

НАЦРТ

Врз основа на член 6 став 1 алинеја 6, член 18 став 1 алинеја 8 и член 20 став 1 алинеја 11, во врска со член 6 став 2 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги („Службен весник на Република Македонија“, бр. 184/13, 13/14, 44/14, 101/14 и 132/14), и член 15 став 1 алинеја 7 од Деловникот за работа на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги бр.01-4351/1 од 29.08.2014 година, а во согласност со Заклучокот на Советот на Агенцијата _____ од _____ година, Советот на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги на својата _____ седница одржана на _____, донесе:

НАЦРТ-УПАТСТВО

за начинот на мерење на гледаноста на програмите, односно програмските сервиси на радиодифузерите што емитуваат телевизиска програма

I ОПШТИ ОДРЕДБИ

Предмет на Упатството

1. Со ова Упатство се уредува начинот на мерење на гледаноста на програмите, односно програмските сервиси на радиодифузерите што емитуваат телевизиска програма.

Цел на Упатството

2. Целта на ова Упатство е да се обезбеди валиден и веродостоен систем за мерење на гледаноста на програмите, односно програмските сервиси на радиодифузерите од Република Македонија.

II ПОСЕБНИ ОДРЕДБИ

Иницијативен одбор

3. Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги да покрене иницијатива за формирање Иницијативен одбор кој ќе ги спроведе подготовките за основање на Македонски комитет за мерење на публиката (во понатамошниот текст Комитетот).

Советот на Агенцијата на предлог на Директорот донесува решение за покренување иницијативата за формирање Иницијативен одбор.

Иницијативниот одбор ќе го сочинуваат претставници на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги и телевизиските станици што емитуваат програма на државно ниво преку дигитален терестријален мултиплекс вклучувајќи го и јавниот радиодифузен сервис – Македонска радиотелевизија

Основната задача на Иницијативниот одбор е да ги подготви нацрт-актите за работа на Комитетот (начин на работа, состав, организациона структура на Комитетот и друго).

Македонски комитет за мерење на публиката

4. Комитетот се формира со акт кој го донесуваат сите негови членови. Формата и содржината на овој акт во нацрт-облик ја пропишува Иницијативниот одбор.

5. Членови на Комитетот се Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги и телевизиските станици што емитуваат програма на државно ниво преку дигитален терестријален мултиплекс вклучувајќи го и јавниот радиодифузен сервис – Македонска радиотелевизија

6. Основна задача на Комитетот е да ги координира мерењата на гледаноста на програмите, односно програмските сервиси на радиодифузерите од Република Македонија.

7. При остварување на својата основна задача од точка 6 од ова Упатство, Комитетот ги врши следните задачи:

7.1. ја утврдува методологијата за мерењето на публиката која треба да ги содржи најмалку следните податоци:

7.1.1. карактеристики на техничките средства со кои ќе се спроведува мерењето,

7.1.2. техниката на мерење што ќе се применува,

7.1.3. големината на панелот (број на домаќинства, број на пипл метри и број на испитаници),

7.1.4. процент на домаќинства кои секоја година треба да се менуваат во панелот,

7.1.5. најдолг период колку едно домаќинство може да остане во панелот,

Избор на истражувачката агенција и реализација на истражувањето

12. Огласот за избор на истражувачката агенција која ќе ги спроведува мерењата на гледаноста на програмите, односно програмските сервиси на радиодифузерите од Република Македонија го објавува Агенцијата за аудио и аудио визуелни медиумски услуги, откако ќе го спроведе истражувањето од точка 7.1.6 од ова Упатство (преку избор на истражувачка агенција согласно Законот за јавни набавки).

13. Изборот на истражувачката агенција која ќе ги спроведува мерењата на гледаноста на програмите, односно програмските сервиси на радиодифузерите од Република Македонија, го врши Комитетот, а го одобрува Директорот на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги.

14. Критериуми за избор на истражувачка агенција која ќе ги спроведува мерењата на гледаноста на програмите, односно програмските сервиси на радиодифузерите од Република Македонија се:

- цената,
- карактеристиките на техничките средства со кои ќе се спроведува мерењето, и
- софтверските решенија.

Понудувачите треба да достават изјава дека ќе ги обезбедат минималните стандарди утврдени од страна на Комитетот.

15. Договорот со истражувачката агенција која ќе ги спроведува мерењата на гледаноста на програмите, односно програмските сервиси на радиодифузерите од Република Македонија го потпишува Директорот на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги. Составен дел на овој Договор (во вид на анекси кон Договорот) се индивидуалните комерцијални договори, утврдени во точка 16 од ова Упатство, на членовите на Комитетот.

Договорот со истражувачката агенција која ќе ги спроведува мерењата на гледаноста на програмите, односно програмските сервиси на радиодифузерите од Република Македонија се склучува за период од 5 (пет) години.

16. Корисниците на податоците од мерењата на публиката (вклучувајќи ги и членовите на Комитетот) потпишуваат индивидуални комерцијални договори со истражувачката

агенција во кои се утврдува кои податоци од мерењето на публиката секој од нив ќе ги користи и за колкав финансиски надоместок.

Истражувачката агенција е должна да утврди јасни и транспарентни критериуми според кои ќе се утврдува надоместокот што корисниците ќе го плаќаат за користење на податоците.

17. Податоците обезбедени од избраната истражувачка агенција се релевантни податоци за мерење на телевизиската публика во Република Македонија.

18. Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги ќе има софтверски пристап до системот за мерење на гледаноста на истражувачката агенција.

19. Доколку некој од корисниците на услугите на избраната агенција, смета дека добиените резултати од мерењето на телевизиската публика се невалидни и неточни, ќе иницира ангажирање на независна консултантска/ревизорска куќа.

Доколку од извршената независна ревизија произлезе дека податоците од мерењето се валидни и точни, трошоците за извршената ревизија ќе ги сноси оној кој ја иницирал ревизијата.

Во спротивно, односно доколку се покаже дека податоците се невалидни и неточни, трошоците ги сноси истражувачката агенција која го врши мерењето на телевизиската публика.

II. ЗАВРШНИ ОДРЕДБИ

20. Упатството влегува во сила наредниот ден од денот на објавување во “Службен весник на Република Македонија”.

Бр. _____
_____.10.2014 година
Скопје

**Агенција за аудио и
аудиовизуелни медиумски услуги
Претседател на Советот,**

Лазо ПЕТРУШЕВСКИ