се овозможи споредливост на податоците во периодот од последните десет години, на приказот подолу вредностите за вкупните приходи на Македонската телевизија за последните три години се прикажани и според вредноста наведена во завршната сметка која во себе ја содржи фактурираната вредност и според вредноста пресметана само со наплатената вредност на радиодифузната такса, како што се пресметувани вредностите во периодот од 2004 до 2010 година.

Слика бр.2: Движење на вкупните приходи на Македонската телевизија во последните десет години



Извор: ААВМУ

⁶ По препорака на Државниот завод за ревизија, од 2011 година наваму Македонската телевизија како приход книговодствено ја прикажува фактурираната вредност на радиодифузната такса.

Секако дека можеме да ги споредуваме само приходите кои се пресметани на ист начин, односно само оние кои се пресметани со наплатената вредност на радиодифузната такса. Во периодот од 2004 година наваму, вкупните приходи на Македонската телевизија биле највисоки во 2013 година. Најниски вкупни приходи биле остварени во 2009 година (само 348,82 милиони денари). Во само три од последните десет години стапката на раст на вкупните приходи била негативна, и тоа: во 2005 година –20,27%, во 2009 година –42,99% и во 2012 година –14,13%.

Во структурата на приходите на Македонската телевизија најзначајно учество имаат приходите од радиодифузната такса. Фактурираната вредност на радиодифузната такса во анализираната година изнесувала 783,76 милиони денари, а наплатената вредност 405,58 милиони денари, односно биле наплатени 51,74% од средствата. Ова претставува зголемување на процентот на наплатата на радиодифузната такса во споредба со претходната година, кога процентот на наплата изнесувал само 36,75% од фактурираната вредност. Несомнено дека напорите за зголемена наплата на радиодифузната такса даваат резултати, но потребни се понатамошни залагања во насока на целосна наплата на таксата.

Од продажба на времето за рекламирање биле остварени вкупно 26,36 милиони денари, односно само 2,05% од вкупните приходи, а од спонзорства 3,08 милиони денари односно 0,24% од вкупните приходи.

Табела бр.4: Структура на приходите на Македонска телевизија

	2013	учество
Радиодифузна такса	783.76	60.99%
Реклами	26.36	2.05%
Спонзорства	3.08	0.24%
Продажба на содржини	0	0.00%
Услуги обезбедени на трети страни	193.15	15.03%
Останати приходи	278.76	21.69%
Приходи од основна дејност	1285.11	100.00%
Приходи од други дејности	0,00	0.00%
Вонредни приходи	0,00	0.00%
Вкупни приходи	1285,11	

Извор: АААВМУ

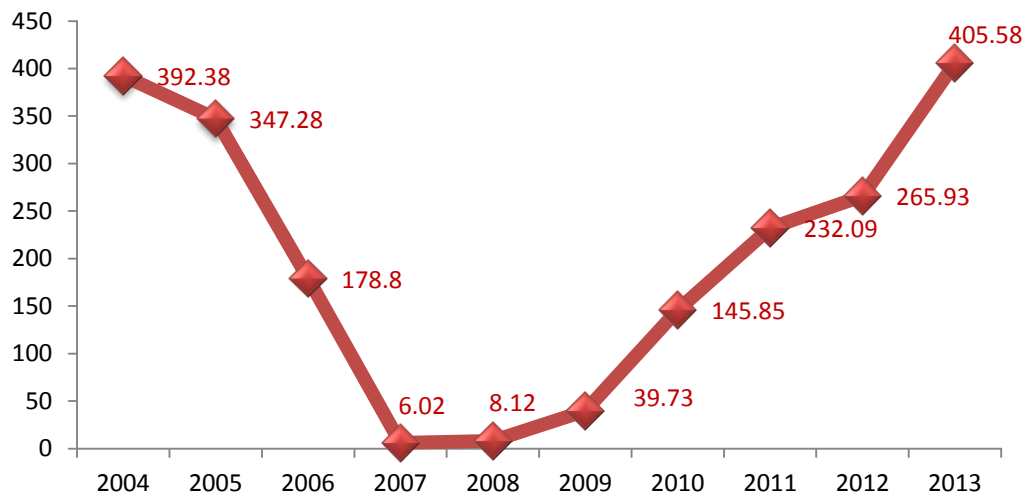
Приходите обезбедени на трети страни претставувале 15,03%, а останатите приходи 21,69% од вкупните приходи на Македонската телевизија. Станува збор за приходи од наплатени отпишани побарувања, дополнително утврдени приходи од минатата година, приходи од камати и од курсни разлики.

Во 2013 година Македонската телевизија не остварувала приходи само од продажба на содржини.

Во периодот од последните десет години највисоки приходи од радиодифузна такса Македонската телевизија остварила токму во анализираната година. Од 2004 до 2007 година приходите од радиодифузната такса во континуитет се намалувале, достигнувајќи во 2007 година само 6,02 милиони денари, што претставува пад од 96,63% во однос на 2006 година. Од 2008 година наваму приходите од радиодифузна такса секоја година се зголемувале.

Од 2004 година до сега, неколку пати беа изменети законските решенија кои се однесуваат на начинот на пресметување на висината на радиодифузната такса, на начинот на плаќање на оваа обврска, како и на субјектите кои се обврзници за плаќање радиодифузна такса. До ноември 2005 година, согласно Законот за радиодифузната дејност од 1997 година (Службен весник на Република Македонија бр.20/97 и 70/03), висината на радиодифузната такса изнесуваше 2,5% од просечната нето месечна плата за претходните три месеци, а се наплатуваше со сметката за наплата на електричната енергија. Во ноември 2005 година стапи на сила новиот Закон за радиодифузната дејност (Службен весник на Република Македонија бр. 100/05, 19/07, 103/08, 152/08, 6/10, 145/10, 97/11, 13/12 и 72/13), според кој начинот на пресметување на висината на радиодифузната такса остана ист, но уплатата на средствата се вршеше директно на сметката на Македонската радио-телевизија. Во следните три години забележан е најголем пад на приходите од радиодифузната такса. Во 2008 година беа направени измени и дополнувања на Законот за радиодифузната дејност⁷, со кои висината на радиодифузната такса беше утврдена на 130,00 денари.

Слика бр.3: Движење на приходите од радиодифузна такса на Македонската телевизија во последните десет години



Извор: AAABMY

⁷ Указ за прогласување на Законот за изменување и дополнување на Законот за радиодифузната дејност (Службен весник на РМ бр.103 од 19.08.2008 година)

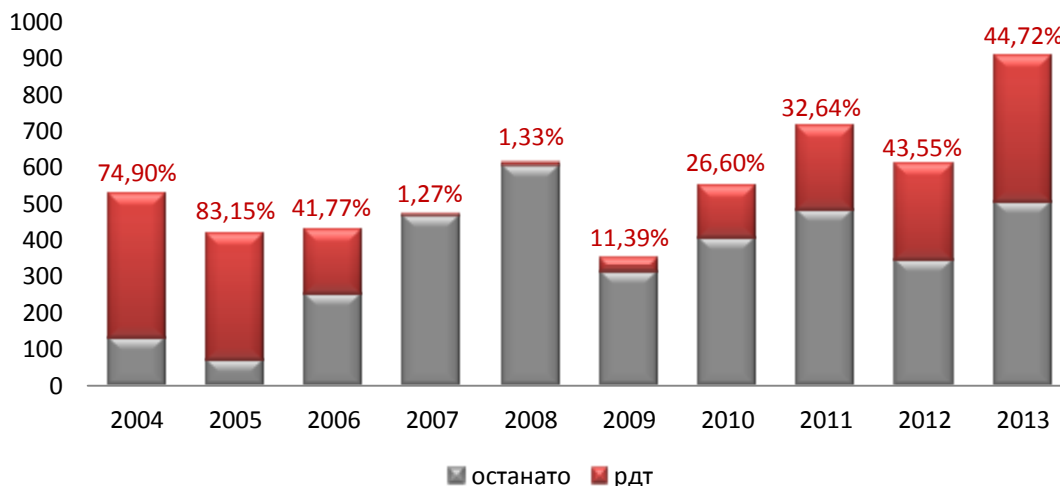
Со истите измени беше предвидено и дека „за постигнување и одржување на поголем степен на програмски и техничко-технолошки развој на јавниот радиодифузен сервис може да се издвојуваат средства и од Буџетот на Република Македонија“. Во следните неколку години токму овие средства имаа најголемо учество во вкупните приходи на Македонската радио-телевизија.

Во ноември 2010 година беа усвоени нови измени и дополнувања на Законот⁸ со кои беше предвидено дека „работите во врска со пресметувањето, утврдувањето и наплатата на средствата од радиодифузната такса ... ги врши Управата за јавни приходи“. Во јануари 2012 година висината на радиодифузната такса беше утврдена на 190,00 денари⁹.

Со донесувањето на Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги во декември 2013 година, висината на радиодифузната такса е определена на 190,00 денари, а предвидено е овој износ да се менува еднаш годишно, во зависност од висината на трошоците на живот за претходната година објавени од Државниот завод за статистика. Согласно новата законска регулатива, работите во врска со пресметувањето, утврдувањето и наплатата на средствата од радиодифузната такса во име и за сметка на Македонската радио-телевизија ги врши Управата за јавни приходи.

Најголемо учество во вкупните приходи на Македонската телевизија радиодифузната такса имала во 2005 година (дури 83,15%) и во 2004 година (74,90%).

Слика бр.4: Учество на радиодифузната такса во вкупните приходи на Македонската телевизија



Извор: ААВМУ

⁸ Указ за прогласување на Законот за изменување и дополнување на Законот за радиодифузната дејност (Службен весник на РМ бр.145 од 05.11.2010 година)

⁹ Указ за прогласување на Законот за изменување и дополнување на Законот за радиодифузната дејност (Службен весник на РМ бр.13 од 27.01.2012 година)

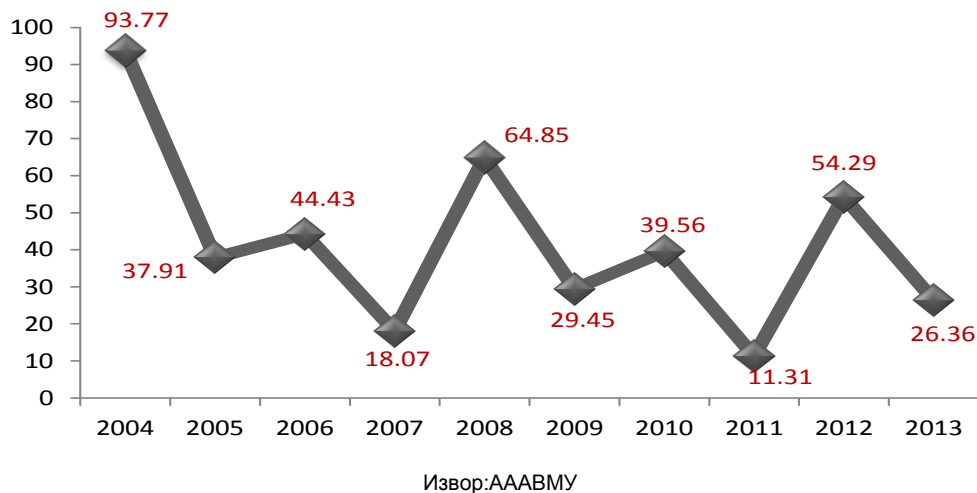
Од 2007 година наваму, учеството на радиодифузната такса во вкупните приходи се зголемувало во континуитет, но во ниту една година радиодифузната такса не била најзначаен извор на приходи за Македонската телевизија.

Во 2013 година, од продажба на времето за рекламирање Македонската телевизија остварила вкупно 26,36 милиони денари, или само 2,05% од вкупните приходи. Ова укажува дека можностите за остварување приходи од реклами не се доволно искористени и дека несомнено се потребни залагања од страна на јавниот радиодифузен сервис во насока на подобра продажба на рекламното време.

Во периодот од последните десет години, помалку приходи од рекламирање отколку во анализираната година биле остварени само во 2007 година (за 45,88%) и во 2011 година (за 133,07%). Од 2004 година наваму Македонската телевизија најмногу приходи од рекламирање остварила токму во првата година. Оттогаш овие приходи наизменично се зголемувале па се намалувале од година в година.

Приходите од рекламирање се зголемувале во оние години кога Македонската телевизија имала откупено права за емитување на значајни спортски натпревари, најчесто Светско првенство во фудбал (во 2006 и 2010 година), Европско првенство во фудбал (во 2008 и 2012 година), Зимска или Летна олимпијада и слично.

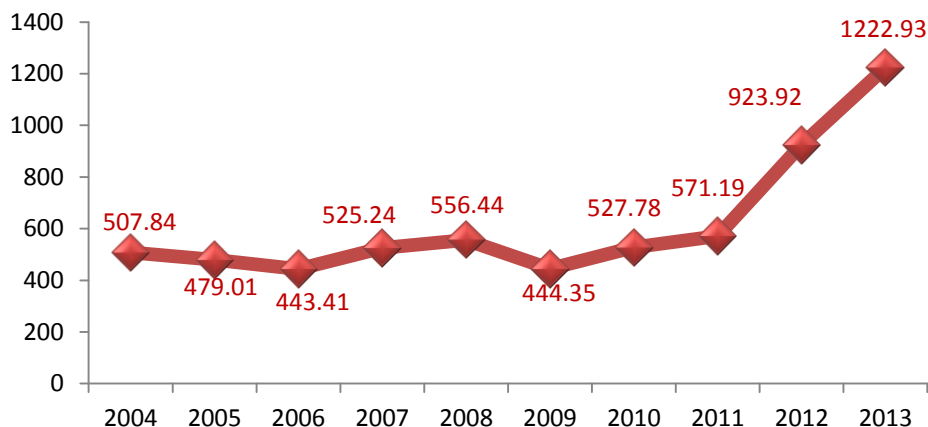
Слика бр.5: Движење на приходите од реклами во последните десет години



Вкупните трошоци што во анализираната година ги направила Македонската телевизија изнесувале 1.222,93 милиони денари, што е највисок износ во последните десет години. Во првите осум години, односно од 2004 година до 2011 година, вкупните трошоци на Македонската телевизија не бележат значителни разлики (најмала вредност имале во 2006 година – 443,41 милиони денари, а највисока во 2011 година – 571,19 милиони денари).

Најголемо зголемување на трошоците имало во 2012 година, кога тие биле повисоки за дури 61,75% од трошоците во 2011 година. Во 2013 Македонската телевизија потрошила за 32,36% повеќе средства отколку во претходната година.

Слика бр.6: Движење на вкупните трошоци на Македонската телевизија во последните десет години



Извор: AAABMY

Половина од трошоците или поточно 50,89% биле директни трошоци за производство на програма. Од нив, речиси подеднакво учество во вкупните трошоци имале трошоците за набавка на програма (20,91%) и трошоците за плати и други надоместоци за лицата кои се директно поврзани со производство на програмата (20,43%). Значителен дел од трошоците (речиси 40%) биле од категоријата „сите останати неопфатени трошоци од работењето“.

Табела бр.5: Структура на трошоците на Македонската телевизија

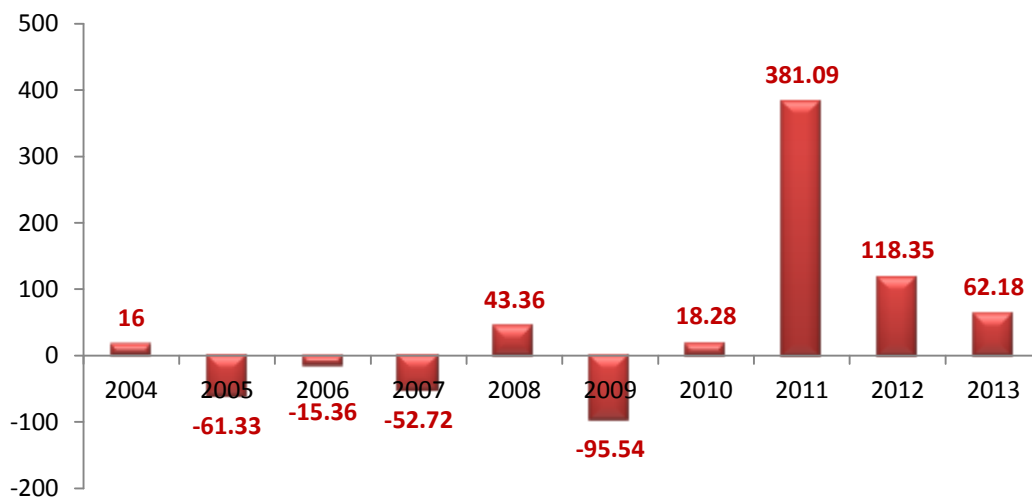
	2013	учество
Материјални трошоци	92.67	7.58%
Трошоци за набавка на програма	255.74	20.91%
Нематеријални трошоци (услуги)	24.04	1.97%
Плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма	249.85	20.43%
Директни трошоци за создавање на програмата	622.3	50.89%
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма	44.57	3.64%
Амортизација на опремата	38.34	3.14%
Амортизација на права и лиценци	0	0.00%
Кирии и останати режиски трошоци	56.46	4.62%
Сите останати неопфатени трошоци од работењето	461.26	37.72%
Вкупно трошоци на работењето	1222.93	100.00%
Расходи од други активности	0	0.00%
Вонредни расходи	0	0.00%
Вкупно трошоци на работењето	1222.93	

Извор: AAABMY

Во анализираната година Македонската телевизија остварила добивка во износ од 62,18 милиони денари. Од 2004 година наваму, само во четири години - 2005, 2006, 2007 и 2009 година бил остварен негативен резултат од работењето.

Во останатите шест години јавниот сервис остварувал добивка.

Слика бр.7: Остварен резултат од работењето на Македонската телевизија во последните десет години



Извор: АААВМУ

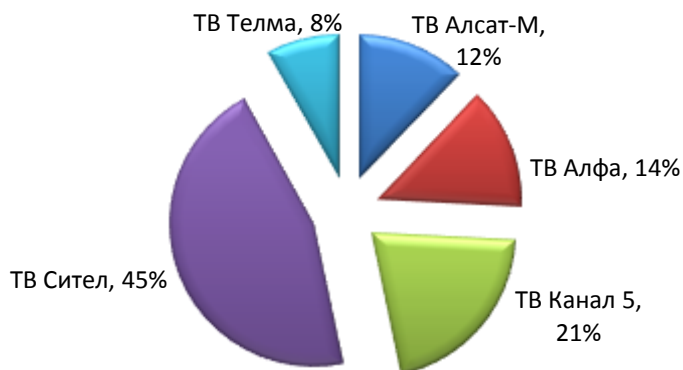
Просечниот број на вработени во редовен работен однос изнесувал 576 лица, односно за 21 лице помалку отколку во претходната година.

Телевизии на државно ниво

Во првите пет месеци од 2013 година телевизиска програма на државно ниво емитуваа четири телевизиски станици – ТВ Сител, ТВ Канал 5, ТВ Телма и ТВ Алсат-М. Во мај нивниот број беше зголемен на пет, кога сателитската телевизија ТВ Алфа доби дозвола да емитува програма преку терестријален предавател¹⁰.

Во анализираната година овие пет субјети заеднички оствариле вкупни приходи во износ од 1.290,79 милиони денари.

Слика бр.8: Удел во вкупните приходи на телевизиите на државно ниво



Извор: ААБМУ

Дури 45% од овие средства остварила ТВ Сител, чии вкупни приходи изнесувале 584,67 милиони денари. Позначајни вкупни приходи остварила и ТВ Канал 5 - 269,78 милиони денари односно 21% од вкупните приходи на овој сегмент од пазарот. Останатите три телевизии – ТВ Алсат-М, ТВ Алфа и ТВ Телма заеднички оствариле 34% од вкупните приходи.

Во анализираната година само две телевизии оствариле повеќе приходи отколку во 2012 година: ТВ Алсат-М (за 5,65%) и ТВ Алфа (за 84,95%). Останатите три телевизии ги намалиле приходите, и тоа: ТВ Канал 5 за 25,36%, ТВ Сител за 0,42% и ТВ Телма за 8,66%.

¹⁰ Одлука бр.07-171 од 23.05.2013 година (Службен весник на Република Македонија бр.76/13), за доделување дозвола за вршење радиодифузна дејност – телевизија на државно ниво на Трговското радиодифузно друштво АЛФА ТВ ДООЕЛ Скопје.

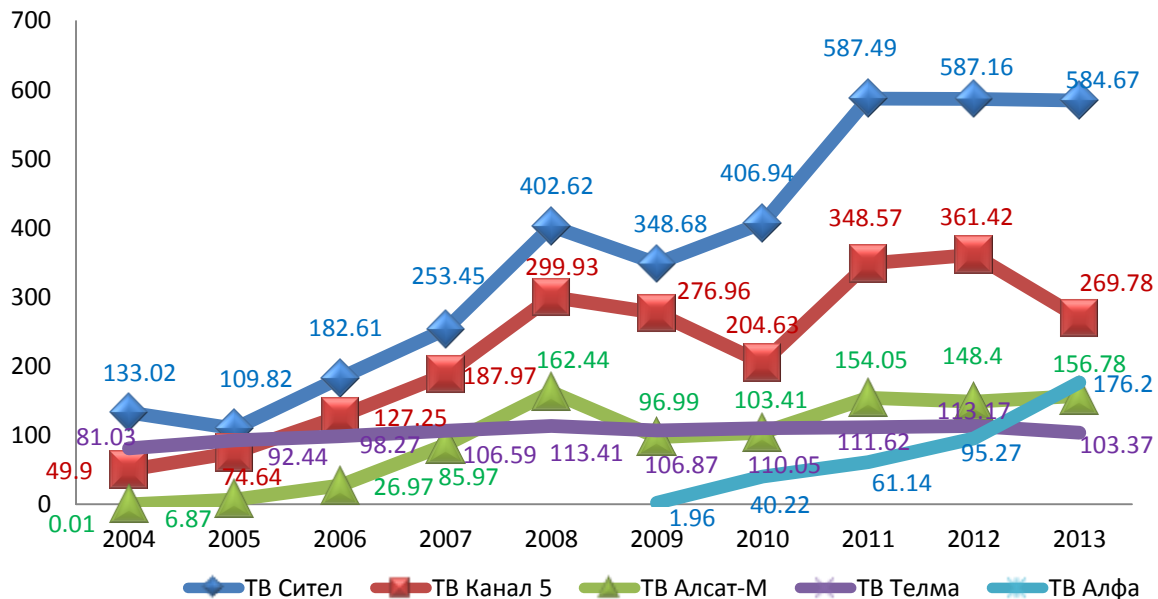
Табела бр.6: Стапка на раст на вкупните приходи на петте телевизии на државно ниво

	Стапка на раст 2010/2009	Стапка на раст 2011/2010	Стапка на раст 2012/2011	Стапка на раст 2013/2012
ТВ Алсат-М	6.62%	48.97%	-3.67%	5.65%
ТВ Алфа	1952.04%	52.01%	55.82%	84.95%
ТВ Канал 5	-26.12%	70.34%	3.69%	-25.36%
ТВ Сител	16.71%	44.37%	-0.06%	-0.42%
ТВ Телма	2.98%	1.43%	1.39%	-8.66%

Извор: АААВМУ

Подолу на графиконот е прикажано движењето на вкупните приходи на овие пет телевизиски станици во последните десет години. Единствено ТВ Сител во текот на целиот период емитуваше програма на територијата на целата држава (дозволата, тогаш концесија, е доделена во 1998 година). ТВ Канал 5 и ТВ Телма од 1998 година до јули 2004 година работеа како локални телевизии на подрачјето на Скопје, а во јули 2004 година добија концесија за вршење радиодифузна дејност на државно ниво. ТВ Алсат-М за прв пат се појави на пазарот во 2004 година, кога доби дозвола да емитува на државно ниво. ТВ Алфа доби дозвола да работи во 2008 година, и тоа како сателитска телевизија, а од мај 2013 година емитува програма преку терестријален предавател на државно ниво.

Слика бр.9: Движење на вкупните приходи во периодот од 2004 до 2013 година



Извор: АААВМУ

ТВ Сител и ТВ Канал 5 оствариле највисоки приходи во 2011 година, ТВ Телма во 2012 година, ТВ Алсат-М во 2008 година, а ТВ Алфа во 2013 година.

Речиси 95% од вкупните приходи на овие пет телевизии биле остварени од продажба на времето за рекламирање и телешопинг. И покрај тоа што во програмската понуда на сите пет телевизии се присутни спонзорирани емисии или делови од емисијата, приходи од спонзорирање прикажала само ТВ Телма (21,75 милиони денари).

И оваа година ниту една телевизија не остварила приходи од продажба на сопствена програма. Во последните десет години откако Агенцијата ги прибира податоците за економското работење на радиодифузерите, ниту една од овие телевизии не остварила приходи од продажба на сопствена програма.

Табела бр.7: Структура на приходите на комерцијалните телевизии на државно ниво

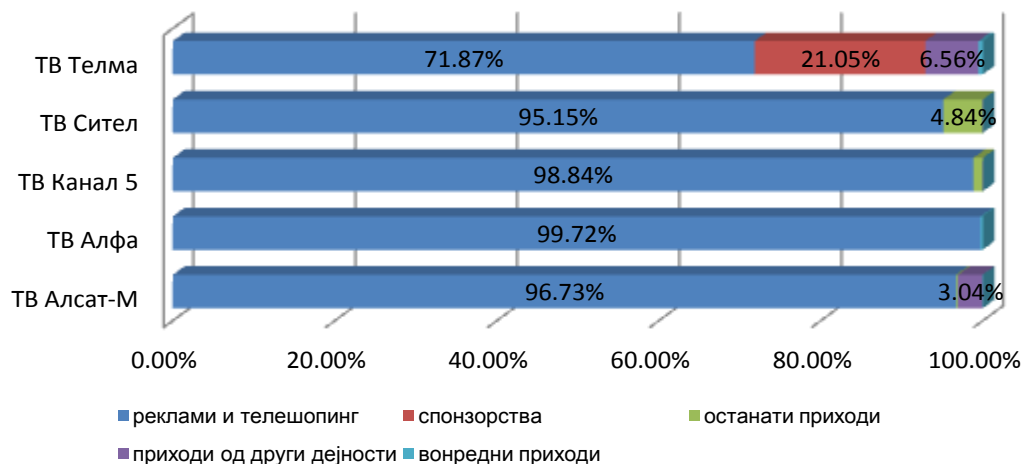
	2013	учество
Реклами и телешопинг	1,224.63	94.87%
Спонзорства	21.75	1.69%
Продажба на содржини	0.00	0.00%
Услуги обезбедени на трети страни	0.00	0.00%
Останати приходи	31.76	2.46%
Приходи од основна дејност	1,278.14	99.02%
Приходи од други дејности	11.59	0.90%
Вонредни приходи	1.06	0.08%
Вкупни приходи	1,290.79	

Извор: АААВМУ

Приходи од категоријата „останати приходи“ прикажале три телевизии: ТВ Алсат-М (0,34 милиони денари), ТВ Канал 5 (3,12 милиони денари) и ТВ Сител (28,3 милиони денари)

Речиси целокупниот износ на приходите од други дејности го прикажале ТВ Алсат-М (4,76 милиони денари) и ТВ Телма (6,79 милиони денари).

Слика бр.10: Структура на вкупните приходи



Извор: АААВМУ

Во структурата на приходите на секоја телевизија посебно, најзначајно учество имаат приходите од продажба на времето за рекламирање и телешопинг, кое се движи од 71,87% кај ТВ Телма до 99,72% кај ТВ Алфа.

Вкупните трошоци на овие пет телевизии изнесувале 1.105,65 милиони денари.

Дури 42,82% од овој износ биле трошоците што ги направила ТВ Сител (473,43 милиони денари). Вкупните трошоци на ТВ Канал 5, во износ од 230,29 милиони денари, претставувале 20,83% од вкупните трошоци на телевизиите на државно ниво. Речиси подеднакво учество имале трошоците на ТВ Алсат-М (13,78%) и на ТВ Алфа (13,26%), кои изнесувале 152,31, односно 146,61 милиони денари. Најмалку трошоци направила ТВ Телма – 103 милиони денари, или само 9,32% од вкупните трошоци на овој сегмент од телевизиската индустрија.

Во 2013 година, 60,80% од вкупните трошоци на телевизиите на државно ниво биле директни трошоци за создавање програма.

Дури 71,74% од вкупните материјални трошоци ги прикажала ТВ Сител (40,77 милиони денари). ТВ Алфа воопшто не прикажала материјални трошоци, ниту пак нематеријални трошоци (услуги).

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

	2013	учество
Материјални трошоци	56.83	5.14%
Трошоци за набавка на програма	315.49	28.53%
Нематеријални трошоци (услуги)	81.35	7.36%
Плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма	218.59	19.77%
Директни трошоци за создавање на програмата	672.26	60.80%
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма	22.89	2.07%
Амортизација на опремата	118.78	10.74%
Амортизација на права и лиценци	1.88	0.17%
Кирии и останати режиски трошоци	29.27	2.65%
Сите останати неопфатени трошоци од работењето	253.97	22.97%
Вкупно трошоци на работењето	1,099.05	99.40%
Расходи од други активности	5.82	0.53%
Вонредни расходи	0.78	0.07%
Вкупно трошоци на работењето	1,105.65	

Извор: АААВМУ

Во структурата на трошоците на овие пет телевизии најзначајно учество имаат трошоците за набавка на програма (28,53%).

Најмногу средства за откуп на права за емитување телевизиски содржини издвоила ТВ Сител (130,52 милиони денари односно дури 41,37% од вкупните трошоци за набавка на програма на сите пет телевизии). Во анализираната година, оваа телевизија за набавка на програма потрошила 4,69 милиони денари повеќе отколку во претходната година.

Само ТВ Сител и ТВ Алфа издвоиле повеќе средства за набавка на програма отколку во претходната година.

Вкупните трошоци на ТВ Канал 5 за набавка на програма изнесувале 79,13 милиони денари. Во претходната година оваа телевизија за набавка на програма потрошила 143,75 милиони денари, односно 64,62 милиони денари повеќе. Според информациите добиени од радиодифузерот, ова се должи на зголемената домашна продукција на оваа телевизија во 2013 година (станува збор за утринската програма „Здраво Македонијо“, контактните емисии „Билките на баба Рада“ и „Визита“ и квизот „Само кеш“).

Во 2013 година ТВ Алфа потрошила вкупно 45,76 милиони денари за набавка на програма или 28,41 милиони денари повеќе отколку во претходната година. ТВ Алсат-М и ТВ Телма го намалиле овој вид трошок во споредба со претходната година – ТВ Алсат-М за набавка на програма потрошила 24,01 милиони денари, односно 6,18 милиони денари помалку, а ТВ Телма 36,07 милиони денари, односно 7,6 милиони денари помалку.

Речиси 20% од вкупно потрошените средства на овие пет телевизии биле за плати и надоместоци на лицата директно поврзани со производство на програма (218,59 милиони денари). Најмногу средства за овој вид трошок издвоиле ТВ Сител (57,65 милиони денари) и ТВ Алфа (53,36 милиони денари). За плати и други надоместоци за лицата ангажирани за создавање на програмата ТВ Телма издвоила 45,05 милиони денари, ТВ Алсат-М 32,96 милиони денари, а најмалку ТВ Канал 5 - 29,57 милиони денари.

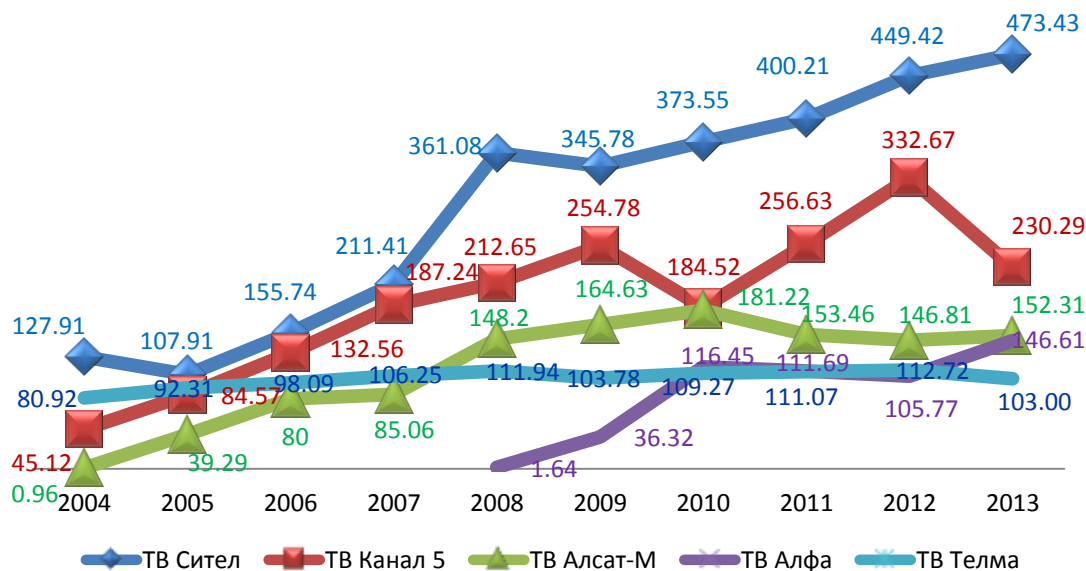
ТВ Сител и ТВ Канал 5 потрошиле повеќе средства за набавка на програма (130,52 односно 79,13 милиони денари) отколку за плати и надоместоци за лицата директно поврзани со производство на програма (57,65 односно 29,57 милиони денари). Кај останатите три телевизии трошоците за плати и други надоместоци за лицата директно поврзани со производство на програма биле повисоки отколку трошоците за набавка на програма.

Највисоки трошоци за амортизација на опремата имала ТВ Сител (79,92 милиони денари), а најниски ТВ Алфа (1,45 милиони денари).

Високото учество на трошоците од категоријата „сите останати неопфатени трошоци од работењето“ се должи на високиот износ на трошоците што ги прикажала ТВ Сител (139,49 милиони денари, односно 55% од вкупниот износ).

Во секоја од последните десет години највисоки трошоци прикажувала ТВ Сител. Единствено во 2005 и во 2009 година оваа телевизија потрошила помалку средства отколку во претходните години (во 2005 потрошила 15,64% помалку отколку во 2004 година, а во 2009 година 4,24% помалку отколку во 2008 година). ТВ Канал 5 во периодот од 2004 до 2009 година во континуитет ги зголемувала вкупните трошоци, а намалување на трошоците се забележува во 2010 (за 27,58%) и во 2013 година (за 30,77%).

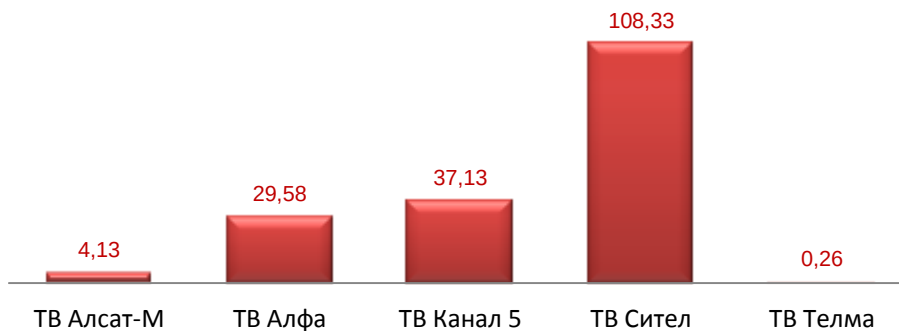
Слика бр.11: Движење на вкупните трошоци во периодот од 2004 до 2013 година



Извор: АААВМУ

Во периодот од 2004 година наваму, висината на средствата што ги трошела ТВ Телма незначително се менувала. За разлика од ТВ Сител, чии вкупни трошоци во 2013 година биле речиси четири пати повисоки отколку оние во 2004 година и од ТВ Канал 5, која во 2013 година потрошила пет пати повеќе отколку во 2004 година, вкупните трошоци на ТВ Телма во 2013 година биле за само 27,29% повисоки отколку вкупните трошоци направени пред десет години.

Слика бр.12: Остварен финансиски резултат во 2013 година



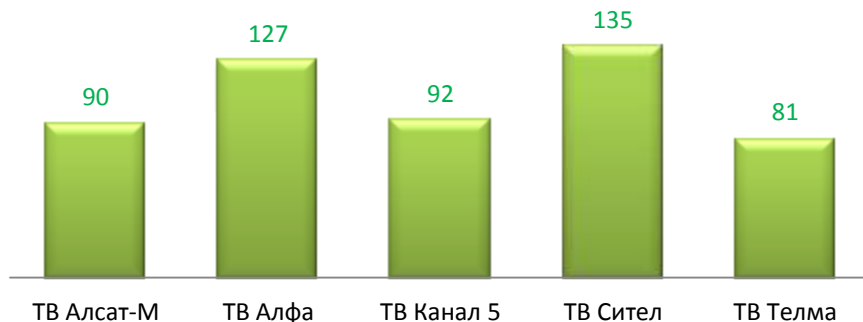
Извор: АААВМУ

Сите пет телевизиски станици оствариле позитивен финансиски резултат. Највисока добивка прикажала ТВ Сител (108,33 милиони денари), а најмала ТВ Телма (0,26 милиони денари).

Во 2013 година, просечниот број вработени во редовен работен однос кај овие пет субјекти изнесувал 525 лица. Од нив, најмногу биле вработени во ТВ Сител (135) и во ТВ

Алфа (127). Бројот на вработени бил речиси ист во ТВ Канал 5 (92 лица) и во ТВ Алсат-М (90), а најмал во ТВ Телма (81 лице).

Слика бр.13: Просечен број на вработени во 2013 година



Извор: АААВМУ

Во споредба со претходната година, просечниот број на вработени го зголемиле ТВ Алфа (за седум лица), ТВ Сител (за пет лица) и ТВ Телма (за едно лице). Просечниот број на вработени во ТВ Канал 5 и во ТВ Алсат-М во 2013 година бил помал за по пет лица отколку во претходната година.

Табела бр.9: Просечен број на вработени во редовен работен однос

ТВ станица	2009	2010	2011	2012	2013
ТВ Сител	113	124	119	130	135
ТВ Канал 5	88	94	95	97	92
ТВ Алсат-М	119	115	105	95	90
ТВ Телма	69	73	74	80	81
ТВ Алфа	72	127	121	120	127

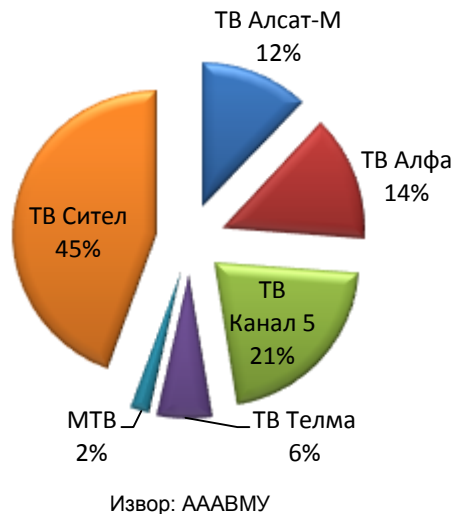
Извор: АААВМУ

Удели во приходите од рекламирање и во вкупната гледаност на телевизиите на државно ниво

Тргувајќи од концептот за дефинирање на релевантниот географски пазар, а при тоа имајќи предвид дека Македонската телевизија на пазарот на рекламирање се јавува како директен конкурент на комерцијалните телевизии на државно ниво, уделите во рекламниот колач се пресметани од вкупните приходи од продажба на времето за рекламирање на овие шест телевизии.

Македонската телевизија и петте комерцијални телевизии што емитуваат програма на територијата на целата држава од продажба на времето за рекламирање заеднички оствариле вкупно 1.250,99 милиони денари.

Слика бр.14: Учество во вкупните приходи од рекламирање на телевизиите на државно ниво



Дури 45% од овие средства успеала да ги оствари ТВ Сител. Во анализираната година, од продажба на времето за рекламирање ТВ Сител остварила вкупно 556,34 милиони денари, што е двапати повеќе отколку ТВ Канал 5, трипати повеќе отколку ТВ Алфа, речиси четири пати повеќе отколку ТВ Алсат-М, седумипол пати повеќе отколку ТВ Телма и дури 21 пати повеќе од Македонската телевизија.

ТВ Канал 5 остварила вкупно 266,64 милиони денари, односно 21% од вкупните приходи од рекламирање на овој сегмент од телевизиската индустрија.

Приходите што од продажба на времето за рекламирање ги остварила ТВ Алфа, во вкупен износ од 175,71 милиони денари претставувале 14% од вкупните приходи, а приходите на ТВ Алсат-М 12% од вкупните приходи (во апсолутен износ 151,65 милиони

денари). ТВ Телма успеала да оствари само 6% од вкупните приходи од рекламирање на телевизиите на државно ниво (74,29 милиони денари).

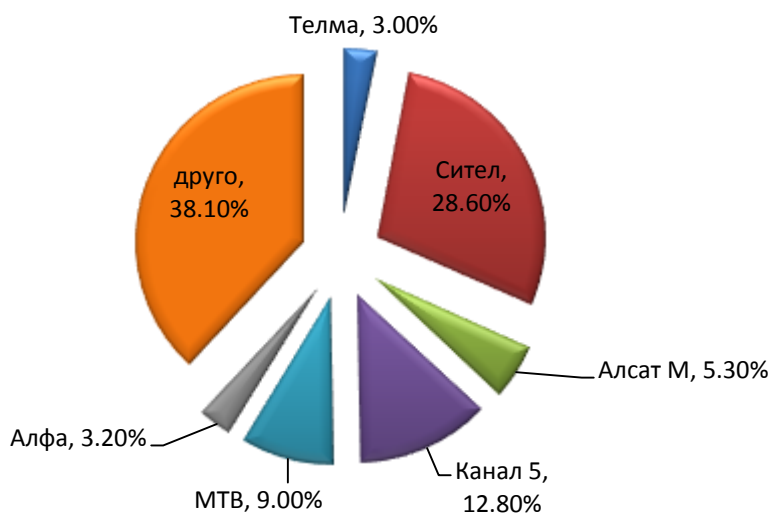
Значително помалку приходи од рекламирање отколку петте комерцијални телевизии остварила Македонската телевизија – само 26,36 милиони денари, односно само 2% од вкупните приходи на овие шест телевизии.

Во анализираната година, дури 61,90% од вкупната гледаност отпаѓала на петте комерцијални телевизии на државно ниво и на трите програмски сервиси на Македонската телевизија.

Најчест избор на македонската публика била програмската понуда на ТВ Сител (28,60%), а на второто место, со учество од 12,80% во вкупната гледаност била ТВ Канал 5. Заедничката гледаност на трите програмски сервиси на Македонската телевизија изнесувала 9,00% (првиот програмски сервис (МРТ 1) - 6,60%, вториот програмски сервис (МРТ 2) - 1,10% и Собранискиот канал 1,30%).

Учеството на ТВ Алсат-М во вкупната гледаност било 5,30%, а речиси подеднакво учество имале ТВ Алфа (3,20%) и ТВ Телма (3,00%).

Слика бр.15: Учество во вкупната гледаност



Извор: Nielsen Audience Measurement

Останатите 38,10% од времето публиката ги гледала содржините на сателитските, регионалните, локалните и странските телевизии, или пак гледала содржини преку ДВД, играла видео игри на телевизорот и друго.

Најгледана телевизија во секој месец од годината била ТВ Сител. Највисоко учество во вкупната гледаност оваа телевизија имала во април (30,48%).

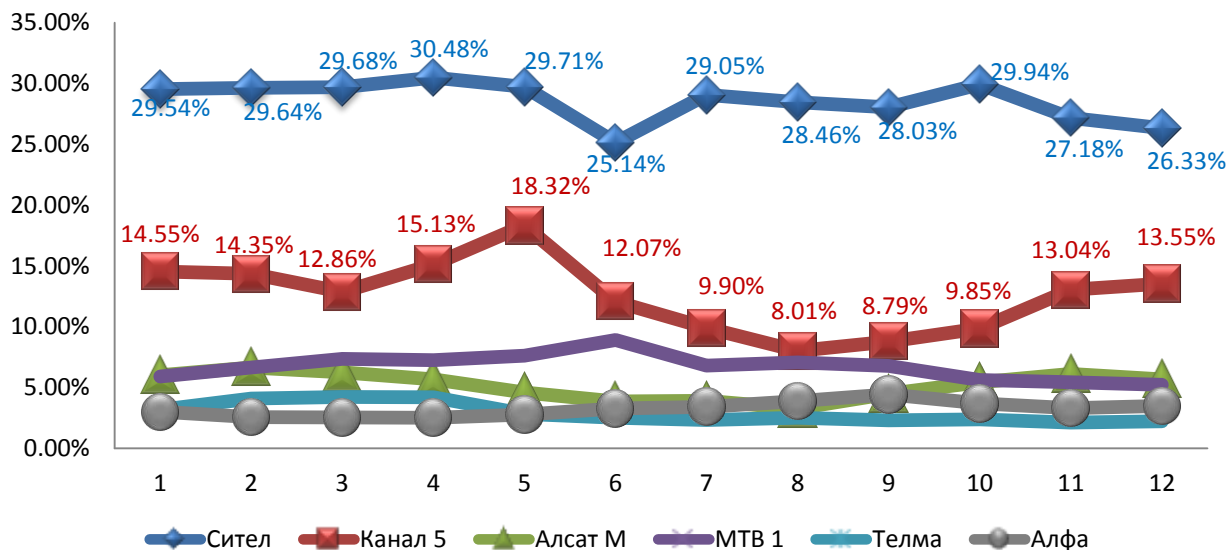
Табела бр.10: Месечни удели во вкупната гледаност

месец	Сител	Канал 5	Алсат М	МТВ 1	Телма	Алфа
I	29.54%	14.55%	6.02%	5.92%	3.19%	3.01%
II	29.64%	14.35%	6.65%	6.65%	4.10%	2.57%
III	29.68%	12.86%	6.25%	7.35%	4.23%	2.54%
IV	30.48%	15.13%	5.67%	7.25%	4.21%	2.52%
V	29.71%	18.32%	4.61%	7.63%	2.83%	2.77%
VI	25.14%	12.07%	3.87%	8.91%	2.51%	3.27%
VII	29.05%	9.90%	3.92%	6.82%	2.34%	3.42%
VIII	28.46%	8.01%	3.27%	7.06%	2.53%	3.90%
IX	28.03%	8.79%	4.50%	6.78%	2.30%	4.43%
X	29.94%	9.85%	5.45%	5.63%	2.38%	3.70%
XI	27.18%	13.04%	6.13%	5.44%	2.13%	3.30%
XII	26.33%	13.55%	5.68%	5.23%	2.24%	3.49%

Извор: Nielsen Audience Measurement

ТВ Канал 5 успеала да привлече најмногу публика во мај (18,32%), а првиот програмски сервис на Македонската телевизија во јуни (8,91%). Највисока гледаност ТВ Алсат-М имала во февруари (6,65%), ТВ Телма во март (4,23%), а ТВ Алфа во септември (4,43%).

Слика бр.16: Удели во вкупната гледаност месец по месец



Извор: Nielsen Audience Measurement

Доколку се споредат податоците за уделите на секоја од овие шест телевизии во вкупната гледаност (пресметана за сите домашни и странски канали кои ги добива

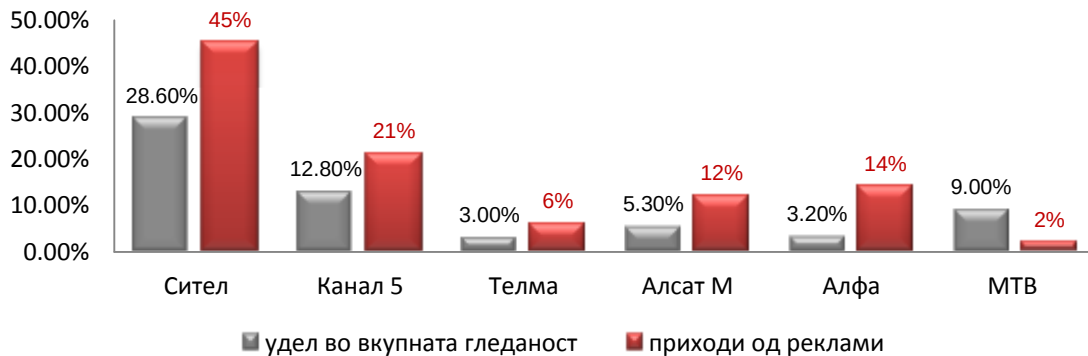
македонската публика) и уделите во вкупните приходи од реклами (пресметани само за овие шест телевизии), забележливо е дека ТВ Сител има значително поголемо учество и во гледаноста и во приходите отколку останатите пет телевизии.

ТВ Алсат-М има поголемо учество во вкупната гледаност од ТВ Алфа (за 2,10%), а остварила помалку приходи од продажба на времето за рекламирање.

Од друга страна пак, Македонската телевизија е на третото место според уделот во гледаноста (после ТВ Сител со 28,60% и ТВ Канал 5 со 12,80%), а има најмало учество во вкупните приходи од реклами (само 2%).

Македонската телевизија успеала да привлече повеќе гледачи и од ТВ Алсат-М и од ТВ Алфа и од ТВ Телма, а остварила забележливо помалку приходи од реклами од нив. Веројатно е дека врз ваквите резултати влијание има законскиот лимит за емитување рекламни спотови, кој за јавниот радиодифузен сервис изнесува 8 минути од времето за емитување во текот на еден реален час, а за комерцијалните телевизии 12 минути. Сепак, останува отворено прашањето дали е доволна ангажираноста на јавниот сервис на пазарот за рекламирање.

Слика бр.17: Удел во вкупната гледаност и во приходите од реклами



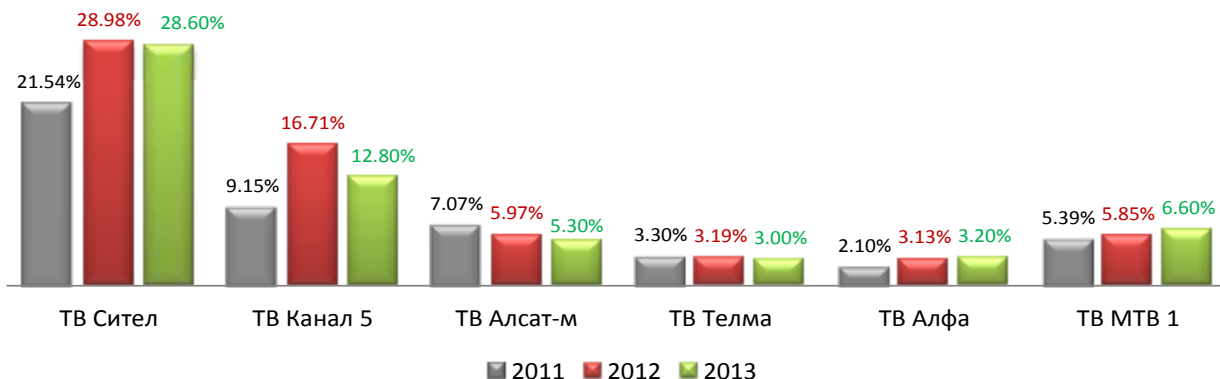
Извор: AAABМУ, Nielsen Audience Measurement

Во периодот од последните три години, ТВ Сител и ТВ Канал 5 имале најголемо учество во вкупната гледаност во 2012 година (28,98%, односно 16,71%), ТВ Алсат-М и ТВ Телма во 2011 година (7,07%, односно 3,30%), а МРТ1 и ТВ Алфа во последната година (6,60%, односно 3,20%).

Во споредба со претходната година, поголемо учество во вкупната гледаност во 2013 година се забележува само кај првиот програмски сервис на Македонската телевизија (МРТ1) и тоа за 0,75 процентни поени и кај ТВ Алфа за 0,07 процентни поени. Учеството во вкупната гледаност на останатите четири телевизии во 2013 година било помало

отколку во 2012 година и тоа на ТВ Сител за 0,38 процентни поени, на ТВ Канал 5 за дури 3,91 процентни поени, на ТВ Алсат-М за 0,67 процентни поени и на ТВ Телма за 0,19 процентни поени.

Слика бр.18: Удели во вкупната гледаност во последните три години



Извор: Nielsen Audience Measurement

50-те најзначајни огласувачи на телевизиските станици на државно ниво

Податоците за 50-те најзначајни огласувачи на шесте телевизиски станици што емитуваат програма на државно ниво (Македонската телевизија, Сител, Телма, Канал 5, Алсат-М и Алфа) ги обезбеди агенцијата Аналитика ДОО од Скопје.

Во 2013 година на овие шест телевизиски станици биле емитувани вкупно 348,452 рекламни спотови, со вкупна должина од 9,769,598 секунди.

Бруто вредноста на овие рекламни спотови, која се пресметува според цените во официјалните ценовници на телевизиските станици, што значи дека при пресметувањето не се земени предвид попустите кои телевизиските станици им ги одобриле на огласувачите, изнесувала 318,07 милиони евра. Според податоците кои радиодифузерите ги доставија во Агенцијата, а чија валидност беше проверена од податоците во завршните сметки на радиодифузерите, вкупните приходи од рекламирање на овие шест телевизии изнесувале 1.1250,99 милиони денари, односно 20,51 милиони евра. Ова значи дека наплатената вредност на емитуваните рекламни спотови била петнаесетипол пати помала отколку нивната вредност според цените во официјалните ценовници на телевизиските станици, односно дека била наплатена само 6,45% од вредноста на рекламните спотови според официјалните ценовници.

Табела бр.11: 50-те најзначајни огласувачи на шесте телевизии на државно ниво

рб	огласувач	учество	должина во секунди	број на емитувани спотови	рб	огласувач	учество	должина во секунди	број на емитувани спотови
1	Procter&Gamble	5.40%	681,086	31,377	26	Тинекс	0.89%	62,369	2,187
2	Влада на РМ	4.99%	1,361,541	17,639	27	Витаминка Прилеп	0.89%	77,396	4,008
3	Coca Cola Company	4.89%	483,711	17,062	28	Стопанска банка	0.83%	80,393	3,172
4	Telecom Slovenia Group (ONE)	3.79%	303,480	8,953	29	Play	0.81%	41,226	1,246
5	ВМРО ДПМНЕ	2.84%	245,398	4,141	30	АД Осигурителна полиса	0.73%	23,979	977
6	Магрони	2.53%	127,299	4,633	31	Макпетрол	0.70%	71,822	2,644
7	Скопска пивара	2.52%	255,769	8,845	32	Подравка	0.61%	50,333	2,576
8	Henkel	2.27%	140,739	6,900	33	Медобил	0.59%	90,374	1,477
9	Фикосота	2.22%	269,944	11,342	34	Мик Свети Николе	0.53%	24,949	875
10	T-home & T-Mobile	2.06%	175,830	5,603	35	Colgate&Palmolive	0.50%	33,806	1,430
11	Хербал плус	1.87%	111,058	5,350	36	Маестро	0.49%	15,000	397
12	Nestle	1.82%	147,965	8,088	37	Нептун	0.48%	23,583	1,196
13	Mobilkom Austria (VIP)	1.69%	144,079	6,713	38	Тутунска банка	0.47%	29,537	1,084
14	Монтенегро	1.65%	52,361	1,436	39	Соко Штарк	0.47%	33,651	1,542
15	Unilever	1.57%	94,308	3,930	40	Internacional Health	0.47%	59,472	825
16	Алкалоид	1.40%	134,764	5,235	41	Крка	0.47%	35,470	2,873
17	Чипита	1.37%	138,916	6,051	42	Еуроимпекс	0.45%	36,271	1,440
18	Прилепска пивара	1.36%	109,898	2,294	43	Гранд кафе	0.45%	35,034	1,742
19	Loreal	1.28%	97,810	3,941	44	Студио модерна	0.44%	21,268	760
20	Baersdorf	1.27%	88,142	4,152	45	Фереро	0.44%	48,590	2,033
21	Johnson Wax	1.27%	92,884	5,433	46	Дијамант	0.42%	20,239	1,052
22	Рио	1.17%	64,081	2,337	47	Дукат	0.41%	43,965	1,596
23	Вивакс	1.07%	86,044	3,618	48	АМЦ	0.40%	24,586	1,149
24	Wrigleys	0.93%	74,010	4,186	49	Жито Лукс	0.38%	23,406	1,124
25	Сапинија Осиек	0.92%	64,327	3,721	50	Идеал шипка	0.37%	48,150	2,085

Извор: Аналитика

Во 2013 година, најзначаен огласувач кај овие шест телевизиски станици била странската компанија Procter&Gamble. Бруто вредноста на вкупно 31,377-те рекламни спотови што ги нарачала оваа компанија претставувала 5,40% од бруто вредноста на сите емитувани рекламни спотови на овие шест телевизиски станици.

На второто место на листата на најзначајните огласувачи на овие шест телевизиски станици била Владата на Република Македонија, која во анализираната година била

нарачател на вкупно 17,639 рекламни спотови, чија вредност претставува 4,99% од вкупната бруто вредност.

Третото место го завзема компанијата Coca-Cola, со нарачани 17,062 рекламни спота и учество во вкупната вредност на емитуваните рекламни спотови од 4,89%.

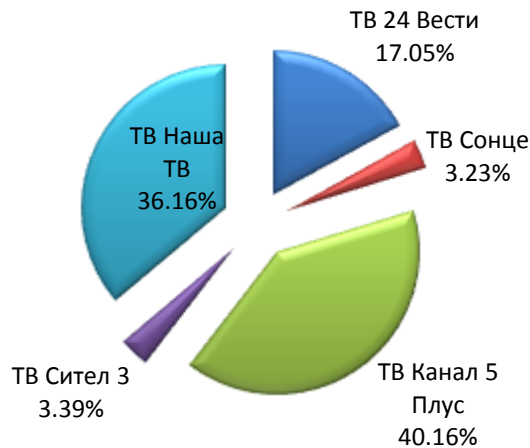
Сателитски телевизии

До 23 мај 2013 година, програма на државно ниво преку сателит емитуваа шест телевизии (ТВ Канал 5 Плус, ТВ Сител 3, ТВ 24 Вести, ТВ Алфа, Наша ТВ и ТВ Сонце). Од тогаш, па до крајот на годината, нивниот број се намали на пет, откако на ТВ Алфа и беше доделена дозвола да емитува преку терестријален предавател.

Петте сателитски телевизии кои вршеа радиодифузна дејност во текот на целата година заеднички оствариле вкупни приходи во износ од 88,57 милиони денари.

Дури 76,32% од овој износ претставуваат приходите на само две сателитски телевизии – ТВ Канал 5 Плус (35,57 милиони денари) и Наша ТВ (32,03 милиони денари). Приходите на ТВ 24 Вести во вкупен износ од 15,10 милиони денари претставуваат 17% од вкупните приходи на сателитските телевизии. Најмалку приходи оствариле ТВ Сител 3 (3,00 милиони денари) и ТВ Сонце (2,86 милиони денари).

Слика бр.19: Учество во вкупните приходи на сателитските телевизии

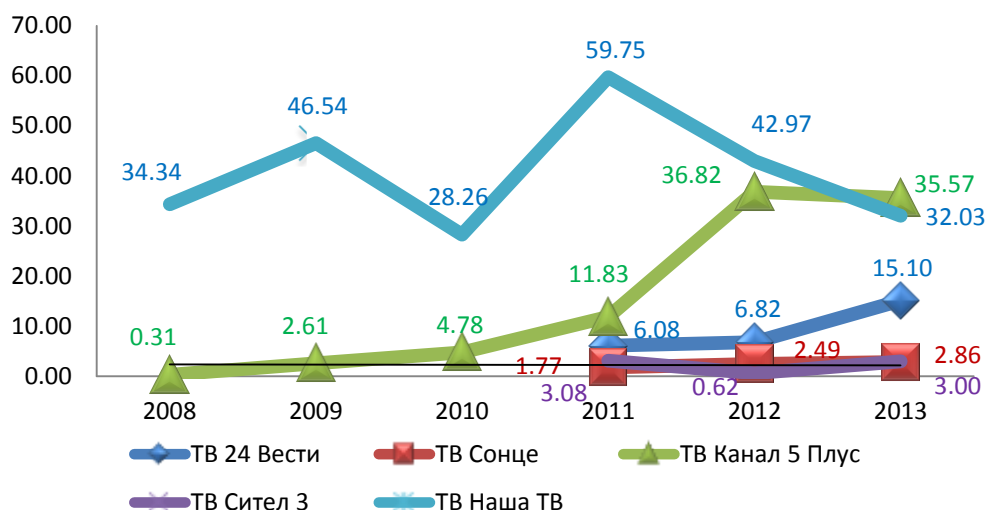


Извор: AAABMY

Дозволите за вршење радиодифузна дејност – телевизија преку сателит беа доделени во јуни 2008 година. Праксата покажа дека овој бизнис модел е неисплатлив, па така од вкупно 17 субјекти кои тогаш се стекнаа со дозвола да емитуваат телевизиска програма преку сателит, во 2013 година на пазарот работела само пет. Две од нив започнаа да емитуваат програма и да остваруваат приходи уште истата година (ТВ Канал 5 Плус и Наша ТВ), две емитуваа програма, но во првите години не остваруваа приходи (ТВ Сител 3 и ТВ Сонце), а една (ТВ 24 Вести) започна да емитува програма дури во декември 2010 година.

Подолу на приказот е претставено движењето на вкупните приходи на овие пет субјекти во периодот од 2008 година (кога им беа доделени дозволите) до 2013 година. Во првите пет години од работењето најуспешна била Наша ТВ, а во последната година највисоки вкупни приходи успеала да оствари ТВ Канал 5 Плус (35,57 милиони денари).

Слика бр.20: Движење на вкупните приходи на петте сателитски телевизии во последните шест години



Извор: ААВМУ

Вкупните приходи на Наша ТВ биле највисоки во 2011 година (59,75 милиони денари). Во 2009 и во 2011 година оваа телевизија остварила повеќе приходи отколку претходната година (за 35,53% односно за 111,43%), а во останатите три години остварувала помалку приходи, и тоа за 39,28% во 2010 година, за 28,08% во 2012 година и за 25,46% во 2013 година. ТВ Канал 5 Плус во првите пет години во континуитет ги зголемувала вкупните приходи, а во последната година остварила за 3,39% помалку приходи отколку во 2012 година.

Табела бр.12: Структура на приходите на сателитските телевизии

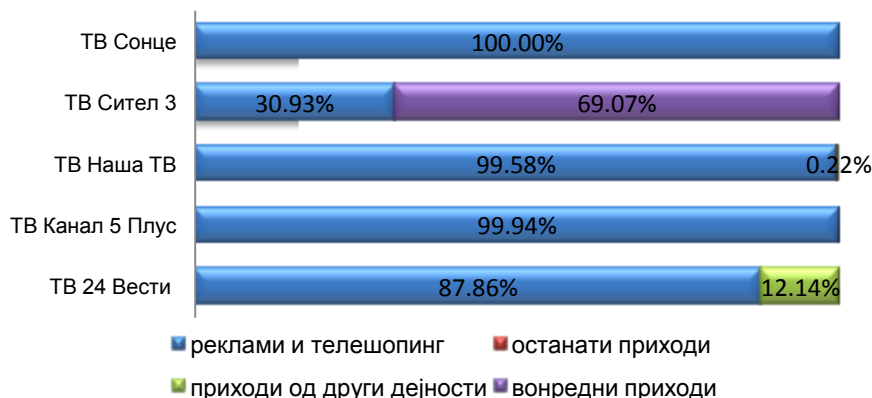
	2013	учество
Реклами и телешопинг	84.51	95.41%
Спонзорства	0.00	0.00%
Продажба на содржини	0.00	0.00%
Услуги обезбедени на трети страни	0.00	0.00%
Останати приходи	0.08	0.09%
Приходи од основна дејност	84.59	95.51%
Приходи од други дејности	1.90	2.15%
Вонредни приходи	2.07	2.34%
Вкупни приходи	88.57	

Извор: ААВМУ

Во 2013 година овие пет телевизии остварувале приходи само од продажба на времето за рекламирање и телешопинг, приходи од други дејности и вонредни приходи, а сосема мал дел од приходите биле од категоријата „останати приходи“.

Во структурата на приходите на овие пет телевизии доминантно учество имаат приходите од продажба на времето за рекламирање (95,41%). Приходите од рекламирање и телешопинг биле единствен извор на приходи за ТВ Сонце, а најзначаен извор на приходи за ТВ Канал 5 Плус (99,94%), Наша ТВ (99,58%) и за ТВ 24 Вести (87,86%).

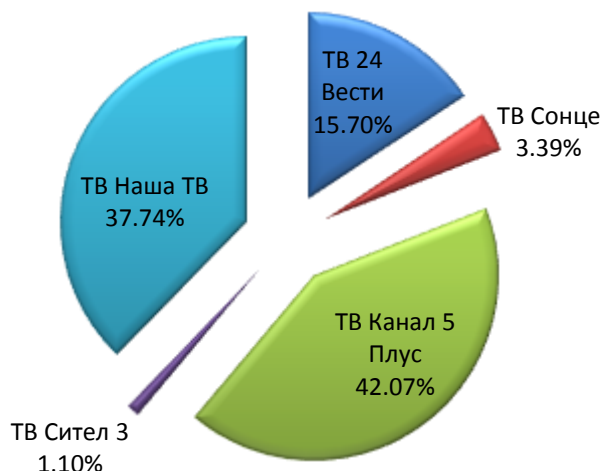
Слика бр.21: Структура на вкупните приходи на сателитските телевизии



Извор:ААВМУ

Најмногу приходи од реклами оствариле ТВ Канал 5 Плус (35,55 милиони денари, односно 42,07% од приходите од реклами во овој сегмент во телевизиската индустрија и Наша ТВ (31,89 милиони денари или 37,74% од вкупните приходи од реклами).

Слика бр.22: Учество во приходите од рекламирање на сателитските телевизии



Извор:ААВМУ

Приходите од рекламирање што ги остварила ТВ 24 Вести, во вкупен износ од 13,27 милиони денари, претставуваат 15,70% од вкупните приходи. Од продажба на времето за рекламирање ТВ Сонце успеала да оствари само 2,87 милиони денари, што претставува 3,39% од приходите од реклами на сателитските телевизии. Најмалку приходи од реклами остварила ТВ Сител 3 (само 0,93 милиони денари).

Учеството на приходите од категоријата „останати приходи“ во вкупните приходи на сателитските телевизии изнесува 0,09%. Ваков вид приход прикажале само ТВ Канал 5 Плус (0,02 милиони денари) и Наша ТВ (0,06 милиони денари).

Целокупниот износ на вонредни приходи го прикажала ТВ Сител 3 (2,07 милиони денари). Вонредните приходи биле најзначаен извор на приходи за оваа телевизија.

Приходи од други дејности оствариле само ТВ 24 Вести (1,83 милиони денари) и Наша ТВ (0,07 милиони денари).

Вкупните трошоци што во анализираната година ги направиле овие пет телевизии изнесувале 105,20 милиони денари.

Најмногу средства потрошила ТВ 24 Вести (35,04 милиони денари). Трошоците на ТВ Канал 5 Плус изнесувале 27,77 милиони денари, на Наша ТВ - 21,03 милиони денари, а на ТВ Сонце - 18,26 милиони денари. Во оваа година најмалку трошоци направила ТВ Сител 3 во износ од само 3,10 милиони денари.

Речиси 85% од вкупните трошоци биле директни трошоци за создавање на програма.

Табела бр.13: Структура на трошоците на сателитските телевизии

	2013	учество
Материјални трошоци	14.80	14.07%
Трошоци за набавка на програма	15.57	14.80%
Нематеријални трошоци (услуги)	20.60	19.58%
Плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма	37.91	36.04%
Директни трошоци за создавање на програмата	88.88	84.49%
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма	4.34	4.12%
Амортизација на опремата	3.99	3.80%
Амортизација на права и лиценци	0.12	0.11%
Кирии и останати режиски трошоци	2.91	2.77%
Сите останати неопфатени трошоци од работењето	4.60	4.37%
Вкупно трошоци на работењето	104.84	99.66%
Расходи од други активности	0.36	0.34%
Вонредни расходи	0.00	0.00%
Вкупно трошоци на работењето	105.20	

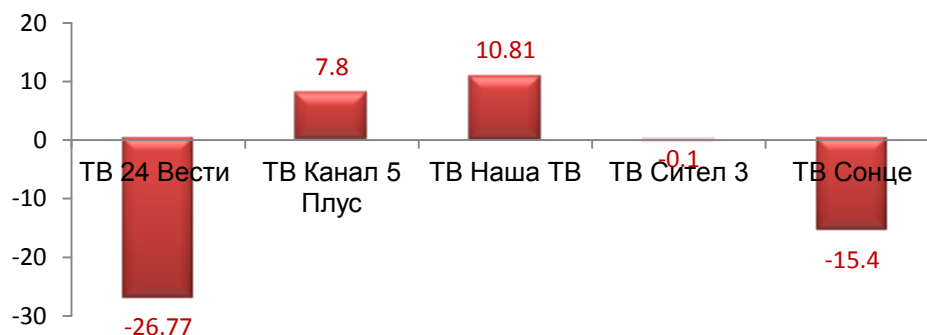
Извор: АААВМУ

Најмногу средства (36,04% од вкупните трошоци) биле издвоени за плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма (37,91 милиони денари). Најмногу средства за плати за вработените потрошила ТВ 24 Вести (21,06

милиони денари). ТВ Сонце за овој вид трошок издвоила 7,52 милиони денари, ТВ Канал 5 Плус 5,92 милиони денари, а Наша ТВ 3,41 милиони денари. ТВ Сител не прикажала ваков вид на трошок.

Трошоците за набавка на програма во вкупен износ од 15,57 милиони денари учествуваат со 14,80% во вкупните трошоци на сателитските телевизии. Дури 60% од вкупните трошоци за набавка на програма на овие пет телевизии ги прикажала ТВ Канал 5 Плус (9,23 милиони денари). ТВ 24 Вести и Наша ТВ за овој вид на трошок издвоиле речиси подеднакво средства (1,62 односно 1,68 милиони денари), ТВ Сител 3 потрошила 3,02 милиони денари, а најмалку средства за набавка на програмски содржини потрошила ТВ Сонце – само 0,01 милион денари). Позначајни износи на материјални трошоци прикажале ТВ 24 Вести (7,08 милиони денари) и Наша ТВ (7,57 милиони денари), а на нематеријални трошоци ТВ Сонце (7,39 милиони денари) и ТВ Канал 5 Плус (6,58 милиони денари).

Слика бр.23: Остварен финансиски резултат од работењето



Извор: АААВМУ

Само две сателитски телевизии оствариле позитивен финансиски резултат: Наша ТВ (10,81 милиони денари) и ТВ Канал 5 Плус (7,8 милиони денари). Најлош финансиски резултат од работењето имале ТВ 24 Вести – загуба во износ од 26,77 милиони денари и ТВ Сонце – загуба во износ од 15,4 милиони денари. Загубата на ТВ Сител 3 изнесувала 0,1 милион денари.

Табела бр.14: Просечен број на вработени во редовен работен однос

ТВ станица	2009	2010	2011	2012	2013
ТВ 24 Вести	0	25	59	64	65
ТВ Канал 5 Плус	37	32	28	24	26
ТВ Сонце	7	12	12	19	19
ТВ Сител 3	0	0	0	0	0
Наша ТВ	35	35	16	14	14

Извор: АААВМУ

Вкупниот број на вработени во редовен работен однос кај овие пет телевизии изнесувал 124 лица, од кои повеќе од половината биле ангажирани во ТВ 24 Вести (65 лица). Во ТВ Сител 3 во редовен работен однос не било ангажирано ниту едно лице.

Регионални телевизии

Дозвола да емитуваат програма на регионално ниво во првите пет месеци од 2013 година имаа девет телевизии, сите на подрачјето на Скопје. Со преминот од аналого во дигитално емитување, бројот на регионалните телевизии се зголеми на 29, откако вкупно 20 локални телевизии ја искористија можноста од локални да преминат во регионални телевизии, којашто им беше дадена со измените на Законот за радиодифузната дејност од мај 2013 година. Во јуни 2013 година престана да важи дозволата на ТВ Крт од Скопје, откако имателот достави писмена изјава дека престанува со емитувањето на телевизиска програма¹¹.

Во анализата се обработени податоците за вкупно 27¹² телевизиски станици кои имаат дозвола да емитуваат телевизиска програма на регионално ниво, од кои 25 емитуваат преку дигитален тересетријален мултиплекс, а само две преку оператор на јавна електронска комуникациска мрежа (ТВ Скајнет и ТВ Амазон, двете на подрачјето на градот Скопје со околните општини). Во 2013 година на регионалниот телевизиски пазар биле остварени вкупни приходи во износ од 194,75 милиони денари.

Табела бр.15: Број на население, број на регионални телевизии
и остварени вкупни приходи според радиодифузен регион

ЗОНА	Број на население ¹³	Број на телевизии	Остварени приходи
Д1 - Скопје	610,775	6 (+2)	50,00 (+4.71)
Д1 - Црн Врв Велес	153,554	2	16,85
Д2	175,560	2	11,14
Д3	178,551	3	26,62
Д4	173,291	3	19,05
Д5	297,966	3	15,77
Д6	127,647	1	13,89
Д7	36,340	1	9,19
Д8	308,610	4	27,53

Извор: АААВМУ, ДЗС

¹¹ Решение бр. 07-250 од 26.06.2013 година („Службен весник на Република Македонија“ бр. 90/13) за престанок на важноста на дозволата за вршење радиодифузна дејност на Трговското радиодифузно друштво „Телевизија КРТ“ ДООЕЛ Скопје

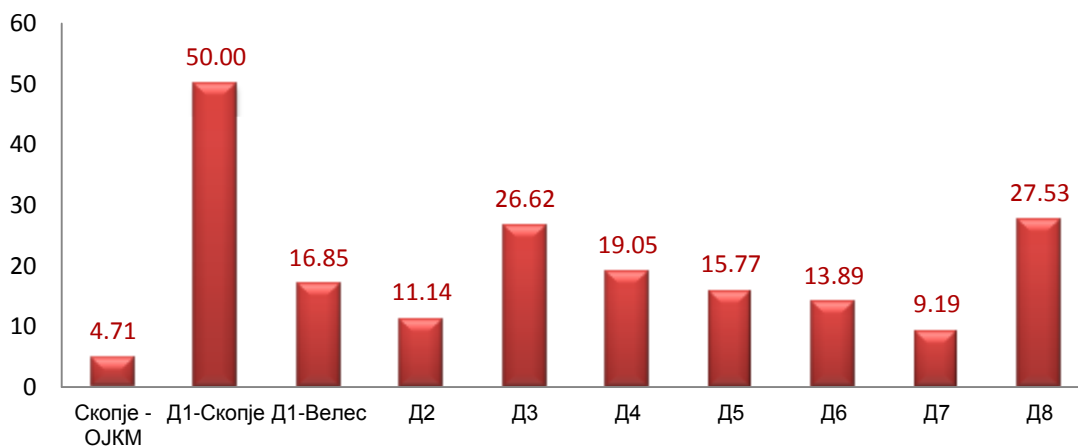
¹² Во март 2014 година беше одземена дозволата на ТРД ТВ Арт канал од Струга.

¹³ Податоците за бројот на населението во секој радиодифузен регион се обезбедени од публикацијата „Процени на населението на 30.06.2012 и 31.12.2012 според полот и возраста, по општини и по статистички региони (НТЕС3 - 2007 година)“ на Државниот завод за статистика на РМ; достапно на <http://www.stat.gov.mk/Publikacii/2.4.13.13.pdf>

Највисоки приходи во износ од 54,71 милиони денари биле остварени во регионот Д1 – Скопје, кој ги опфаќа градот Скопје и општините Петровец, Арачиново, Чучер Сандево, Сопиште, Студеничани, Зелениково и Илинден. Ваквата состојба е сосема очекувана со оглед на тоа дека бројот на населението во овој регион, кој всушност ја претставува и потенцијалната публика на телевизиите (како потенцијална публика се смета населението на возраст над четири години), е далеку поголем од бројот на населението во другите региони. Во овој регион програма емитуваат вкупно осум телевизии, од кои шест преку дигитален терестријален мултиплекс, а само две преку оператор на јавна електронска комуникациска мрежа.

Забележливо повисоки приходи отколку во другите региони биле остварени и во регионите Д8 и Д3. Регионот Д8 ги опфаќа општините Тетово, Гостивар, Вrapчишта, Боговиње, Брвеница, Теарце, Јегуновце и Желино, а вкупното население изнесува 308,610 жители. Дозвола да емитуваат програма во овој регион имаат вкупно четири регионални телевизии, кои заеднички оствариле вкупни приходи во износ од 27,53 милиони денари. Во регионот Д3 влегуваат општините Штип, Карбинци, Зрновце, Чешиново-Облешево, Пробиштип, Кочани, Македонска Каменица, Делчево, Винаца, Пехчево и Берово, а бројот на населението изнесува 178,551 жител. Трите регионални телевизии што работат во овој регион заеднички оствариле вкупни приходи во износ од 26,62 милиони денари.

Слика бр.24: Остварени вкупни приходи според радиодифузен регион



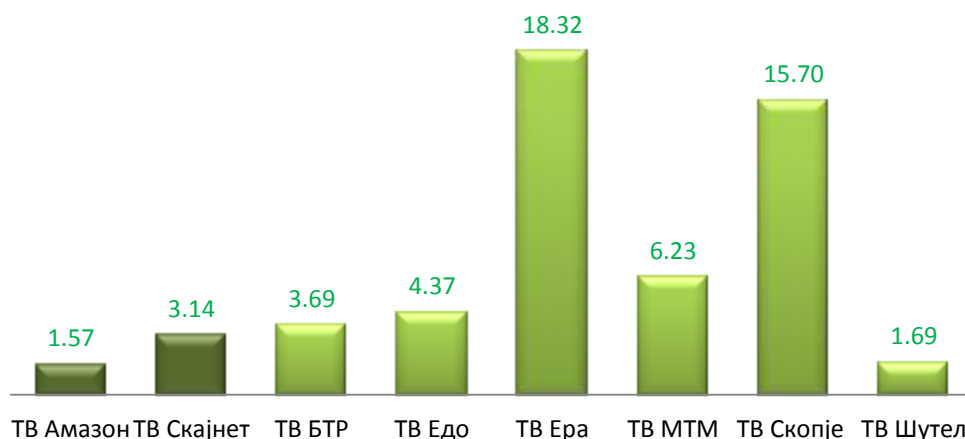
Извор: ААВМУ

Иако бројот на населението, односно потенцијалната публика во регионот Д5, кој ги опфаќа општините Битола, Ресен, Демир Хисар, Прилеп, Крушево, Македонски Брод, Кичево, Осломеј, Зајас, Вранештица, Пласница, Долнени, Кривогаштани, Могила и Новаци е поголем отколку во регионот Д3 (297,966 наспроти 178,551 жители), трите регионални телевизии во овој регион оствариле помалку приходи (15,77 милиони денари) отколку оние во регионот Д3 (26,62 милиони денари).

Од друга страна пак, бројот на жители во регионите Д1-Велес¹⁴, Д2¹⁵, Д4¹⁶ и Д6¹⁷ е приближно колку и во регионот Д3, а се забележуваат разлики во вкупните приходи остварени во овие региони.

Најмалку приходи биле остварени во регионот Д7, кој ги опфаќа општините Дебар, Маврово и Ростуша и Центар Жупа. Вкупниот број на население во овој регион изнесува 36.340 жители, што е речиси 17 пати помалку отколку во регионот Д1 – Скопје. Во овој регион програма емитува само една телевизија (ТВ Канал 3 од Дебар), наспроти осумте во регионот Д1 – Скопје. Во 2013 година оваа телевизија остварила вкупни приходи во износ од 9,19 милиони денари, односно само шест пати помалку отколку заедничките приходи на телевизиите во регионот Д1 – Скопје. Доколку се споредат податоците за секоја од осумте телевизии од регионот Д1-Скопје, забележливо е дека само две (ТВ Ера и ТВ Скопје) оствариле повеќе вкупни приходи од ТВ Канал 3 од Дебар.

Слика бр.25: Вкупни приходи на телевизиите во регионот Д1 - Скопје



Извор: ААВМУ

Дури 62,19% од вкупните приходи на осумте телевизии во регионот Д1 – Скопје ги оствариле само два субјекти (ТВ Ера и ТВ Скопје). Најмалку приходи остварила ТВ Шутел и ТВ Амазон.

Во споредба со претходната година, само две телевизии успеале да остварат повисоки приходи (ТВ Едо за 58,30% и ТВ Скопје за 53,01%). Останатите шест телевизии

¹⁴ Регионот Д1 - Велес ги опфаќа општините Велес, Лозово, Свети Николе, Чашка, Градско, Росоман, Неготино, Кавадарци и Демир Капија

¹⁵ Регионот Д2 ги опфаќа општините Куманово, Липково, Старо Нагоричане, Ранковце, Крива Паланка и Кратово

¹⁶ Регионот Д4 ги опфаќа општините Радовиш, Конче, Василево, Босилово, Струмица, Ново Село, Валандово, Богданци, Дојран и Гевгелија

¹⁷ Регионот Д6 ги опфаќа општините Охрид, Струга, Дебарца, Вевчани и Другово

оствариле помалку приходи и тоа: ТВ Амазон за 9,40%, ТВ Скајнет за 10,42%, ТВ БТР за 42,09%, ТВ Ера за 9,13%, ТВ МТМ за 31,59% и ТВ Шутел за 39,01%.

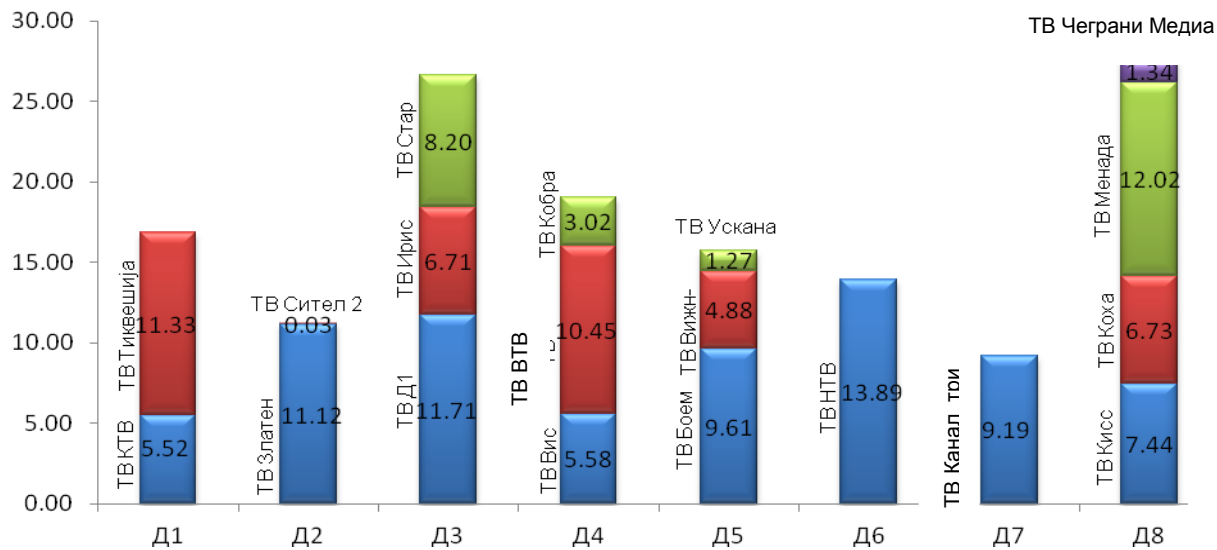
Табела бр.16: Вкупни приходи и стапка на раст

	2009	2010	2011	2012	2013	стапка на раст 2013/2012
ТВ Амазон	1.86	1.32	1.08	1.73	1.57	-9.25%
ТВ Скајнет	7.85	4.74	2.81	3.50	3.14	-10.29%
ТВ БТР	3.26	4.32	8.27	6.38	3.69	-42.16%
ТВ Едо	0.46	2.90	3.37	2.76	4.37	58.33%
ТВ Ера	27.85	47.53	17.67	20.16	18.32	-9.13%
ТВ МТМ	7.50	7.79	9.44	9.10	6.23	-31.54%
ТВ Скопје	35.05	12.88	10.23	10.26	15.70	53.02%
ТВ Шутел	2.01	1.65	2.48	2.77	1.69	-38.99%
вкупно	85.84	83.13	55.35	56.66	54.71	-0.30

Извор: АААВМУ

Во регионот Д1 – Велес биле остварени вкупни приходи во износ од 16,85 милиони денари, од кои 32,78% остварила ТВ КТВ, а 67,22% ТВ Тиквеша, двете од Кавадарци.

Слика бр.36: Вкупни приходи на телевизиите во регионот Д1 – Велес, Д2, Д3, Д4, Д5, Д6, Д7 и Д8



Извор: АААВМУ

Во анализираната година, двете телевизии што емитуваат програма во регионот Д2 оствариле вкупно 11,14 милиони денари, од кои дури 99,75% биле приходите на ТВ Златен канал од Крива Паланка.

Заедничките приходи на трите телевизии од регионот Д3 изнесувале 26,62 милиони денари, од кои 44% биле приходите на ТВ Д1 од Делчево, 30,79% на ТВ Стар од Штип и 25,21% приходите на ТВ Ирис од Штип.

Во регионот Д4 програма емитуваат три телевизии и нивните заеднички приходи изнесувале 19,05 милиони денари. Повеќе од половината од овие средства биле приходите на ТВ ВТВ од Валандово (54,84%). ТВ Вис од Струмица остварила 29,28% а ТВ Кобра од Радовиш 15,87% од вкупните приходи во овој регион.

Вкупните приходи што ги оствариле трите телевизии од регионот Д5 изнесувале 15,77 милиони денари. Најмногу средства остварила ТВ Боем од Кичево која емитува на македонски јазик (60,96% од овој износ). ТВ Вижн-БМ од Прилеп која исто така емитува на македонски, остварила 30,97%, а ТВ Ускана од Кичево, која програмата ја емитува на албански јазик, остварила 8,07% од вкупните приходи во овој регион.

Во регионите Д6 и Д7 работи само по една телевизија (ТВ НТВ, односно ТВ Канал три) и приходите што тие ги оствариле изнесувале 13,89, односно 9,19 милиони денари.

Четириите телевизии што емитуваат програма во регионот Д8 заеднички оствариле вкупни приходи во износ од 27,53 милиони денари. Две од нив емитуваат програма на македонски јазик (ТВ Кисс и ТВ Менада од Тетово), а една на албански јазик (ТВ Коха од Тетово), а една телевизија (ТВ Чеграни Медиа од Гостивар) на македонски, турски и албански јазик. Најголем дел од овој износ биле приходите на ТВ Менада од Тетово (43,68%). ТВ Кисс од Тетово остварила 27,02%, ТВ Коха од Тетово 24,45%, а најмал дел претставувале приходите на ТВ Чеграни Медиа од Гостивар, само 4,85% од вкупните приходи во регионот.

Табела бр.17: Структура на приходите на регионалните телевизии

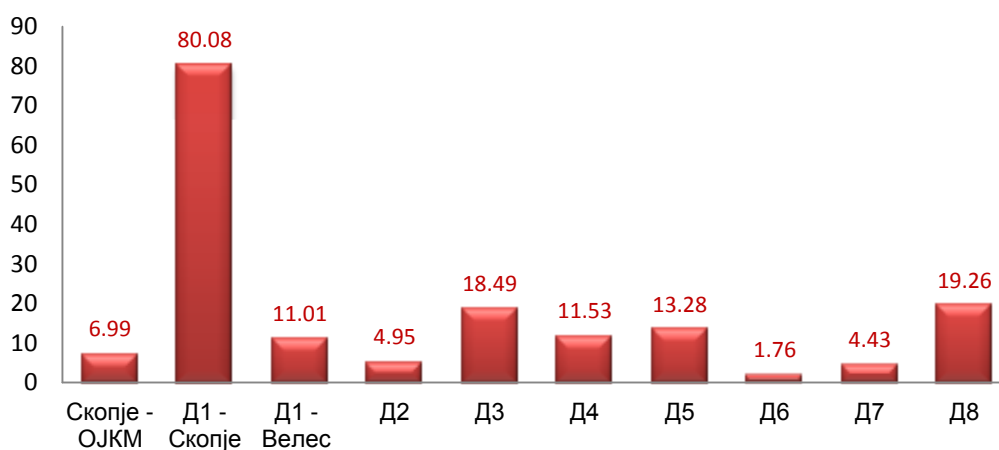
	Скопје - ојкм	Д1 - Скопје	Д1 - Велес	Д2	Д3	Д4	Д5	Д6	Д7	Д8
Реклами и телешопинг	3.88	39.19	15.01	11.11	26.06	18.18	11.40	11.75	9.07	26.92
Спонзорства	0.00	0.30	0.00	0.00	0.01	0.10	0.00	0.00	0.00	0.27
Продажба на содржини	0.06	1.71	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.13
Услуги обезбедени на трети страни	0.63	1.65	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Останати приходи	0.10	6.63	1.84	0.00	0.24	0.49	0.00	2.14	0.12	0.17
Приходи од основна дејност	4.67	49.49	16.85	11.11	26.31	18.77	11.40	13.89	9.19	27.49
Приходи од други дејности	0.00	0.15	0.00	0.00	0.31	0.28	4.37	0.00	0.00	0.00
Вонредни приходи	0.04	0.36	0.00	0.03	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.04
Вкупни приходи	4.71	50.00	16.85	11.14	26.62	19.05	15.77	13.89	9.19	27.53

Извор: АААВМУ

Во структурата на приходите на секоја од регионалните телевизии доминантно учество имаат приходите од продажба на времето за рекламирање и телешопинг.

Приходи од спонзорства прикажале само четири регионални телевизии (ТВ БТР од Скопје, ТВ Стар од Штип, ТВ Чеграни Медиа од Гостивар и ТВ Кобра од Радовиш). Приходи од продажба на содржини оствариле само ТВ Скајнет и ТВ МТМ од Скопје, а приходи од услуги обезбедени на трети страни само ТВ Амазон и ТВ Шутел од Скопје.

Слика бр.27: Вкупни трошоци според радиодифузен регион



Извор: ААВМУ

Во 2013 година вкупните трошоци на регионалните телевизии изнесувале 171,78 милиони денари.

Половина од овие средства (50,69%) биле потрошени од страна на осумте телевизии што емитуваат во регионот Д1 – Скопје. Забележливи се значајни разлики меѓу трошоците на телевизиите во овој регион. Најмногу средства потрошиле ТВ Скопје (37,08 милиони денари), ТВ Ера (23,72 милиони денари) и ТВ МТМ (10,71 милиони денари), а најмалку ТВ Шутел (1,63 милиони денари) и ТВ Амазон (1,85 милиони денари).

Материјалните трошоци што ги прикажала ТВ Ера преставуваат 70,32% од вкупните материјални трошоци. Трошоци за набавка на содржини прикажале само ТВ МТМ (1,59 милиони денари) и ТВ Скопје (3,8 милиони денари).

Дури 88,83% од трошоците за плати и надоместоци за лицата кои се директно поврзани со производство на програма ги прикажале само три телевизии: ТВ Ера (3,57 милиони денари), ТВ МТМ (3,35 милиони денари) и ТВ Скопје (4,05 милиони денари). Трошоци за плати и надоместоци за лицата кои не се директно поврзани со производство на програма прикажала само ТВ МТМ (0,45 милиони денари). Речиси целокупниот износ на трошокот за амортизација на опремата го прикажала ТВ Скопје (23 милиони денари).

Двете телевизии од регионот Д1 – Велес потрошиле речиси подеднакво: ТВ КТВ – 5,37 милиони денари, а ТВ Тиквешја – 5,64 милиони денари. Само ТВ КТВ прикажала трошоци за набавка на програма, и тоа во незначителен износ од 0,05 милиони денари.

За плати и надоместоци за вработените ТВ КТВ потрошила 1,36 милиони денари, а ТВ Тиквешка 1,67 милиони денари.

Заедничките трошоци на двете телевизии во регионот Д2 изнесувале 4,95 милиони денари. ТВ Златен канал потрошила два и пол пати повеќе средства отколку ТВ Сител 2 (3,58 наспроти 1,37 милиони денари). Ниту една телевизија не прикажала трошоци за набавка на содржини, ниту пак трошоци за плати и други надоместоци за вработените директно поврзани со производство на програма. Целокупниот износ на трошоците за плати и други надоместоци за лицата кои не се директно поврзани со производство на програма го прикажала ТВ Златен канал (1,06 милиони денари).

Табела бр.18: Структура на трошоците на регионалните телевизии

	Скопје - ојкм	Д1 - Скопје	Д1 - Велес	Д2	Д3	Д4	Д5	Д6	Д7	Д8
Материјални трошоци	0.97	10.07	1.37	0.12	2.09	2.43	1.41	1.12	0.12	7.82
Трошоци за набавка на програма	0.00	5.39	0.05	0.00	2.07	0.29	0.34	0.00	0.00	0.60
Нематеријални трошоци (услуги)	1.56	2.01	1.13	2.45	1.42	1.41	2.49	0.00	0.74	4.15
Плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма	1.41	12.36	2.97	0.00	9.41	1.58	3.46	0.00	1.88	4.72
Директни трошоци за создавање на програмата	3.95	29.83	5.52	2.57	14.98	5.71	7.71	1.12	2.74	17.29
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма	0.00	0.45	0.06	1.06	0.00	1.49	0.11	0.27	0.00	0.00
Амортизација на опремата	0.63	25.18	2.08	0.35	1.21	0.27	2.17	0.02	0.17	0.40
Амортизација на права и лиценци	0.00	2.05	0.00	0.00	0.00	0.00	1.25	0.00	0.00	0.00
Кирии и останати режиски трошоци	0.36	3.42	0.21	0.24	0.00	0.31	0.35	0.00	0.00	0.22
Сите останати неопфатени трошоци од работењето	1.58	15.98	3.14	0.73	1.83	3.75	1.58	0.00	1.52	1.28
Вкупно трошоци на работењето	6.52	76.91	11.01	4.95	18.03	11.53	13.17	1.76	4.43	19.19
Расходи од други активности	0.00	0.92	0.00	0.00	0.31	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Вонредни расходи	0.47	2.25	0.00	0.00	0.14	0.00	0.11	0.00	0.00	0.07
Вкупно трошоци на работењето	6.99	80.08	11.01	4.95	18.49	11.53	13.28	1.76	4.43	19.26

Извор: АААВМУ

Во регионот Д3 биле потрошени вкупно 18,49 милиони денари. Речиси подеднакво средства потрошиле ТВ Ирис (7,5 милиони денари) и ТВ Стар (7,78 милиони денари), а трошоците на ТВ Д1 биле забележливо пониски (3,21 милиони денари). Речиси 83% од трошоците за набавка на програма ги прикажала ТВ Стар (1,71 милиони денари). Оваа телевизија потрошила и најмногу средства за плати и надоместоци за лицата кои се директно поврзани со производство на програма (4,93 милиони денари). За овој вид трошок ТВ Ирис издвоила 3,39 милиони денари, а ТВ Д1 1,09 милиони денари.

Вкупните трошоци во регионот Д4 изнесувале 11,53 милиони денари, од кои речиси половината (47,7%) биле трошоците на ТВ Вис од Струмица. ТВ ВТВ потрошила вкупно 3,28 милиони денари, а ТВ Кобра 2,75 милиони денари. Само ТВ Кобра издвоила средства за набавка на програма, и тоа во износ од 0,29 милиони денари. За плати за вработените најмногу средства издвоила ТВ Вис (1,67 милиони денари). Овие трошоци кај ТВ ВТВ изнесувале 0,69 милиони денари, а кај ТВ Кобра 0,71 милиони денари.

Забележливи се значителни разлики помеѓу вкупните трошоци што во анализираната година ги направиле трите телевизии во регионот Д5: ТВ Боем потрошила 6,5 милиони денари, ТВ Вижн-БМ 4,76 милиони денари, а ТВ Ускана 2,02 милиони денари. Најголем дел од заедничките трошоци на овие три телевизии (26,88%) биле направени за плати за вработените. Трошоците за плати за вработените што се директно поврзани со производство на програма на ТВ Вижн-БМ, во износ од 1,89 милиони денари, се двапати повисоки од трошоците на ТВ Ускана (0,93 милиони денари) и речиси трипати повисоки од трошоците на ТВ Боем (0,64 милиони денари). За набавка на програма ТВ Боем издвоила 0,19 милиони денари, а ТВ Вижн-БМ 0,14 милиони денари. Целокупниот износ на трошоците за амортизација на опремата (2,17 милиони денари) го прикажала ТВ Боем.

Во регионите Д6 и Д7, каде што програма емитува само по една телевизија (ТВ НТВ односно ТВ Канал три), вкупните трошоци изнесувале 1,76 милиони денари, односно 4,43 милиони денари.

Четириите телевизии во регионот Д8 заеднички потрошиле 19,26 милиони денари, од кои најмногу потрошиле ТВ Кисс (8,11 милиони денари) и ТВ Коха (5,19 милиони денари). Вкупните трошоци на ТВ Менада изнесувале 4,64 милиони денари, а на ТВ Чеграни медиа само 1,33 милиони денари. Во структурата на вкупните трошоци на овие четири телевизии најзначајно учество имаат материјалните трошоци (40,62%), што се должи на високиот износ на овој вид трошок што го прикажала ТВ Кисс (5,94 милиони денари). Трошоци за набавка на содржини прикажале само ТВ Коха (0,25 милиони денари) и ТВ Менада (0,35 милиони денари). За плати за вработените речиси подеднакво средства потрошиле ТВ Кисс (1,18 милиони денари), ТВ Коха (1,5 милиони денари) и ТВ Менада (1,66 милиони денари), а значително помалку средства издвоила ТВ Чеграни Медиа (0,37 милиони денари).

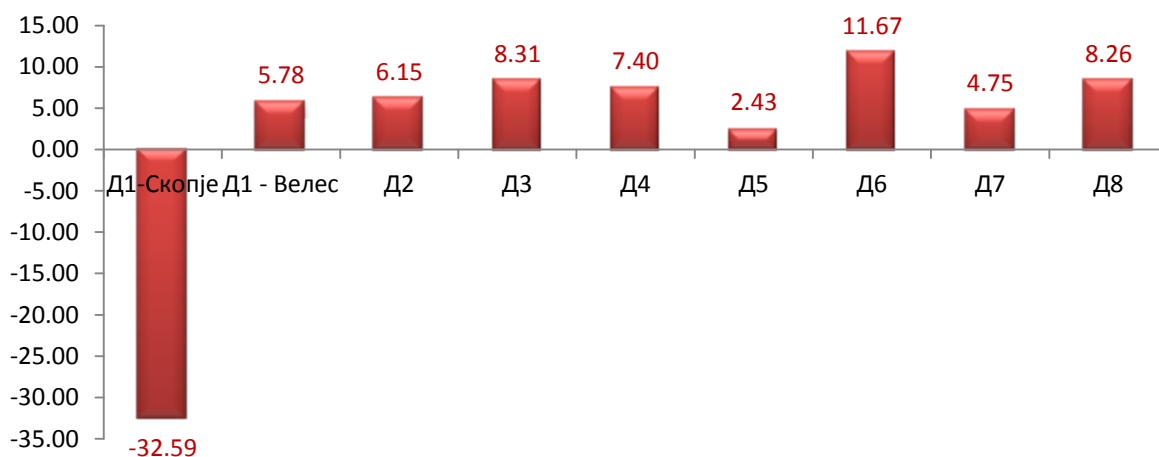
Во 2013 година, единствено во регионот Д1 – Скопје бил остварен негативен финансиски резултат. Само три од осумте телевизии што емитуваат програма во овој регион оствариле добивка, и тоа: ТВ БТР (0,77 милиони денари), ТВ Едо (0,35 милиони денари) и

ТВ Шутел (0,06 милиони денари). Најлош финансиски резултат остварила ТВ Скопје (загуба во износ од 21,4 милиони денари). Загубата на ТВ Ера изнесувала 5,48 милиони денари, на ТВ МТМ 4,6 милиони денари, на ТВ Скајнет 2,01 милиони денари и на ТВ Амазон 0,28 милиони денари.

Двете телевизии во регионот Д1- Велес оствариле добивка, и тоа ТВ КТВ 0,10 милиони денари, а ТВ Тиквеша 5,68 милиони денари.

Финансискиот резултат од работењето на двете телевизии во регионот Д2 изнесувал добивка во износ од 6,15 милиони денари. ТВ Златен канал остварила добивка од 7,52 милиони денари, а ТВ Сител 2 загуба во износ од 1,37 милиони денари.

Слика бр.28: Остварен резултат од работењето



Извор: ААВМУ

Позитивен финансиски резултат во регионот Д3 оствариле две телевизии (ТВ Д1 во износ од 8,51 милиони денари и ТВ Стар во износ од 0,41 милиони денари), а една телевизија (ТВ Ирис) работела со загуба од 0,6 милиони денари.

Сите три телевизии од регионот Д4 оствариле позитивен финансиски резултат, и тоа: ТВ Вис добивка во износ од 0,05 милиони денари, ТВ ВТВ во износ од 7,08 милиони денари и ТВ Кобра во износ од 0,28 милиони денари.

Две телевизии од регионот Д5 (ТВ Боем и ТВ Вижн-БМ) оствариле добивка во износ од 3,05 милиони денари, односно 0,12 милиони денари. ТВ Ускана остварила негативен финансиски резултат во износ од 0,75 милиони денари.

Единствената телевизија што емитува програма во регионот Д6 – ТВ НТВ остварила добивка од 11,67 милиони денари, што претставува најдобар финансиски резултат од сите регионални телевизии. Само една телевизија емитува програма и во регионот Д7 – ТВ Канал три, и таа остварила добивка од 4,75 милиони денари.

Заедничкиот резултат од работењето на четирите телевизии во регионот Д8 бил добивка во износ од 8,26 милиони денари. Само ТВ Кисс остварила негативен финансиски резултат (0,68 милиони денари), а останатите три оствариле добивка, и тоа: ТВ Коха во износ од 1,55 милиони денари, ТВ Менада во износ од 7,39 милиони денари, а добивката на ТВ Чеграни медиа изнесувала 0,01 милиони денари.

Табела бр.19: Просечен број на вработени во редовен работен однос

рб	Скратен назив на радиодифузерите	просечен број на вработени во редовен работен однос	вкупно во регионот
1	ТВ Амазон	4	49
2	ТВ Скајнет	1	
3	ТВ БТР	1	
4	ТВ Едо	4	
5	ТВ Ера	16	
6	ТВ МТМ	14	
7	ТВ Скопје	8	
8	ТВ Шутел	1	
9	ТВ КТВ	11	21
10	ТВ Тиквешија	10	
11	ТВ Златен канал	6	6
12	ТВ Сител 2	0	
13	ТВ Д1	5	30
14	ТВ Ирис	15	
15	ТВ Стар	10	
16	ТВ Вис	11	15
17	ТВ ВТВ	1	
18	ТВ Ко-Бра	3	
19	ТВ Боем	2	11
20	ТВ Вижн-БМ	7	
21	ТВ Ускана	2	
22	ТВ НТВ	1	1
23	ТВ Канал три	6	6
24	ТВ Кисс	11	29
25	ТВ Коха	11	
26	ТВ Менада	4	
27	ТВ Чеграни Медиа	3	
вкупно		168	168

Извор:ААВМУ

Во 2013 година просечниот број на вработени во редовен работен однос во 27-те регионални телевизии изнесувал 168 лица.

Најголем број на вработени кај регионалните телевизии имале ТВ Ера од Скопје (16), ТВ Ирис од Штип (15), ТВ МТМ од Скопје (14), ТВ КТВ од Кавадарци, ТВ Вис од Струмица, ТВ Кисс и ТВ Коха од Тетово (по 11 лица) и ТВ Тиквешија од Кавадарци и ТВ Стар од Штип (по десет лица).

Локални телевизии

На почетокот на 2013 година, дозвола да емитуваат телевизиска програма на локално ниво имаа вкупно 48 субјекти. Во мај 2013 година, 20 од нив поднесоа барање до Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (тогашен Совет за радиодифузија) за измена на дозволата, по што во следните седум месеци од годината продолжија да работат како регионални телевизии. Во текот на 2013 година, една локална телевизија – ТВ Топ од Берово¹⁸ го изгуби правото да врши радиодифузна дејност.

Во текот на целата година програма на локално ниво емитуваа вкупно 27 телевизиски станици.

Табела бр.20: Број на население, број на ТВ станици и остварени приходи

општини	население ¹⁹	вкупно приходи	број на ТВ станици
Куманово, Липково и Старо Нагоричане	141,782	9.07	4
Кочани, Винаца, Чешиново - Облешево и Зрновце	67,802	4.88	2
Пробиштип и Кратово	25,175	2.28	1
Радовиш и Конче	32,467	2.20	1
Струмица, Василево, Босилево и Ново Село	94,372	4.42	1
Гевгелија, Валандово, Богданци и Дојран	46,452	1.65	1
Велес, Чашка и Градско	66,390	6.63	2
Свети Николе и Лозово	20,587	2.05	1
Долнени, Прилеп и Кривогаштани	95,105	0.29	1
Битола, Могила, Новаци и Ресен	118,898	21.58	2
Охрид и Дебарца	57,250	10.51	2
Струга и Вевчани	67,436	2.19	2
Дебар, Центар Жупа, Маврово и Ростуша	36,340	0.59	1
Кичево, Пласница и Македонски Брод	41,646	2.17	2
Тетово, Теарце, Јегуновце, Желино и Брвеница	167,893	2.87	2
Гостивар, Врапчиште и Боговиње	140,627	1.46	2

Извор: ААВМУ/ДЗС

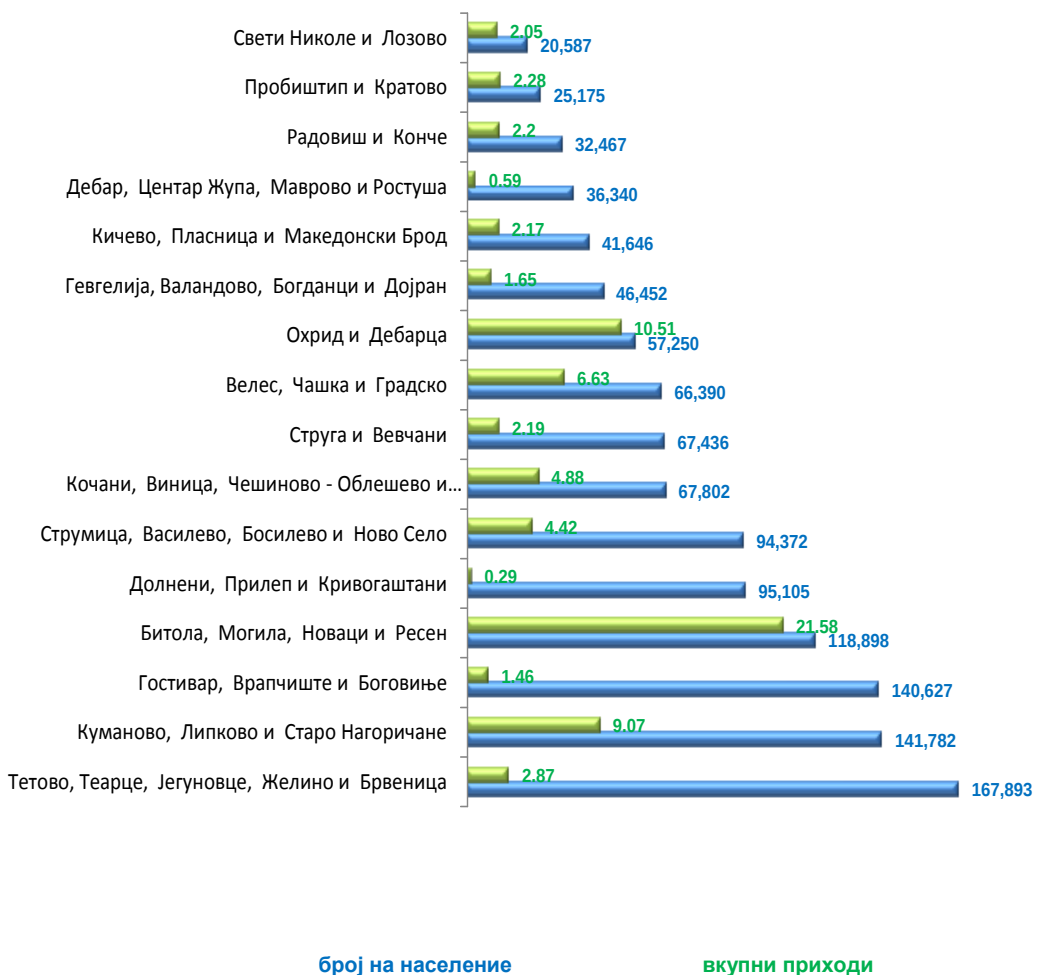
¹⁸ Одлука бр.07-170 од 23.05.2013 година (Службен весник на Република Македонија бр.76/13) за одземање на дозволата за вршење радиодифузна дејност бр.07-3449/1 од 26.11.2008 година на Трговското радиодифузно друштво ТОП ТВ ДООЕЛ Берово

¹⁹ Податоците за бројот на населението во секој радиодифузен регион се обезбедени од публикацијата „Процени на населението на 30.06.2012 и 31.12.2012 според полот и возраста, по општини и по статистички региони (НТЕС3 - 2007 година)“ на Државниот завод за статистика на РМ; достапно на <http://www.stat.gov.mk/Publikacii/2.4.13.13.pdf>

Во седум од вкупно 16 локални подрачја работеше само по една локална телевизија, во осум по две телевизии, а во подрачјето кое ги опфаќа општините Куманово, Липково и Старо Нагоричане работеа четири локални телевизии.

Остварените вкупни приходи и потенцијалната публика (вкупното население) во овие 16 подрачја значително се разликуваат. Така, во подрачјето со најголем број жители (подрачјето што ги опфаќа општините Тетово, Теарце, Јегуновце, Желино и Брвеница), бројот на населението е дури осум пати поголем од бројот на населението во подрачјето кое ги опфаќа општините Свети Николе и Лозово, додека пак вкупните приходи се повисоки за само 1,4 пати.

Слика бр.29: Остварени вкупни приходи наспроти потенцијална публика (број на население) по подрачја



Извор: ААВМУ, ДЗС

Највисоки приходи биле остварени во подрачјето што ги опфаќа општините Битола, Могила, Новаци и Ресен (21,58 милиони денари), на подрачјето на општините Охрид и Дебарца (10,51 милиони денари) и на подрачјето што го формираат општините Куманово, Липково и Старо Нагоричане (9,07 милиони денари).

Вкупните приходи остварени на локалниот телевизиски пазар во 2013 година изнесувале 74,83 милиони денари. Доколку се погледнат податоците за вкупните приходи што во анализираната година ги остварила секоја телевизиска станица посебно, забележливо е дека значително повисоки приходи отколку другите локални телевизии оствариле ТВ Тера од Битола (11,07 милиони денари), ТВ Орбис од Битола (10,51 милиони денари) и ТВМ од Охрид (9,74 милиони денари).

Табела бр.21: Вкупни приходи на локалните телевизии

рб	ТВ станица	остварени приходи	рб	ТВ станица	остварени приходи
1	ТВ Далга-Крт, Куманово	1.77	15	ТВ Орбис, Битола	10.51
2	ТВ Феста, Куманово	1.42	16	ТВ Тера, Битола	11.07
3	ТВ Хана, Куманово	1.08	17	ТВ Морис, Охрид	0.76
4	ТВ Нова, Куманово	4.81	18	ТВ М, Охрид	9.74
5	ТВ Кочани-ЛД, Кочани	2.94	19	ТВ Калтрина, Струга	0.85
6	ТВ Канал 8, Кочани	1.94	20	ТВ Спектра, Струга	1.34
7	ТВ Протел, Пробиштип	2.28	21	ТВ Дибра, Дебар	0.59
8	ТВ Еми, Радовиш	2.20	22	ТВ Гурра, Кичево	0.97
9	ТВ Интел, Струмица	4.42	23	ТВ Аниса, Пласница	1.20
10	ТВ Нова, Гевгелија	1.65	24	ТВ Арт, Тетово	2.87
11	ТВ Канал 21, Велес	2.94	25	ТВ Супер Скај, Тетово	0.01
12	ТВ Здравкин, Велес	3.69	26	ТВ Дие, Гостивар	1.26
13	ТВ Свет, Свети Николе	2.05	27	Г-ТВ, Гостивар	0.19
14	ТВ Лажани, Лажани	0.29	вкупно		74,83

Извор: АААВМУ

Најмалку приходи оствариле Г-ТВ од Гостивар (0,19 милиони денари) и ТВ Супер Скај од Тетово (0,01 милиони денари).

Во структурата на приходите на локалните телевизиски станици најзначајно учество имаат приходите од реклами и телешопинг. Речиси 90% од вкупните приходи биле остварени од продажба на времето за рекламирање.

Табела бр.22: Структура на приходите на локалните телевизии

	2013	учество
Реклами и телешопинг	66.74	89.19%
Спонзорства	0.52	0.69%
Продажба на содржини	0.00	0.00%
Услуги обезбедени на трети страни	1.02	1.36%
Останати приходи	4.94	6.60%
Приходи од основна дејност	73.22	97.85%
Приходи од други дејности	1.30	1.73%
Вонредни приходи	0.32	0.42%
Вкупни приходи	74.83	

Извор: АААВМУ

Приходи од спонзорства прикажале само две локални телевизии – ТВ Еми од Радовиш (0,01 милиони денари) и ТВ Орбис од Битола (0,51 милиони денари), а приходи од услуги обезбедени на трети страни прикажале само ТВ Хана од Куманово (0,86 милиони денари) и ТВ Канал 21 од Велес (0,16 милиони денари). Најголем дел од приходите од категоријата “останати приходи” ги прикажала ТВ Орбис од Битола.

Во 2013 година, овие 27 локални телевизии заеднички потрошиле вкупно 65,66 милиони денари. Исто како и кај приходите, следните три телевизии потрошиле забележливо повеќе средства отколку останатите 24: ТВ Тера од Битола (10,78 милиони денари), ТВ Орбис од Битола (8,75 милиони денари) и ТВМ од Охрид (6,25 милиони денари). Трошоците на овие три телевизии претставуваат речиси 40% од вкупните трошоци на локалниот телевизиски пазар.

Повеќе од половината од трошоците на локалните телевизии биле директни трошоци за создавање програма (56,53%), а од нив пак најголем дел биле за плати и други надоместоци на лицата кои се директно поврзани со производство на програмата. Најмногу средства за овој вид трошок издвоила ТВ Тера од Битола (2,44 милиони денари).

Табела бр.23: Структура на трошоците на локалните телевизии

	2013	учество
Материјални трошоци	8.71	13.27%
Трошоци за набавка на програма	2.93	4.46%
Нематеријални трошоци (услуги)	9.66	14.71%
Плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма	15.82	24.09%
Директни трошоци за создавање на програмата	37.12	56.53%
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма	5.64	8.59%
Амортизација на опремата	7.42	11.30%
Амортизација на права и лиценци	0.10	0.16%
Кирии и останати режиски трошоци	2.04	3.11%
Сите останати неопфатени трошоци од работењето	10.01	15.24%
Вкупно трошоци на работењето	62.34	94.94%
Расходи од други активности	2.84	4.33%
Вонредни расходи	0.48	0.73%
Вкупно трошоци на работењето	65.66	

Извор: АААВМУ

Трошоци за набавка на програма прикажале само осум телевизии: ТВ Хана од Куманово (0,17 милиони денари), ТВ Канал 8 од Кочани (0,04 милиони денари), ТВ Интел од Струмица (0,10 милиони денари), ТВ Нова од Гевгелија (0,35 милиони денари), ТВ Здравкин од Велес (0,10 милиони денари), ТВ Свет од Свети Николе (0,14 милиони денари), ТВ Тера од Битола (1,34 милиони денари) и ТВМ од Охрид (0,69 милиони денари).

На крајот на годината, вкупно 17 локални телевизии оствариле добивка, а само десет загуба (ТВ Хана и ТВ Нова од Куманово, ТВ Нова од Гевгелија, ТВ Лажани од Лажани, ТВ

Морис од Охрид, ТВ Калтрина од Струга, ТВ Дибра од Дебар, ТВ Супер скај од Тетово и двете локални телевизии од Гостивар – ТВ Дуге и Г-ТВ). Најдобар финансиски резултат остварила ТВМ од Охрид – добивка во износ од 3,48 милиони денари.

Просечниот број на вработени во редовен работен однос кај локалните телевизии изнесувал 109 лица. Најмногу од нив биле ангажирани во ТВ Тера од Битола – 14 и во ТВМ од Охрид – 13 лица. Во ТВ Нова од Куманово биле вработени девет лица, во ТВ Канал 8 од Кочани осум, а во ТВ Орбис од Битола седум лица. По пет лица биле ангажирани во ТВ Кочани-ЛД од Кочани, ТВ Еми од Радовиш, ТВ Интел од Струмица, ТВ Канал 21 од Велес и во ТВ Спектра од Куманово. Во ТВ Протел од Пробиштип и ТВ Калтрина од Струга, просечниот број на вработени во редовен работен однос бил четири лица, а во ТВ Здравкин од Велес и во ТВ Дибра од Дебар три лица.

Во вкупно шест телевизии (ТВ Далга-Крт од Куманово, ТВ Нова од Гевгелија, ТВ Свет од Свети Николе, ТВ Гура од Кичево, ТВ Арт од Тетово и ТВ Дуге од Гостивар) биле ангажирани по две лица во редовен работен однос.

Помеѓу локалните телевизии најбројни се оние кај кои просечниот број на вработени во редовен работен однос изнесувал само едно лице. Ваква е состојбата кај вкупно седум локални телевизии: ТВ Феста и ТВ Хана од Куманово, ТВ Лажани од Лажани, ТВ Морис од Охрид, ТВ Аниса од Пласница, ТВ Супер Скај од Тетово и Г-ТВ од Гостивар.

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

рб	ТВ станица	просечен број на вработени во редовен работен однос	рб	ТВ станица	просечен број на вработени во редовен работен однос
1	ТВ Тера, Битола	14	15	ТВ Далга-Крт, Куманово	2
2	ТВ М, Охрид	13	16	ТВ Нова, Гевгелија	2
3	ТВ Нова, Куманово	9	17	ТВ Свет, Свети Николе	2
4	ТВ Канал 8, Кочани	8	18	ТВ Гурра, Кичево	2
5	ТВ Орбис, Битола	7	19	ТВ Арт, Тетово	2
6	ТВ Кочани-ЛД, Кочани	5	20	ТВ Дуге, Гостивар	2
7	ТВ Еми, Радовиш	5	21	ТВ Феста, Куманово	1
8	ТВ Интел, Струмица	5	22	ТВ Хана, Куманово	1
9	ТВ Канал 21, Велес	5	23	ТВ Лажани, Прилеп	1
10	ТВ Спектра, Струга	5	24	ТВ Морис, Охрид	1
11	ТВ Протел, Пробиштип	4	25	ТВ Аниса, Македонски Брод	1
12	ТВ Калтрина, Струга	4	26	ТВ Супер Скај, Тетово	1
13	ТВ Здравкин, Велес	3	27	Г-ТВ, Гостивар	1
14	ТВ Дибра, Дебар	3	вкупно		109

Извор: АААВМУ

Ставови на публиката за застапеноста и квалитетот на програмските содржини на домашните телевизии

Во април 2013 година, Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги нарача од истражувачката агенција Маркет Вижн од Скопје да спроведе истражување на мислењето на публиката за различни програми на домашните телевизиски и радио канали²⁰. Во прашалникот беа содржани и неколку прашања во врска со ставовите и задоволството на публиката од одредени видови програмски содржини.

На прашањето *„колку сте генерално задоволен/на од понудата на домашните телевизии“*, најголем дел од испитаниците (45,7%) одговориле дека се повеќе незадоволни отколку задоволни. Според возраста, најбројни биле испитаниците на возраст од 30 до 39 години (23,1%), а според местото на живеење испитаниците кои доаѓале од урбаните средини (62%). Само 17,2% од испитаниците одговориле дека се целосно задоволни, а делумно задоволни биле 21,7%. Дури 15,5% од публиката била воопшто незадоволна од програмската понуда на домашните телевизиски станици.

Единствена програмска содржина за која публиката сметала дека е премногу застапена на домашните телевизиски канали биле сериите (дури 78% од испитаниците).

Позначаен дел од публиката (48%) сметала дека на домашните телевизиски канали се премногу застапени и вестите и информативните програми, а најголем дел (51%) сметале дека овие содржини се доволно застапени. Само 1% од испитаниците одговориле дека вестите и информативната програма не се доволно застапени на домашните телевизиски канали.

Најголем дел од испитаниците одговориле дека доволно се застапени дебатните односно политичките емисии (46%) и цртаните филмови (48%).

Повеќе од половината од испитаниците сметале дека на домашните телевизиски канали треба да има повеќе филмска програма (51%), музички емисии (52%), документарни емисии (50%), програма наменета за децата (54%), образовна програма (54%) и културна програма (57%).

Во врска со квалитетот на програмите што ги нудат домашните телевизии, публиката била задоволна од вестите и информативните програми (дури 70% од испитаниците одговориле дека квалитетот на овие содржини е на задоволително ниво), спортските програми (62% сметале дека спортските содржини што ги нудат домашниот телевизии се со добар квалитет) и детските програми (52% одговориле дека програмите кои се наменети за децата се со задоволителен квалитет).

²⁰ Истражувањето на мислењето на публиката за различни програми на домашните телевизиски и радио канали е достапно на веб страницата на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги на следниот линк: http://avmu.mk/images/SRD_izveshtaj_15_04_2013_od_Market_Vision.pdf

Точно половина од испитаниците биле задоволни од квалитетот на музичките емисии.

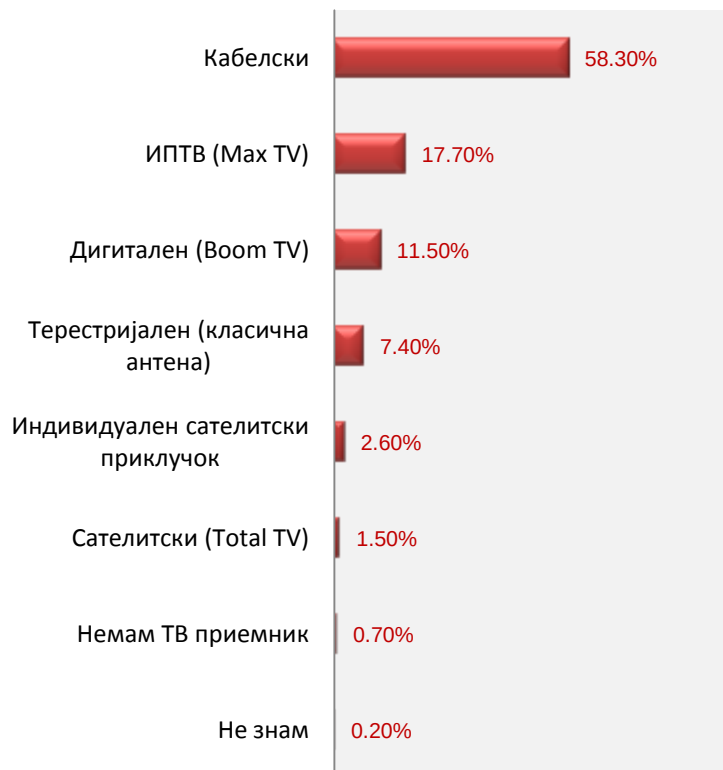
За сите други видови програмски содржини, македонските граѓани сметале дека не се со квалитет на задоволително ниво. Најголем дел од нив не биле задоволни од квалитетот на образовната програма (81%), културната и документарната програма (по 78%), цртаните филмови и дебатните/политичките емисии (по 74%) и забавните емисии (73%). И покрај високата гледаност, дури 66% од публиката сметала дека сериите на домашните телевизии не се со задоволителен квалитет. Од квалитетот на филмската понуда не биле задоволни 62% од испитаниците.

Модели на прием на телевизискиот сигнал

Во 2013 година, 99,3% од македонските домаќинства поседувале телевизиски приемник.

Само мал дел од домаќинствата (7,4%) немале пристап до странски телевизиски канали. Тие бесплатно ги примале само домашните телевизиски канали преку терестријална класична антена. Дури две третини од нив биле од руралните средини. Во последните години се забележува намалување на домаќинствата кои користеле само класична антена (23,4% во 2009 година, 10,6% во 2012 и само 7,4% во 2013 година).

Слика бр.30: Модели на прием на ТВ сигналот



Извор:Маркет Вижн

89% од македонските домаќинства имале претплатнички договор со некој од операторите на јавни електронски комуникациски мрежи кои ги пренесуваат аудиовизуелните содржини преку различни телекомуникациски платформи. Повеќе од половината (58,3%) од македонските домаќинства ги користеле услугите на кабелските оператори. Најголем дел од нив, односно 67,7% живееле во урбана средина. Услугите на операторот Македонски Телеком (Мах TV), кој програмските сервиси ги реемитува преку интернет протокол – ИПТВ, ги користеле 17,7% од домаќинствата, а на операторот Дигиплус Мултимедиа (Boom TV), кој реемитува преку безжична дигитална земска мрежа - 11,5% од домаќинствата. Поголем дел од претплатниците на Мах TV доаѓале од урбаните средини (54,3%), а на Boom TV од руралните средини (66,1%). Сите претплатници на операторот Total TV, кој реемитува програмски сервиси преку сателит доаѓале од руралните средини на Македонија. Тие претставувале само 1,5% од македонските домаќинства.

Индивидуален сателитски приклучок користеле 2,6% од македонските домаќинства (57,1% од нив биле од урбаните средини).

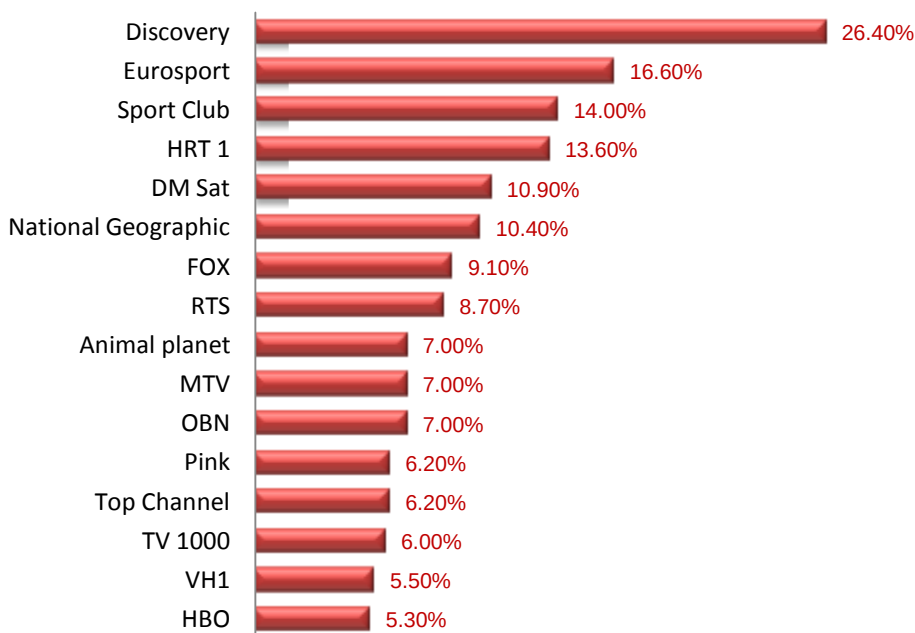
Странски телевизиски канали

Преку претплатнички договор со операторите на јавни електронски комуникациски мрежи македонската публика има пристап до над 400 странски програмски сервиси. Во Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги програмски пакети имаат регистрирано вкупно 63 оператори, од кои 59 реемитуваат преку кабел, по еден преку IPTV платформата (Македонски телеком, односно Мах TV) и преку DVB-T платформата (Дигиплус мултимедија, односно BOOM TV) и два преку DVB-S платформата (Тотал ТВ и Тринг Макс). Нивните услуги ги користеле 89% од македонските домаќинства.

Поради воведување на нов, пософистициран систем, а заради исклучувањето на аналогното емитување и започнувањето со дигиталното емитување на телевизискиот сигнал во јуни 2013 година, истражувачката агенција Ниелсен Аудиенце Меасуремент не беше во можност да и обезбеди на Агенцијата точни и прецизни податоци за гледаноста на странските канали во 2013 година. Поточно, во периодот од јуни, јули и август 2013 година, а поради тоа што голем дел од домаќинствата во панелот преминуваа од аналоген кон дигитален прием на телевизискиот сигнал, податоците за овој период не се доволно прецизни.

Во изминатите години, заедничкото учество на странските канали во вкупната гледаност беше релативно високо. Во 2007 година на странските канали отпаѓале 25,30% од вкупната гледаност, во 2008 година дури 26,4%, а во 2009 година 24,98%. Во 2010 година учеството на странските канали во вкупната гледаност забележливо се намалило (18,4%). Во 2011 година учеството изнесувало 20% од вкупната гледаност, а во 2012 година 19,60%.

Слика бр.31: Странски канали кои македонската публика најчесто ги гледа



Извор: Маркет Вижн

Едно од прашањата што им беше поставувано на испитаниците во Истражувањето на мислењето на публиката за различни програми на домашните телевизиски и радио канали беше „кои странски канали најчесто ги гледате“, а тие можеа да дадат најмногу три одговори. Најчест избор на испитаниците кои гледале странски канали биле специјализираните програмски сервиси на Discovery (26,40%) и двата спортски канали Eurosport (16,60%) и Sport Club (14%). Четвртиот избор на македонската публика бил првиот програмски сервис на хрватскиот јавен радиодифузен сервис ХРТ1.

На странските канали публиката најчесто гледала документарни, спортски и филмски содржини.

Помеѓу шеснаесетте најгледани странски канали се наоѓаат четири музички канали (DM Sat од Австрија, Pink од Србија и двата интернационални музички канали MTV и VH1), четири канали со општ формат (првите програмски сервиси на хрватскиот јавен радиодифузен сервис HRT и на јавниот сервис на Србија – РТС, босанскиот канал OBN и албанскиот канал Top Channel), три филмски канали (FOX, TV 1000 и HBO), три документарни односно образовни канали (Discovery Channel, National Geographic и Animal Planet) и два спортски канали (Eurosport и Sport Club).

Табела бр.25: Оператори на јавни електронски комуникациски мрежи

ОПЕРАТОРИ НА ЈАВНИ ЕЛЕКТРОНСКИ КОМУНИКАЦИСКИ МРЕЖИ - КАБЕЛСКИ ОПЕРАТОРИ					
Рб	Скратено име	Подрачје на кое се вршат услугите	Рб	Скратено име	Подрачје на кое се вршат услугите
1	Студио Андес	Радовиш	31	РИ-ГО Кабел Сат	Скопје
2	Кабел-Л-Нет	Лабуништа, Подгорци, Боровец	32	Теленет Ком	Тетово
3	Филаделфија-2002	Кочани, Оризари, Облешево	33	Пела Дигитал 2008	Струга
4	Кабел	Валандово	34	Интерлајф	Демир Капија
5	Вива Нет	Берово и Пехчево	35	Траншпед трејд	Крива Паланка
6	Канал 16	Ресен, Битола Охрид	36	КТВ Сато-Нет	с.Челопек, општина Брвеница-Тетово
7	Кабел Риз	Кочани, Оризари, Облешево	37	ГИВ	Гостивар
8	Вин Сат	Виница	38	НГМ К-Ристал	Струга
9	Крателсат	Кратово	39	Спајдер-Нет	Гевгелија и Богданци
10	Аста Плус	Кочани	40	Глобал-Нет	Крушево
11	ТО-МИ	Радовиш	41	КТВ-69	Виница
12	Супер хит	Градско	42	Мултимедиа Нет	Куманово
13	КТВ Пешна	Македонски Брод	43	Спејс Тел Нет	Скопје
14	Игмас нет	Битола (с.Кравари и с.Бистрица)	44	Кабел Нет	Струмица
15	БИВ Пирамида	Делчево (оп. и градот)	45	Скупи Кабле	Скопје
16	Омега Нет	Демир Хисар	46	Ди-Кабал	Дебар
17	Инел интернационал	Кавадарци, Росоман, Градско, Неготино	47	ИП Системс	Куманово
18	Г-КТВ	Територија на РМ	48	ДТС Кабелкалп	Кичево
19	Г-ОН	Територија на РМ	49	Кам Нет	Македонска Каменица
20	Систем Кабел	Скопје (с.Долно Лисиче)	50	Империја Сат	Чашка
21	Скрембл	Струмица (оп. Ново Село)	51	Пет Нет	Гевгелија
22	Мултимедија нетворк Л	Гостивар (оп. Врапчиште и Ростуше)	52	Моби Сервис	Кривогаштани
23	Инфел КТВ	На цела територија на РМ	53	ВВВ-Интернет	Липково и Куманово
24	Галавизион 5	Битола (с.Новаци)	54	АС-САТ	Гостивар
25	КДС-ВТ	Пробиштип	55	Фибернетворкс	Територија на РМ
26	КДС Кабел Нет	Прилеп со околните места	56	БТВ-НЕТ	Битола
27	РТД Алтра Сат 2000	Охрид	57	Комбо 2003	Куманово
28	Близу	Територија на РМ	58	Санет Кабелсат	Кратово
29	Роби	Територија на РМ	59	Винсат Кабел	Виница
30	Профи саунд	Лабуништа			
ОПЕРАТОРИ НА ЈАВНИ ЕЛЕКТРОНСКИ КОМУНИКАЦИСКИ МРЕЖИ - IPTV Платформа					
1	Македонски телеком (Max TV)	Територија на РМ			
ОПЕРАТОРИ НА ЈАВНИ ЕЛЕКТРОНСКИ КОМУНИКАЦИСКИ МРЕЖИ - DVB-T Платформа					
1	Дигиплус мултимедија (BOOM TV)	Територија на РМ			
ОПЕРАТОРИ НА ЈАВНИ ЕЛЕКТРОНСКИ КОМУНИКАЦИСКИ МРЕЖИ - DVB-S Платформа					
1	Тотал ТВ	Територија на РМ			
2	Тринг Макс	Територија на РМ			

Извор: АААВМУ

Извори на информирање на македонската публика

Телевизијата се уште претставува најзначаен извор за информирање за македонската публика. Во 2013 година, дури 79% од испитаниците одговориле дека за домашните и странските настани секојдневно се информираат од телевизијата, а 11% неколку пати неделно.

Табела бр.26: Колкав дел од публиката секојдневно се информира од...

	2012	2013
ТВ	75.40%	79.00%
Ра	13.70%	8.00%
Печат	23.60%	20.00%
Интернет	39.00%	44.00%
Од други луѓе	47.90%	30.00%

Извор: Маркет Вижн

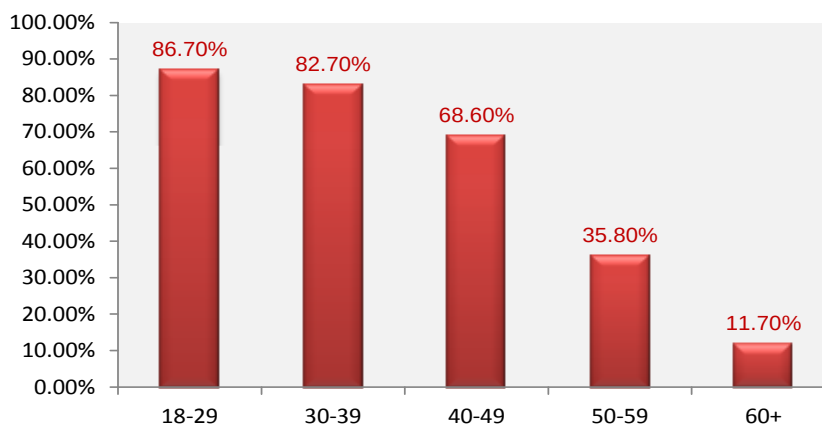
Овие вредности за останатите медиуми се забележително пониски: 44% секојдневно се информирале од интернет, 20% од печатените медиуми, а само 8% од радиото.

Во споредба со претходната година, бројот на оние кои секојдневно се информирале од телевизијата се зголемил за 3,60 процентни поени, а на оние кои секојдневно се информирале од интернетот се зголемил за пет процентни поени.

Кај радиото и печатот се забележува намалување на публиката, и тоа кај радиото за 5,70 процентни поени, а кај печатот за 3,60 процентни поени.

Најмалку од испитаниците (само 2%) одговориле дека никогаш не се информираат од телевизијата. Дури 51% никогаш не се информирале од радиото, 26% од печатените медиуми и 36% од интернет.

Слика бр.32: Колкав дел од публиката користи интернет од дома (според возрасни групи)



Извор: Маркет Вижн

Интернет од дома користеле повеќе од половината од испитаниците (59,1%). Со зголемувањето на возраста на испитаниците паралелно се намалувало и учеството на оние кои користат интернет од дома. Дури 86,7% од испитаниците на возраст од 18 до 29 години и 82,7% од испитаниците на возраст од 30 до 39 години одговориле дека користат интернет од дома.

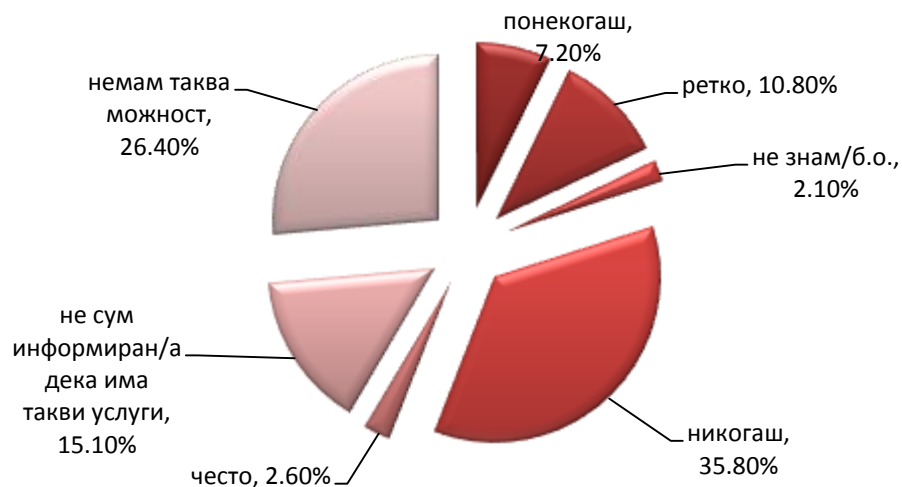
Кај старосната група меѓу 40 и 49 години се забележува дека помал дел користи интернет од дома, а кај публиката на возраст од 50 до 59 година веќе помалку од половината. Очекувано, најмал дел од лицата на возраст над 60 години одговориле потврдно на прашањето „дали користите интернет од дома“.

Дури 65% од испитаниците интернетот од дома секојдневно го користеле за пристапување на социјалните мрежи, 57% за информирање за дневни настани, 3% за да слушаат радио, а само 1% за да гледаат телевизија.

Дури 95,1% од испитаниците поседувале мобилен телефон. Од нив, 18% често го користеле мобилниот телефон за пристапување и пребарување на интернет, по 9% понекогаш и многу ретко, а 24% никогаш. Дури 40% немале таква можност на мобилниот телефон. Што се однесува на гледање телевизиски содржини преку мобилен телефон, 39% од испитаниците немале таква можност, 48% никогаш не ја користеле оваа можност, 8% многу ретко, 4% понекогаш, а само 1% често гледале телевизиски содржини преку мобилен телефон.

Услугата “видео по барање” ја користеле 20,6% од гледачите, и тоа 2,6% ја користеле често, 7,2% понекогаш, а 10,8% ретко.

Слика бр.33: Колку често ја користите услугата „видео по барање“



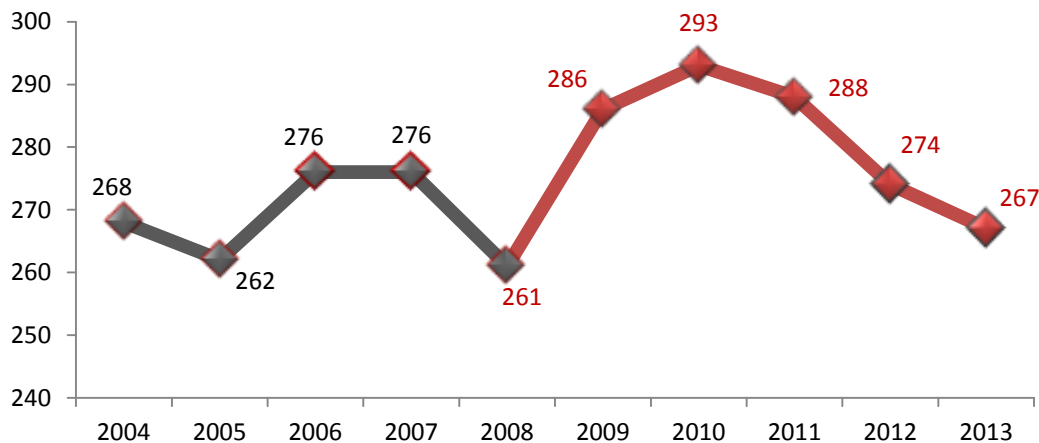
Извор: Маркет Вижн

Најголем дел од испитаниците (35,80%) одговориле дека никогаш не ја користат оваа услуга, 26,40% дека немаат таква можност, а 15,10% воопшто не биле информирани дека ваквата услуга се нуди.

Просечно време на гледање телевизија во текот на еден ден

Во 2013 година македонската публика просечно во текот на еден ден гледала телевизија 4 часа и 27 минути. Подолу во графиконот се претставени податоците за просечното дневно гледање телевизија во последните десет години. Овие податоци не се во целост споредливи поради различната методологија според која се пресметувани.

Слика бр.34: Просечно дневно гледање телевизија во последните десет години (во минути)



Извор: Nielsen Audience Measurement

Имено, во периодот од 2004 до 2008 година мерењето на телевизиската публика во Македонија се вршеше според методот на дневници, а од 2008 година наваму почна да се применува методот на пиплметри. Дневничката метода ја опфаќаше публиката на возраст од 10 до 70 години, а седмичниот досег се пресметуваше на барем 15 минутна гледаност, додека методот со пиплметри ја опфаќа публиката на возраст над четири години, а седмичниот досег се пресметува на барем една минута гледаност.

Македонските граѓани најмалку гледале телевизија во 2008 година (4 часа и 21 минута). Во наредните две години ова време се зголемувало, и тоа во 2009 година за 25 минути, а во 2010 година дури за 32 минути. Од 2010 година наваму, просечното дневно гледање телевизија секоја година се намалуvalo. Во 2013 година просечно во текот на денот македонската публиката гледала телевизија седум минути помалку отколку во 2012

година, 21 минута помалку отколку во 2011 година и дури 26 минути помалку отколку во 2010 година.

Најгледани програмски содржини во 2013 година

Најгледана програмска содржина на македонските телевизиски станици била епизодата на турскиот серијал „Бурни времиња“, емитувана на 04-ти април, на ТВ Сител, со рејтинг од 28,3%. Заедничкиот рејтинг на сите 83 епизоди на овој серијал, емитувани во 2013 година изнесувал 18,3%, што го става на 15-тото место според гледаноста.

Топ 10

Десетте најгледани содржини во оваа година биле емитувани на ТВ Сител. Четири од нив биле директни преноси од спортски натпревари, пет биле серијали и еден игран филм.

На првото и на второто место се директните преноси на два натпревари од Светското првенство во ракомет за мажи (натпреварот помеѓу репрезентациите на Данска и Македонија со рејтинг од 22,5% и натпреварот помеѓу репрезентациите на Катар и Македонија со рејтинг од 22,4%). Уште два директни преноси на спортски натпревари се меѓу десетте најгледани содржини (ракометниот натпревар меѓу репрезентациите на Македонија и Чиле и кошаркарскиот натпревар меѓу репрезентациите на Литванија и Македонија).

Табела бр.27: Најгледани програмски содржини во 2013 година

РБ	Програмска содржина	AMR	AMR%	Емитувања
1	СП Ракомет мажи 2013: Данска-Македонија	429,737	22,5%	1
2	СП Ракомет мажи 2013: Катар-Македонија	426,181	22,4%	1
3	Филм: Тесна кожа	410,711	21,6%	1
4	Серија: Завет	394,850	20,7%	45
5	Серија: Судбината на Фатмагул	389,383	20,4%	57
6	Серија: Аси	387,467	20,3%	132
7	Кошарка ЕП: Литванија-Македонија	386,253	20,3%	1
8	Серија: Осудени за љубов	372,104	19,5%	3
9	СП Ракомет мажи 2013: Македонија-Чиле	361,645	19,0%	1
10	Серија: Гревот на нејзината мајка	357,620	18,8%	6

Извор: Nielsen AudienceMeasurement

На третото место се наоѓа играниот филм „Тесна кожа“, произведен во 1982 година во поранешна СФРЈ.

Помеѓу десетте најгледани содржини успале да се најдат дури пет серијали, од кои четири во турска продукција и еден во српска продукција („Гревот на нејзината мајка“).

Топ 100

Дури 84 од стоте најгледани програмски содржини биле од понудата на ТВ Сител.

Само четири биле емитувани на ТВ Канал 5, и тоа: снимка од манифестацијата *„Златна Буба Мара на популарноста за 2013 година“* (на 27-мо место со гледаност од 15,9%), преносот од изборот *„Хурем на годината“* (на 58-мо место со гледаност од 10,8%) и турските серијали *„Долина на волците Замка“* (на 93-то место со просечна гледаност на седумте емитувани епизоди од 8,5%) и *„Величествениот“* (на 96-то место со просечна гледаност од 8,4% на вкупно 93 емитувани епизоди).

Останатите 12 програмски содржини помеѓу 100-те најгледани биле од програмската понуда на првиот канал на Македонската телевизија (МТВ1). Десет од нив биле преноси од спортски натпревари (четири натпревари на македонската репрезентација на Квалификациите за Светското првенство во фудбал, четири преноси од натпреварите на лигата на шампионите, еден фудбалски натпревар од Купот на конфедерации и еден ракометен натпревар на квалификациите за Европското првенство помеѓу Македонија и Португалија), преносот од извлекувањето на наградите за наградната игра *„Фискална во рака – награда без мака“* (на 57-мо место со гледаност од 10,9%) и преносот од втората полуфинална вечер на Евросонг (на 82-ро место со гледаност од 9,2%).

Демографски карактеристики на публиката

Најголем дел од гледачите во 2013 година биле жени (за 7,74% повеќе отколку мажите).

Значително поголем дел од вкупната публика бил на возраст на 65 години.

Речиси подеднаков број на гледачи доаѓале од главниот град (28,38%) и од источниот регион на земјата (28,32%).

Повеќе од половината од публиката била од невработените граѓани на возраст над 15 години, а значително голем дел биле со завршено средно образование (42,18%).

Само 38,70% од гледачите на телевизиските програми биле оние кои во нивното домаќинство се одговорни за набавките.

Речиси половината од публиката (45,71%) имала месечни приходи во висина на просечните месечни приходи во земјава.

Забележително поголем дел од публиката доаѓал од градските средини.

Доколку се погледнат податоците за демографската структура на публиката по поодделни телевизиски канали, забележливо е дека единствено публиката на ТВ Телма ја сочинувале повеќе мажи отколку жени.

Најголем дел од гледачите на МТВ1, ТВ Сител, ТВ Канал 5, ТВ Телма и ТВ Алфа биле на возраст над 65 години, додека пак најголем дел од гледачите на ТВ Алсат-М биле на возраст од 10 до 14 години. Дури 23,24% од публиката на ТВ Алсат-М биле деца на возраст од четири до 14 години.

Табела бр.28: Демографски карактеристики на публиката во 2013 година

Критериум		учество	критериум	учество	
Пол	Мажи	46.13%	Работен статус	Вработен 15+	29.79%
	Жени	53.87%		Невработен 15+	55.76%
Возраст	4-10	7.48%	Образование	Деца 4-14	14.45%
	10-14	6.97%		Основно или без образование	27.14%
	15-19	4.53%	Средно	42.18%	
	20-24	4.33%	Високо	16.22%	
	25-29	5.17%	Деца 4-14	14.45%	
	30-34	6.18%	Број на членови во домаќинството	1-2	21.30%
	35-39	7.92%		3-4	46.24%
	40-44	7.74%		5 и повеќе	32.46%
	45-49	8.98%	Одговорен за набавки	Да	38.70%
	50-54	8.49%		Не	61.30%
	55-59	7.22%	Просечни месечни приходи	под просекот	33.61%
	60-64	7.77%		просечни	45.71%
	65+	17.22%		над просекот	20.68%
Регион	Скопје	28.38%	Средина	Урбана	64.38%
	Северозападен	22.97%		Рурална	35.62%
	Југозападен	20.33%	Националност	Македонци и други	80.99%
	Источен	28.32%		Албанци	19.01%

Извор: Nielsen AudienceMeasurement

Дури 72,33% од гледачите на ТВ Алсат-М биле од северозападниот дел на земјава. Кај останатите пет телевизии не се забележуваат толку значајни отстапувања во структурата на публиката според регионот (најголем дел од публиката на МТВ1, ТВ Сител и ТВ Канал 5 била од источниот регион на Македонија, а најголем дел од публиката на ТВ Телма и ТВ Алфа од Скопје).

Гледано според работниот статус, повеќе од половината од гледачите кај сите шест телевизии биле невработени лица на возраст над 15 години.

Според степенот на образование единствено најголем дел од гледачите на ТВ Алсат-М биле со основно образование или без образование, а најголем дел од гледачите на останатите пет телевизии имале завршено средно образование.

Позначителен дел од гледачите на ТВ Сител, ТВ Канал 5, ТВ Телма и ТВ Алфа имале месечни примања во висина на просечните месечни примања во земјава, а најголемиот

дел од гледачите на МТВ1 и на ТВ Алсат-М имале пониски месечни примања од просечните месечни примања.

Табела бр.29: Демографски карактеристики на публиката на телевизиските станици на државно ниво

критериум		МТВ 1	СИТЕЛ	КАНАЛ 5	АЛСАТ-М	ТЕЛМА	АЛФА
Пол	Мажи	46.67%	41.57%	44.31%	41.54%	50.87%	47.81%
	Жени	53.33%	58.43%	55.69%	58.46%	49.13%	52.19%
Возраст	4-10	6.37%	7.43%	6.08%	11.34%	5.44%	4.28%
	10-14	6.23%	6.86%	5.94%	11.90%	4.11%	4.15%
	15-19	2.57%	3.96%	4.99%	6.65%	2.53%	2.36%
	20-24	3.24%	3.91%	4.46%	7.92%	3.48%	3.41%
	25-29	6.20%	4.34%	4.82%	7.52%	4.41%	4.42%
	30-34	5.31%	5.39%	5.71%	9.87%	5.52%	6.49%
	35-39	7.55%	7.52%	7.71%	8.27%	9.21%	7.48%
	40-44	6.23%	7.67%	7.86%	6.86%	8.11%	7.40%
	45-49	10.88%	8.35%	10.52%	6.15%	8.56%	10.90%
	50-54	8.75%	7.21%	10.08%	6.46%	9.54%	11.00%
	55-59	5.60%	7.50%	7.41%	5.75%	9.04%	7.82%
	60-64	8.12%	9.23%	8.80%	5.10%	8.96%	7.61%
	65+	22.96%	20.63%	15.61%	6.20%	21.08%	22.67%
Регион	Скопје	26.24%	27.88%	30.08%	23.54%	33.50%	33.42%
	Северозападен	16.61%	13.09%	16.72%	72.33%	19.20%	20.17%
	Југозападен	26.92%	21.21%	20.67%	3.03%	21.29%	19.04%
	Источен	30.23%	37.82%	32.53%	1.09%	26.01%	27.38%
Работен статус	Вработен 15+	29.04%	29.12%	31.06%	19.19%	34.43%	36.35%
	Невработен 15+	58.36%	56.59%	56.92%	57.57%	56.02%	55.22%
	Деца 4-14	12.60%	14.29%	12.02%	23.24%	9.56%	8.43%
Образование	Основно или без образование	22.43%	27.96%	30.09%	40.57%	24.37%	17.87%
	Средно образование	48.10%	42.27%	43.92%	26.52%	45.80%	47.43%
	Високо образование	16.87%	15.48%	13.98%	9.66%	20.27%	26.27%
	Деца 4-14	12.60%	14.29%	12.02%	23.24%	9.56%	8.43%
Број на членови во домаќинството	1-2	28.05%	24.28%	21.87%	6.20%	28.32%	28.31%
	3-4	46.82%	47.12%	45.66%	33.00%	45.93%	48.21%
	5 и повеќе	25.13%	28.60%	32.47%	60.80%	25.75%	23.49%
Одговорен за набавки	Да	41.39%	41.12%	40.87%	26.52%	43.74%	45.37%
	Не	58.61%	58.88%	59.13%	73.48%	56.26%	54.63%
Просечни месечни приходи	под просекот	38.21%	31.58%	38.08%	48.27%	29.73%	29.53%
	просечни	37.83%	48.99%	43.45%	38.11%	46.01%	41.34%
	над просекот	23.96%	19.43%	18.47%	13.63%	24.26%	29.14%
Средина	Урбана	65.67%	68.64%	60.49%	37.15%	66.15%	78.09%
	Рурална	34.33%	31.36%	39.51%	62.85%	33.85%	21.91%
Националност	Македонци и други	94.39%	94.65%	91.44%	6.44%	88.83%	95.03%
	Албанци	5.61%	5.35%	8.56%	93.56%	11.17%	4.97%

Извор: Nielsen AudienceMeasurement

РАДИСКА ИНДУСТРИЈА

Клучни наоди

Табела бр.30: Клучни наоди во радиската индустрија

	во милиони денари				
	вкупни приходи	приходи од реклами	вкупни трошоци	резултат од работењето	број на вработени
Македонско радио	242.72	2.93	233.54	9.18	270
Антена 5	29.33	25.81	28.71	-0.05	13
Канал 77	19.2	3.78	18.64	0.53	5
Метрополис	2.56	2.56	2.31	0.25	0
Слободна Македонија	14.69	14.69	2.16	12.52	1
Регионални радиостаници	54.04	44.17	55.59	-2.26	51
Локални радиостаници	36.41	31.66	35.69	1.12	95
ВКУПНО	398.95	125.6	376.64	21.29	435

Извор: АААВМУ

Најслушана радиостаница во 2013 година била Антена 5

Во анализираната година просечниот неделен досег на РА Антена 5 изнесувал 23,10%. На второто место била РА Канал 77 со просечен неделен досег 10,60%, а на третото Македонско радио 1 со 6,20%.

Вкупните приходи во радиската индустрија биле пониски за 17,90 %

Вкупните приходи остварени во радиската индустрија изнесувале 398,95 милиони денари. Во споредба со претходната година, ваквиот резултат претставува намалување за 17,90%, што во најголема мера се должи на намалувањето на приходите на Македонското радио. Помалку вкупни приходи отколку во претходната година оствариле и РА Антена 5, РА Канал 77 и регионалните радиостаници во целост. Вкупните приходи на Македонското радио претставувале 60,84% од приходите во радиската индустрија. Комерцијалните радиостаници на државно ниво оствариле 16,49%, регионалните радиостаници 13,55%, а локалните радиостаници 9,13% од вкупните приходи во радиската индустрија.

Приходите од рекламирање се намалиле за 2,57%

Од продажба на времето за рекламирање Македонското радио и комерцијалните радиостаници оствариле вкупно 125,6 милиони денари, што е за 2,57% помалку отколку во претходната година. Најмногу приходи од реклами остварила РА Антена 5, односно 25,81 милиони денари или 20,55% од рекламниот колач во радиската индустрија. Радиостаниците на државно ниво оствариле 39,63%, шеснаесетте регионални

радиостаници 35,17%, а 55-те локални радиостаници 25,21% од приходите од реклами во радиската индустрија.

Вкупните трошоци во радиската индустрија изнесувале 376,64 милиони денари

Во 2013 година вкупните трошоци на сите субјекти од јавниот и приватниот сектор изнесувале 376,64 милиони денари. Во споредба со претходната годинна вкупните трошоци биле пониски за 13,83%. Трошоците на Македонското радио претставувале дури 62,01% од вкупните трошоци во радиската индустрија. Четирите комерцијални радиостаници на државно ниво потрошиле 13,76%, регионалните радиостаници 14,76%, а локалните радиостаници 9,48% од вкупните трошоци на сите субјекти во радиската индустрија.

Повеќе од половината од вкупните трошоци биле директни трошоци за создавање на програма (54,06%). Најмногу средства биле издвоени за плати и други надоместоци за лицата директно поврзани со производство на програма (125,75 милиони денари или 33,39% од вкупните трошоци).

Повеќе од половината од радиостаниците оствариле добивка

Остварениот финансиски резултат од работењето на сите радиостаници во 2013 година била добивка во износ од 21,29 милиони денари. Само регионалните радиостаници во целост работеле со загуба. Сите други сегменти од радискиот пазар оствариле позитивен финансиски резултат, и тоа Македонското радио добивка во износ од 9,18 милиони денари, комерцијалните радиостаници на државно ниво добивка во износ од 13,25 милиони денари, а локалните радиостаници 1,12 милиони денари. Вкупно 47 радиостаници оствариле позитивен финансиски резултат.

Просечниот број на вработени во радиската индустрија изнесувал 435 лица

Просечниот број на вработени во редовен работен однос во сите субјекти на радиската индустрија изнесувал 435 лица. Најголем дел од нив биле ангажирани во јавниот сервис – 270 лица. Во четирите комерцијални радиостаници биле вработени вкупно 19 лица, во шеснаесетте регионални радиостаници 51 лице, а во локалните радиостаници 95 лица.

Македонско радио

Во анализираната година Македонското радио остварило вкупни приходи во износ од 242,72 милиони денари. Исто како и кај податоците за економското работење на Македонската телевизија, во овој износ е пресметана фактурираната вредност на радиодифузната такса. Во последните три години, поточно од 2011 година наваму, јавниот сервис по препорака на Државниот завод за ревизија е обврзан книговодствено како приход да ја прикажува фактурираната вредност на радиодифузната такса, а не реално наплатената вредност како дотогаш. Во 2013 година, од вкупно 160,53 милиони денари колку што изнесувал износот на фактурираната вредност, биле наплатени само 51,75%, односно 83,07 милиони денари.

На приказот подолу е прикажано движењето на вкупните приходи на Македонското радио во последните десет години, од кои во првите седум години вредностите во себе ја содржат наплатената вредност на радиодифузната такса (како што тогаш книговодствено се евидентирале овие приходи), а во последните три години вкупните приходи се прикажани со две вредности (едната со фактурираната, како што е податокот од завршната сметка, а другата со наплатената вредност на радиодифузната такса). Можеме да ги споредуваме само приходите кои се пресметани на ист начин, односно само оние кои се пресметани со наплатената вредност на радиодифузната такса.

Слика бр.35: Движење на вкупните приходи на Македонското радио во последните десет години



Извор: AAABMY

Од 2004 година наваму, помалку приходи отколку во анализираната година Македонското радио остварило само во 2009 година (за 20,69%). Во споредба со претходната година приходите се пониски за 11,31%, а во споредба со 2011 година за 30,28%. Највисоки приходи во износ од 294,6 милиони денари биле остварени во 2008 година.

Најголем дел од приходите на Македонското радио биле од средствата од радиодифузната такса (66,14%) и од приходи од услуги обезбедени на трети страни (19,90%). Значајно учество имаат и приходите од категоријата „останати приходи“ кои, според податоците коишто ги достави јавниот сервис, биле остварени од наплатени отпишани побарувања, дополнително утврдени приходи од минати години, приходи од камати и курсни разлики и друго.

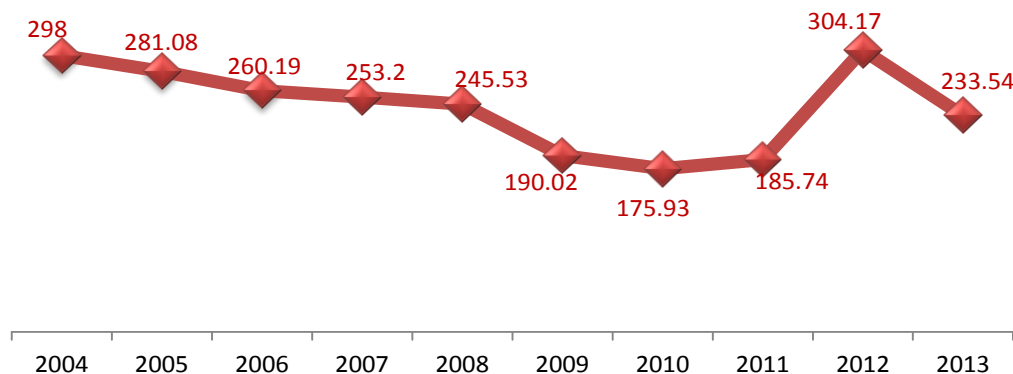
Табела бр.31: Структура на приходите на Македонско радио

	2013	учество
Радифузна такса	160.53	66.14%
Реклами	2.93	1.21%
Спонзорства	0,00	0.00%
Продажба на содржини	0,00	0.00%
Услуги обезбедени на трети страни	48.29	19.90%
Останати приходи	30.97	12.76%
Приходи од основна дејност	242.72	
Приходи од други дејности	0,00	0.00%
Вонредни приходи	0,00	0.00%
Вкупни приходи	242.72	0.00%

Извор: АААВМУ

Од продажба на времето за рекламирање биле остварени 2,93 милиони денари, што е за речиси трипати повеќе отколку во претходната година, кога овие приходи изнесувале само 1,04 милиони денари. Сепак, учеството на овие приходи во вкупните приходи на Македонското радио е многу мало – само 1,21%, што упатува на заклучокот дека можностите за остварување приходи од рекламирање ни оддалеку не се доволно искористени и дека јавниот радиодифузен сервис треба дополнително да се ангажира во оваа насока.

Слика бр.36: Движење на вкупните трошоци на Македонското радио во последните десет години



Извор: АААВМУ

Вкупните трошоци на Македонското радио изнесувале 233,54 милиони денари, што претставува намалување за 23,22% во споредба со трошоците од претходната година.

Речиси половина од потрошените средства биле директни трошоци за создавање на програма (49,01%), а од нив највисоки биле трошоците за плати и други надоместоци на лица кои се директно поврзани со производство на програма. Значајно учество во вкупните трошоци имаат и трошоците од категоријата „сите останати неопфатени трошоци од работењето“.

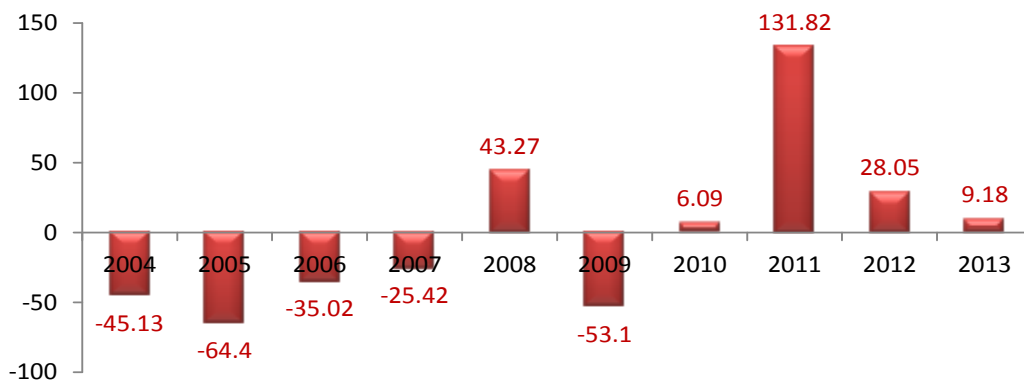
Табела бр.32: Структура на трошоците на Македонско радио

	2013	учество
Материјални трошоци	14.40	6.17%
Трошоци за набавка на програма	7.14	3.06%
Нематеријални трошоци (услуги)	1.01	0.43%
Плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма	91.92	39.36%
Директни трошоци за создавање на програмата	114.47	49.01%
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма	7.87	3.37%
Амортизација на опремата	6.77	2.90%
Амортизација на права и лиценци	0	0.00%
Кирии и останати режиски трошоци	9.96	4.26%
Сите останати неопфатени трошоци од работењето	94.48	40.45%
Вкупно трошоци на работењето	233.55	
Расходи од други активности	0	0.00%
Вонредни расходи	0	0.00%
Вкупно трошоци на работењето	233.55	

Извор: AAABMY

Во периодот од 2004 до 2013 година, Македонското радио остварило позитивен резултат од работењето во последните четири години и во 2008 година. Најдобар финансиски резултат бил остварен во 2011 година (добивка во износ од 131,82 милиони денари), а најлош во 2005 година (загуба од 64,4 милиони денари).

Слика бр.37: Остварен резултат од работењето во последните десет години



Извор: AAABMY

Просечниот број на вработени во 2013 година изнесувал 270 лица.

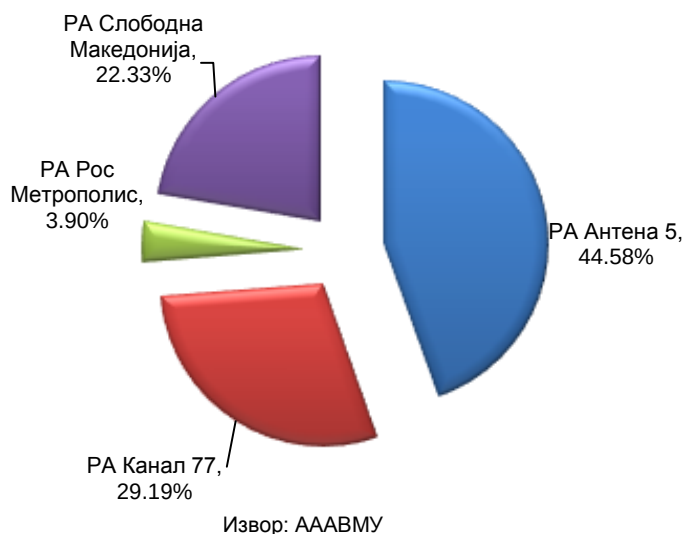
Радиостаници на државно ниво

Во 2013 година радиопрограма на територија на целата држава емитуваа четири комерцијални радиостаници, од кои три во текот на целата година (РА Антена 5, РА Канал 77 и РА Метрополис), а една (РА Слободна Македонија) само во последниот месец од годината.

Во април 2013 година беше објавен конкурс за доделување дозвола за вршење радиодифузна дејност – радио на државно ниво. Со Одлука бр.07-321 од 15.07.2013 година дозволата беше доделена на Трговското радиодифузно друштво Радио Равел ДООЕЛ од Скопје, кое подоцна го смени називот во Радио Слободна Македонија. Оваа радиостаница започна да емитува програма на 11 декември 2013 година.

Вкупните приходи на овие четири радиостаници во 2013 година изнесувале 65,78 милиони денари.

Слика бр.38: Удел во вкупните приходи на радиостаниците на државно ниво



Дури 44,58% од овој износ претставувале вкупните приходи на РА Антена 5, во износ од 29,33 милиони денари. Приближно учество во вкупните приходи имале РА Канал 77 (29,19%) и РА Слободна Македонија (22,33%), чии вкупни приходи изнесувале 19,20 милиони денари, односно 14,69 милиони денари. Најмал дел од вкупните приходи на комерцијалните радиостаници на државно ниво остварила РА Метрополис (само 3,90%). Вкупните приходи на оваа радиостаница изнесувале 2,56 милиони денари.

Вкупните приходи остварени во овој сегмент на радискиот пазар во споредба со вкупните приходи остварени во претходната година, се зголемиле за 17,42%. Ова, пред се, се должи на приходите што ги прикажал новиот субјект на пазарот, РА Слободна Македонија

(14,69 милиони денари), а во сосема мал дел на порастот на вкупните приходи на РА Метрополис (28% или во апсолутен износ само 0,56 милиони денари).

Останатите две радиостаници оствариле помалку приходи отколку во 2012 година, и тоа РА Антена 5 за 2%, а РА Канал 77 за 20,30%).

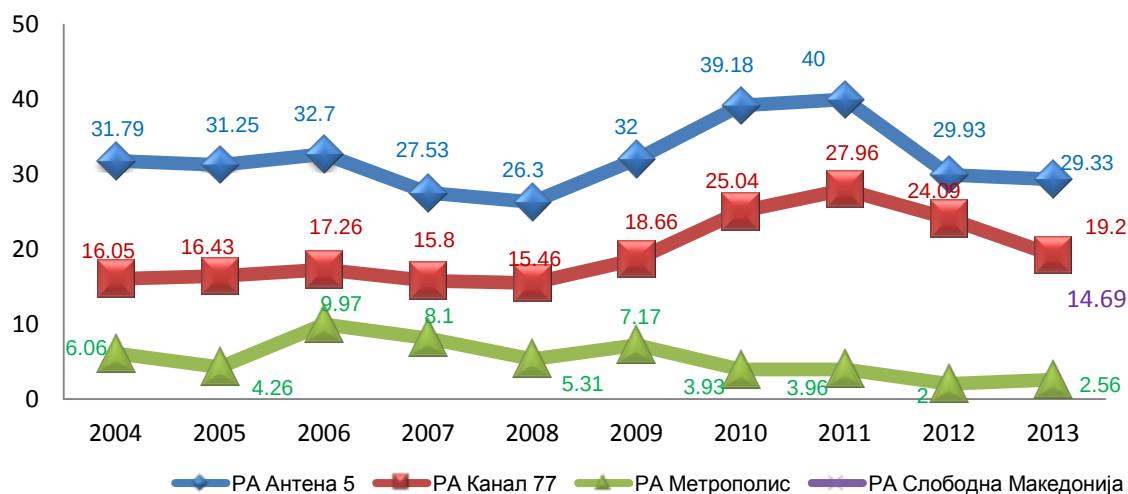
Табела бр.33: Стапка на раст на вкупните приходи

	Стапка на раст 2010/2009	Стапка на раст 2011/2010	Стапка на раст 2012/2011	Стапка на раст 2013/2012
РА Антена 5	22.44%	2.09%	-25.18%	-2.00%
РА Канал 77	34.19%	11.66%	-13.84%	-20.30%
РА Метрополис	-45.19%	0.76%	-49.49%	28.00%
РА Слободна Македонија	-	-	-	-

Извор: АААВМУ

Во секоја од последните десет години највисоки приходи остварувала РА Антена 5, а по неа РА Канал 77. Најповолна година за овие две радиостаници била 2011 година, кога РА Антена 5 остварила вкупни приходи во износ од 40 милиони денари, а Канал 77 во износ од 27,96 милиони денари. Во периодот од 2004 година наваму, РА Метрополис остварила највисоки приходи во 2006 година (9,97 милиони денари).

Слика бр.39: Движење на вкупните приходи во периодот од 2004 до 2013 година



Извор: АААВМУ

Во 2013 година четирите комерцијални радиостаници на државно ниво остварувале приходи само по четири основи: од продажба на времето за рекламирање, од продажба на содржини, приходи од категоријата “останати приходи” и приходи од други дејности.

Во структурата на приходите најголемо учество имаат приходите од реклами (71,21%). Продажбата на времето за рекламирање била единствен извор на приходи за РА Метрополис и за РА Слободна Македонија.

РА Антена 5 од емитување рекламни спотови остварила 88% од вкупните приходи. Останатите 12% биле приходи од категоријата „останати приходи“ (станува збор за приходи од отпис на обврски) и приходи од други дејности.

Приходите од рекламирање не биле најзначаен извор на приходи само за РА Канал 77. Најголем дел од приходите оваа радиостаница ги остварила од други дејности (41,11%) и од продажба на содржини (28,84%).

Целокупниот износ на приходите од продажба на содржини го прикажала РА Канал 77 (5,54 милиони денари), а на „останатите приходи“ РА Антена 5 (2,51 милиони денари) и РА Канал 77 (1,99 милиони денари). Само овие две радиостаници прикажале и приходи од други дејности (РА Антена 5 – 1,01 милиони денари, а РА Канал 77 – 7,89 милиони денари).

Табела бр.34: Структура на приходите на комерцијалните радиостаници на државно ниво

	2013	учество
Реклами и телешопинг	46.84	71.21%
Спонзорства	0.00	0.00%
Продажба на содржини	5.54	8.42%
Услуги обезбедени на трети страни	0.00	0.00%
Останати приходи	4.50	6.84%
Приходи од основна дејност	56.88	86.47%
Приходи од други дејности	8.90	13.53%
Вонредни приходи	0.00	0.00%
Вкупни приходи	65.78	

Извор: АААВМУ

Вкупните трошоци што во анализираната година ги направиле овие четири радиостаници изнесувале 51,84 милиони денари.

РА Антена 5 потрошила повеќе средства отколку останатите три радиостаници заедно. Трошоците на РА Антена 5 изнесувале 28,71 милиони денари, што претставува 55,39% од вкупните трошоци на радиостаниците на државно ниво. Позначајни трошоци направила и РА Канал 77 (18,64 милиони денари, односно 35,97% од вкупните трошоци). Речиси подеднакво средства потрошиле РА Метропилос (2,31 милиони денари) и РА Слободна Македонија (2,16 милиони денари).

Повеќе од половината од вкупните трошоци на овие четири радиостаници биле директни трошоци за производство на програма (58,58%). Поединечно гледано, најголемо учество во вкупните трошоци имаат нематеријалните трошоци, односно услугите (28,72%), што се должи на високиот износ на овој вид трошок што го прикажала РА Антена 5 (9,76 милиони денари или 65,55% од вкупниот износ).

Трошоците за плати и други надоместоци за лицата кои се директно поврзани со производство на програмата учествуваат со 10,92% во вкупните трошоци. Најмногу средства за овој вид трошок издвоила РА Антена 5 (4,03 милиони денари). РА Канал 77

за плати за вработените издвоила 1,32 милиони денари, а РА Слободна Македонија 0,31 милиони денари. Трошоци за плати и други надоместоци за лицата кои не се директно поврзани со производство на програма прикажала само РА Антена 5, и тоа во износ од 1,78 милиони денари. РА Метрополис воопшто не прикажала трошоци за плати и надоместоци за ангажирани лица, што ја отвара дилемата на каков начин се исплаќани лицата преку чиј ангажман оваа радиостаница работи.

Табела бр.35: Структура на трошоците на комерцијалните радиостаници на државно ниво

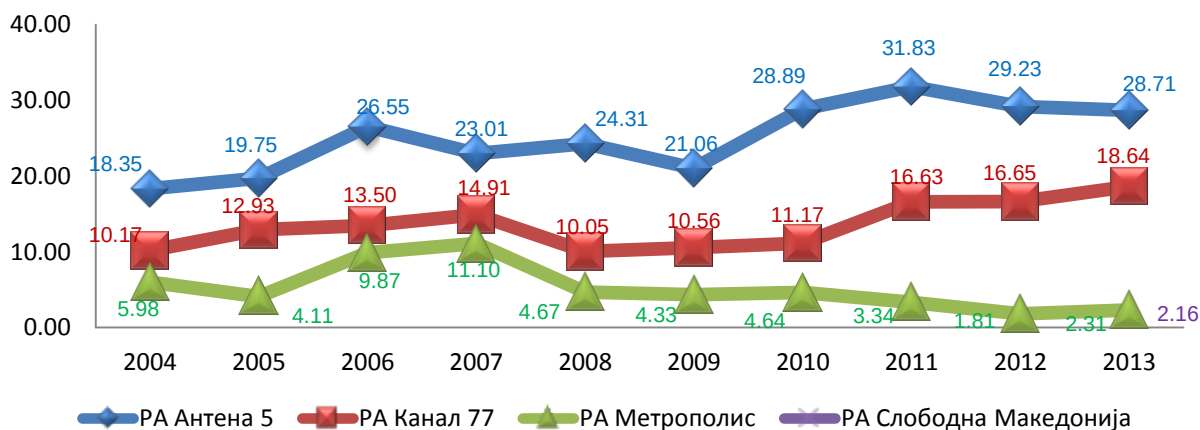
	2013	учество
Материјални трошоци	6.07	11.72%
Трошоци за набавка на програма	3.74	7.21%
Нематеријални трошоци (услуги)	14.89	28.72%
Плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма	5.66	10.92%
Директни трошоци за создавање на програмата	30.36	58.58%
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма	1.78	3.44%
Амортизација на опремата	7.23	13.94%
Амортизација на права и лиценци	0.00	0.00%
Кирии и останати режиски трошоци	1.81	3.49%
Сите останати неопфатени трошоци од работењето	10.38	20.03%
Вкупно трошоци на работењето	51.56	99.48%
Расходи од други активности	0.27	0.52%
Вонредни расходи	0.00	0.00%
Вкупно трошоци на работењето	51.84	

Извор: АААВМУ

Речиси целокупниот износ на “сите останати неопфатени трошоци од работењето” го прикажале РА Антена 5 (3,63 милиони денари) и РА Канал 77 (6,65 милиони денари).

Во 2013 година РА Антена 5 потрошила помалку средства отколку во претходната година (за 1,77%), а РА Канал 77 и РА Метрополис ги зголемиле трошоците (за 11,98%, односно за 27,88%).

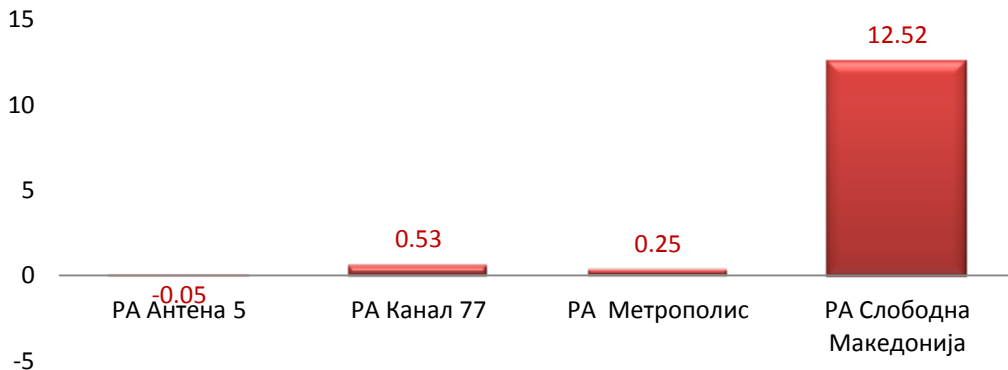
Слика бр.40: Движење на трошоците на радиостаниците на државно ниво во последните десет години



Извор: АААВМУ

Во анализираната година само РА Антена 5 остварила негативен финансиски резултат (загуба во износ од 0,05 милиони денари). Останатите три радиостаници оствариле добивка.

Слика бр.41: Остварен резултат од работењето



Извор: ААВМУ

Просечниот број на вработени во редовен работен однос кај овие четири радиостаници изнесувал 19 лица, од кои дури 13 биле вработени во РА Антена 5, пет во РА Канал 77 и едно во РА Слободна Македонија.

Во РА Метрополис во редовен работен однос не било ангажирано ниту едно лице.

Табела бр.36: Просечен број на вработени во редовен работен однос

	2009	2010	2011	2012	2013
РА Антена	13	14	14	14	13
РА Канал 77	4	5	6	6	5
РА Метрополис	0	0	0	0	0
РА Слободна Македонија	-	-	-	-	1

Извор: ААВМУ

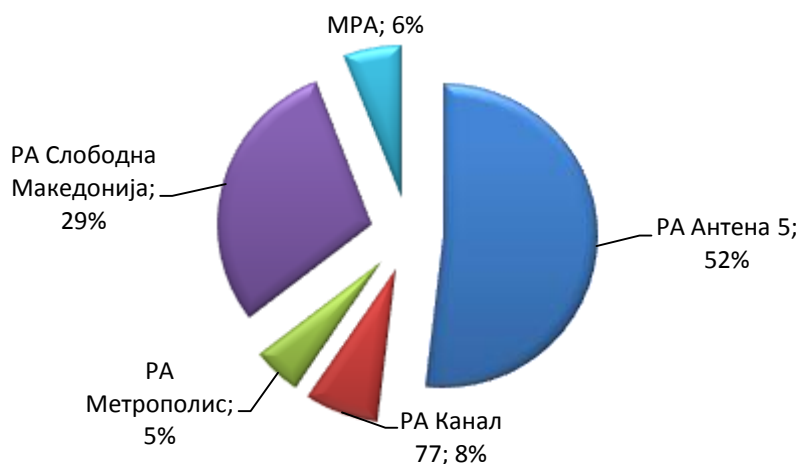
Во споредба со претходната година, РА Антена 5 и РА Канал 77 го намалиле бројот на вработени за по едно лице.

Удели во приходите од рекламирање и во слушаноста на радиостаниците на државно ниво

Вкупните приходи од продажба на времето за рекламирање што во 2013 година ги оствариле радиостаниците што емитуваат програма на државно ниво (четирите комерцијални радиостаници и Македонското радио) изнесувале 49,77 милиони денари.

Повеќе од половината од овие средства успеала да ги оствари РА Антена 5 (52%), чии приходи од рекламирање изнесувале 25,81 милиони денари. РА Слободна Македонија остварила вкупно 14,69 милиони денари од продажба на времето за рекламирање, што претставува 29% од вкупните приходи на радиостаниците на државно ниво (станува збор за однапред уплатени средства од огласувачи, чии рекламни спотови ќе се емитуваат во наредниот период). Приходите од рекламирање што ги остварила РА Канал 77, во износ од 3,78 милиони денари претставуваат 8% од вкупните приходи од рекламирање, а приходите на Македонското радио во износ од 2,93 милиони денари учествуваат со 6% во вкупните приходи од реклами. Најмалку атрактивна за огласувачите била РА Метрополис, која остварила само 2,56 милиони денари или само 5% од приходите од реклами на радиостаниците на државно ниво.

Слика бр.42: Учество во приходите од реклами



Извор: ААВМУ

Податоците за слушаноста на радиостаниците се обезбедени од истражувачката агенција ИПСОС СТРАТЕЏИК ПУЛС од Скопје. За прибирање на овие податоци користен е методот компјутерски асистирани телефонска анкета, со секојдневно собирање на податоците односно анкетирање на примерок од 44 испитаници дневно, односно 14.780 годишно. На испитаниците им е поставувано прашањео *“која радиостаница ја слушавте барем пет минути минатата недела?”*.

Најголем дел од испитаниците, поточно 23,10% од нив одговориле дека ја слушале РА Антена 5, а 10,60% РА Канал 77. На третото место бил првиот програмски сервис на Македонското радио.

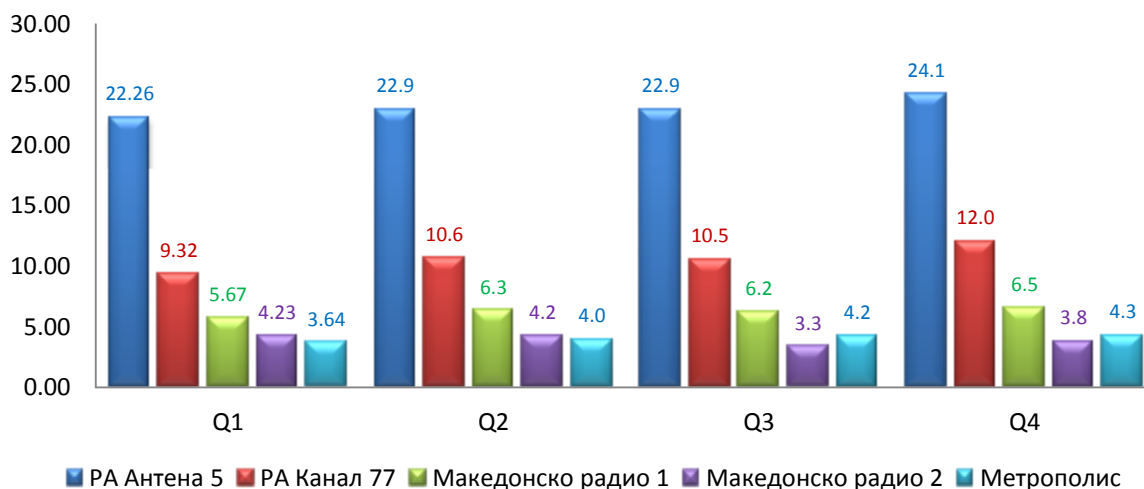
Табела бр.37: Просечен неделен досег во 2013 година

радиостаница	WR 2013
РА Антена 5	23.10%
РА Канал 77	10.60%
Македонско радио 1	6.20%
РА Метрополис	4.10%
Македонско радио 2	3.80%
Македонско радио 3	н.п.
РА Слободна Македонија	н.п.

Извор: Ipsos Strategic Puls

Доколку се споредат тримесечните податоци за просечниот досег на овие радиостаници, забележливо е дека во секое тримесечие најголем досег имала РА Антена 5, втор избор на слушателите била РА Канал 77, а трет Македонско радио 1. Во првите две тримесечија Македонско радио 2 било на четврто место, а во третото и во четвртото тримесечие на петтото место.

Слика бр.43: Тримесечни податоци за неделниот досег на радиостаниците на државно ниво



Извор: Ipsos Strategic Puls

Во секоја од последните три години највисок просечен досег имала РА Антена 5. Единствено во 2012 година Македонско радио 1 имало помал досег отколку во претходната година. Кај останатите четири радиостаници просечниот неделен досег се зголемувал од година во година.

Слика бр.44: Просечен годишен досег на радиостаниците на државно ниво во последните три години



Извор: Ipsos Strategic Puls

Во 2013 година неделниот досег на РА Антена 5 бил за 3,10 процентни поени повисок отколку во претходната година. Повисок неделен досег отколку во 2012 година имале и останатите четири радиостаници, и тоа: РА Канал 77 за 2,10 процентни поени, Македонско радио 1 за 0,30 процентни поени, Македонско радио 2 за еден процентен поен, а РА Метрополис за 1,30 процентни поени.

Демографски карактеристики на публиката на радиостаниците на државно ниво

Според податоците за демографските карактеристики на слушателите на радиостаниците на државно ниво, најголемиот дел од публиката кај секоја од нив биле мажи.

Помеѓу слушателите на РА Антена 5 и на РА Метрополис најбројни биле оние на возраст од 20 до 29 години, а значајно учество имале и слушателите на возраст од 30 до 49 години (слушателите на возраст од 20 до 49 години претставувале 67% од публиката на РА Антена 5 и 77,8% од публиката на РА Метрополис). Речиси половината од слушателите на РА Канал 77 и на Македонското радио 2 биле на возраст помеѓу 30 и 49 години (47,6% односно 42,2% од вкупната публика). Програмската понуда на Македонското радио 1 најчесто ја слушале повозрасните слушатели, оние на возраст над 50 години.

Најголем дел од слушателите на РА Антена 5, РА Метрополис и Македонско радио 2 биле од Скопје, а на РА Канал 77 и Македонско радио 1 од регионот на источна и централна Македонија.

Доминантно учество во публиката на секоја од овие пет радиостаници имале вработените лица, лицата со завршено средно образование, како и слушателите што доаѓале од урбаните средини.

Табела бр.38: Демографски карактеристики на публиката на радиостаниците на државно ниво

критериум		Антена 5	Канал 77	МРА 1	МРА2	Метрополис
Пол	Мажи	57,8%	63,5%	60,1%	56,0%	58,6%
	Жени	42,2%	36,5%	39,9%	44,0%	41,4%
Возраст	10-19	27,5%	14,3%	6,1%	16,1%	17,1%
	20-29	35,3%	17,1%	5,9%	21,6%	39,5%
	30-49	31,7%	47,6%	36,7%	42,2%	38,3%
	50-70	5,5%	20,9%	51,2%	20,1%	5,1%
Регион	Источна и централна МК	28,5%	48,9%	36,1%	22,6%	20,5%
	Северозападен регион	20,3%	18,3%	16,4%	24,9%	18,0%
	Скопје	36,2%	10,9%	27,4%	31,2%	40,7%
	Југозападен регион	15,1%	21,9%	20,1%	21,3%	20,8%
Работен статус	Вработен	40,4%	49,7%	36,9%	41,2%	48,9%
	Невработен	19,1%	22,1%	22,7%	19,0%	20,8%
	Пензионер	1,5%	8,2%	27,0%	8,7%	0,8%
	Домаќинка	0,5%	2,1%	5,6%	10,3%	0,3%
	Ученик/студент	38,5%	17,8%	7,8%	20,8%	29,3%
Образование	Основно или без образование	27,5%	26,4%	33,0%	36,3%	15,3%
	Средно образование	52,1%	55,4%	48,7%	44,4%	53,9%
	Високо	20,4%	18,2%	18,4%	19,3%	30,8%
Средина	Урбана	74,7%	72,2%	68,7%	63,6%	84,2%
	Рурална	25,3%	27,8%	31,3%	36,4%	15,8%
Националност	Албанци	9,7%	4,2%	5,0%	40,9%	2,4%
	Македонци	84,6%	89,7%	87,9%	49,8%	93,5%
	Други	5,7%	6,2%	7,0%	9,3%	4,1%

Извор: Ipsos Strategic Puls

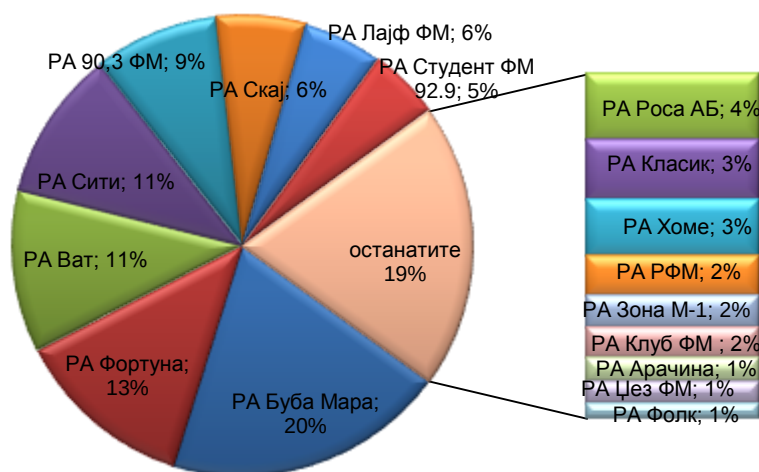
Радиостаници на регионално ниво

На почетокот на 2013 година дозвола да емитуваат радиопрограма на регионално ниво имаа вкупно 17 комерцијални и една непрофитна радиостаница. Во јануари 2013 година со Решение бр.03-156/1 од 10.01.2013 година престана да важи дозволата на Трговското радиодифузно друштво РАДИО РАВЕЛ од Скопје, врз основа на претходно поднесена изјава од самиот радиодифузер дека престанува со емитување на радиопрограма.

Вкупните приходи што во 2013 година заеднички ги оствариле регионалните радиостаници изнесувале 54,04 милиони денари, што е за 3,21% помалку отколку претходната година. Повеќе од половината од овие средства биле приходите на само четири регионални радиостаници: РА Буба Мара, РА Фортуна, РА Ват и РА Сити. Приходите на овие четири радиостаници претставуваат 54,47% од вкупните приходи на 17-те регионални радиостаници.

Највисоки приходи оствариле РА Буба Мара (10,73 милиони денари, односно 19,86% од вкупните приходи на регионалниот радиоски пазар). Приходите на оваа радиостаница се речиси еднакви на приходите што заеднички успеале да ги остварат следните девет радиостаници: РА Фолк, РА Џез ФМ, РА Арачина, РА Клуб ФМ, РА Зона-М1, РА РФМ, РА Хоме, РА Класик Фм и РА Роса АБ.

Слика бр.45: Учество во вкупните приходи на регионалните радиостаници



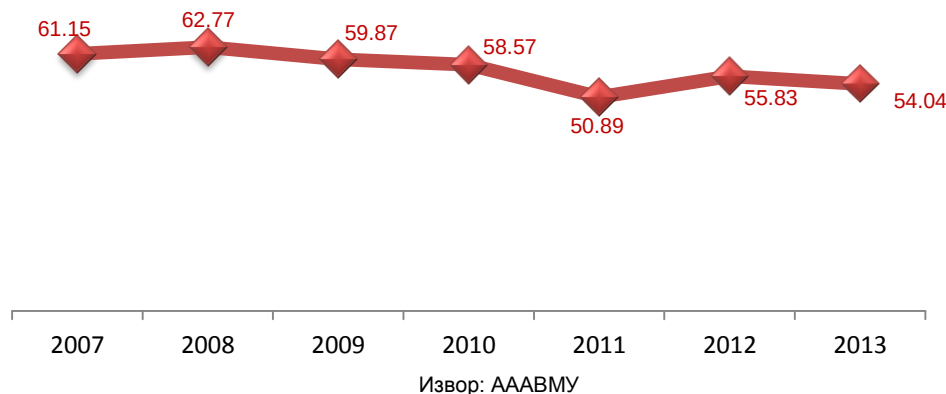
Извор: АААВМУ

Се до мај 2007 година овие радиостаници емитуваа програма на локално ниво. Во 2007 година беше спроведена постапката за премин од системот на концесии кон системот на дозволи. По завршувањето на оваа постапка, а со Одлука за доделување дозволи за

вршење радиодифузна дејност (бр.02-1628/20 од 30.05.2007 година), започнаа да емитуваат радиопрограма на регионално ниво.

Од 2007 година наваму, единствено во 2011 година вкупните приходи на регионалните радиостаници биле пониски отколку во анализираната година. Најповолна била 2008 година, кога на регионалниот радиски пазар биле остварени вкупни приходи во износ од 62,77 милиони денари.

Слика бр.46: Вкупни приходи на регионалните радиостаници во последните седум години



Во споредба со претходната година, само шест радиостаници оствариле повисоки приходи: РА Ват (за 5,65%), РА Роса АБ (за 69,92%), РА Зона М-1 (за 14,94%), РА Фолк (за 4,35%), РА Џез ФМ (за 1,52%) и РА Арачиња (за 19,67%).

Табела бр.39: Вкупни приходи на регионалните радиостаници

ТРД	во милиони денари						стапка на раст 2013/2012
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
Буба Мара	8.32	9.53	9.00	8.49	11.43	10.73	-6.12%
Сити	9.92	6.47	9.23	7.64	7.05	5.72	-18.87%
Фортуна	8.12	8.84	8.63	6.55	7.26	6.82	-6.06%
Ват	8.31	10.09	6.47	5.44	5.84	6.17	5.65%
Ра 90,3 ФМ	5.02	5.29	5.46	5.25	6.15	4.71	-23.41%
Лајф ФМ	1.35	2.76	4.17	4.11	4.93	3.00	-39.15%
Скај радио	5.66	4.95	5.27	3.52	3.69	3.40	-7.86%
Хоме	3.00	2.42	2.94	2.81	2.04	1.77	-13.24%
Клуб ФМ	1.24	0.78	0.76	2.1	1.61	1.00	-37.89%
Роса АБ	2.89	2.59	1.94	1.78	1.23	2.09	69.92%
Зона М-1	1.27	1.42	1.36	1.16	0.87	1.00	14.94%
Фолк	1.24	0.82	0.87	0.77	0.46	0.48	4.35%
Џез ФМ	0.86	0.68	0.77	0.63	0.66	0.67	1.52%
Арачиња	0.95	0.94	1.09	0.52	0.61	0.73	19.67%
Студент ФМ	нп	нп	нп	нп	нп	2.69	-
РФМ	нп	нп	нп	нп	нп	1.23	-
Класик	1.35	0.48	нп	нп	2.00	1.85	-7.50%
ВКУПНО	59.5	58.06	57.96	50.77	55.83	54.04	-3.19%

Извор: ААВМУ

Најголем дел од приходите биле остварени од продажба на времето за рекламирање (81,74%). Најатрактивни за огласувачите биле РА Буба Мара, која остварила 7,61 милиони денари од реклами, РА Фортуна со 6,82 милиони денари, РА Ват со 6,16 милиони денари и РА Сити со 5,52 милиони денари остварени приходи од реклами.

Приходите од спонзорства учествуваат со 6,65% во вкупните приходи на регионалните станици. РА Буба Мара прикажала најголем дел од овие средства (3,11 милиони денари). Приходи од спонзорства прикажале уште само РА 90,3 ФМ (0,33 милиони денари) и РА Џез ФМ (0,15 милиони денари).

Табела бр.40: Структура на приходите на регионалните радиостаници

	2013	учество
Реклами и телешопинг	44.17	81.74%
Спонзорства	3.59	6.65%
Продажба на содржини	0.00	0.00%
Услуги обезбедени на трети страни	0.03	0.05%
Останати приходи	4.38	8.11%
Приходи од основна дејност	52.17	96.55%
Приходи од други дејности	1.87	3.45%
Вонредни приходи	0.00	0.00%
Вкупни приходи	54.04	

Извор: АААВМУ

Високото учество на „останите приходи“ се должи на високиот износ што во оваа ставка го прикажале непрофитната радиостаница Студент ФМ (2,69 милиони денари) и РА Хоме (1,19 милиони денари).

Речиси целокупниот износ на приходите остварени од други дејности го прикажала РА Класик ФМ (1,85 милиони денари). Во 2013 година оваа радиостаница не остварила приходи од основната дејност, туку единствен извор на приходи биле приходите од други дејности.

Во 2013 година вкупните трошоци на регионалните радиостаници изнесувале 55,59 милиони денари. Повеќе од половината од овој износ биле трошоците што ги направиле само четири радиостаници: РА Буба Мара (9,9 милиони денари), РА Сити (7,14 милиони денари), РА Фортуна (7,01 милиони денари) и РА Ват (6,83 милиони денари).

Најголем дел од вкупните трошоци биле директни трошоци за создавање програма (60,93%). Трошоците за набавка на програма учествуваат со 11,62% во вкупните трошоци. Ваков вид на трошок прикажале само пет радиостаници, од кои највисок износ прикажала РА Буба Мара (5,46 милиони денари).

Трошоци за плати и други надоместоци за вработените кои се директно поврзани со производство на програма не прикажале само РА Класик ФМ и РА РФМ. Најмногу средства за плати за вработените издвоиле РА Буба Мара (1,98 милиони денари), РА Фортуна (1,97 милиони денари) и РА Сити (1,79 милиони денари). Целокупниот износ на трошоците за плати и други надоместоци за лица кои не се директно поврзани со производство на програма (0,93 милиони денари) го прикажала РА Лајф.

Табела бр.41: Структура на трошоците на регионалните радиостаници

	2013	учество
Материјални трошоци	5.58	10.04%
Трошоци за набавка на програма	6.46	11.62%
Нематеријални трошоци (услуги)	7.97	14.34%
Плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма	13.87	24.94%
Директни трошоци за создавање на програмата	33.87	60.93%
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма	0.93	1.68%
Амортизација на опремата	5.06	9.09%
Амортизација на права и лиценци	0.22	0.40%
Кирии и останати режиски трошоци	5.19	9.33%
Сите останати неопфатени трошоци од работењето	9.63	17.31%
Вкупно трошоци на работењето	54.90	98.75%
Расходи од други активности	0.56	1.01%
Вонредни расходи	0.13	0.24%
Вкупно трошоци на работењето	55.59	

Извор: АААВМУ

Во 2013 година девет регионални радиостаници оствариле позитивен финансиски резултат од работењето: РА Арачина, РА Буба Мара, РА Зона М-1, РА Класик, РА Роса АБ, РА РФМ, РА Фолк, РА Фортуна и РА Џез ФМ. Најдобар финансиски резултат остварила РА Буба Мара (добивка во износ од 0,83 милиони денари), а најлош РА Сити (загуба од 1,51 милиони денари).

Табела бр. 42: Просечен број на вработени во редовен работен однос

Ра станица	2008	2009	2010	2011	2012	2013
РА Фортуна	7	7	7	9	9	8
РА Сити	6	8	8	9	8	8
РА Скај	4	5	5	5	6	5
РА ЕФ-ЕМ 90,3	6	6	5	5	5	5
РА Буба Мара	4	4	5	4	5	5
РА Роса АБ	4	4	4	4	4	4
РА Лајф	2	2	2	4	4	4
РА Хоме	5	4	7	6	6	3
РА Клуб ФМ	3	2	2	3	3	3
РА Ват	11	10	10	8	8	2
РА Џез ФМ	2	2	2	2	2	1
РА Фолк	1	2	3	2	1	1
РА Зона М1	3	1	2	2	1	1
РА Арачина	1	1	1	1	1	1
РА Класик ФМ	1	0	нп	нп	0	0
РА РФМ	0	0	0	0	0	0
вкупно	60	58	63	64	63	51

Извор: АААВМУ

Во шеснаесетте регионални радиостаници во редовен работен однос биле вработени вкупно 51 лице. Најголем број вработени имале РА Фортуна и РА Сити (по осум лица). Во 2013 година просечниот број на вработени бил помал отколку во претходната година кај вкупно пет радиостаници. Во РА Фортуна, РА Скај и РА Џез ФМ просечниот број на

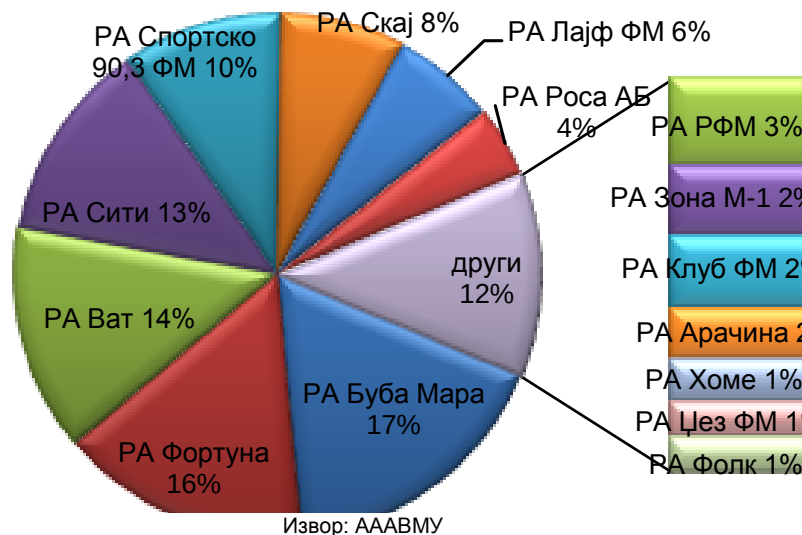
вработени се намалил за по едно лице, во РА Хоме за три лица, а најголемо намалување се забележува кај РА Ват, дури за шест лица.

Удели во приходите од рекламирање и во слушаноста на радиостаниците на регионално ниво

Шеснаесетте комерцијални радиостаници коишто во 2013 година емитуваа програма на подрачјето на град Скопје заедно оствариле вкупно 44,17 милиони денари од продажба на времето за рекламирање.

Најмногу приходи од реклами остварила РА Буба Мара (7,61 милиони денари, што претставува 17% од вкупно остварените приходи од рекламирање на регионалниот радиски пазар). Поатрактивна за огласувачите била и РА Фортуна, која остварила 16% од приходите од рекламирање на сите регионални радиостаници. Приходите од рекламирање на РА Фортуна изнесувале 6,82 милиони денари. РА Ват е на третото место според остварените приходи од реклами во износ од 6,16 милиони денари, што претставува 14% од приходите од рекламирање на овој сегмент од радиската индустрија.

Слика бр. 47: Учество во приходите од реклами



Подолу во табелата се прикажани податоците за неделниот досег на регионалните радиостаници во анализираната година. Од нив може да се види дека радиостаниците коишто имале највисока слушаност, истовремено не биле и најатрактивни за огласувачите.

Така, најголемо учество во слушаноста во 2013 година имала РА Сити (просечниот неделен досег на оваа радиостаница изнесувал 9,60%). Од друга страна, пак, дури три радиостаници успеале да остварат поголеми приходи од рекламирање од неа.

РА Буба Мара, која остварила најмногу приходи од рекламирање, била втора најслушана радиостаница со неделен досег од 8,30%.

Табела бр.43: Просечен неделен досег во 2013 година

радиостаница	WR 2013
РА Сити	9.60%
РА Буба Мара	8.30%
РА Зона М-1	8.00%
РА Ват	7.20%
РА Арачина	6.80%
РА Скај	5.00%
РА Фортуна	4.80%
РА Роса АБ	3.70%
РА Фолк	3.30%
РА Спортско радио 90,3 ФМ	2.90%
РА Лајф ФМ	2.50%
РА Клуб ФМ	1.20%
РА Хоме	0.70%
РА Џез ФМ	0.70%
РА Класик ФМ	0.40%
РА РФМ	н.п.
Универзитетско радио СТУДЕНТ ФМ 92.9	н.п.

Извор: Ipsos Strategic Puls

РА Зона М-1, со учество од само 2% во вкупно остварените приходи од реклами во овој сегмент на радискиот пазар, била трета најслушана радиостаница.

Најмалку атрактивна за публиката била РА Класик ФМ, чијшто просечен неделен досег изнесувал 0,40%. Оваа радиостаница воопшто не остварила приходи од рекламирање.

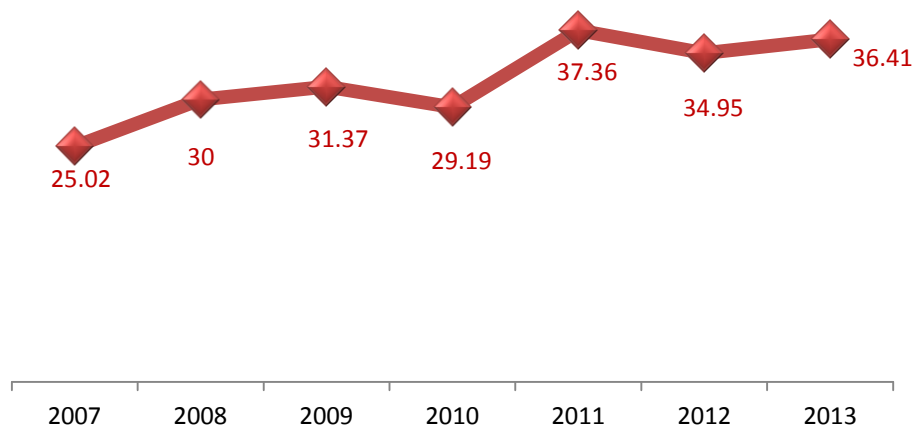
За РА РФМ и за Универзитетското радио СТУДЕНТ ФМ 92.9 не се обезбедени податоци за слушаноста.

Радиостаници на локално ниво

Во 2013 година локалниот радиски пазар броеше вкупно 57 комерцијални и две непрофитни радиостаници. Во Анализата се обработени податоците за економското работење на 55 комерцијални радиостаници. Имено, за време на изработката на овој документ на локалната радиостаница Енергу од Струга и беше одземена дозволата за вршење на радиодифузна дејност²¹, токму поради недоставување на податоците од работењето, а дозволата на РА Беса од с. Црнилиште, Долнени престана да важи по сила на закон, откако настапи стечај на имателот на дозволата.

Заедничките приходи коишто локалните радиостаници ги оствариле во анализираната година изнесувале 36,41 милиони денари, што е за 4,18% повеќе отколку во претходната година. Повисоки вкупни приходи во последните седум години биле остварени само во 2011 година (за 2,54%).

Слика бр.48: Движење на вкупните приходи на локалните радиостаници во последните седум години



Извор: ААВМУ

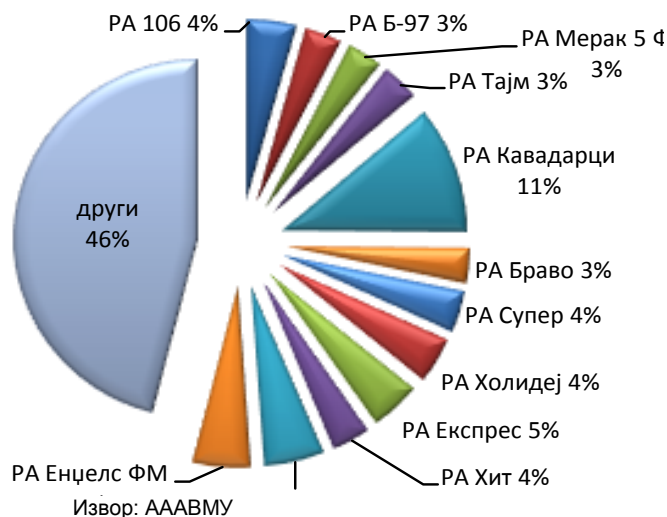
Речиси 54% од приходите на 55-те локални радиостаници ги оствариле само 12 од нив (РА 106 и РА Б-97 од Битола, РА Мерак 5 ФМ од Велес, РА Тајм од Гевгелија, РА Кавадарци од Кавадарци, РА Браво од Куманово, РА Супер од Охрид, РА Холидеј од Прилеп, РА Експрес и РА Хит од Струмица РА Кисс од Тетово и РА Енџелс ФМ од Штип).

Во анализираната година дури три локални радиостаници (РА Ди-Џеј и РА Дрини од Струга и РА Ред ФМ од Тетово) воопшто не оствариле приходи.

Највисоки вкупни приходи остварила РА Кавадарци од Кавадарци (4,08 милиони денари).

²¹ Одлука за одземање на дозволата за вршење радиодифузна дејност на Трговското радиодифузно друштво ЕНЕРГУ РАДИО ДООЕЛ увоз-извоз Струга бр.07-280 од 14.07.2014 година,

Слика бр.49: Учество во вкупните приходи на локалните радиостаници



Доминантно учество во структурата на приходите имале приходите од продажба на времето за рекламирање и телешопинг (86,95%). Најмногу приходи од реклами прикажале РА Кисс од Тетово (1,89 милиони денари) и РА Енџелс ФМ од Штип (1,85 милиони денари).

Табела бр.44: Структура на приходите на локалните радиостаници

	2013	учество
Реклами и телешопинг	31,66	86,95%
Спонзорства	0,32	0,89%
Продажба на содржини	0,08	0,22%
Услуги обезбедени на трети страни	0,43	1,18%
Останати приходи	1,96	5,37%
Приходи од основна дејност	34,45	94,62%
Приходи од други дејности	1,83	5,04%
Вонредни приходи	0,12	0,34%
Вкупни приходи	36,41	

Извор: AAABMU

Приходите од спонзорства во износ од 0,32 милиони денари ги оствариле само пет радиостаници, и тоа РА Актуел од Битола, РА Аљбана од Куманово, РА Браво од Куманово, РА Јехона од Куманово и РА ПРО-ФМ од Гостивар.

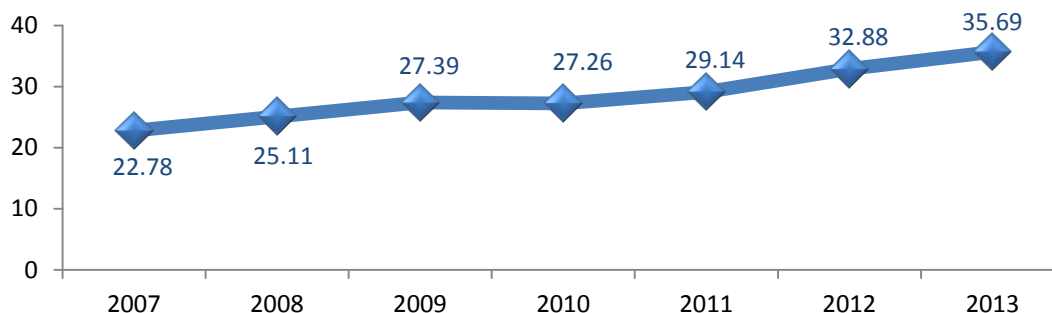
Целиот приход од продажба на содржини (0,08 милиони денари) го остварила РА Блета од Тетово, додека пак приходи од услуги обезбедени на трети страни прикажале само РА ПРО-ФМ од Гостивар, РА Ррапи од Струга и РА Блета од Тетово.

5,37% од вкупните приходи биле од категоријата „останати приходи“, во апсолутен износ од 1,96 милиони денари. Повеќе од половината од овие средства (55,61%) прикажала РА

Кавадарци од Кавадарци. Оваа радиостаница остварила и највисоки приходи од други дејности, и тоа дури 95,63% од вкупниот износ на овие средства (приходи од други дејности прикажале уште четири субјекти – РА Мерак 5 ФМ од Велес, РА Супер од Охрид, РА Свети Николе од Свети Николе и РА Фама од Тетово.

Средствата коишто локалните радиостаници заеднички ги потрошиле во анализираната година изнесувале вкупно 35,69 милиони денари, што е за 8,55% повеќе отколку во претходната година. Во периодот од последните седум години трошоците на локалните радиостаници, освен во 2010 година кога се забележува незначителен пад, се зголемувале од година в година.

Слика бр.50: Движење на вкупните трошоци на локалните радиостаници во последните седум години



Извор: АААВМУ

Најголем дел од средствата биле директни трошоци за создавање на програмата (69,80%). Од нив, пак, најмногу биле издвоени за плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма. Најмногу средства за овој вид на трошок издвоиле РА Енџелс од Штип (речиси еден милиони денари) и РА Свети Николе од Свети Николе (0,70 милиони денари). Дури 13 локални радиостаници воопшто не прикажале трошоци за плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма.

Најголем дел од трошоците за плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма, а кои учествувале со 4,43% во вкупните трошоци, биле трошоците на РА 106 од Битола (32,40%). Позначаен износ прикажала и РА Галакси-2002 од Кавадарци (19,72%). Трошоци за плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма прикажале уште седум други радиостаници (РА Кавадарци од Кавадарци, РА Аљбана и РА КМР од Куманово, РА Охрид од Охрид, РА Холидеј од Прилеп, РА Дрини од Струга и РА Плус форте од Тетово.

Табела бр.45: Структура на трошоците на локалните радиостаници

	2013	учество
Материјални трошоци	6,09	17,07%
Трошоци за набавка на програма	0,43	1,21%
Нематеријални трошоци (услуги)	4,09	11,45%
Плати и други надоместоци на лица директно поврзани со производство на програма	14,30	40,07%
Директни трошоци за создавање на програмата	24,91	69,80%
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програма	1,58	4,43%
Амортизација на опремата	2,09	5,85%
Амортизација на права и лиценци	0,03	0,08%
Кирии и останати режиски трошоци	0,66	1,85%
Сите останати неопфатени трошоци од работењето	4,48	12,55%
Вкупно трошоци на работењето	33,75	94,57%
Расходи од други активности	0,50	1,39%
Вонредни расходи	1,44	4,04%
Вкупно трошоци на работењето	35,69	

Извор: АААВМУ

За амортизација на опремата локалните радиостаници заеднички потрошиле 2,09 милиони денари, од кои 19,62% потрошила само РА Ускана-Плус од Кичево.

Остварениот финансиски резултат од работењето на локалните радиостаници бил добивка во износ од 1,12 милиони денари.

Најдобар финансиски резултат остварила РА Кавадарци од Кавадарци (добивка во износ од 0,87 милиони денари). Позитивен финансиски резултат од работењето оствариле уште 33 локални радиостаници.

Најлош резултат од работењето имала РА МХ од Охрид, која прикажала загуба во износ од 0,50 милиони денари.

Просечниот број на вработени во овој сегмент на радиоскиот пазар бил 95 лица. Најмногу вработени прикажала РА Експрес од Струмица (пет лица). Во четири радиостаници биле ангажирани по 4 лица во редовен работен однос, во десет по три лица, во 15 по две лица, во 18 по едно лице, а осум не прикажале ниту едно вработено лице.

Табела бр.46: Просечен број на вработени во редовен работен однос

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

Извор: АААВМУ

Ставови на публиката за програмските содржини на радиостаниците

Во април 2013 година истражувачката агенција Маркет Вижн од Скопје спроведе „Истражување за мислењето на публиката за различни програми на домашните телевизиски и радио канали“²². На испитаниците им беа поставени и неколку прашања во врска со навиките за слушање радио и нивните ставови за програмската понуда на радиостаниците.

Само 46% од испитаниците одговориле потврдно на прашањето „*дали слушате радио*“. Од нив пак, само 33,3% слушале радио секој ден, 26% четири до пет дена во неделата, а останатите 40,7% помалку од четири дена во неделата.

Радиостаниците имале најмногу слушатели во периодот од 10⁰⁰ до 14⁰⁰ часот (32,1% од испитаниците слушале радио во овој период). Во периодот од 06⁰⁰ до 10⁰⁰ радио слушале 27,6% од испитаниците, во периодот од 17⁰⁰ до 22⁰⁰ часот 17,5%, а во периодот од 14⁰⁰ до 17⁰⁰ часот 14,6%. Најмалку слушатели радиостаниците имале во периодот од 22⁰⁰ до 06⁰⁰ часот (само 8,1% од вкупната публика во текот на денот).

Речиси половина од граѓаните најчесто слушале радио дома (49,2%), 27,6% на работа, 20,7% во автомобил, а останатите 2,4% најчесто слушале радио додека пешачеле или за време на некоја друга спортска активност.

На прашањето „*што најчесто слушате на радио*“, дури 78% од испитаниците одговориле дека слушаат музика. Утринската програма на радиостаниците била најчест избор на 9,8%, а вестите на 6,5% од слушателите. Забавно-контактните емисии најчесто ги слушала само 3,3% од радиската публиката.

Целосно задоволни од програмската понуда на домашните радиостаници биле само 23% од испитаниците, а 26,2% биле делумно задоволни. Најголем дел од испитаниците се изјасниле дека се повеќе незадоволни отколку задоволни од понудата на домашните радиостаници (37,3%), а најмал дел воопшто не биле задоволни (13,5%).

²² Истражувањето е достапно на: http://avmu.mk/images/SRD_izveshtaj_15_04_2013_od_Market_Vision.pdf

ПРЕГЛЕД НА ТАБЕЛИ

Табела бр.1: Клучни наоди во телевизиската индустрија	9
Табела бр.2: Број на телевизиски ставици	11
Табела бр.3: Радиодифузни региони и регионални телевизии	13
Табела бр.4: Структура на приходите на Македонска телевизија	15
Табела бр.5: Структура на трошоците на Македонската телевизија	19
Табела бр.6: Стапка на раст на вкупните приходи на петте телевизии на државно ниво	22
Табела бр.7: Структура на приходите на комерцијалните телевизии на државно ниво	23
Табела бр.8: Структура на трошоците на комерцијалните телевизии на државно ниво	24
Табела бр.9: Просечен број на вработени во редовен работен однос	27
Табела бр.10: Месечни удели во вкупната гледаност	30
Табела бр.11: 50-те најзначајни огласувачи на шесте телевизии на државно ниво	33
Табела бр.12: Структура на приходите на сателитските телевизии	36
Табела бр.13: Структура на трошоците на сателитските телевизии	38
Табела бр.14: Просечен број на вработени во редовен работен однос	39
Табела бр.15: Број на население, број на регионални телевизии	41
и остварени вкупни приходи според радиодифузен регион	41
Табела бр.16: Вкупни приходи и стапка на раст	44
Табела бр.17: Структура на приходите на регионалните телевизии	45
Табела бр.18: Структура на трошоците на регионалните телевизии	47
Табела бр.19: Просечен број на вработени во редовен работен однос	50
Табела бр.20: Број на население, број на ТВ станици и остварени приходи	52
Табела бр.21: Вкупни приходи на локалните телевизии	54
Табела бр.22: Структура на приходите на локалните телевизии	54
Табела бр.23: Структура на трошоците на локалните телевизии	55
Табела бр.24: Просечен број на вработени во редовен работен однос	56
Табела бр.25: Оператори на јавни електронски комуникациски мрежи	61
Табела бр.26: Колкав дел од публиката секојдневно се информира од... ..	62
Табела бр.27: Најгледани програмски содржини во 2013 година	65
Табела бр.28: Демографски карактеристики на публиката во 2013 година	67
Табела бр.29: Демографски карактеристики на публиката на телевизиските станици на државно ниво	68
Табела бр.30: Клучни наоди во радиската индустрија	70
Табела бр.31: Структура на приходите на Македонско радио	73
Табела бр.32: Структура на трошоците на Македонско радио	74
Табела бр.33: Стапка на раст на вкупните приходи	76
Табела бр.34: Структура на приходите на комерцијалните радиостаници на државно ниво	77

Табела бр.35: Структура на трошоците на комерцијалните радиостаници на државно ниво	78
Табела бр.36: Просечен број на вработени во редовен работен однос	79
Табела бр.37: Просечен неделен досег во 2013 година	81
Табела бр.38: Демографски карактеристики на публиката на радиостаниците на државно ниво	83
Табела бр.39: Вкупни приходи на регионалните радиостаници	85
Табела бр.40: Структура на приходите на регионалните радиостаници	86
Табела бр.41: Структура на трошоците на регионалните радиостаници	87
Табела бр. 42: Просечен број на вработени во редовен работен однос	87
Табела бр.43: Просечен неделен досег во 2013 година	89
Табела бр.44: Структура на приходите на локалните радиостаници	91
Табела бр.45: Структура на трошоците на локалните радиостаници	93
Табела бр.46: Просечен број на вработени во редовен работен однос	94

ПРЕГЛЕД НА СЛИКИ

Слика бр.1: Радиодифузни региони	12
Слика бр.2: Движење на вкупните приходи на Македонската телевизија во последните десет години	14
Слика бр.3: Движење на приходите од радиодифузна такса на Македонската телевизија во последните десет години	16
Слика бр.4: Учество на радиодифузната такса во вкупните приходи на Македонската телевизија	17
Слика бр.5: Движење на приходите од реклами во последните десет години	18
Слика бр.6: Движење на вкупните трошоци на Македонската телевизија во последните десет години	19
Слика бр.7: Остварен резултат од работењето на Македонската телевизија во последните десет години	20
Слика бр.8: Удел во вкупните приходи на телевизиите на државно ниво	21
Слика бр.9: Движење на вкупните приходи во периодот од 2004 до 2013 година	22
Слика бр.10: Структура на вкупните приходи	23
Слика бр.11: Движење на вкупните трошоци во периодот од 2004 до 2013 година	26
Слика бр.12: Остварен финансиски резултат во 2013 година	26
Слика бр.13: Просечен број на вработени во 2013 година	27
Слика бр.14: Учество во вкупните приходи од рекламирање на телевизиите на државно ниво	28
Слика бр.15: Учество во вкупната гледаност	29
Слика бр.16: Удели во вкупната гледаност месец по месец	30
Слика бр.17: Удел во вкупната гледаност и во приходите од реклами	31
Слика бр.18: Удели во вкупната гледаност во последните три години	32
Слика бр.19: Учество во вкупните приходи на сателитските телевизији	35
Слика бр.20: Движење на вкупните приходи на петте сателитски телевизији во последните шест години	36

Слика бр.21: Структура на вкупните приходи на сателитските телевизии.....	37
Слика бр.22: Учество во приходите од рекламирање на сателитските телевизии.....	37
Слика бр.23: Остварен финансиски резултат од работењето	39
Слика бр.24: Остварени вкупни приходи според радиодифузен регион	42
Слика бр.25: Вкупни приходи на телевизиите во регионот Д1 - Скопје	43
Слика бр.36: Вкупни приходи на телевизиите во регионот Д1 – Велес, Д2, Д3, Д4, Д5, Д6, Д7 и Д8	44
Слика бр.27: Вкупни трошоци според радиодифузен регион	46
Слика бр.28: Остварен резултат од работењето	49
Слика бр.29: Остварени вкупни приходи наспроти потенцијална публика (број на население).....	53
Слика бр.30: Модели на прием на ТВ сигналот	58
Слика бр.31: Странски канали кои македонската публика најчесто ги гледа	60
Слика бр.32: Колкав дел од публиката користи интернет од дома	62
Слика бр.33: Колку често ја користите услугата „видео по барање“	63
Слика бр.34: Просечно дневно гледање телевизија во последните десет години (во минути)	64
Слика бр.35: Движење на вкупните приходи на Македонското радио во последните десет години	72
Слика бр.36: Движење на вкупните трошоци на Македонското радио во последните десет години	73
Слика бр.37: Остварен резултат од работењето во последните десет години	74
Слика бр.38: Удел во вкупните приходи на радиостаниците на државно ниво	75
Слика бр.39: Движење на вкупните приходи во периодот од 2004 до 2013 година.....	76
Слика бр.40: Движење на трошоците на радиостаниците на државно ниво во последните десет години	78
Слика бр.41: Остварен резултат од работењето	79
Слика бр.42: Учество во приходите од реклами.....	80
Слика бр.43: Тримесечни податоци за неделниот досег на радиостаниците на државно ниво	81
Слика бр.44: Просечен годишен досег на радиостаниците на државно ниво во последните три години.....	82
Слика бр.45: Учество во вкупните приходи на регионалните радиостаници	84
Слика бр.46: Вкупни приходи на регионалните радиостаници во последните седум години	85
Слика бр. 47: Учество во приходите од реклами.....	88
Слика бр.48: Движење на вкупните приходи на локалните радиостаници во последните седум години	90
Слика бр.49: Учество во вкупните приходи на локалните радиостаници	91
Слика бр.50: Движење на вкупните трошоци на локалните радиостаници во последните седум години	92

Наслов	Анализа на пазарот на радиодифузната дејност за 2013 година
Издавач	Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги Бул. ВМРО бр.3, Скопје Тел.02/3103-400 www.avmu.mk contact@avmu.mk
За издавачот	д-р Зоран Трајчевски, в.д. Директор
Изработила	м-р Магдалена Давидовска-Довлева
Соработник	Катерина Донева
Страници/табели/ слики	99/46/50