



РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА
REPUBLIKA E MAQEDONISE SE VERIUT
АГЕНЦИЈА ЗА АУДИО И АУДИОВИЗУЕЛНИ МЕДИУМСКИ
УСЛУГИ
AGJENCIA PER SHERBIME MEDIATIKE AUDIO DHE
AUDIOVIZUELE

Број: / Numer: 03-2170/1

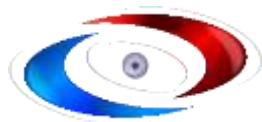
21.05.2025 година / viti

СКОПЈЕ - SHKUP

Регионални и локални радиодифузери

(оправданост и можности за воведување мерки за поддршка)

Мај, 2025 година



Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги

СОДРЖИНА

ВОВЕД	4
РЕЗИМЕ	5
ЗАКЛУЧОК.....	7
I. Регионални и локални радиодифузери	8
II. Регионални и локални радиодифузери во РС Македонија	12
III. Класификација на регионалните и локалните радиодифузери според Законот за трговските друштва	15
IV. Мерки за поддршка на медиумите	18
V. Можности и оправданост за воведување даночни ослободувања како мерка за поддршка на регионалните и локалните телевизии	18
V. а. Данок на добивка	19
V. б. Данок на додадена вредност	22
VI. Можности и оправданост за воведување директни мерки за поддршка на регионалните и локалните телевизии.....	27
АНЕКСИ.....	29
АНЕКС 1 – Класификација на регионалните и локалните радиодифузери според големината (член 470 од Законот за трговски друштва)	30
АНЕКС 2 – Вкупни приходи на регионалните и на локалните телевизии во периодот од 2018 до 2023 година (во милиони денари)	32
АНЕКС 3 – Вкупни приходи на регионалните и на локалните радиостаници во периодот од 2018 до 2023 година (во милиони денари)	33
АНЕКС 4 – Финансиски резултат од работењето на регионалните и на локалните телевизии во периодот од 2018 до 2023 година (во милиони денари)	35
АНЕКС 5 – Финансиски резултат од работењето на регионалните и на локалните радиостаници во периодот од 2018 до 2023 година (во милиони денари)	36
АНЕКС 6 – Структура на приходите на регионалните и локалните телевизии во 2023 година (во милиони денари)	38
АНЕКС 7 – Структура на приходите на регионалните и локалните радиостаници во 2023 година (во милиони денари)	39

ВОВЕД

Целта на оваа анализа е да се утврди какви мерки за поддршка е потребно да се воведат за да се поттикне развојот и да се зајакне економската одржливост на регионалните и локалните радиодифузери, поаѓајќи пред се од нивната клучна улога за обезбедување медиумски плурализам и развој на демократските процеси во општеството.

Изработката на овој документ е предвидена во Стратешкиот план на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, кој го опфаќа периодот од 2024 до 2028 година. Поаѓајќи од фактот дека регионалните и локалните радиодифузери во своето работење се соочуваат со бројни предизвици и дека овие предизвици сериозно ја загрозуваат нивната финансиска стабилност, како и од фактот дека слабата економска моќ на пазарот не може да обезбеди надминување на ваквите предизвици, ниту пак развој и долгорочна одржливост на индустријата, во Стратешкиот план Агенцијата предвиде дека во 2025 година ќе изработи анализа за да ги испита можностите за воведување одредени даночни олеснувања за овие медиуми.

Податоците за економското работење на регионалните и локалните радиодифузери (вкупни приходи, структура на приходите и остварен финансиски резултат од работењето во периодот од 2018 до 2023 година) што се користени во анализата, се обезбедени од страна на самите радиодифузери (во рамки на исполнување на обврската од член 15 од Законот за медиуми, според која тие се должни најдоцна до 31ви март секоја година на регулаторот да му достават податоци, на посебен образец пропишан од страна на Агенцијата), а нивната валидност е проверена со податоците во завршните сметки на радиодифузерите.

РЕЗИМЕ

- Регионалните и локалните радиодифузери во РС Македонија се соочуваат со сериозни економски предизвици – тие се економски слаби, работат непрофитабилно, имаат мала гледаност/слушаност, речиси сосема се неатрактивни за маркетинг агенциите и за големите огласувачи, а нивните редовни огласувачи – регионалните и локалните претпријатија се со многу мал огласувачки потенцијал. Не располагаат ниту со доволно финансиски средства, ниту со соодветно обучен кадар за да продуцираат квалитетни содржини со што би ги надминале пречките за развој, односно би ја зголемиле својата гледаност/слушаност, а со тоа и приходите. Дополнителен проблем за нив претставува и огласувањето на интернет, поради тоа што огласувачите почесто дел од средствата за огласување на овие медиуми пренасочуваат за огласување на интернет, отколку од средствата за огласување на радиодифузерите на државно ниво.
- Државата има обврска да ја штити и унапредува слободата на изразување и да обезбеди поволно опкружување за слободата на медиумите и медиумскиот плурализам. Еден од начините на кој државите можат да поттикнат обезбедување на финансиски одржливо опкружување за медиумите е да се предвидат мерки за поддршка на медиумите и медиумскиот плурализам, чија крајна цел треба да биде заштита и унапредување на правото на слобода на изразување.
- Финансиските мерки за поддршка на медиумите може да бидат директни или индиректни, а кој вид ќе се примени зависи од специфичните цели, како што се на пример зајакнување на финансиската одржливост на помалите медиуми, охрабрување инвестиции во квалитетна новинарска содржина, намалување на оперативните трошоци и поттикнување нови вработувања. Секоја земја ја дизајнира својата политика во зависност од карактеристиките на медиумскиот пејсаж.
- Директните мерки може да се однесуваат на: фондови за продукција на програмски содржини, финансиска поддршка и субвенции за медиумите на малцинските јазици, грантови за истражувачко новинарство, за обука на новинари, за финансирање иновативни новинарски проекти и друго.

- Индиректните мерки може да се однесуваат на разни даночни олеснувања, како што се на пример: намалување на данокот на додадена вредност, олеснувања при оданочување на приходите од рекламирање, посебни даночни стимулации за локални медиуми, намалување на данокот на добивка за медиумите, даночни олеснувања за инвестиции во техничка опрема и дигитализација и друго.
- Сознанијата од оваа Студија укажуваат дека **со воведување даночни олеснувања за регионалните и локалните радиодифузери, нема да се постигне потребното подобрување на нивната економска состојба**, поради тоа што станува збор за микро и мали субјекти, со многу мали приходи, од кои најголем број веќе се ослободени од плаќање данок на добивка и данок на додадена вредност и нема да имаат никаква корист од дополнителни даночни олеснувања.
- Во 2023 година, 80% од регионалните и локалните радиодифузери немале обврска да платат данок на добивка поради тоа што вкупните приходи што ги оствариле не достигнувале три милиони денари, а оние медиуми што имале повисоки приходи и влегувале во категоријата трговски друштва кои се обврзници за плаќање данок на добивка, остварувале сосема мали добивки или работеле во загуба. Со незначителни разлики, состојбата е слична во последните шест години.
- Во 2023 година, над 70% од регионалните и локалните радиодифузери немале обврска за задолжителна регистрација за целите на данокот на додадена вредност, поради тоа што во изминатата година оствариле вкупен оданочив промет помал од два милиони денари. Ваквата состојба, со мали и незначителни поместувања е континуитет во последните шест години.
- Не постои оправданост ни за примена на повластените стапки на данокот на додадена вредност за рекламирањето, поради тоа што нема да доведе до зголемување на обемот на рекламирање на регионалните и локалните радиодифузери (нивните потенцијални огласувачи се со многу ограничени ресурси, цените по кои го продаваат времето за рекламирање се и онака многу ниски, а времето за рекламирање кај најголем дел од нив ни оддалеку не е целосно искористено).

- **Финансиска мерка за поддршка што ќе придонесе за одржлив развој на медиумскиот сектор, притоа обезбедувајќи разновидни и квалитетни содржини за публиката, зајакнување на домашната продукција и поттикнување на независното и истражувачко новинарство како клучни сегменти на демократското општество, е фонд за развој на медиумскиот плурализам.** Процесот на развивање механизми за поддршка на медиумите треба да биде транспарентен, широк и инклузивен, вклучувајќи ги сите засегнати страни – медиумите, граѓанските организации кои работат во областа на медиумите, експертите и институциите.

ЗАКЛУЧОК

Предизвиците со кои се соочуваат регионалните и локалните радиодифузери – ниски приходи, непрофитабилност, слаба гледаност/слушаност, недоволни човечки и технички ресурси и ограничен рекламен пазар, не може да се надминат со класичните форми на даночни олеснувања (намалување на данокот на добивка или повластена стапка и ослободување од обврската за плаќање данок на додадена вредност). Повеќето од нив не располагаат ни со финансиски ни со кадровски капацитет за да произведат квалитетна и разновидна програма. Оттука, неопходно е воведување **фонд за развој на медиумскиот плурализам, кој ќе обезбеди директна финансиска поддршка за создавање разновидни и квалитетни медиумски содржини, зајакнување на домашната продукција, поттикнување на истражувачко и независно новинарство, како и вработување и обука на стручни кадри.**

I. Регионални и локални радиодифузери

Регионалните и локалните медиуми имаат суштинска улога за развојот и заштитата на демократските процеси во општеството. Овие медиуми не само што ја информираат и ја претставуваат локалната заедница, туку имаат важна улога и во нејзиното обликување. Тие претставуваат платформа за дебата за важните локални теми и прашања, овозможуваат изразување на различни мислења, а следејќи го работењето на локалните власти ги зголемуваат нивната отчетност и одговорност.

Сето ова, регионалните и локалните медиуми можат да го постигнат само доколку работат во финансиски одржливо опкружување, кое им овозможува да продуцираат квалитетни и веродостојни информации и содржини и кое им обезбедува финансиска независност.

Токму финансиската одржливост е еден од најсериозните предизвици со кој се соочуваат традиционалните медиуми воопшто, вклучувајќи ги и оние на национално ниво, но несомнено многу повеќе се погодени помалите медиуми, односно регионалните и локалните медиуми. Во последниве години, на глобално ниво бројот на регионални и локални медиуми сè повеќе се намалува и сè почеста е појавата на т.н. новински или медиумски пустини – концепт кој подразбира рурални или урбани подрачја во кои воопшто нема локален медиум што обезбедува локални информации и што ги обработува темите и проблемите важни за локалната заедница. Ова претставува сериозна закана за демократските процеси во општеството.

Државите имаат обврска да ја штитат и унапредуваат слободата на изразување и да обезбедат поволно опкружување за слободата на медиумите и медиумскиот плурализам. Еден од начините на кој државите можат да поттикнат обезбедување финансиски одржливо опкружување за медиумите е да се предвидат мерки за поддршка на медиумите и медиумскиот плурализам, чија крајна цел треба да биде заштита и унапредување на правото на слобода на изразување.

Имајќи го предвид сето ова, Советот на Европа во **Препораката CM/Rec(2018)1 за плурализам во медиумите и транспарентност на медиумската сопственост**¹ посочува дека „земјите членки треба да го охрабрат и поддржат формирањето и функционирањето

¹ Совет на Европа „Препорака CM/Rec(2018)1 за плурализам во медиумите и транспарентност на медиумската сопственост“, достапно на: [https://search.coe.int/cm/#{%22CoEIdentifier%22:\[%220900001680790e13%22\],%22sort%22:\[%22CoEValidationDate%20Descending%22\]}](https://search.coe.int/cm/#{%22CoEIdentifier%22:[%220900001680790e13%22],%22sort%22:[%22CoEValidationDate%20Descending%22]), пристапено на 13.02.2025 година

на малцински, регионални, локални и непрофитни медиуми на заедниците, вклучувајќи и со обезбедување на финансиски механизми со цел да се поттикне нивниот развој. Таквите независни медиуми им даваат глас на заедниците и поединците за теми од важност за нивните потреби и интереси, и на тој начин помагаат во креирањето јавна изложеност на темите кои можеби не се застапени во главните медиуми, и во олеснувањето на инклузивните и партиципаторните процеси на дијалог во и помеѓу заедниците и на регионално и на локално ниво“.

Во март 2022 година, Комитетот на министри на Советот на Европа ја усвои **Препораката CM/Rec(2022)4 за промовирање поволна средина за квалитетно новинарство во дигиталната ера**². Како прв од општите принципи за обезбедување одржливо медиумско опкружување е посочена финансиската одржливост на квалитетното новинарство, која останува еден од најсериозните предизвици за квалитетното новинарство. Комитетот на министри укажува дека особено тешко е погодено локалното новинарство кое е на работ на целосно исчезнување на многу места, што претставува закана локалните заедници да бидат лишени од клучните чувари на локалните власти и јавните работи. Поради тоа, државите се охрабруваат да ја проценат потребата од „корективни и проактивни мерки, од законодавна, регулаторна и/или олеснувачка природа, и да ги преземат неопходните чекори насочени кон обезбедување финансиска одржливост на квалитетното новинарство како јавно добро“, при што особено внимание треба да се обрне на оние делови од областа кои се соочуваат со зголемени финансиски предизвици, како што се локалното новинарство, истражувачкото новинарство и прекуграничното новинарство. Дел од мерките што на државите членки им се препорачуваат се даночни олеснувања за медиумските организации и даночни и други стимулации за корисниците, односно политики насочени кон промовирање и олеснување на производството и ширењето квалитетни вести и други медиумски содржини преку охрабрување на нивната потрошувачка.

Во октомври 2023 година, Конгресот на локални и регионални власти на Советот на Европа го објави Извештајот од својата 45 сесија - „**Локални и регионални медиуми: чувари на демократијата, чувари на кохезијата на заедницата**“³, во кој се разгледуваат прашањата во врска со растечкиот тренд на појава на т.н. медиумски пустини во европските градови и

² Совет на Европа „Препорака CM/Rec(2022)4 за промовирање поволна средина за квалитетно новинарство во дигиталната ера“, достапно на: [CM/Rec\(2022\)4](#), пристапено на 13.02.2025 година.

³ Совет на Европа, Конгрес на локални и регионални власти, „Локални и регионални медиуми: чувари на демократијата, чувари на кохезијата на заедницата“, достапно на: [1680accd26](#), пристапено на 13.02.2025 година.

региони, нивното влијание врз демократијата, како и улогата на локалните и регионалните власти во справувањето со оваа појава. На оваа сесија Конгресот ги усвои Резолуцијата 496 (2023), адресирана до локалните и регионалните власти, и Препораката 498 (2023), адресирана до владите на земјите членки. Со **Резолуцијата 496 (2023)** Конгресот ги повикува локалните и регионалните власти во државите членки да: 1. започнат кампањи за подигање на јавната свест за важноста на локалните вести и последиците од локалните медиумски пустини, во соработка со граѓанското општество, новинарските организации и жителите; 2. привлечат и задржат талентирани новинари во локалните заедници преку стипендии, пракси и други програми што обезбедуваат можности, обука и финансиска поддршка; 3. развијат кодекс на практика и обука за избраните функционери и локалните и регионалните администрации во однос на интеракциите со локалните медиуми кои ги промовираат транспарентноста, отвореноста и ефективната комуникација за заштита на независноста и избегнување на политичко мешање; 4. дизајнираат и имплементираат систем за поддршка на локалните и регионалните медиуми, кој е транспарентен и го има јавниот интерес во суштината, и да поттикнат основање и развој на непрофитни новински организации, медиуми на заедницата и хиперлокални новинарски иницијативи кои можат да помогнат во пополнувањето на празнините оставени од намалувањето на бројот на комерцијални медиуми; и 5. промовираат иницијативи за соработка на локалните новински платформи со организациите на заедницата, училиштата и академските институции, за заедничко користење ресурси и експертиза за да се обезбеди сеопфатно покривање со локални вести. Со **Препораката 498 (2023)** Конгресот бара од Комитетот на министри да ги повика соодветните национални власти на земјите членки на Советот на Европа да: 1. инвестираат во сеопфатно прибирање податоци и компаративни истражувања за подобро разбирање и решавање на предизвиците со кои се соочуваат локалните и регионалните медиуми во земјата членка; 2. ги адресираат нееднаквостите кај пристапот до локалните вести преку промовирање достапен широкопојасен пристап и програми за дигитална писменост, како и иницијативи за медиумска писменост, вклучително и преку училишта и од рана возраст па натаму, и земајќи ги предвид специфичните потреби за локални и регионални медиуми, особено во обесправените заедници; 3. ги разгледаат специфичните предизвици со кои се соочуваат локалните и регионалните новинари при спроведување на активностите во рамки на Кампањата на Советот на Европа за безбедност на новинарите, и да ги вклучат новите локални и регионални организации, како и локалните и регионалните власти во нивните соодветни национални поглавја; 4. развијат сеопфатни политики и транспарентни системи за поддршка со директни и индиректни субвенции за да се одговори

на предизвиците со кои се соочуваат субнационалните медиуми, да се промовираат иновациите и да се поттикне квалитетот на локалното и регионално новинарство; 5. креираат еднакви услови за сите и да обезбедат дека локалните вести се видливи и достапни онлајн преку иницијативи за креирање политики кои конкретно се однесуваат на моќта на дигиталните платформи и нивното влијание врз локалните и регионалните медиуми.

II. Регионални и локални радиодифузери во РС Македонија

Во ноември 2018 година, Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги ја изработи студијата „**Регионални и локални телевизии во Македонија**“⁴. Целта на оваа студија беше да се утврдат состојбите на регионалниот и на локалниот телевизиски пазар, и врз основа на сознанијата добиени за нив, да се дадат препораки за надминување на пречките за развој и за создавање услови за одржливи модели на финансирање на регионалните и локалните телевизиски станици.

Генерално, сознанијата што произлегоа од студијата беа дека состојбите на регионалниот и на локалниот телевизиски пазар се далеку од задоволителни - телевизиите се економски слаби, работат непрофитабилно, имаат мала гледаност, речиси сосема се неатрактивни за маркетинг агенциите и за големите огласувачи, а нивните редовни огласувачи – регионалните и локалните претпријатија се со многу слаб огласувачки потенцијал. Овие телевизии не располагаат ниту со доволно финансиски средства, ниту со соодветно обучен кадар за да продуцираат квалитетни содржини со што би ги надминале пречките за развој, односно би ја зголемиле својата гледаност, а со тоа и приходите. Претставниците на рекламните агенции, со кои беа спроведени длабински интервјуа за потребите на Студијата, посочија дека поради нивната многу мала гледаност речиси е сосема неоправдано да се издвојуваат средства за огласување на овие телевизии. Дополнителен проблем за регионалните и локалните телевизии претставуваше и огласувањето на интернет, поради тоа што некои од огласувачите дел од средствата за огласување на овие телевизии пренасочуваа за огласување на интернет, што не беше случај со средствата за огласување на телевизиите на државно ниво.

Врз основа на овие сознанија, во Студијата беа дадени следните препораки:

⁴ АВМУ, „Регионални и локални телевизии во Македонија“, достапно на <https://avmu.mk/wp-content/uploads/2025/01/Студија-за-утврдување-на-состојбите-на-регионалниот-и-локалниот-TB-пазар.pdf>, пристапено на 14.02.2025 година

1. Прв чекор за подобрување на состојбата на регионалните и локалните телевизии е да се препознае нивната важност за обезбедување демократски амбиент во општеството;
2. При креирањето на медиумската регулатива нужно е да се имаат предвид битните прашања што се однесуваат на работењето на регионалните и локалните телевизии, со што ќе се обезбеди регулаторна рамка која ќе овозможи развој на овој сегмент од телевизиската индустрија;
3. Потребно е да се организираат обуки за подигнување на капацитетот на новинарите и на реализаторскиот кадар во регионалните и локалните телевизии со цел зголемување на квалитетот на продуцираните содржини, како и обуки за развивање на нови бизнис модели и за можностите за нови извори на приходи што ги нуди дигиталното опкружување;
4. Да се размисли за формирање фонд за поттикнување на продукцијата на аудиовизуелни дела;
5. Имајќи ја предвид тешката економска состојба на регионалните и локалните телевизии, потребно е да се разгледа можноста надоместокот за дозволата да го плаќаат на неколку рати;
6. АВМУ да продолжи да изработува анализи, истражувања и студии, со коишто на регионалните и на локалните телевизии ќе им се обезбедат податоци што се значајни за нивното работење, со оглед на тоа дека тие самите не се во можност да финансираат ваков вид истражувања.

Овие препораки се валидни и сега, после повеќе од шест години, а важат и за регионалните и за локалните радиостаници.

Од 2018 година, кога Агенцијата ја изработи оваа студија, досега состојбата е уште повеќе влошена. Причините за тоа се повеќе, но најзначајни се економската криза во државава предизвикана од пандемијата со вирусот Ковид-19, кога огласувачите драстично ги намалија буџетите за рекламирање, и воениот конфликт меѓу Русија и Украина и глобалната енергетска криза што тој ја предизвика, а кои сериозно ја погодија македонската економија. Дополнително, регионалните и локалните телевизии и радија се сериозно погодени од појавата на новите онлајн медиуми, поради тоа што огласувачите почесто пренасочуваат дел од буџетот за рекламирање на т.н. традиционални регионални и локални медиуми за рекламирање на онлајн медиумите,

отколку од буџетите за рекламирање на телевизиите и радиостаниците на државно ниво.

Во август 2023 година, по барање на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, а во рамки на проектот „Заштита на слободата на изразување и на слободата на медиумите во Северна Македонија“ (ЈУФРЕКС 2), беше изработена студијата **„Економска виталност и одржливост на аудиовизуелната медиумска индустрија во дигиталното опкружување – Северна Македонија“**⁵. Експертите што ја изработија оваа студија посочуваат дека регионалните и локалните ТВ радиодифузери се во најлоша економска ситуација, а нивната програмска понуда е еднообразна и со многу лош квалитет. Регионалниот телевизиски пазар е многу заситен и фрагментиран, со преголем број канали на малиот пазар за рекламирање. Локалната комерцијална телевизија е економски најслабиот и најмалку одржливиот сектор на ТВ пазарот, со оглед на ограничениот економски потенцијал на областите каде што ги емитуваат своите програмски сервиси, како и високите трошоци за самата телевизиска продукција. Со многу ретки исклучоци на две или три регионални телевизии, сите други субјекти од овие два сектора немаат ниту програмска политика, ниту деловна стратегија. Постојаниот недостаток на приходи влијае на сите програмски сегменти, но најмногу на квалитетот и количината на вестите и актуелните програми. Оттука, „деловниот пристап“ на овие радиодифузери е ограничен на намалување на сите можни трошоци на минимум, намалување на бројот на вработени во сите сегменти на програмата, особено во дневните вести.

Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги изработува редовни **годишни анализи на економското работење на радиодифузерите**, од кои се добиваат прецизни сознанија за состојбите на посебните релевантни пазари, преку анализа на податоците за вкупните приходи и структурата на приходите на радиодифузерите, вкупните трошоци и структурата на трошоците, финансискиот резултат од работењето и просечниот број на вработени лица кај секој радиодифузер, во годината за која се однесува анализата. Овие податоци покажуваат дека нема никакво подобрување во

⁵ Совет на Европа, „Економска виталност и одржливост на аудиовизуелната медиумска индустрија во дигиталното опкружување – Северна Македонија“, достапно на: <https://rm.coe.int/assessment-media-viability-and-sustainability-north-macedonia-mkd-/1680ac5bcf>, пристапено на 14.02.2025 година

однос на економската одржливост на регионалните и локалните радиодифузери, дека тие остваруваат многу мали приходи и работат на раб на профитабилност⁶.

Имајќи ги предвид ваквите состојби на регионалните и локалните пазари, во својот **Стратешки план за периодот од 2024 до 2028 година**⁷, Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги предвиде дека за да ја испита можноста за воведување мерки за поддршка за локалните и регионалните радиодифузери и за непрофитните радиодифузни установи, во 2025 година ќе изработи анализа за да се утврди оправданоста да се воведат даночни олеснувања за регионалните и локалните радиодифузери, како и за непрофитните радија, и доколку се покаже дека постои потреба и можност да се воведат вакви олеснувања, Агенцијата ќе ја достави до Владата за да се иницираат измени на даночните закони.

III. Класификација на регионалните и локалните радиодифузери според Законот за трговските друштва

Според големината, трговските друштва можат да бидат микро, мали, средни и големи. Критериумите според кои се определува големината на трговските друштва се утврдени во членот 470 од Законот за трговски друштва, и станува збор за: 1. бројот на вработените, 2. годишниот приход и 3. просечната вредност на вкупните средства по годишните сметки во последните две години (пресметковни години). Оттука:

- За микро трговец се смета трговецот кој во секоја од последните две пресметковни години, односно во првата година од работењето ги задоволил следниве два критериуми: 1) просечниот број на вработените, врз основа на часови на работа да е до десет работници и 2) бруто приходот остварен од трговецот од кој било извор да не надминува 50.000 ЕВРА во денарска противвредност;
- Мал трговец е трговецот кој во секоја од последните две пресметковни години,

⁶ АВМУ „Анализа на пазарот на аудио и аудиовизуелни медиумски услуги за 2023 година“, достапно на: [Анализа на пазарот на аудио и аудиовизуелни медиумски услуги за 2023 година.pdf](#), пристапено на 17.02.2025 година

⁷ АВМУ, Стратешки план на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги 2024-2028“, достапно на: <https://avmu.mk/strategija-na-razvoj/>, пристапено на 14.02.2025 година.

односно во првата година од работењето ги задоволил најмалку два од можните три следни критериуми, и тоа: 1) просечниот број на вработените врз основа на часови на работа да е до 50 работници и 2) годишниот приход да е помал од 2.000.000 евра во денарска противвредност, или 3) просечната вредност (на почетокот и на крајот на пресметковната година) на вкупните средства (во активата) да е помала од 2.000.000 ЕВРА во денарска противвредност;

- За среден трговец се смета трговецот кој во секоја од последните две пресметковни години, односно во првата година од работењето ги задоволил најмалку два од можните три следни критериуми, и тоа: 1) просечниот број на вработените врз основа на часови на работа да е до 250 работници и 2) годишниот приход да е помал од 10.000.000 ЕВРА во денарска противвредност или 3) просечната вредност (на почетокот и на крајот на пресметковната година) на вкупните средства (во активата) да е помала од 11.000.000 ЕВРА во денарска противвредност.
- Трговците кои не се распоредуваат во мали или средни трговци стекнуваат статус на големи трговци.

Табела 1: Категоризација на регионалните и локалните радиодифузери според големината

	микро	мали
Регионални телевизии (вкупно 13)	ТВ Едо, ТВ Шутел, ТВ Вистел, ТВ КТВ, ТВ М НЕТ ХД, ТВ Кобра, ТВ Топестрада	ТВ Ера, ТВ МТМ, ТВ Стар, ТВ Тера, ТВ М, ТВ Коха
Локални телевизии (вкупно 13)	12 локални телевизии	ТВ Плус
Регионални радија (вкупно 14)	РА 99, РА Зона М-1, РА Урбан, РА Лајф, РА Роса АБ, РА РФМ, РА Џез ФМ,	РА Буба Мара, РА Ват, РА Клуб ФМ, РА Сити, РА Скај, РА Спортско 90,3 ФМ, РА Фортуна
Локални радија (вкупно 33)	сите 33 локални радија	

Во 2023 година, 59 од вкупно 73 регионални и локални радиодифузери биле микро, а останатите 14 мали трговски друштва.

Седум од 13те регионални телевизии биле микро субјекти, а останатите шест мали субјекти. Само една локална телевизија (кумановската ТВ Плус) била мал трговец, а останатите 12 микро трговци. Половина од регионалните радиостаници биле микро, а половина мали трговци, а сите локални радиостаници (вкупно 33) биле микро трговци. Податоците за просечниот број на вработените врз основа на часови на работа, бруто приходите и просечната вредност на вкупните средства за секој од овие субјекти се во Анекс 1.

IV. Мерки за поддршка на медиумите

Финансиските мерки за поддршка на медиумите може да бидат директни (субвенции, грантови, фондови) или индиректни (разни даночни олеснувања). Какви мерки ќе се применуваат зависи од специфичните цели кои треба да се постигнат - зајакнување на финансиската одржливост на помалите медиуми, охрабрување инвестиции во квалитетна новинарска содржина, намалување на оперативните трошоци на медиумите, поттикнување нови вработувања во медиумскиот сектор и друго. Секоја земја ја дизајнира својата политика во однос на мерките за поддршка на медиумите во зависност од карактеристиките на медиумскиот пејсаж и во зависност од специфичните цели што треба да се постигнат.

Директните мерки може да се однесуваат на: фондови за продукција на програмски содржини, финансиска поддршка и субвенции за медиумите на малцинските јазици, грантови за истражувачко новинарство, за обука на новинари, за финансирање иновативни новинарски проекти и друго.

Индиректните мерки може да се однесуваат на разни даночни олеснувања, како што се на пример: намалување на данокот на додадена вредност, олеснувања при оданочување на приходите од рекламирање, специфични даночни режими за непрофитните медиуми, посебни даночни стимулации за локалните медиуми, намалување на данокот на добивка за медиумите, даночни олеснувања за инвестиции во техничка опрема и дигитализација и друго.

V. Можности и оправданост за воведување даночни ослободувања како мерка за поддршка на регионалните и локалните телевизии

Македонскиот даночен систем препознава четири видови даноци: даноци на доход, даноци на потрошувачка, даноци на имот и придонеси од задолжително социјално осигурување.

Даноките на доход претставуваат директни даноци. Такви се: 1. данокот на личен доход (обврзници се физичките лица резиденти на земјата што остваруваат доход во земјата и во странство) и 2. данокот на добивка (обврзник е правно лице - резидент на РС Македонија, кое остварува добивка од вршење дејност во земјата и странство и постојана деловна единица на странско лице за добивката што ја остварува од вршење дејност на територијата на РС Македонија).

Даноците на потрошувачка се индиректни даноци и тие ги опфаќаат: 1. данокот на додадена вредност (обврзник е лице кое трајно или повремено самостојно врши стопанска дејност, независно од целите и резултатите од оваа дејност); 2. царините (обврзници се сите физички и правни лица кои увезуваат стоки од странство); и 3. акцизите (обврзник на акциза е имател на акцизна дозвола, лица кои увезуваат акцизни добра, производител или увозник на добра за кои акцизата се плаќа при користење на контролните марки).

Релевантни за оваа студија се данокот на добивка и данокот на додадена вредност, поради што во продолжение подетално се појаснети овие два вида даноци и се анализирани можностите и оправданоста за да се воведат одредени даночни олеснувања за регионалните и локалните телевизии и радија.

V. а. Данок на добивка

Начинот на оданочување на добивката, стапката по која се пресметува, обврзниците за плаќање, даночната основа за пресметување на овој данок, роковите за плаќање, како и други прашања кои се значајни за утврдување и плаќање на данокот на добивка се уредени со Законот за данокот на добивка (Службен весник на РМ, бр. 112/14, 129/15, 23/16, 190/16, 248/18, и Службен весник на РСМ, бр. 232/19, 275/19, 290/20, 151/21 и 199/23 од 25.09.2023 година).

Предмет на оданочување е добивката којашто даночните обврзници ја остваруваат од деловни, финансиски и неделовни трансакции.

Даночен обврзник е правно лице резидент на РС Македонија кое остварува добивка од вршење на дејност во земјата и странство (член 4).

Даночна основа е добивката која се утврдува во даночниот биланс, и тоа како разлика меѓу вкупните приходи и вкупните расходи на даночниот обврзник во износи утврдени согласно со прописите за сметководството и сметководствените стандарди (член 7).

Даночната стапка изнесува 10% (член 2).

Законодавецот утврдил две различни форми на овој данок – 1. данок на добивка и 2. данок на вкупен приход, при што трговските друшта се класифицирани во три категории:

1. Трговските друштва класифицирани како мали и микро трговци, чиј вкупен приход остварен во годината за која се утврдува данокот од било кој извор изнесува над 6.000.000,00 денари се обврзници за плаќање данок на добивка со даночната стапка од 10%.
2. Трговските друштва кои извршуваат стопанска дејност (освен банкарска, финансиска, осигурителна и дејност од областа на игрите на среќа и забавните игри) и чиј вкупен приход остварен во годината за која се утврдува данокот од било кој извор изнесува од 3.000.001,00 до 6.000.000,00 денари на годишно ниво можат да се определат наместо данок на добивка со даночна стапка од 10%, да пресметуваат и плаќаат годишен данок на вкупен приход во висина од 1% од износот на остварениот вкупен приход искажан во Билансот на успех во годишната сметка и финансиските извештаи според одредбите од Законот за трговските друштва, за деловната година за која се утврдува данокот.
3. Трговските друштва чиј вкупен приход остварен во годината за која се утврдува данокот од кој било извор не го надминува износот од 3.000.000,00 денари на годишно ниво се ослободени од плаќање данок од добивка.

Категоризацијата на комерцијалните регионални и локални радиодифузери според критериумот висина на вкупните приходи (последни достапни податоци се за 2023 година) покажува дека:

- Во првата категорија се само пет од нив (три телевизии и две радиостаници).
- Во втората категорија се само девет (четири телевизии и пет радиостаници).
- Во третата категорија се 59 радиодифузери (19 телевизии и 40 радиостаници).

Во 2023 година, од вкупно 73 регионални и локални радиодифузери, само три регионални телевизии (ТВ Ера од Скопје, ТВ Стар од Штип и ТВ Тера од Битола) и две регионални радиостаници (РА Буба Мара и Спортско радио 90,3 ФМ) оствариле вкупни приходи над шест милиони денари, и согласно Законот за данокот на добивка имале обврска да платат 10% од добивката утврдена во даночниот биланс.

Три регионални (ТВ МТМ од Скопје, ТВ М од Охрид и ТВ Коха од Тетово) и една локална телевизија (ТВ Плус од Куманово) и пет регионални радиостаници (РА Скај, РА Фортуна, РА Сити, РА Ват и РА Клуб ФМ) имале вкупни приходи помеѓу три и шест милиони денари и имале можност да се определат дали ќе платат данок на добивка во висина од 10% од

добивката утврдена во даночниот биланс или пак данок на вкупниот приход во висина од 1% од вкупниот приход.

Табела 2: Категоризација на регионалните и на локалните радиодифузери според висината на вкупните приходи остварени во 2023 година

остварени вкупни приходи во 2023 година		
вкупни приходи над 6.000.000,00 денари	вкупни приходи од 3.000.001,00 до 6.000.000,00 денари	вкупни приходи под 3.000.000,00 денари ослободени од плаќање данок на добивка
1. ТВ Тера, Битола 2. ТВ Ера, Скопје 3. ТВ Стар, Штип 4. РА Буба Мара, Скопје 5. РА Спортско 90.3 ФМ, Скопје	1. ТВ МТМ, Скопје 2. ТВ М, Охрид 3. ТВ Коха, Тетово 4. ТВ Плус, Куманово 5. РА Скај, Скопје 6. РА Фортуна, Скопје 7. РА Сити, Скопје 8. РА Клуб ФМ, Скопје 9. РА Ват, Скопје	59 регионални и локални телевизии и радија

Останатите 59 регионални и локални радиодифузери (19 телевизии и 40 радија) во 2023 година оствариле вкупни приходи пониски од три милиони денари и согласно одредбите од овој закон тие се ослободени од плаќање данок на добивка.

Деталните податоци за вкупните приходи што ги остварила секоја регионална или локална телевизија во последните шест години се прикажани во Анексот бр. 2, а за вкупните приходи што ги остварила секоја регионална или локална радиостаница се во Анексот бр. 3.

Табела 3: Број на регионални и на локални радиодифузери според висината на вкупните приходи остварени во последните шест години

година	вкупни приходи над 6.000.000,00 денари	вкупни приходи од 3.000.001,00 до 6.000.000,00 денари	вкупни приходи под 3.000.000,00 денари
2018	7	10	52
2019	7	10	52
2020	8	8	54
2021	11	9	51
2022	7	5	60
2023	5	9	59

Од нив се гледа дека во секоја од последните шест години, најголем број од регионалните и локалните радиодифузери немале обврска да платат данок на добивка поради тоа што вкупните приходи што ги оствариле не достигнувале три милиони денари.

Попрецизно, во 2023 година 81% од регионалните и локалните радиодифузери немале обврска да платат данок на добивка, во 2022 година 83%, во 2021 година 72%, во 2020 година 77%, а во 2019 и во 2018 година по 75%.

Дополнително, анализата на податоците за финансискиот резултат што го оствариле овие медиуми (Анекс 4 и Анекс 5) покажува дека дури и оние медиуми што имале повисоки приходи и влегувале во категоријата трговски друштва кои се обврзници за плаќање данок на добивка, остварувале сосема мали добивки или работеле во загуба. Четири радиодифузери (ТВ Ера, ТВ МТМ, ТВ Коха и РА Фортуна) во 2023 година работеле со загуба.

Во 2023 година, само десет од вкупно 73 регионални и локални радиодифузери платиле данок на добивка, и тоа: РА Буба Мара (371.959,00 денари), ТВ Тера (175.211,00 денари), РА Скај (58.488,00 денари), РА Сити (50.720,00 денари), ТВ Плус (42.803,00 денари), РА Ват (40.948,00 денари), РА Спортско радио 90.3 ФМ (42.530,00 денари), РА Клуб ФМ (32.026,00 денари), ТВ Стар (17.794,00 денари) и ТВ М (12.140,00 денари).

Во последните шест години (Анекс 4 и Анекс 5) финансискиот резултат од работењето на значаен дел од регионалните и локалните радиодифузери е негативен, односно остваруваат загуба од работењето, а останатите работат на раб на профитабилност, односно остваруваат сосема мали добивки.

V. б. Данок на додадена вредност

Начинот на кој се пресметува и плаќа данокот на додадена вредност е уреден со Законот за данокот на додадена вредност (Службен весник на РМ бр.44/99, 59/99, 86/99, 11/00, Уставен суд бр.93/00, 8/01, 21/03, Уставен суд бр.17/04, 19/04, 33/06, 45/06, 101/06, 114/07, 103/08, 114/09, 133/09, 95/10, 102/10, 24/11, 135/11, 155/12, 12/14, 112/14, 130/14, 15/15, 129/15, 225/15, 23/16, 189/16, 198/18, Службен весник на РСМ бр.98/19, 124/19, 275/19, 267/20, 163/21, 57/22, 199/23 и 3/25).

Предмет на оданочување се прометот на добра и услуги кој се врши со надоместок во земјата од страна на даночниот обврзник во рамките на неговата стопанска дејност и увозот на добра (член 2).

Даночен обврзник е правно или физичко лице кое трајно или повремено самостојно врши стопанска дејност, независно од целите и резултатите од оваа дејност (член 9).

Даночна основа е вкупниот износ на надоместокот што е добиен, или што треба да се добие за прометот, во кој не е вклучен данокот на додадена вредност. Кон надоместокот припаѓа се што примателот на исполнувањето го дава за да прими добро или да користи услуга. Данокот на додадена вредност не припаѓа кон надоместокот.

Даночната стапка, согласно член 28 од овој закон, може да биде општа (18%) и повластена (10% или 5%).

За предметот на оваа студија, важни се три аспекти што ги уредува овој закон:

- прометот на кои добра и услуги се оданочува со повластена даночна стапка;
- прометот на кои добра и услуги воопшто не се оданочува, и
- кои правни и физички лица имаат обврска да плаќаат ДДВ.

1. Со одредбите од глава 5 – „Даночни стапки“ од Законот за додадена вредност утврдено е кога се применува општата даночна стапка, а кога повластена даночна стапка, односно прометот на кои добра и услуги наместо со општата стапка од 18%, ќе се оданочува со повластена стапка од 5% или од 10%.

Овој закон предвидува да се користат повластените даночни стапки за печатените медиуми и другите периодични публикации. Попрецизно, во членот 30 став 1 точка 3 од Законот за данок на додадена вредност утврдено е дека „повластена даночна стапка од 5% се применува врз прометот и увозот на ...весници и други периодични публикации...освен публикации кои служат претежно за рекламни цели, како и публикации со порнографска содржина“. Ова значи дека при продажба на печатените медиуми, наместо данок на додадена вредност од 18%, се пресметува и плаќа данокот пресметан според повластената стапка во висина од 5%, што ќе ја намали продажната цена на весникот. Имајќи предвид дека данокот на додадена вредност го плаќа корисникот на услугата, во конкретниов случај

физичкото или правното лице кое го купува весникот, јасно е дека целта е да се поттикне потрошувачката.

Ваквиот пристап е неприменлив за регионалните и локалните радиодифузери во РС Македонија, поради тоа што тие не ги продаваат своите услуги директно на гледачите односно на слушателите, туку се финансираат од продажба на времето за рекламирање на огласувачите.

Рекламирањето се оданочува со општата даночна стапка од 18% и овој износ го плаќаат огласувачите. Евентуално намалување на даночната стапка за рекламирање, односно примена на повластените даночни стапки би имала оправданост доколку тоа доведе до зголемување на обемот на рекламирање, а со тоа и на приходите на регионалните и локалните радиодифузери. Меѓутоа, веројатноста да се постигне тоа речиси не постои, поради неколку причини: 1. потенцијалните огласувачи на регионалните и на локалните радиодифузери се со многу ограничени ресурси (станува збор за мали локални и регионални претпријатија кои немаат можност да издвојат позначајни средства за рекламирање на своите производи и услуги); 2. цените по кои регионалните и локалните радиодифузери го продаваат времето за рекламирање се и онака многу ниски, а времето за рекламирање кај најголем дел од нив ни оддалеку не е целосно искористено, што значи дека цените во никој случај не се причина за ниските приходи од рекламирање; и 3. големите огласувачи немаат речиси никаков интерес да се огласуваат на овие медиуми поради слабата гледаност и слушаност. Ова води кон заклучок дека евентуална примена на повластени даночни стапки за рекламирањето нема да придонесе за да се постигне потребното подобрување на состојбите кај регионалните и кај локалните радиодифузери.

2. Со одредбите од глава 4 – „Даночни ослободувања“ утврдено е прометот на кои добра и услуги целосно се ослободува од данок на додадена вредност. Согласно член 23 став 1 точка 9, *„се ослободуваат од данок на додадена вредност...услуги на радиодифузни и телевизиски станици, освен комерцијалните дејности“*. Оваа одредба е нејасна и непрецизна - доколку интенцијата на законодавецот била да се посочи дека непрофитните радиодифузни установи се ослободуваат од данок на додадена вредност, тогаш нејасно е зошто се споменуваат телевизиските станици, имајќи предвид дека согласно член 65 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, непрофитен радиодифузер може да биде само радиостаница, а доколку не била таа интенцијата, тогаш не е јасно кои се тие

некомерцијални дејности на „радиодифузните и телевизиските станици“ што тие би ги наплатиле за да бидат ослободени од данок на додадена вредност.

3. Обврска за задолжителна регистрација за целите на данокот на додадена вредност имаат само оние даночни обврзници кои во изминатата година оствариле вкупен оданочив промет над два милиони денари. Попрецизно, согласно член 51 од Законот за данокот на додадена вредност *„сите даночни обврзници, чиј вкупен промет во изминатата календарска година надминал износ од 2.000.000 денари или чиј вкупен промет се предвидува на почетокот од вршењето на стопанската дејност дека ќе го надмине износот или во текот на годината го надмине износот обврзани се за регистрација за данокот на додадена вредност. Обврската за регистрација за данокот на додадена вредност не се однесува за даночни обврзници во смисла на член 32 точка 4 и член 46 на овој закон“.*

Агенцијата не располага со податоци за прометот што го остварил секој регионален и локален радиодифузер во 2023 година. Меѓутоа, од увидот во податоците за приходите од продажба, приходите од дејноста и вкупните приходи во билансите на успех на овие 73 субјекти (Анекс 6 и Анекс 7), видно е дека кај дури 55 од нив приходите од продажба се пониски од два милиони денари, што значи дека во 2023 година над 75% од регионалните и локалните радиодифузери немале обврска да се регистрираат за целите на данокот на додадена вредност.

Табела 4: Број на регионални и на локални радиодифузери според висината на приходите од продажба остварени во 2023 година

	приходи од продажба до 2.000.000,00 денари	приходи од продажба над 2.000.000,00 денари
регионални телевизии	6	7
локални телевизии	12	1
регионални радиостаници	6	8
локални радиостаници	31	2

Ова е особено изразено кај локалните радиодифузери, каде само една од 13 локални телевизии и само две од 33 локални радиостаници имале приходи од продажба повисоки од два милиони денари.

Ваквата состојба, со мали и незначителни поместувања е континуитет во последните шест години.

Табела 5: Број на регионални и на локални радиодифузери според висината на вкупните приходи остварени во последните шест години

година	вкупни приходи до 2.000.000,00 денари	вкупни приходи над 2.000.000,00 денари
2018	47	22
2019	43	26
2020	45	25
2021	44	27
2022	51	21
2023	52	21

Податоците за вкупните приходи во последните шест години покажуваат дека секоја година бројот на регионални и локални радиодифузери чии вкупни приходи изнесувале под два милиони години бил значителен. Јасно е дека износот на приходите од промет на добра и услуги е уште помал, имајќи предвид дека вкупните приходи покрај приходите од промет на добра и услуги ги опфаќаат и другите видови приходи, како што се на пример отпис на обврски, донации, грантови, курсни разлики и друго.

VI. Можности и оправданост за воведување директни мерки за поддршка на регионалните и локалните телевизии

Директните мерки за поддршка на медиумите може да бидат субвенции, грантови и фондови. Субвенциите се доделуваат за да се покријат одредени тековни трошоци на медиумите (на пример придонесите за платите за вработените), а целта е да се обезбеди поддршка за тековното работење на медиумите. Субвенциите се доделуваат на редовна основа, за разлика од грантовите кои се еднократни и се доделуваат за поддршка на одредени специфични активности или за конкретен проект (на пример истражувачки студии). Фондовите пак, претставуваат долгорочни извори за финансирање, наменети за остварување на специфични цели (на пример развој на медиумскиот плурализам).

Агенцијата, уште во својата Стратегија за периодот 2019-2023 година, истакна дека е потребно да се почне со активности за развивање на механизми за поддршка на медиумите, при што појдовна точка треба да биде Препораката CM/Rec(2018)1 за плурализам во медиумите и транспарентност на медиумската сопственост, со која Советот на Европа им препорача на земјите членки да развијат стратегии и механизми за поддршка на професионалните информативни медиуми и квалитетно истражувачко новинарство. Ваквите мерки треба да бидат и од финансиска природа и да се однесуваат на субвенции или други облици на помош, на пример едукација на новинарите, медиумско истражување, истражувачко новинарство, иновации во медиумите и друго. Исто така, Агенцијата истакна дека е неопходно сериозно да се размисли за создавање на фонд за поддршка на домашната играна и документарна продукција, со посебен акцент на дефицитарните телевизиски форми и жанрови, како што се програмите за деца. Оваа потреба е засилена од фактот што домашната продукција на вакви содржини е во континуиран пад, што негативно се одразува врз медиумскиот плурализам и квалитетот на понудените програми и на националните и локалните радиодифузери.

Во 2023 година, по нарачка на Агенцијата, беше изработена студија под наслов „Економска виталност и одржливост на аудиовизуелната медиумска индустрија во дигиталното опкружување - Северна Македонија“, која содржи компаративна анализа на механизмите за поддршка на продукцијата на аудиовизуелни содржини во неколку европски земји, идентификувајќи добри практики кои би можеле да се искористат како модел за развивање најсоодветен систем за поддршка на домашната продукција во Македонија.

Економската состојба на радиодифузерите е незавидна и го продлабочува недостатокот на домашна играна, документарна и детска програма. Единствениот ефикасен начин за надминување на овој проблем е државата да развие фонд за финансирање аудио и аудиовизуелни содржини, кој ќе обезбеди континуирана поддршка за продукцијата на квалитетни медиумски проекти. Покрај медиумскиот регулатор, на ваквата потреба во изминативе години укажуваат и други релевантни чинители во областа во повеќе нивни истражувања и анализи.

Процесот на развивање механизми за поддршка на медиумите треба да биде транспарентен, широк и инклузивен, вклучувајќи ги сите засегнати страни – медиумите, граѓанските организации кои работат во областа на медиумите, експертите и институциите. Во подготвителната фаза потребно е да се разгледаат неколку клучни прашања: определување на изворите на финансирање на фондот; утврдување на надлежното тело кое ќе управува со распределбата на средствата; дефинирање на субјектите кои ќе имаат право да аплицираат за поддршка; јасно и прецизно утврдување на целите на фондот; воспоставување јасни критериуми за користење на фондот; и други важни прашања.

Создавањето на ваков фонд ќе претставува значаен чекор кон одржлив развој на медиумскиот сектор, осигурувајќи високо квалитетни содржини за публиката, зајакнување на домашната продукција и поттикнување на независното и истражувачко новинарство како клучни сегменти на демократското општество.

АНЕКСИ

АНЕКС 1 – Класификација на регионалните и локалните радиодифузери според големината (член 470 од Законот за трговски друштва)

МИКРО ТРГОВЦИ				
	Просечен број на вработени до 10 работници		брuto приход до 50.000 евра (3.075.000,00 денари)	
	2022	2023	2022	2023
ТВ Едо	8	7	2.9	2.87
ТВ Шутел	н.п.	н.п.	0.31	0.04
ТВ Вистел	/	6	/	0
ТВ КТВ	6	6	2.69	2.93
ТВ М Нет-ХД	4	3	1.46	1.38
ТВ Кобра	4	2	1.17	1.4
ТВ Топестрада	1	1	0.08	1.01
ТВ Феста	1	4	0.13	1.79
ТВ Њуз	1	4	0	0.36
ТВ Дуе	3	3	0.91	0.45
Г-ТВ	6	5	2.52	1.68
ТВ К	2	3	0.84	1.05
ТВ Калтрина	3	3	0.16	0.17
ТВ Спектра	1	4	0.08	0.12
ТВ Гурра	1	3	0.43	1.05
ТВ Ускана медиа	1	1	0.44	0.38
ТВ Дибра	3	2	0.18	0.48
ТВ Протел	4	3	0.85	1.58
ТВ Свет	1	2	0.73	0.89
РА 99	1	2	1.43	0.4
РА Зона М-1	1	1	0.79	0.89
РА Урбан	3	4	1.2	0.74
РА Лајф ФМ	4	3	2.82	2.98
РА Роса АБ	2	3	0.95	0.28
РА РФМ	н.п.	5	0.42	0.23
РА Џез ФМ	1	н.п.	0.58	1.05
РА 106	3	3	1.25	1.33
РА Валандово	1	1	0.45	0.38
РА Голди	1	н.п.	0.68	0.78
РА Мерак 5 ФМ	н.п.	1	0.34	0.3
РА Ла Коста	1	2	0.24	0.52
РА Комета	1	1	0.67	0.8
РА Тајм	4	3	1.51	1.51
РА Галакси-2002	2	2	0.91	1.2
РА Кавадарци	2	2	5.07	2.9
РА Александар Македонски	1	1	0.11	0.13
РА Акорд	1	1	0.24	0.21
РА Медисон	1	1	0.14	0.16
РА Кочани ФМ	3	3	1.13	1.53
РА Бум	1	1	1.57	1.92
РА Јехона	1	1	0.45	0.55
РА Пулс	1	1	1.01	1.04
РА Супер	4	4	2.05	1.93

РА Мефф	1	1	1.08	1.08
РА Холидеј	3	2	1.73	1.83
РА Пела	3	2	0.98	1.01
РА Еко	1	1	0.18	0.44
РА Модеа	1	1	0.4	0.59
РА Свети Николе	3	1	1.41	0.81
РА Плеј	2	2	1.23	1.24
РА Експрес	4	4	2.22	2.52
РА Хит	3	2	1.25	1.36
РА Блета	1	2	0.96	1.53
РА Кисс	2	2	0.75	0.89
РА Плус Форте	1	1	0.64	1.64
РА 7	1	2	1.46	2.42
РА Ред ФМ	1	2	0.25	0.49
РА Енџелс ФМ	4	4	1.77	2
РА Импулс	н.п.	1	0.03	0.07

МАЛИ ТРГОВЦИ						
	Просечен број на вработени до 50 работници		Бруто приход до 2.000.000 евра (123.000.000,00 денари)		просечната вредност на вкупните средства помала од 2.000.000 евра (123.000.000,00 денари)	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023
ТВ Ера	19	11	8.4	9.69	22.04	20.22
ТВ МТМ	3	2	4.91	3.89	5.45	4.69
ТВ Стар	8	7	9.88	7.33	12.62	10.8
ТВ Тера	10	10	8.74	10.44	31.5	29.99
ТВ М	8	7	2.59	4.65	9.14	7.72
ТВ Коха	10	7	8.05	4.02	24.73	21.16
ТВ Плус	7	7	2.3	4.28	4.17	4.11
РА Буба Мара	6	6	14.7	15.86	13.81	15.64
РА Ват	4	5	4.44	4.09	1.37	1.42
РА Клуб ФМ	5	5	2.44	3.2	2.02	2.18
РА Сити	5	5	5.3	5.07	3.62	4.47
РА Скај	4	4	5.06	5.85	7.08	7.74
РА Спортско 90,3 ФМ	7	7	9.23	9.17	6.16	6.77
РА Фортуна	5	5	6.02	5.49	4.32	3.78

АНЕКС 2 – Вкупни приходи на регионалните и на локалните телевизии во периодот од 2018 до 2023 година (во милиони денари)

	ТВ	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Регионални телевизии	ТВ Едо	2.40	2.88	3.97	2.99	2.90	2.87
	ТВ Ера	15.76	10.37	10.54	12.08	8.40	9.69
	ТВ МТМ	7.05	4.95	6.08	6.85	4.91	3.89
	ТВ Шутел	2.88	3.41	4.26	3.25	0.31	0.04
	ТВ Вистел	/	/	/	/	/	0.00
	ТВ КТВ	2.31	3.76	2.08	4.13	2.69	2.93
	ТВ Стар	6.44	8.06	8.36	10.35	9.88	7.33
	ТВ М Нет-ХД	/	/	0.32	2.56	1.46	1.38
	ТВ Кобра	3.00	2.58	1.77	1.75	1.17	1.40
	ТВ Тера	7.04	11.57	9.58	15.20	8.74	10.44
	ТВ М	5.14	6.84	5.01	8.45	2.59	4.65
	ТВ Коха	6.15	7.79	8.38	12.84	8.05	4.02
	ТВ Топестрада	1.07	1.01	2.53	1.22	0.08	1.01
	ТВ Плус	3.12	5.08	4.89	6.82	2.3	4.28
Локални телевизии	ТВ Феста	0.55	1.52	1.44	1.81	0.13	1.79
	ТВ Њуз	/	/	/	/	0.00	0.36
	ТВ Дуе	1.04	1.57	2.49	6.22	0.91	0.45
	Г-ТВ	1.40	2.73	2.37	6.73	2.52	1.68
	ТВ К	1.21	1.20	1.37	1.38	0.84	1.05
	ТВ Калтрина	0.10	2.22	1.03	3.85	0.16	0.17
	ТВ Спектра	0.75	0.65	1.12	1.78	0.08	0.12
	ТВ Гурра	1.04	2.29	1.83	0.99	0.43	1.05
	ТВ Ускана медиа	0.98	2.45	1.74	3.21	0.44	0.38
	ТВ Дибра	0.92	0.62	1.09	0.91	0.18	0.48
	ТВ Протел	1.53	1.32	1.14	1.74	0.85	1.58
	ТВ Свет	1.07	0.89	0.83	0.92	0.73	0.89

АНЕКС 3 – Вкупни приходи на регионалните и на локалните радиостаници во периодот од 2018 до 2023 година (во милиони денари)

радиостаница	2018	2019	2020	2021	2022	2023
РА 99	3.59	0.45	0.84	1.47	1.43	0.40
РА Буба Мара	7.02	7.79	13.35	10.41	14.70	15.86
РА Ват	5.84	4.56	4.63	5.13	4.44	4.09
РА Зона М-1	0.86	0.76	1.27	1.85	0.79	0.89
РА Урбан	2.36	1.75	1.97	1.97	1.20	0.74
РА Клуб ФМ	2.29	2.46	2.85	2.33	2.44	3.20
РА Лајф ФМ	4.18	3.67	4.69	2.67	2.82	2.98
РА Роса АБ	1.69	1.63	2.01	1.60	0.95	0.28
РА РФМ	0.53	0.07	0.18	0.34	0.42	0.23
РА Сити	3.65	4.48	6.18	5.66	5.30	5.07
РА Скај	1.53	2.08	2.83	4.17	5.06	5.85
РА Спортско 90,3 ФМ	7.85	8.17	7.00	8.56	9.23	9.17
РА Фортуна	4.91	4.82	5.27	5.73	6.02	5.49
РА Џез ФМ	0.56	0.64	2.21	0.71	0.58	1.05
РА 106	1.29	1.29	1.16	1.37	1.25	1.33
РА Валандово	0.43	0.41	0.39	0.41	0.45	0.38
РА Голди	0.52	0.88	0.45	0.47	0.68	0.78
РА Мерак 5 ФМ	0.41	0.44	0.63	0.66	0.34	0.30
РА Ла Коста	0.37	0.34	0.32	0.45	0.24	0.52
РА Комета	0.48	0.53	0.40	0.53	0.67	0.80
РА Тајм	1.67	1.66	1.30	1.75	1.51	1.51
РА Галакси-2002	1.77	0.94	1.02	1.37	0.91	1.20
РА Кавадарци	3.35	3.56	3.29	5.33	5.07	2.90
РА Александар Македонски	0.10	0.11	0.11	0.09	0.11	0.13
РА Акорд	0.35	0.31	0.27	0.20	0.24	0.21
РА Медисон	0.35	0.23	0.24	0.17	0.14	0.16
РА Кочани ФМ	0.99	1.25	1.32	1.25	1.13	1.53
РА Бум	1.55	2.07	1.62	1.52	1.57	1.92
РА Јехона	0.16	0.30	0.40	0.36	0.45	0.55
РА Пулс	0.94	0.96	0.94	1.09	1.01	1.04
РА Супер	3.39	3.93	2.58	2.26	2.05	1.93
РА Мефф	0.96	1.01	0.83	1.02	1.08	1.08
РА Холидеј	1.38	1.43	1.61	1.99	1.73	1.83
РА Пела	0.72	1.16	1.17	1.08	0.98	1.01
РА Еко	0.48	0.38	0.38	0.37	0.18	0.44

РА Модеа	0.51	0.41	0.29	0.40	0.40	0.59
РА Свети Николе	0.42	0.93	0.75	1.41	1.41	0.81
РА Плеј	0.97	1.01	1.20	1.45	1.23	1.24
РА Експрес	1.87	1.86	1.96	2.40	2.22	2.52
РА Хит	1.47	1.44	1.07	1.71	1.25	1.36
РА Блета	1.29	1.12	1.34	1.61	0.96	1.53
РА Кисс	0.82	0.91	0.74	0.71	0.75	0.89
РА Плус Форте	0.40	0.40	0.51	0.67	0.64	1.64
РА 7	0.72	0.67	0.92	1.99	1.46	2.42
РА Ред ФМ	0.13	0.34	0.28	0.44	0.25	0.49
РА Енџелс ФМ	1.69	1.56	1.65	2.05	1.77	2.00
РА Импулс	-	-	-	0.05	0.03	0.07

АНЕКС 4 – Финансиски резултат од работењето на регионалните и на локалните телевизии во периодот од 2018 до 2023 година (во милиони денари)

ТВ	2018	2019	2020	2021	2022	2023
ТВ Едо	-1.85	-0.78	-0.06	0.05	-0.21	-1.02
ТВ Ера	0.23	0.47	-0.42	-0.54	-4.23	-1.32
ТВ МТМ	0.13	-0.42	0.90	1.30	0.14	-1.08
ТВ Шутел	0.33	0.14	0.09	0.09	0.09	0.02
ТВ Вистел	/	/	/	/	/	-9.75
ТВ КТВ	-0.73	0.53	-0.59	0.34	-0.35	-0.77
ТВ Стар	0.05	1.10	0.10	0.71	0.13	0.04
ТВ М Нет-ХД	/	/	-0.17	0.61	0.00	0.00
ТВ Кобра	0.01	0.21	-0.17	-0.42	-0.98	-0.36
ТВ Тера	0.08	1.47	1.46	5.45	0.71	1.08
ТВ М	0.03	0.43	0.04	1.36	-3.21	0.01
ТВ Коха	0.13	1.29	0.19	4.48	0.03	-1.41
ТВ Топестрада	-0.85	-0.53	1.01	0.45	-0.62	0.01
ТВ Феста	-0.49	0.73	0.48	0.69	-0.70	0.78
ТВ К	-0.49	-0.19	-0.07	0.01	-0.39	0.04
ТВ Протел	0.01	-0.08	-1.41	-0.18	-1.35	-0.14
ТВ Свет	0.00	-0.03	-0.02	-0.16	-0.29	0.01
ТВ Калтрина	-0.89	1.18	0.06	1.98	-1.04	-1.50
ТВ Спектра	-0.18	-0.16	-0.04	1.29	-0.52	-0.61
ТВ Дибра	-0.14	-0.24	0.24	0.07	-0.70	-0.09
ТВ Гурра	0.07	0.41	0.68	-0.11	-0.34	0.35
ТВ Дуе	0.02	0.20	0.35	1.87	-0.80	-1.05
Г-ТВ	0.00	0.19	0.06	0.87	0.03	-0.81
ТВ Плус	0.01	0.57	0.31	1.79	-1.50	0.01
ТВ Ускана медиа	0.24	0.76	0.30	1.25	-0.69	-0.19
ТВ Њуз	/	/	/	/	-0.18	-0.39

АНЕКС 5 – Финансиски резултат од работењето на регионалните и на локалните радиостаници во периодот од 2018 до 2023 година (во милиони денари)

РА	2018	2019	2020	2021	2022	2023
РА 99	0.30	-0.22	0.30	1.06	0.55	-0.38
РА Буба Мара	0.29	0.64	1.77	0.93	0.88	3.05
РА Ват	1.09	-1.13	0.08	0.01	0.01	0.16
РА Зона М-1	-0.20	-0.11	0.38	0.72	-0.28	-0.46
РА Урбан	-0.12	-0.42	-1.04	-0.05	-1.00	-2.48
РА Клуб ФМ	0.20	0.02	0.52	0.48	0.06	0.13
РА Лајф ФМ	0.47	0.01	-0.10	-1.45	-0.88	-0.40
РА Роса АБ	-1.10	0.00	-0.26	-0.35	-0.89	-1.00
РА РФМ	-0.43	-1.29	-0.38	0.02	0.12	-0.28
РА Сити	0.02	0.12	0.39	0.47	0.40	0.76
РА Скај	-1.05	0.19	0.01	1.16	1.17	1.65
РА Спортско радио 90,3 ФМ	0.30	0.45	0.01	0.00	0.03	0.01
РА Фортуна	0.06	-0.15	-0.03	0.52	-0.78	-0.29
РА Џез ФМ	-0.44	-0.12	1.43	0.13	-0.05	0.53
РА 106	0.10	0.01	0.04	0.32	0.00	0.00
РА Валандово	0.00	-0.03	-0.06	-0.09	-0.04	-0.33
РА Голди	0.03	0.02	0.01	0.04	0.13	0.08
РА Мерак 5 ФМ	-0.47	-0.19	-0.10	0.03	-0.25	-0.23
РА Ла Коста	-0.07	-0.02	-0.03	0.00	0.00	-0.14
РА Комета	0.02	0.01	-0.08	0.02	0.01	0.08
РА Александар Македонски	-0.06	-0.14	-0.05	0.01	0.02	-0.12
РА Тајм	0.03	-0.13	-0.56	0.09	-0.03	0.02
РА Галакси-2002	0.23	0.02	0.03	0.11	-0.11	0.00
РА Кавадарци	0.07	0.05	0.04	1.23	0.52	0.25
РА Акорд	-0.03	-0.02	-0.01	-0.03	-0.01	-0.03
РА Медисон	0.00	0.00	-0.07	0.00	0.01	0.01
РА Кочани ФМ	0.10	0.30	-0.14	-0.06	0.01	0.26
РА Бум	-0.21	0.44	0.11	0.03	-0.10	0.14
РА Јехона ФМ	0.00	0.01	0.00	0.03	0.02	0.00
РА Пулс	0.02	-0.12	-0.07	0.04	0.11	0.05
РА Супер	0.88	1.20	0.15	0.02	-0.32	-0.73
РА Мефф	0.06	0.13	0.06	0.42	0.14	0.21

РА Холидеј	0.02	0.03	0.04	0.29	0.01	0.01
РА Пела	0.11	0.05	0.08	0.01	-0.27	0.01
РА Еко	-0.19	-0.04	-0.08	-0.06	-0.28	-0.08
РА Модеа	0.00	0.00	-0.18	0.00	-0.06	0.01
РА Свети Николе	-1.01	-0.03	-0.86	-0.28	0.05	0.01
РА Плеј	0.26	0.09	0.04	0.46	0.03	0.11
РА Експрес	0.16	0.16	0.23	0.70	0.14	0.23
РА Хит	0.18	0.00	-0.27	0.10	0.00	0.17
РА Блета	0.38	0.09	0.01	0.37	0.01	0.01
РА Кисс	-0.19	-0.09	-0.39	0.06	0.00	0.02
РА Плус Форте	-0.07	-0.04	-0.09	0.21	0.01	0.11
РА 7	0.03	-0.09	0.06	0.31	-0.15	0.56
РА Ред ФМ	-0.14	0.10	-0.29	-0.04	0.01	0.01
РА Енџелс ФМ	-0.19	-0.14	-0.25	0.56	0.17	-0.05
РА Импулс	/	/	/	0.04	0.00	0.00

АНЕКС 6 – Структура на приходите на регионалните и локалните телевизии во 2023 година (во милиони денари)

ТВ	Приходи од продажба	Останати приходи	Приходи од работењето	Финансиски приходи	ВКУПНО
ТВ Едо	1.27	1.6	2.87	0.00	2.87
ТВ Ера	9.69	0.00	9.69	0.00	9.69
ТВ МТМ	2.81	0.21	3.02	0.87	3.89
ТВ Шутел	0.04	0.00	0.04	0.00	0.04
ТВ Вистел	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ТВ КТВ	2.92	0.00	2.93	0.00	2.93
ТВ Стар	6.95	0.38	7.33	0.00	7.33
ТВ М-Нет ХД	0.56	0.82	1.38	0.00	1.38
ТВ Кобра	0.87	0.53	1.4	0.00	1.4
ТВ Тера	7.53	2.88	10.44	0.00	10.44
ТВ М	2.92	1.72	4.65	0.00	4.65
ТВ Коха	2.67	1.35	4.02	0.00	4.02
ТВ Топестрада	0.52	0.00	0.52	0.5	1.01
ТВ Феста	1.78	0.00	1.78	0.00	1.79
ТВ К	1.05	0.00	1.05	0.00	1.05
ТВ Протел	1.58	0.00	1.58	0.00	1.58
ТВ Свет	0.89	0.00	0.89	0.00	0.89
ТВ Калтрина	0.17	0.00	0.17	0.00	0.17
ТВ Спектра	0.06	0.07	0.12	0.00	0.12
ТВ Дибра	0.00	0.48	0.48	0.00	0.48
ТВ Гурра	0.78	0.27	1.05	0.00	1.05
ТВ Дуе	0.45	0.00	0.45	0.00	0.45
Г-ТВ	1.68	0.00	1.68	0.00	1.68
ТВ Плус	3.66	0.62	4.28	0.00	4.28
ТВ Ускана медиа	0.38	0.00	0.38	0.00	0.38
ТВ Њуз	0.36	0.00	0.36	0.00	0.36

АНЕКС 7 – Структура на приходите на регионалните и локалните радиостаници во 2023 година (во милиони денари)

РА	Приходи од продажба	Останати приходи	Приходи од работењето	Финансиски приходи	ВКУПНО
РА 99	0.37	0.03	0.40	0.00	0.40
РА Буба Мара	15.18	0.65	15.83	0.03	15.86
РА Ват	3.81	0.29	4.09	0.00	4.09
РА Зона М-1	0.89	0.00	0.89	0.00	0.89
РА Урбан	0.73	0.01	0.74	0.00	0.74
РА Клуб ФМ	3.20	0.00	3.20	0.00	3.20
РА Лајф ФМ	2.54	0.05	2.59	0.39	2.98
РА Роса АБ	0.28	0.00	0.28	0.00	0.28
РА РФМ	0.19	0.03	0.23	0.00	0.23
РА Сити	5.02	0.05	5.07	0.00	5.07
РА Скај	5.85	0.00	5.85	0.00	5.85
РА Спортско радио 90,3 ФМ	7.76	1.41	9.17	0.00	9.17
РА Фортуна	5.49	0.00	5.49	0.00	5.49
РА Џез ФМ	1.05	0.00	1.05	0.00	1.05
РА 106	1.32	0.01	1.33	0.00	1.33
РА Валандово	0.38	0.00	0.38	0.00	0.38
РА Голди	0.78	0.00	0.78	0.00	0.78
РА Мерак 5 ФМ	0.30	0.00	0.30	0.00	0.30
РА Ла Коста	0.52	0.00	0.52	0.00	0.52
РА Комета	0.79	0.00	0.80	0.00	0.80
РА Александар Македонски	0.09	0.04	0.13	0.00	0.13
РА Тајм	1.50	0.01	1.51	0.00	1.51
РА Галакси-2002	1.08	0.12	1.20	0.00	1.20
РА Кавадарци	2.90	0.00	2.90	0.00	2.90
РА Акорд	0.20	0.00	0.21	0.00	0.21
РА Медисон	0.16	0.00	0.16	0.00	0.16
РА Кочани ФМ	1.53	0.00	1.53	0.00	1.53
РА Бум	1.92	0.00	1.92	0.00	1.92
РА Јехона ФМ	0.52	0.00	0.52	0.02	0.55
РА Пулс	1.04	0.00	1.04	0.00	1.04
РА Супер	1.93	0.00	1.93	0.00	1.93
РА Мефф	1.08	0.00	1.08	0.00	1.08
РА Холидеј	1.83	0.00	1.83	0.00	1.83
РА Пела	0.95	0.06	1.01	0.00	1.01

РА Еко	0.43	0.00	0.44	0.00	0.44
РА Модеа	0.32	0.27	0.59	0.00	0.59
РА Свети Николе	0.66	0.15	0.81	0.00	0.81
РА Плеј	1.24	0.00	1.24	0.00	1.24
РА Експрес	2.51	0.01	2.52	0.00	2.52
РА Хит	1.36	0.00	1.36	0.00	1.36
РА Блета	1.20	0.33	1.53	0.00	1.53
РА Кисс	0.51	0.38	0.89	0.00	0.89
РА Плус Форте	0.77	0.86	1.63	0.01	1.64
РА 7	0.31	2.10	2.41	0.00	2.42
РА Ред ФМ	0.49	0.00	0.49	0.00	0.49
РА Енцелс ФМ	1.91	0.09	2.00	0.00	2.00
РА Импулс	0.07	0.00	0.07	0.00	0.07

Агенција за аудио и аудиовизуелни
 медиумски услуги
 Директор,

 д-р Зоран ТРАЈЧЕВСКИ