



Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги



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

Број: / Numer: 08-2339/1

03.06.2026 година / viti

СКОПЈЕ - SHKUP

---

СТУДИЈА ЗА УТВРДУВАЊЕ НА ОПРАВДАНОСТА ЗА  
ОБЈАВУВАЊЕ ЈАВЕН КОНКУРС ЗА ДОДЕЛУВАЊЕ  
ДОЗВОЛА ЗА ТЕЛЕВИЗИСКО ЕМИТУВАЊЕ НА  
ДРЖАВНО НИВО ПРЕКУ ДИГИТАЛЕН  
ТЕРЕСТРИЈАЛЕН МУЛТИПЛЕКС

---



## СОДРЖИНА:

КЛУЧНИ НАОДИ .....	6
ВОВЕД .....	8
1. Анализа на постојната медиумска понуда .....	12
2. Анализа на ставовите и потребите на публиката .....	22
3. Анализа на економскиот потенцијал на пазарот.....	28
ЗАКЛУЧОЦИ .....	50

## ЛИСТА НА ТАБЕЛИ:

Табела 1: Структура на пријавената неделна програма според медиумската функција .....	14
Табела 2: Учество на програмите со различни медиумски функции во вкупно емитувана неделна програма .....	14
Табела 3: Структура на пријавената неделната програма со забавна функција.....	16
Табела 4: Структура на вкупната пријавена неделна програма со забавна функција .....	17
Табела 5: Структура на пријавената неделна програма со образовна функција.....	19
Табела 6: Структура на вкупната пријавена неделна програма со информативна функција .....	20
Табела 7: Број на комерцијални телевизии .....	29
Табела 8: Вкупни приходи на комерцијални телевизии во последните пет години според начинот и нивото на емитување (во милиони денари).....	30
Табела 9: Стапка на раст на приходите од комерцијално рекламирање .....	33
Табела 10: Вкупни трошоци на комерцијалните телевизии во последните пет години .....	33
Табела 11: Резултат од работењето на комерцијалните телевизии во последните пет години .....	33
Табела 12: Вкупни приходи на терестријалните телевизии на државно ниво во периодот од 2021 до 2025 година.....	36
Табела 13: Приходи од комерцијално рекламирање на комерцијалните терестријални телевизии на државно ниво и на Македонската телевизија во последните пет години .....	39
Табела 14: Искористеност на рекламно време во ударен термин.....	39
Табела 15: Искористеност на рекламно време надвор од ударен термин .....	40
Табела 16: Финансиски резултат од работењето во последните пет години.....	43
Табела 17: Финансиски показатели кај терестријалните телевизии на државно ниво во 2025 година .....	44
Табела 18: Вкупни приходи четирите телевизии на државно ниво преку неограничен ресурс во периодот од 2021 до 2025 година (во милиони денари) .....	46
Табела 19: Приходи од рекламирање (без ППР) на четирите телевизии на државно ниво преку неограничен ресурс во периодот од 2021 до 2025 година .....	46
Табела 20: Вкупни трошоци за производство на програма и вкупни трошоци за набавка на програма во последните пет години (во милиони денари) .....	48
Табела 21: Финансиски резултат од работењето во последните пет години.....	48
Табела 22: Финансиски показатели за 2025 година .....	49

## ЛИСТА НА СЛИКИ:

Слика 1: Колку често гледате телевизија? .....	23
Слика 2: Колку сте генерално задоволен/на со понудата на домашните телевизии? .....	23
Слика 3: До кој степен сметате дека секоја од програмските содржини е застапена на домашните телевизии? .....	24
Слика 4: На какво ниво е квалитетот на секоја од следните програмски содржини? .....	25
Слика 5: Каква содржина најмногу недостига на домашните канали? .....	26
Слика 6: Движење на вкупните приходи на комерцијалните телевизии во последните пет години (во милиони денари) .....	31
Слика 7: Движење на приходите од комерцијално рекламирање во последните пет години (во милиони денари) .....	32
Слика 8: Вкупни приходи на терестријалните телевизии на државно ниво во последните пет години .....	34
Слика 9: Приходи од продажба на терестријалните телевизии на државно ниво во периодот од 2021 до 2025 година.....	36
Слика 10: Приходи од рекламирање (без платено политичко рекламирање) на комерцијалните терестријални телевизии на државно ниво и на МТВ .....	37
Слика 11: Вкупни трошоци на терестријалните телевизии во периодот од 2021 до 2025 година (во милиони денари) .....	41
Слика 12: Директни трошоци за создавање програма во последните пет години .....	41
Слика 13: Трошоци за производство на програма во периодот од 2021 до 2025 година.....	42
Слика 14: Трошоци за производство на програма на терестријалните телевизии во периодот од 2021 до 2025 година (во милиони денари).....	42
Слика 15: Трошоци за набавка на програма на терестријалните телевизии во периодот од 2021 до 2025 година (во милиони денари).....	43
Слика 16: Движење на вкупните приходи и на приходите од комерцијално рекламирање на телевизиите преку неограничен ресурс во периодот од 2021 до 2025 година .....	45
Слика 17: Движење на вкупните приходи и на вкупните трошоци на телевизиите преку неограничен ресурс во периодот од 2021 до 2025 година (во милиони денари) .....	47
Слика 18: Директни трошоци за програма на четирите телевизии на државно ниво преку неограничен ресурс во периодот од 2021 до 2025 година .....	48

## КЛУЧНИ НАОДИ

**Наодите од оваа Студија покажуваат дека не постои оправданост за доделување нова дозвола за телевизиски сервис од општ формат на државно ниво.**

На пазарот веќе функционираат пет телевизии со општ формат, а нема ниту една специјализирана телевизија, што значително ја ограничува тематската разновидност на програмската понуда.

Капацитетите на дигиталниот терестријален мултиплекс претставуваат ограничен ресурс и поради тоа нивната распределба треба да биде насочена кон обезбедување поголема разновидност на програмската понуда (разновидност на формати на програмски сервиси, програмски содржини и жанрови), а не кон дуплирање на веќе постојни програмски концепти.

Имајќи предвид дека операторот на дигиталниот терестријален мултиплекс А1 Македонија ДООЕЛ Скопје ја извести Агенцијата дека *„има технички и оперативни капацитети за пренос на еден СД-канал кој би се емитувал на неенкриптиран терестријален мултиплекс“*, доделувањето на уште една дозвола за телевизија од општ формат не би придонело за суштинско унапредување на медиумскиот плурализам, туку би значело неефикасно користење ограничен јавен ресурс без значително збогатување на програмската понуда за публиката.

Анализата покажува недостиг на разновидност на телевизиската понуда. Сите пет терестријални телевизии емитуваат сервиси од општ формат. Во програмската понуда доминираат забавните содржини, од кои најголем дел е играна програма, и тоа најчесто играни серии од турско производство. И кај информативната и кај образовната програма доминираат само одделни жанрови, што дополнително ја ограничува разновидноста.

Публиката е само делумно задоволна од постојната програмска понуда. Гледачите сметаат дека недостигаат квалитетни домашни серии, документарни, образовни, спортски и детски содржини, како и аналитички и истражувачки емисии.

Пазарот нема економски капацитет за да обезбеди телевизиите да остваруваат доволно приходи за да можат континуирано да вложуваат во разновидна и квалитетна програма, да инвестираат во техничката опременост и во кадар. Економската анализа покажува дека телевизискиот пазар има ограничен капацитет, со стагнација и на вкупните приходи и на

приходите од рекламирање. Дел од позитивните финансиски резултати се должат на привремени извори на приходи, а не на реален раст на пазарот.

## ВОВЕД

Целта на оваа Студија е да се утврди дали постои оправданост за доделување дозвола за телевизиско емитување на државно ниво преку дигитален терестријален предавател.

Обезбедувањето медиумски плурализам и разновидност на програмските содржини е една од основните и најзначајни цели на медиумската политика. Во Препораката Rec (2007)2 на Комитетот на министри до земјите членки за медиумскиот плурализам и разновидноста на медиумската содржина<sup>1</sup> се нагласува дека медиумскиот плурализам и разновидноста на медиумската содржина се суштински за функционирањето на демократското општество и се природна последица на основното право за слободата на изразување и информирање што се гарантира со член 10 од Конвенцијата за заштита на човековите права и основни слободи. Притоа, медиумскиот плурализам никако не се сведува само на постоење голем број медиуми, туку тој подразбира **„разноликост на тоа што го обезбедуваат медиумите, отсликано на пример во постоењето на мноштво независни и автономни медиуми (генерално наречен структурен плурализам), како и разновидност на типовите медиуми и содржини (гледиста и мислења) што ѝ се прават достапни на јавноста“**.<sup>2</sup> Согласно Препораката CM/Rec(2018)1[1] од Комитетот на министри до земјите членки за плурализам во медиумите и транспарентност на медиумската сопственост<sup>3</sup> **„различните типови медиуми, заедно со различните жанрови или форми на уредувачки содржини или програми, придонесуваат за разновидност на содржините. Иако содржините фокусирани на вести и актуелни прашања се од најдиректна важност за развојот на информирано општество, подеднакво важни се и другите жанрови. Примерите вклучуваат културни, едукативни и содржини од забавен карактер, како и содржини насочени кон**

---

<sup>1</sup> Совет на Европа, CM/Rec(2007)2 - Recommendation of the Committee of Ministers to member states on media pluralism and diversity of media content (Adopted by the Committee of Ministers on 31 January 2007 at the 985th meeting of the Ministers' Deputies)/ Препораката Rec (2007)2 на Комитетот на министри до земјите членки за медиумскиот плурализам и разновидноста на медиумската содржина, достапно на [CM/Rec\(2007\)2](#), пристапено на 14.4.2026 година

<sup>2</sup> Препорака на Комитетот на министри на Советот на Европа до земјите членки за мерките за промовирање на медиумскиот плурализам (експланаторен меморандум), достапно на <https://rm.coe.int/09000016805e3113>

<sup>3</sup> Совет на Европа, CM/Rec(2018)1 - Recommendation of the Committee of Ministers to member States on media pluralism and transparency of media ownership (Adopted by the Committee of Ministers on 7 March 2018 at the 1309th meeting of the Ministers' Deputies)/ Препораката CM/Rec(2018)1[1] од Комитетот на министри до земјите членки за плурализам во медиумите и транспарентност на медиумската сопственост, [CM/Rec\(2018\)1](#), пристапено на 14.4.2026 година.

**одредени делови од општеството, како што се локалните содржини и содржини наменети за ранливите групи, како малцинствата и лицата со попреченост“.**

Препораката за медиумскиот плурализам и разновидноста на медиумската содржина од 2007 година директно посочува дека „*плурализмот на информации и разновидноста на медиумската содржина не се гарантираат автоматски со мултипликација на средствата за комуникација кои ù се нудат на јавноста*“, туку дека е потребна активна политика и воспоставување ефикасни механизми за нивно постигнување. Токму поради тоа, на медиумските регулатори им се доделени специфични овластувања и механизми за обликување на медиумскиот пејсаж – да донесуваат подзаконски акти, да доделуваат дозволи за телевизиско и радиоемитување, да следат и да спречуваат евентуално создавање недозволена медиумска концентрација, да вршат надзор над спроведувањето на обврските утврдени во законот, подзаконските акти и во дозволите за емитување и соодветно да изрекуваат мерки и санкции, вклучувајќи и одземање на дозволата. Најважен и клучен механизам за обликување на медиумскиот пејсаж, и тоа преку одредување на бројот, видот, форматот и разновидноста на аудио и аудиовизуелните медиумски услуги е надлежноста на медиумските регулатори да донесуваат одлуки за доделување дозволи за телевизиско и радиоемитување.

Во македонското медиумско законодавство, заштитата и унапредувањето на медиумскиот плурализам претставуваат една од основните надлежности на регулаторот - законот сосема јасно утврдува обврска за Агенцијата да се грижи за заштита и развој на плурализмот на аудио и аудиовизуелните медиумски услуги, да охрабрува и поддржува постоење разновидни, независни и самостојни аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (член 6 став 1 алинеја 3 од ЗАВМУ). Истовремено, законот ги утврдува и механизмите преку кои Агенцијата ќе ја остварува оваа своја надлежност, меѓу кои **клучна улога има надлежноста за доделување дозволи за телевизиско и радиоемитување.**

Во членот 70 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги утврдено е дека доколку со Планот за намена и распределба на капацитетите на дигитален терестријален мултиплекс се утврди дека има слободни капацитети, **Агенцијата нема автоматски да објави јавен конкурс за доделување дозвола, туку претходно ќе изработи студија со која ќе утврди дали постои оправданост за објавување јавен конкурс**, а особено од аспект на 1. исполнувањето на целта на овој Закон, како и од аспект на 2. потребите на публиката. Притоа, за да ги утврди потребите на публиката, како и видот, односно форматот

на програмските сервиси за кои треба да се објави конкурсот, Агенцијата може да спроведе јавно истражување.

На 15.5.2026 година операторот на дигиталниот терестријален мултиплекс А1 Македонија ДООЕЛ Скопје ја извести Агенцијата дека *„има технички и оперативни капацитети за пренос на еден СД-канал кој би се емитувал на неенкриптиран терестријален мултиплекс“*.

Во таа насока, Студијата има за цел да ѝ обезбеди на Агенцијата сеопфатна аналитичка основа за донесување аргументирана одлука за тоа дали постои оправданост да се додели нова дозвола за терестријална телевизија, и доколку постои – каков формат на телевизиски сервис ќе одговара на утврдените потреби на публиката и целите на медиумската политика.

Попрецизно, целта на Студијата е да се утврди **дали евентуално доделување нова дозвола за телевизиско емитување на државно ниво ќе придонесе за 1. поефикасно остварување на целта на ЗАВМУ и 2. повисок степен на задоволување на потребите на публиката од програмски содржини.**

Методолошки, Студијата е структурирана во три комплементарни аналитички целини:

Првиот дел – анализа на програмската понуда – се однесува на форматите на програмските сервиси што ги емитуваат терестријалните телевизии на државно ниво и на различните видови програмски содржини што тие ѝ ги нудат на публиката. Целта на овој дел е да се оцени степенот на разновидност на постојната телевизиска понуда, односно дали на пазарот постои доволна разновидност на програмски формати, жанрови и содржини што ќе одговора на различните интереси и потреби на публиката. Податоците што се користени во овој дел се обезбедени од програмските концепти на терестријалните телевизии и од извештаите за спроведување на обврските утврдени во дозволите, кои телевизиите ги доставуваат до Агенцијата секоја година.

Вториот дел од Студијата ги анализира ставовите и потребите на публиката во однос на програмската понуда на домашните телевизии. Целта на оваа анализа е да се утврди во кој степен постојната телевизиска понуда успева да ги задоволи интересите и очекувањата на граѓаните, кои содржини публиката ги смета за недоволно или премногу застапени, како и какви се перцепциите за квалитетот на програмските содржини. Ваквите сознанија се особено важни за оценување дали постои јавен интерес и реална потреба од воведување

нови телевизиски сервиси и каков тип програмски содржини недостигаат на пазарот. Податоците се обезбедени од Истражувањето на мислењето и ставовите на јавноста во врска со медиумите, што за потребите на Агенцијата го спроведе истражувачката агенција „Маркет вижн“ од Скопје.

Третиот дел содржи економска анализа на телевизиската индустрија и на релевантниот пазар, при што се анализирани податоците за економските перформанси на индустријата во последните пет години, и тоа податоците за остварените вкупни приходи, приходите од рекламирање, вкупните трошоци, структурата на трошоците и резултатот од работењето. Целта на овој дел е да се оценат економската одржливост и реалниот капацитет на телевизискиот пазар. Анализата треба да покаже дали пазарот располага со доволен економски потенцијал за обезбедување стабилно работење, инвестиции во квалитетна програма и здрава конкуренција меѓу радиодифузерите, како и дали постои ризик од дополнителна фрагментација и финансиска нестабилност на пазарот. Во овој дел се користени податоци од завршните сметки на телевизиите во последните пет години, како и податоци обезбедени од релевантни институции.

## 1. Анализа на постојната медиумска понуда

При оценувањето на оправданоста за објавување јавен конкурс за доделување нова дозвола, од особено значење е да се утврди дали новиот телевизиски сервис би придонел за збогатување на постојната понуда и разновидноста на програмските содржини. Поголем број медиуми автоматски не обезбедува и поголема разновидност, па оттука разновидноста не се мери само според бројот на медиуми туку и според разновидноста на форматите и програмските содржини што им се достапни на граѓаните. Токму затоа, во европската медиумска политика и регулаторна пракса, при доделување дозволи за емитување клучна е оценката за придонесот на новата телевизија кон разновидноста на медиумската понуда и кон унапредување на медиумскиот плурализам.

Фокусот на анализата на медиумската понуда на петте терестријални телевизии на државно ниво е на разновидноста на форматите на овие телевизии и на видовите аудиовизуелни програми што тие ги емитуваат. Целта е да се утврди дали постојната програмска понуда обезбедува разновидност и дали постои недоволна застапеност на одредени телевизиски формати и програмски содржини.

Ваквиот пристап се темели на стандардите утврдени во Препораката CM/Rec(2018)1[1] од Комитетот на министри до земјите членки за плурализам во медиумите и транспарентност на медиумската сопственост<sup>4</sup>, според која програмската разновидност се обезбедува преку: 1. разновидност на програмските формати, и 2. разновидност на програмските жанрови и содржини.

### 1.1. Анализа на форматите на програмските сервиси

Еден од основните предуслови за обезбедување медиумски плурализам и вистинска програмска разновидност е постоење телевизиски сервиси од различни програмски формати. Телевизиските сервиси од општ формат се обраќаат на најшироката публика и обезбедуваат различни програмски содржини што исполнуваат информативна, забавна и

---

<sup>4</sup> Совет на Европа, CM/Rec(2018)1 - Recommendation of the Committee of Ministers to member States on media pluralism and transparency of media ownership (Adopted by the Committee of Ministers on 7 March 2018 at the 1309th meeting of the Ministers' Deputies)/ Препораката CM/Rec(2018)1[1] од Комитетот на министри до земјите членки за плурализам во медиумите и транспарентност на медиумската сопственост, [CM/Rec\(2018\)1](#), пристапено на 14.4.2026 година.

образовна функција, додека, пак, телевизиите со специјализиран формат придонесуваат за продлабочување на програмската разновидност преку тематски профилирани содржини, а со тоа и за подобро задоволување на специфичните интереси и потреби на различни сегменти од публиката, како што се спортски, документарни, детски, образовни и други видови програми.

Согласно ЗАВМУ, телевизиски програмски сервис од општ формат е програмски сервис со програми главно од информативен, образовен, културен и забавен вид; а телевизиски програмски сервис од специјализиран формат е програмски сервис со најмалку 70 % програми од ист вид (спортски, музички, културни, образовни, информативни или друго).

Форматите на програмските сервиси и начинот на нивно определување се подетално пропишани во Правилникот за форматите на програмските сервиси на радиодифузерите<sup>5</sup> што во 2014 година го донесе Агенцијата. Врз основа на застапеноста на видовите аудиовизуелни програми и медиумските функции што тие ги исполнуваат (информативна, образовна или забавна) во вкупната емитувана програма во текот на една седмица<sup>6</sup>, определено е дека телевизиските сервиси од општ формат содржат различни видови аудиовизуелни програми што претежно исполнуваат една или сите три медиумски функции, а специјализираните телевизиски формати се сервиси што доминантно содржат еден вид аудиовизуелна програма.

Дозвола да емитуваат програма на државно ниво имаат пет терестријални телевизиите<sup>7</sup>: Алсат-М, Алфа, Канал 5, Сител и Телма.

**Анализата на форматите на програмските сервиси на овие пет телевизиите укажува на недостиг на разновидност уште на првото ниво, со оглед на тоа дека сите пет телевизиите емитуваат програмски сервиси од општ формат.**

---

<sup>5</sup> АВМУ, Правилник за форматите на програмските сервиси на радиодифузерите, достапно на: [Pravilnik\\_za\\_formatite\\_na\\_programskite\\_servisi.pdf](#), пристапено на 20.4.2026 година.

<sup>6</sup> При што од вкупно емитуваната програма во текот на една седмица се исклучува времето за: аудиовизуелни комерцијални комуникации, објави на радиодифузерот во врска со неговите сопствени програми, соопштенија од јавен интерес, апели за добротворни цели, интермецо, верски служби и проповеди, програми за физичка култура и рекреација, најавни и одјавни шпици, џинглови и авизо.

<sup>7</sup> АВМУ, Регистар на телевизиите (состојба на 20.04.2026 година), достапно на: [Registar-na-TV-7.5.2026.xlsx](#), пристапено на 20.4.2026 година.

На државно ниво нема ниту една телевизија што емитува програмски сервис од специјализиран формат, што значително ја ограничува тематската разновидност на програмската понуда.

**Табела 1: Структура на пријавената неделна програма според медиумската функција**

Медиумска функција	Алфа	Алсат-М	Канал 5	Сител	Телма
информативна	21:45:00	34:20:00	30:00:00	23:53:33	21:42:00
образовна	28:10:00	19:15:00	27:00:00	42:08:56	30:15:00
<b>забавна</b>	<b>92:00:00</b>	<b>89:55:00</b>	<b>95:00:00</b>	<b>79:34:19</b>	<b>93:20:00</b>
вкупно	141:55:00	143:30:00	152:00:00	145:36:48	145:17:00

Дополнително, сите пет телевизии емитуваат програмски сервиси од општ формат со претежно забавна функција, односно најголем дел од програмските содржини што ги емитуваат ја исполнуваат забавната медиумска функција. Од вкупно 728 часа 18 минути и 48 секунди програма што ја емитуваат во текот на една недела, околу 62 % се програмски содржини со забавна функција (околу 450 часа). Според податоците од програмските концепти<sup>8</sup> на овие пет телевизии, кај секоја од нив најголем дел од емитуваните содржини во текот на една недела исполнуваат забавна медиумска функција. Останатите 38 % се програмски содржини што исполнуваат образовна медиумска функција (20 %) и програмски содржини со информативна медиумска функција (18 %).

**Табела 2: Учество на програмите со различни медиумски функции во вкупно емитувана неделна програма**

Медиумска функција	Алфа	Алсат-М	Канал 5	Сител	Телма
информативна	15.33 %	23.93 %	19.74 %	16.41 %	14.94 %
образовна	19.85 %	13.41 %	17.76 %	28.95 %	20.82 %
забавна	64.83 %	62.66 %	62.50 %	54.65 %	64.24 %

<sup>8</sup> Програмските концепти се достапни на веб-страницата на Агенцијата на следниот линк: <https://avmu.mk/програмски-концепт-за-телевизиските-2/>, (пристапено на 14.4.2026 година)

**Оттука, понатамошно зголемување на бројот на телевизии од општ формат нема да придонесе за зголемување на медиумскиот плурализам и програмската разновидност. Слободните капацитети на дигиталниот терестријален мултиплекс треба да се искористат за воведување нови специјализирани телевизиски канали (детски, документарни, спортски) кои ќе ја збогатат и продлабочат тематската разновидност на вкупната телевизиска програмска понуда.**

Во оваа смисла, добар пример за внимателно обликуван медиумски пејсаж претставува Хрватска, каде што на државно ниво емитуваат вкупно седум телевизии, но само две од нив се сервиси од општ формат (Nova TV и RTL Televizija), а другите пет телевизии се специјализирани канали. Меѓу нив има канал наменет за деца и млади (RTL Kockica), спортски канал (SPTV), музички канал (СМС) и два специјализирани канали за играна програма (Doma TV и RTL 2). Ваквиот пристап овозможува поголема тематска разновидност и задоволување на поширок спектар интереси и потреби на публиката.

## **1.2.   Анализа на видовите програми**

При оценувањето на медиумскиот плурализам, разновидноста на видовите програмски содржини е подеднакво важна како и разновидноста на форматите на телевизиските програмски сервиси.

Вистинската разновидност подразбира присуство на различни жанрови и содржини што ќе одговораат на различните интереси и потреби на граѓаните за информирање, култура, едукација и забава. Во Препораката CM/Rec(2018)1 за плурализам во медиумите и транспарентност на медиумската сопственост што Советот на Европа ја донесе во март 2018 година е посочено дека *„иако содржините фокусирани на вести и актуелни прашања се од најдиректна важност за развојот на информирано општество, подеднакво важни се и другите жанрови. Примерите вклучуваат културни, едукативни и содржини од забавен карактер, како и содржини насочени кон одредени делови од општеството, како што се локалните содржини и содржини наменети за ранливите групи, како малцинствата и лицата со попреченост“.*

Видовите и начинот на класификација на аудиовизуелните програми се уредени со Упатството за начинот на класификација на видовите аудиовизуелни и аудиопрограми<sup>9</sup>.

**Табела 3: Структура на пријавената неделната програма со забавна функција**

	Алфа	Алсат	Канал 5	Сител	Телма	
информативна функција	Вести/ТВ-дневници	12:15:00	18:40:00	18:00:00	13:55:50	17:40:00
	Актуелно-информативна програма	9:30:00	9:10:00	1:00:00	9:57:43	1:00:00
	Актуелно-информативна програма со документаристички пристап		2:00:00	1:00:00		
	Актуелно-информативна говорна шоу-програма		2:00:00	2:00:00		2:30:00
	Преноси или снимки од седници на органите на власта			0:30:00		
	Преноси или снимки од општествено-политички настани			0:30:00		
	Информативни магазини		2:30:00	1:00:00		
	Специјализирани информативни емисии			2:00:00		
	Информативно-забавна програма			1:00:00		
	Инфосервис			1:00:00		0:32:00
	Информативна програма од областа на уметноста, културата и хуманистичките науки			2:00:00		
	Друга информативна програма					
<b>ВКУПНО</b>	<b>21:45:00</b>	<b>34:20:00</b>	<b>30:00:00</b>	<b>23:53:33</b>	<b>21:42:00</b>	
образовна функција	Образовна програма		3:20:00	1:00:00		
	Образовно-забавна програма			1:00:00	6:45:20	6:00:00
	Образовно-забавна програма за физичка култура и рекреација			1:00:00		
	Документарна програма	11:40:00	15:55:00	20:00:00	35:23:36	24:15:00
	Документарно-забавна програма	16:30:00		1:00:00		
	Образовна програма од областа на уметноста, културата и хуманистичките науки			2:00:00		
	Документарна програма со религиозна тематика			1:00:00		
Друга образовна програма						
<b>ВКУПНО</b>	<b>28:10:00</b>	<b>19:15:00</b>	<b>27:00:00</b>	<b>42:08:56</b>	<b>30:15:00</b>	
забавна функција	Забавно-информативна	15:35:00	7:30:00	1:00:00		17:30:00
	Забавна говорна шоу-програма	5:35:00	6:00:00	1:00:00	7:05:30	3:35:00
	Забавно-образовна програма		7:30:00	1:00:00		3:00:00
	Забавно-документарна програма	1:40:00	2:00:00	1:00:00		
	Програми со хороскоп/тарот/јасновидци или толкување соншита					
	Спортска програма (пренос или снимка од спортски натпревари или настани и спортски магазини)	6:20:00	2:00:00	4:00:00		
	Игрена програма	41:00:00	53:15:00	60:00:00	56:32:06	61:05:00
	Музичка програма	11:00:00	8:40:00	12:00:00	9:50:08	8:10:00
	Игри (натпревари со ниска продукциска вредност, натпревари со висока продукциска вредност, квизови, игри на среќа и наградни игри)	4:50:00		5:00:00	4:55:41	
	Вариете		3:00:00			
	Формат на реалистична телевизија	6:00:00		10:00:00	1:10:54	
Друга забавна програма						
<b>ВКУПНО</b>	<b>92:00:00</b>	<b>89:55:00</b>	<b>95:00:00</b>	<b>79:34:19</b>	<b>93:20:00</b>	

<sup>9</sup> „Упатството за начинот на класификација на видовите аудиовизуелни и аудиопрограми“ е достапно на веб-страницата на АВМУ на следниот линк: [Upatstvo za nacinot na klasifikacija na vidovite.pdf \(avmu.mk\)](http://Upatstvo%20za%20nacinot%20na%20klasifikacija%20na%20vidovite.pdf), (пристапено на 14.4.2026 година)

Класификацијата на аудиовизуелните програми во ова Упатство е направена главно врз основа на еден или на комбинација од следните критериуми: 1. медиумската функција (информативна, образовна или забавна); 2. пристапот во обработката и содржината на програмата; 3. децата како целна група, при што за деца се сметаат личности на возраст до 12 години.

**И на второто ниво – разновидност на програмските жанрови и содржини, анализата покажува ограничена разновидност.**

**Во програмската понуда на сите пет терестријални телевизии на државно ниво доминира играната програма. Речиси 40 % од вкупно емитуваната програма во текот на една недела е играна програма, односно околу 272 часа неделно.**

Иако во програмските концепти овие пет телевизии пријавиле дека ќе ги емитуваат речиси сите видови програми што ја исполнуваат забавната медиумска функција, најзначаен дел од времето отпаѓа на играната програма – 60 % од вкупната забавна програма.

**Табела 4: Структура на вкупната пријавена неделна програма со забавна функција**

<b>Видови програми</b>	<b>Времетраење</b>
Забавно-информативна	41:35:00
Забавна говорна шоу-програма	23:15:30
Забавно-образовна програма	11:30:00
Забавно-документарна програма	4:40:00
Програми со хороскоп/тарот/јасновидци или толкување соништа	0:00:00
Спортска програма (пренос или снимка од спортски натпревари или настани и спортски магазини)	12:20:00
Игрена програма	271:52:06
Музичка програма (музичко-говорни програмски целини, снимки и преноси од концерти, музички фестивали, танци, балет, опера и слично, музички спотови, музичка реалистична програма)	49:40:08
Игри (натпревари со ниска продукциска вредност, натпревари со висока продукциска вредност, квизови, игри на среќа и наградни игри)	14:45:41
Вариете	3:00:00
Формат на реалистична телевизија (скриена камера, преноси или снимки од натпревари на анонимни изведувачи, медиумски обликуван социјален експеримент, преноси или снимки од секојдневието на јавни личности, симулирана „реалистична“ реконструкција)	17:10:54
Друга забавна програма	0:00:00
<b>вкупно</b>	<b>449:49:19</b>

Играната програма опфаќа повеќе видови програмски содржини: телевизиски, кинематографски и анимирани филмови, серии, серијали, театарски претстави, хумор и

сатира, реалистични играни серијали<sup>10</sup>, сепак **најголем дел од вкупно емитуваната играна програма се играни серии од турско производство, што дополнително укажува на ограничена жанровска разновидност во програмската понуда.**

Според податоците од програмските концепти на петте терестријални телевизии на државно ниво, најмногу програми со забавна медиумска функција во текот на една недела емитува Канал 5 (95 часа), од кои 60 часа се играна програма, а веднаш по неа е Телма со 93 часа и 20 минути забавна програма од кои 61 час играна програма.

Законот дозволува одреден степен на отстапување од програмскиот концепт врз основа на кој е доделена дозволата. Согласно член 67 став 6 од ЗАВМУ, радиодифузерите се должни да реализираат најмалку 80 % од пријавениот програмски концепт во текот на една недела, што овозможува извесна флексибилност во однос на програмската структура и видовите програми, имајќи ја предвид динамичната природа на телевизиското производство и програмското планирање.

Кај одделни програмски содржини се забележуваат позначајни разлики меѓу програмските концепти врз основа на кои се издадени дозволите и податоците наведени во годишните извештаи за спроведување на обврските од дозволата (податоците за емитуваните содржини во 2025 година се во АНЕКС бр.1).

Така, според програмските концепти, телевизиите Алфа, Алсат-М и Канал 5 предвиделе емитување спортска програма во одреден неделен обем (Алфа шест часа и 20 минути, Алсат-М два часа, а Канал 5 четири часа неделно), додека во извештаите за 2025 година не е евидентирано дека емитувале спортска програма. Од друга страна, Телма, иако во програмскиот концепт нема предвидено спортска програма, во извештајот навела дека емитувала ваков вид содржини.

Програмските содржини со образовна функција учествуваат со околу 20 % во вкупната неделна програма на овие пет телевизии. Според програмските концепти кои се составен дел на дозволите за телевизиско емитување, овие пет телевизии пријавиле дека во текот на една недела ќе емитуваат вкупно 146 часа 48 минути и 56 секунди програмски содржини што исполнуваат образовна функција.

---

<sup>10</sup> Ibid.

**Табела 5: Структура на пријавената неделна програма со образовна функција**

Видови програми	Времетраење
Образовна програма	4:20:00
Образовно-забавна програма	13:45:20
Образовно-забавна програма за физичка култура и рекреација	1:00:00
Документарна програма	107:13:36
Документарно-забавна програма	17:30:00
Образовна програма од областа на уметноста, културата и хуманистичките науки	2:00:00
Документарна програма со религиозна тематика	1:00:00
Друга образовна програма	0:00:00
<b>ВКУПНО</b>	<b>146:48:56</b>

**Анализата покажува дека разновидноста на образовните содржини е ограничена – 73 % од овие содржини се само еден вид - документарната програма.** Документарната програма е единствен вид програма со образовна функција што ја пријавиле сите пет телевизии (Алфа пријавила 11 часа и 40 минути, Алсат-М 15 часа и 55 минути, Канал 5 20 часа, Сител 35 часа 23 минути и 36 секунди и Телма 24 часа и 15 минути).

Освен документарна програма, најголем дел од телевизиите пријавиле само уште еден вид програма со образовна функција - ТВ Алфа документарно-забавна, ТВ Алсат-М образовна програма, а ТВ Сител и ТВ Телма образовно-забавна програма. ТВ Канал 5 пријавила дека ќе ги емитува сите видови програми што ја исполнуваат образовната функција.

Во извештаите за спроведување на обврските од дозволата за 2025 година се забележуваат разлики во однос на пријавените видови програмски содржини. Така, ТВ Алфа, иако во програмскиот концепт пријавила дека ќе емитува документарни содржини, според извештајот што го достави во Агенцијата, во 2025 година воопшто не емитувала документарна програма, туку емитувала образовна, образовно-забавна, документарно-забавна и друга образовна програма. Најголема разновидност на програми со образовна функција има кај Алсат-М, која според доставениот извештај во текот на 2025 година емитувала шест видови програми со образовна функција. ТВ Сител емитувала документарна и образовно-забавна програма, ТВ Телма документарна и образовна програма од областа на уметноста, културата и хуманистичките науки, а ТВ Канал 5 образовна, образовно-забавна и документарна програма.

Програмските содржини што исполнуваат информативна функција учествуваат со 18 % во вкупната пријавена програмска понуда на овие пет телевизии. Според програмските концепти, во текот на една недела овие пет телевизии пријавиле вкупно 131 час 40 минути и 33 секунди информативни програми.

**И кај информативните содржини забележлива е доминација на само еден вид програма – околу 61 % од вкупното времетраење се вести, односно телевизиски дневници (80 часа 30 минути и 50 секунди во текот на една недела).**

По вестите, најзастапена од програмите што ја исполнуваат информативната медиумска функција е актуелно-информативната програма со учество од 23 % во вкупната информативна програма. Другите видови информативни програми се застапени маргинално. Актуелно-информативните емисии со документаристички пристап, информативните магазини, специјализираните информативни емисии, информативно-забавната програма и содржините од областа на уметноста, културата и хуманистичките науки учествуваат со релативно мал обем во вкупната структура.

**Табела 6: Структура на вкупната пријавена неделна програма со информативна функција**

<b>Видови програми</b>	<b>Времетраење</b>
Вести/ТВ-дневници	80:30:50
Актуелно-информативна програма	30:37:43
Актуелно-информативна програма со документаристички пристап	3:00:00
Актуелно-информативна говорна шоу-програма	6:30:00
Преноси или снимки од седници на органите на власта	0:30:00
Преноси или снимки од општествено-политички настани	0:30:00
Информативни магазини	3:30:00
Специјализирани информативни емисии	2:00:00
Информативно-забавна програма	1:00:00
Инфосервис	1:32:00
Информативна програма од областа на уметноста, културата и хуманистичките науки	2:00:00
Друга информативна програма	0:00:00
<b>ВКУПНО</b>	<b>131:40:33</b>

Според доставените извештаи за исполнување на обврските од дозволата, во 2025 година Сител емитувала само два вида програми со информативна медиумска функција - вести и актуелно-информативна програма, исто како што пријавила и во програмскиот концепт. Најголема жанровска разновидност на информативната програма има кај Телма, која

минатата година емитувала од сите видови информативни програми, и кај Алфа, која емитувала десет од 12-те видови информативни програми. Алсат-М и Канал 5 емитувале по неколку вида информативна програма.

## 2. Анализа на ставовите и потребите на публиката

Анализата на ставовите и потребите на публиката во однос на постојната програмска понуда овозможува да се обезбедат сознанија за тоа дали медиумската понуда ги исполнува потребите и интересите на граѓаните, кои содржини граѓаните сметаат дека се недоволно или премногу застапени во програмската понуда, какви се перцепциите во однос на квалитетот на програмските содржини и други сознанија кои се релевантни за оценување на оправданост за објавување јавен конкурс за доделување дозвола за телевизиско емитување преку дигитален терестријален мултиплекс. Степенот до кој постојната телевизиска понуда успева да одговори на интересите и очекувањата на публиката е важен индикатор за тоа дали и за каков програмски сервис постои потреба да се додели дозвола.

Податоците во овој дел од Студијата се обезбедени од „Истражувањето на мислењето и ставовите на јавноста во врска со медиумите“<sup>11</sup> од февруари 2026 година, што по нарачка на Агенцијата го спроведе истражувачката агенција „Маркет вижн“ од Скопје. Истражувањето беше спроведено теренски, на третапен статистички репрезентативен примерок од 1 200 испитаници на возраст од и над 14 години, со користење на методот TAPI (Tablet Assisted Personal Interview), односно интервју лице-лице со помош на таблет-уред. Ваквиот методолошки пристап овозможува висок степен на релевантност на добиените податоци.

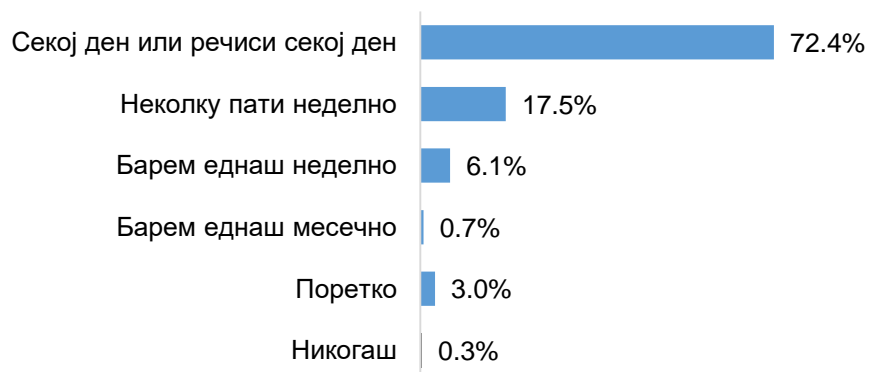
Податоците од ова Истражување покажуваат дека **телевизијата сè уште е еден од најкористените медиуми** – дури 72,4 % од испитаниците одговориле дека секој ден или речиси секој ден гледаат телевизија и уште 17,5 % неколку пати неделно.

Само 0,3 % одговориле дека никогаш не гледаат телевизија. Најголем дел од испитаниците (34,3 %) **гледаат телевизија меѓу половина и два часа просечно во денот**, а значаен дел (26,7 %) меѓу два и четири часа просечно во денот.

---

<sup>11</sup> АВМУ, „Истражување на мислењето и ставовите на јавноста во врска со медиумите“, достапно на: <https://avmu.mk/wp-content/uploads/2026/03/%D0%98%D0%B7%D0%B2%D0%B5%D1%88%D1%82%D0%B0%D1%98-%D0%BE%D0%B4-%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%B6%D1%83%D0%B2%D0%B0%D1%9A%D0%B5-%D0%BD%D0%B0-%D1%98%D0%B0%D0%B2%D0%BD%D0%BE-%D0%BC%D0%B8%D1%81%D0%BB%D0%B5%D1%9A%D0%B5.pdf>, пристапено на 11.5.2026 година

Слика 1: Колку често гледате телевизија?

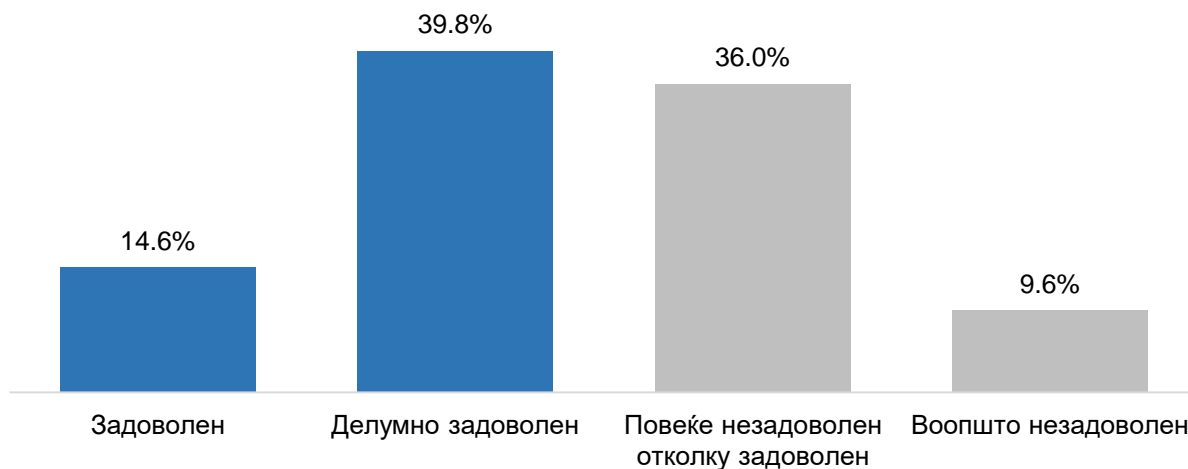


Програмски содржини што **најчесто се гледаат се вестите** (прв избор на 31 % од испитаниците), **филмовите** (20 %) и **телевизиските серии** (19 %).

Меѓутоа, вестите и телевизиските серии најчесто се гледаат на домашните телевизии, и тоа на Сител (37,7 %, односно 50,4 %), на Канал 5 (25,7 %, односно 26,4 %) и на Алсат-М (20,2 %, односно 13,8 %), додека **филмови македонските граѓани најчесто гледаат на странските телевизии**, и тоа 17.7 % гледаат филмови на HBO (HBO 1, HBO 2 и HBO 3), 16,2 % на STAR (Star Movies, Star Crime, Star Life), а 15,6 % на Cinemania.

Покрај филмовите, и **спортски содржини и документарни програми публиката најчесто гледа на странски канали**, и тоа спорт на програмските сервиси на Arena, а документарна програма на National Geographic и Discovery.

Слика 2: Колку сте генерално задоволен/на со понудата на домашните телевизии?

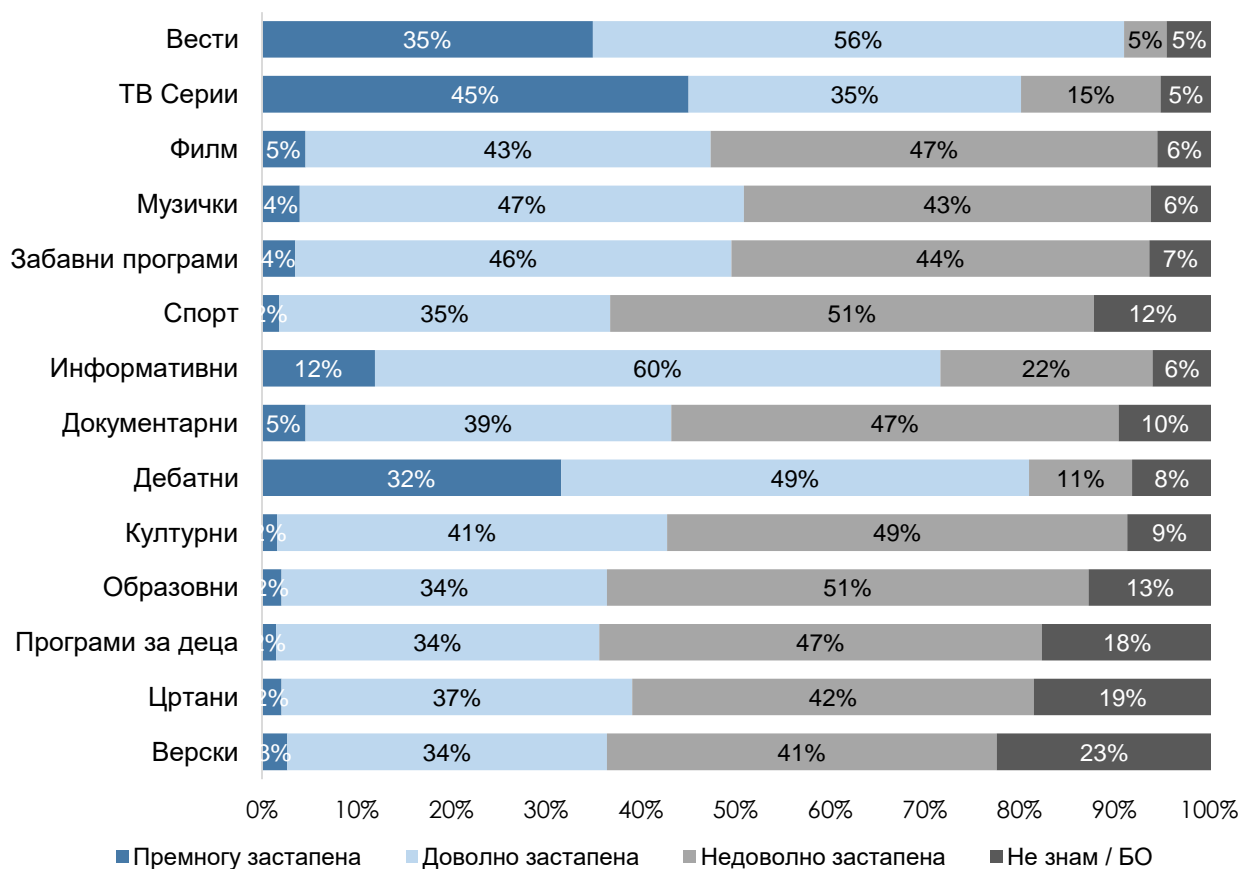


На прашањето „колку сте генерално задоволен/на со понудата на домашните телевизии“ 39,8 % од испитаниците одговориле дека се **делумно задоволни**, а 36 % дека се повеќе незадоволни отколку задоволни. Само 14,6 % од испитаниците одговориле дека се целосно задоволни од понудата на домашните телевизии, а 9,6 % дека воопшто не се задоволни.

Доминантен став кај публиката е дека **квалитетот на телевизиските содржини останал непроменет во споредба со претходната година** (61.8 %). 15,6 % од испитаниците одговориле дека квалитетот се влошил, а 13,5 % дека се подобрил.

Единствена програмска содржина за која најголем дел од испитаниците (45 %) сметаат дека е **премногу застапена во програмската понуда се телевизиските серии**. Вестите, информативните и дебатните емисии, музичките и забавните програми се посочени како програмски содржини што се доволно застапени.

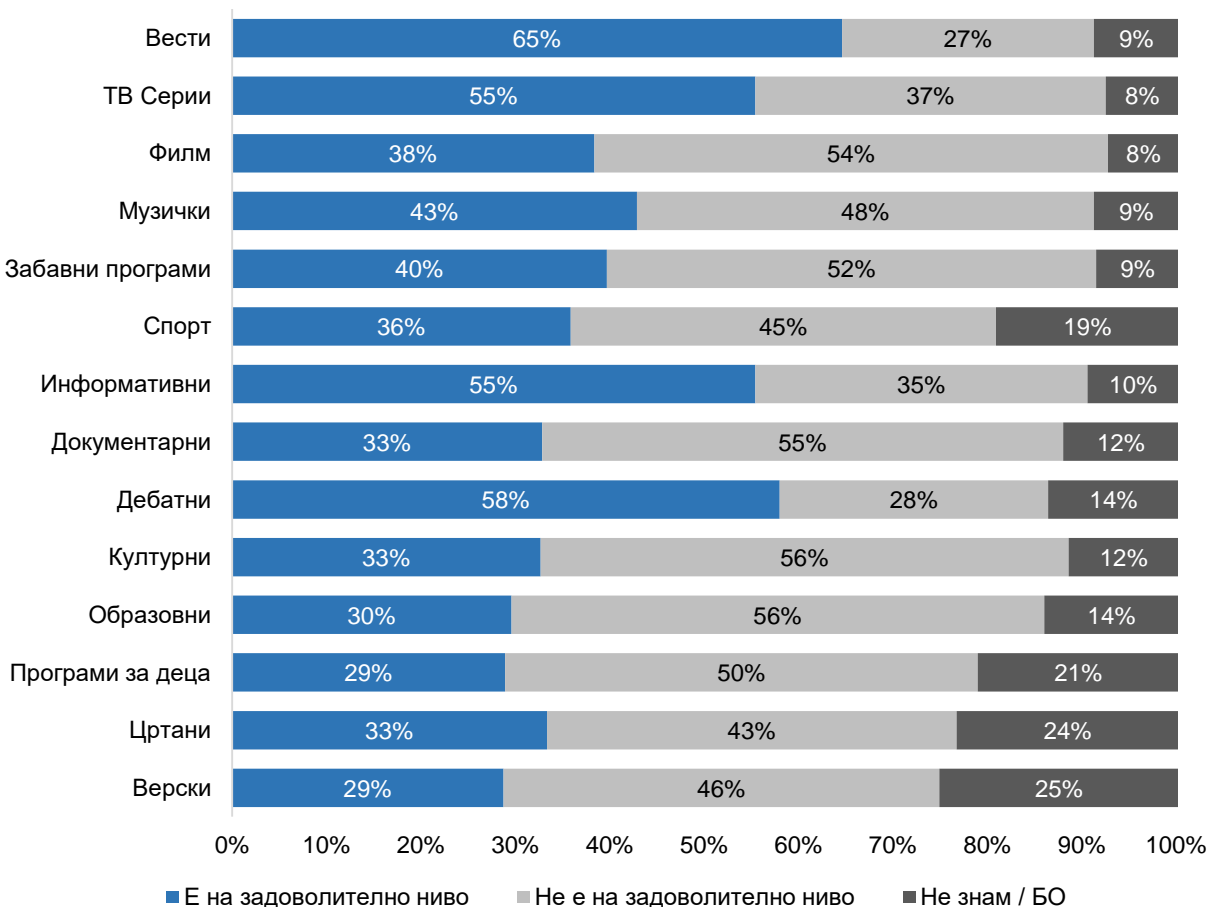
**Слика 3: До кој степен сметате дека секоја од програмските содржини е застапена на домашните телевизии?**



Како содржини кои не се доволно застапени во програмската понуда на домашните телевизии испитаниците ги посочиле: спортската програма (51 %), образовната програма (исто 51 %), емисии од областа на културата (49 %), документарните програми (47 %), програмите за деца (47 %) и цртаните филмови (42 %).

Најголем дел од испитаниците позитивно го оцениле квалитетот на вестите (65 % одговориле дека е на задоволително ниво), на информативните емисии (55 %), дебатните емисии (58 %) и на телевизиските серии (55 %). За сите други содржини најголем дел од испитаниците одговориле дека квалитетот не е на задоволително ниво.

Слика 4: На какво ниво е квалитетот на секоја од следните програмски содржини?



На прашањето „според вас, каква содржина најмногу недостига на домашните канали“, речиси секој петти испитаник (19,9 %) одговорил квалитетна домашна играна програма (серии и филмови). По неа, се научни и образовни емисии (16,3 %), квалитетни

документарни програми (14,4 %), повеќе спорт (12,8 %), емисии за деца и млади (11,8 %), истражувачко новинарство и аналитички емисии (10,6 %) и содржини од областа на културата и уметноста (8,5 %).

Слика 5: Каква содржина најмногу недостига на домашните канали?



Клучните заклучоци што произлегуваат од анализата на навиките, ставовите и мислењето на публиката се дека телевизијата и натаму е најчесто користен медиум од страна на граѓаните, што ја нагласува потребата од обезбедување разновидна и квалитетна програма. Постојната телевизиска понуда не успева во целост да ги задоволи потребите на публиката. Домашните телевизии успеваат да ја задржат публиката со информативните програми (вестите и дебатните емисии) и со телевизиските серији, но располагаат со ограничен капацитет да ги задоволат потребите на публиката од квалитетна играна, спортска, документарна, образовна програма, како и програми за деца и млади. Поради тоа, овие содржини публиката ги гледа на странските телевизии што се реемитуваат од страна на операторите на јавни електронски комуникациски мрежи. **Оттука, јасно е дека**

**доделување на уште една дозвола за телевизиско емитување на програмски сервис од општ формат нема да придонесе кон унапредување на медиумскиот плурализам и разновидноста на содржините, ниту кон обезбедување поголема тематска разновидност на програмската понуда.**

### **3.       Анализа на економскиот потенцијал на пазарот**

За целосно утврдување на оправданоста за објавување јавен конкурс за доделување дозвола за телевизиско емитување неопходно е да се анализираат и економските состојби на телевизискиот пазар, поради тоа што економската одржливост е подеднакво важна како и постоењето техничка можност за емитување. Одржлив пазар подразбира дека постои економски капацитет телевизиите да остваруваат доволно приходи за да можат континуирано да вложуваат во разновидна и квалитетна програма, да инвестираат во техничката опременост и во кадарот, а истовремено да постои здрава конкуренција меѓу нив. Доколку при доделувањето нови дозволи за телевизиско емитување не се води сметка за потенцијалот на пазарот, постои ризик да се создаде медиумски систем што формално има голем број телевизии, но е финансиски нестабилен и сиромашен и телевизиите немаат капацитет за производство на квалитетни и разновидни програмски содржини.

Во таа насока, во овој дел од студијата се анализираат податоците за економските перформанси на комерцијалните телевизии - движењата и структурата на вкупните приходи, приходите од рекламирање, трошоците за работење и за создавање програма, како и финансиските резултати во периодот од 2021 до 2025 година.

#### **3.1.   Структурни карактеристики на пазарот**

Македонскиот пазар на телевизиско емитување, како и македонскиот медиумски пазар во целина, се карактеризира со неколку структурни ограничувања, кои сериозно влијаат врз неговата економска одржливост и развоен потенцијал. Прво, станува збор за многу мал пазар и од аспект на големината на населението и од аспект на економскиот потенцијал. Развиеноста и економската стабилност на медиумскиот сектор директно зависат од вкупната економска состојба и степенот на развој на државата. Во услови кога македонската економија бележи понизок БДП по глава на жител и поограничена куповна моќ на населението во однос на европскиот просек, и финансискиот капацитет на медиумската индустрија останува ограничен. Тоа резултира со помали буџети на медиумите, што се одразува врз обемот и квалитетот на продукцијата, можностите за ангажирање и задржување стручен кадар, како и врз долгорочната одржливост и развој на секторот. Второ, постои исклучително висока фрагментација на пазарот, односно бројот на

телевизиите е многу голем во однос на економската моќ на пазарот, што дополнително ја намалува економската одржливост и ја ограничува способноста на телевизиите за создавање конкурентна и висококвалитетна домашна продукција. И трето, постои силна конкуренција од регионални и странски медиумски содржини, кои поради културната и јазичната блискост се лесно достапни за публиката и најчесто се продуцирани со значително повисоки буџети и продукциски стандарди. Ваквите предизвици се типични за малите медиумски пазари во економии во развој, особено во држави што се опкружени со земји со развиени медиумски индустрии и значително посилен огласувачки потенцијал.

### 3.2. Економска анализа на севкупниот телевизиски пазар

За да се обезбеди посеопфатна и порелевентна оценка на состојбите на телевизискиот пазар, анализирани се податоците за економските перформанси на комерцијалните телевизиите за периодот од последните пет години, поточно од 2021 година заклучно со 2025 година. Ваквиот пристап овозможува подобро да се процени економската одржливост и реалниот развоен потенцијал на пазарот, поради тоа што може да се утврдат трендовите, а предвид се имаат и пошироките општествени и економски фактори што влијаат врз работењето на медиумите.

Табела 7: Број на комерцијални телевизиите

Број на телевизиите	состоба на 31.12				
	2021	2022	2023	2024	2025
ТВ на државно ниво терестријални	5	5	5	5	5
ТВ на државно ниво преку неограничен ресурс	6	6	6	6	5
регионални ТВ	18	17	15	13	13
локални ТВ	15	15	14	13	13
вкупно	44	43	40	37	36

Во периодот од 2021 година до 2025 година, вкупниот број на комерцијални телевизиите се намалил за осум. Единствен сегмент каде што бројот на субјекти останал непроменет (вкупно пет) се телевизиите што емитуваат програма преку терестријален предавател на државно ниво. Најзабележително намалување има кај регионалните телевизиите – во 2025

година имало пет телевизии помалку отколку во 2021 година. Во последните пет години бројот на локални телевизии се намалил за две, а бројот на телевизии што емитуваат на државно ниво преку неограничен ресурс во последната година од шест се намалил на пет.

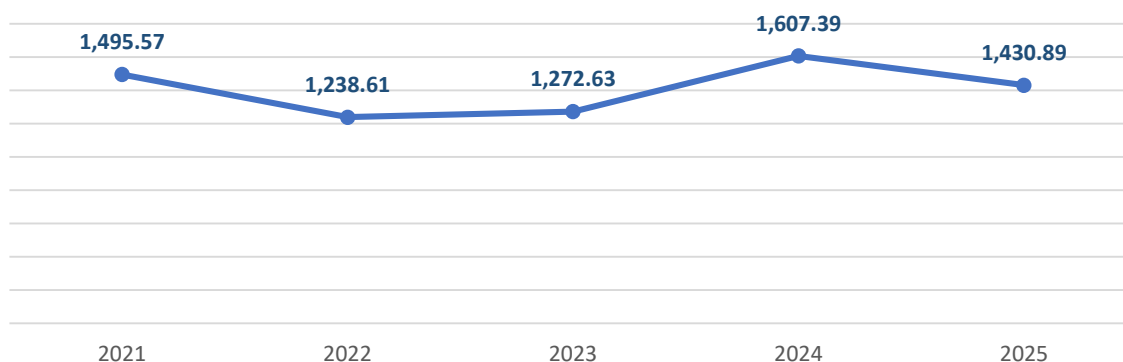
Анализата покажува дека **македонскиот телевизиски пазар е мал и ограничен. Ова најдобро се гледа преку вкупните приходи на сите комерцијални телевизии, кои во 2025 година изнесувале 1,4 милијарди денари, односно околу 23 милиони евра.** Со оглед дека оваа сума заеднички ја оствариле сите телевизии на државно, регионално и локално ниво јасно е дека **станува збор за пазар со ограничен економски потенцијал.**

**Табела 8: Вкупни приходи на комерцијални телевизии во последните пет години според начинот и нивото на емитување (во милиони денари)**

	2021	2022	2023	2024	2025
терестријални ТВ на државно ниво	1,200.01	1,059.65	1,106.93	1,316.60	1,218.42
ТВ на државно ниво преку неограничен ресурс	157.13	107.28	92.43	142.27	115.35
регионални ТВ	99.19	61.49	58.17	102.65	73
локални ТВ	39.24	10.19	15.1	45.87	24.12
<b>вкупно</b>	<b>1,495.57</b>	<b>1,238.61</b>	<b>1,272.63</b>	<b>1,607.39</b>	<b>1,430.89</b>

Дополнително, во 2025 година има пад на вкупните приходи во висина од 11 % во однос на приходите од 2024 година. Помалку приходи отколку во претходната година биле остварени на сите сегменти на телевизискиот пазар, и тоа приходите на петте терестријални телевизии на државно ниво биле за 98,18 милиони денари пониски, на телевизиите на државно ниво преку неограничен ресурс за 26,92 милиони денари, на регионалните телевизии за 29,65 милиони денари, а приходите на локалните телевизии биле за 21,75 милиони денари пониски отколку во 2024 година.

**Слика 6: Движење на вкупните приходи на комерцијалните телевизии во последните пет години (во милиони денари)**



При анализата важно е да се има предвид дека во првите три години од анализираниот период (2021-2023 година) во вкупните приходи на комерцијалните телевизии се вклучени и финансиската помош од државата и од медиумскиот регулатор за справување со последиците од кризата од Ковид-19 пандемијата и со глобалната економска криза предизвикана од војната меѓу Русија и Украина, така што во вредностите прикажани на табелата погоре се вклучени и овие приходи, и тоа: износ од 88,66 милиони денари<sup>12</sup> во 2021 година, 46,09 милион денари<sup>13</sup> во 2022 година и 8,5 милиони денари<sup>14</sup> во 2023 година. Дополнително, значаен дел од приходите се и од платено политичко рекламирање за време на изборните процеси што се одржаа во овие години. Освен во 2023 година, во секоја од другите четири години имаше избори, а приходите што комерцијалните телевизии ги оствариле од платено политичко емитување изнесувале 226,15 милиони денари во 2021 година, 8,16 милиони денари во 2022 година, 362,57 милиони денари во 2024 година и 182,21 милион денари во 2025 година. Оттука, јасно е дека дури ни растот на вкупните приходи во 2024 година не се должи на зголемена економска активност и подобрување на економските состојби на пазарот, туку на високиот износ на приходите од платено политичко рекламирање за време на парламентарните и претседателските избори.

<sup>12</sup> 38,05 милиони денари за покривање на надоместокот за дозволиите за телевизиско емитување, 31,72 милиони денари за терестријалните телевизии (на државно ниво и регионални) за надомест на трошокот за пренос на сигналот преку дигитален терестријален мултиплекс и 18,89 милиони денари субвенции за придонеси од плата за вработените

<sup>13</sup> 18,09 милиони денари за надоместокот на дозволата за телевизиско емитување и 28 милиони денари за покривање на трошоците за пренос на сигналот преку дигитален терестријален мултиплекс

<sup>14</sup> Целиот износ е за покривање на 25 % од надоместокот за дозволиите за телевизиско емитување

Токму поради тоа што вкупните приходи на телевизиите понекогаш вклучуваат и одредени привремени и некомерцијални извори на приходи, реална слика за економскиот потенцијал на пазарот се добива само преку анализа на приходите од комерцијално рекламирање. Тие претставуваат основен извор на приходи за телевизиите и само преку нив може да се оцени реалниот потенцијал на пазарот.

Во 2025 година приходите што од комерцијално рекламирање ги оствариле сите комерцијални телевизији изнесувале 1,1 милијарди денари, што претставува **пад од 1,66 % во однос на 2024 година.**

**Слика 7: Движење на приходите од комерцијално рекламирање во последните пет години (во милиони денари)**



Во одредени години постигнат е номинален раст на приходите од комерцијално рекламирање, но тој **не претставувал и реален економски раст**, бидејќи бил неутрализиран од инфлаторните движења. Во 2022 и 2023 година номиналниот раст на приходите бил значително под стапката на инфлација, што укажува дека растот се должи на општото зголемување на цените во економијата, а реално вредноста на приходите од рекламирање е намалена. Поизразен раст на приходите што ја надминал стапката на инфлација се забележува во 2024 година, меѓутоа ваквиот позитивен тренд не продолжува и во 2025 година, кога приходите бележат намалување од 1,66 %, и покрај умерената инфлација од 4,1 %.

**Табела 9: Стапка на раст на приходите од комерцијално рекламирање**

	2022/2021	2023/2022	2024/2023	2025/2024
стапка на раст	2.36 %	4.23 %	7.15 %	-1.66 %
стапка на инфлација	14.2 %	9.4 %	3.5 %	4.1 %

Анализата во реални, а не само во номинални износи укажува дека **рекламниот пазар не бележи стабилен и континуиран раст и дека има ограничен финансиски капацитет и ограничен капацитет за понатамошен раст.**

Податоците за вкупните трошоци на комерцијалните телевизии покажуваат дека тие остануваат релативно високи во анализираниот период. Во три од последните пет години (2022, 2023 и 2025 година), вкупните трошоци на комерцијалните телевизии биле повисоки од вкупните приходи. Кај телевизиите на државно ниво преку неограничен ресурс во целиот анализиран период трошоците биле повисоки од приходите, што укажува на структурна неодржливост на овој сегмент од телевизиската индустрија.

**Табела 10: Вкупни трошоци на комерцијалните телевизии во последните пет години**

	2021	2022	2023	2024	2025
терестријални ТВ на државно ниво	1,135.83	1,071.20	1,103.40	1,193.04	1,175.29
ТВ на државно ниво преку неограничен ресурс	173.38	178.85	204.86	181.21	159.86
регионални ТВ	91.89	73.08	72.09	95.82	79.96
локални ТВ	29.29	19.76	20.08	33.06	25.34
<b>ВКУПНО</b>	<b>1,430.39</b>	<b>1,342.89</b>	<b>1,400.42</b>	<b>1,503.13</b>	<b>1,440.45</b>

Финансиските резултати од работењето дополнително ја потврдуваат економската нестабилност и ограничената финансиска одржливост на телевизискиот пазар.

**Табела 11: Резултат од работењето на комерцијалните телевизии во последните пет години**

	2021	2022	2023	2024	2025
терестријални ТВ на државно ниво	52.17	-15.15	-7.81	112.40	32.51
ТВ на државно ниво преку неограничен ресурс	-16.70	-71.58	-112.60	-39.82	-44.90
регионални ТВ	5.82	-11.63	-14.12	5.19	-7.47
локални ТВ	9.40	-9.58	-5.02	12.19	-1.13
<b>ВКУПНО</b>	<b>50.69</b>	<b>-107.94</b>	<b>-139.55</b>	<b>89.96</b>	<b>-20.99</b>

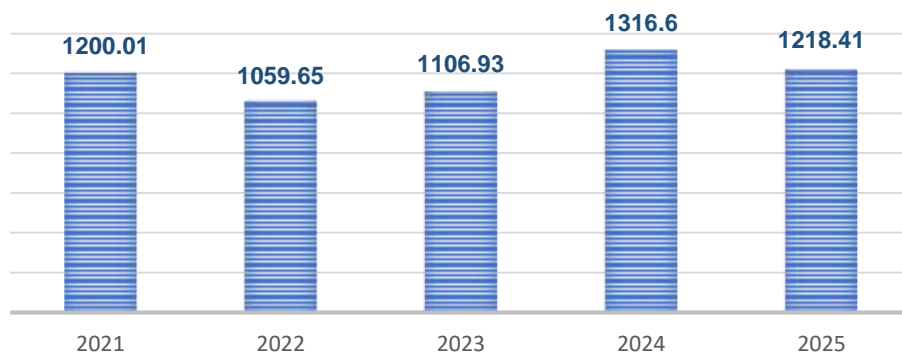
Во најголем дел од анализираниот период комерцијалните телевизии работеле со ниска профитабилност или со загуба. Впрочем, позитивен финансиски резултат заеднички оствариле само во 2021 година (што се должи на финансиската помош за справување со последиците од пандемијата со вирусот Ковид-19 што државата ја издвои за комерцијалните медиуми, и тоа за покривање на трошоците за надоместокот за дозволата за емитување, за покривање на трошоците за пренос на сигналот, субвенции за придонеси од платите на вработените и друго, како и на приходите што комерцијалните радиодифузери ги оствариле од платено политичко рекламирање) и во 2024 година (што се должи на високите приходи од платено политичко рекламирање).

### 3.3. Економска анализа на пазарот на терестријално телевизиско емитување на државно ниво

Анализата на економското работење на петте телевизии што емитуваат програма на државно ниво преку терестријален предавател (Алфа, Алсат-М, Канал 5, Сител и Телма) покажува дека дури и овој сегмент од телевизискиот пазар, кој и натаму е најзначаен и економски најсилен сегмент, се соочува со сериозни предизвици и работи во услови на нестабилност и непредвидливост.

Податоците за вкупните приходи што овие пет телевизии ги остварувале во секоја од последните пет години покажуваат дека **пазарот стагнира и дека не постои раст кој би обезбедил стабилна економска одржливост.**

Слика 8: Вкупни приходи на терестријалните телевизии на државно ниво во последните пет години



Приходите што во 2025 година ги оствариле овие пет телевизии се речиси на истото ниво како и приходите од 2021 година, а во однос на 2024 година има пад во висина од 7,46 %.

Со оглед на тоа дека македонската економија во анализираниот период беше изложена на значителни инфлаторни притисоци, не е доволно да се анализираат само номиналните износи на вкупните приходи, туку за да се добие вистинска слика за состојбите на пазарот потребно е да се анализираат и реалните вредности на приходите. Така, ако номиналното зголемување на приходите во 2025 година во однос на 2021 година изнесува 1,5 %, кога истите податоци за вкупните приходи ќе се сведат на реалните вредности земајќи ја предвид стапката на инфлација, очигледно е дека пазарот реално е намален во однос на 2021 година. Оттука, произлегува дека не само што не постои реален раст туку во анализираниот период во реални вредности пазарот е намален.

И растот во 2024 година кога е достигнато највисокото ниво на приходи на овој сегмент од телевизиската индустрија е поттикнат од високиот износ на приходите од платено политичко рекламирање (199,48 милиони денари), а не од реален раст на пазарот кој обезбедува комерцијална одржливост. Дополнително, во вкупните приходи на телевизиите за периодот од 2021 до 2023 година е вклучена и финансиската помош што им беше обезбедена како поддршка за справување со последиците од ковид-пандемијата, која почна во 2020 година, како и последиците од енергетската криза што произлезе од руско-украинскиот воен конфликт во 2022 година<sup>15</sup>.

---

<sup>15</sup> Во 2021 година телевизиите добија финансиска помош од државата во износ од 41,9 милиони денари (по 2,78 милиони денари за секоја телевизија за надомест на трошокот за дозволата и по 5,6 милиони денари за надомест за трошокот за пренос на сигналот преку дигитален терестријален мултиплекс). Оваа година, Алфа, Канал 5, Сител и Телма користеа и субвенции за придонеси од плата за вработените, во вкупен износ од 18,89 милиони денари. Во 2022 година финансиска помош им беше обезбедена од АВМУ (надоместокот за дозволата за телевизиско емитување беше намален за 50 %) и од Владата на РСМ (им беа покриени трошоците за пренос на сигналот преку дигиталниот терестријален мултиплекс). Вкупниот износ на финансиската помош изнесуваше 34,64 милиони денари. Во 2023 година АВМУ им го намали за 25 % надоместокот за дозволата што требаше да го платат за 2023 година, во вкупен износ од 3,16 милиони денари.

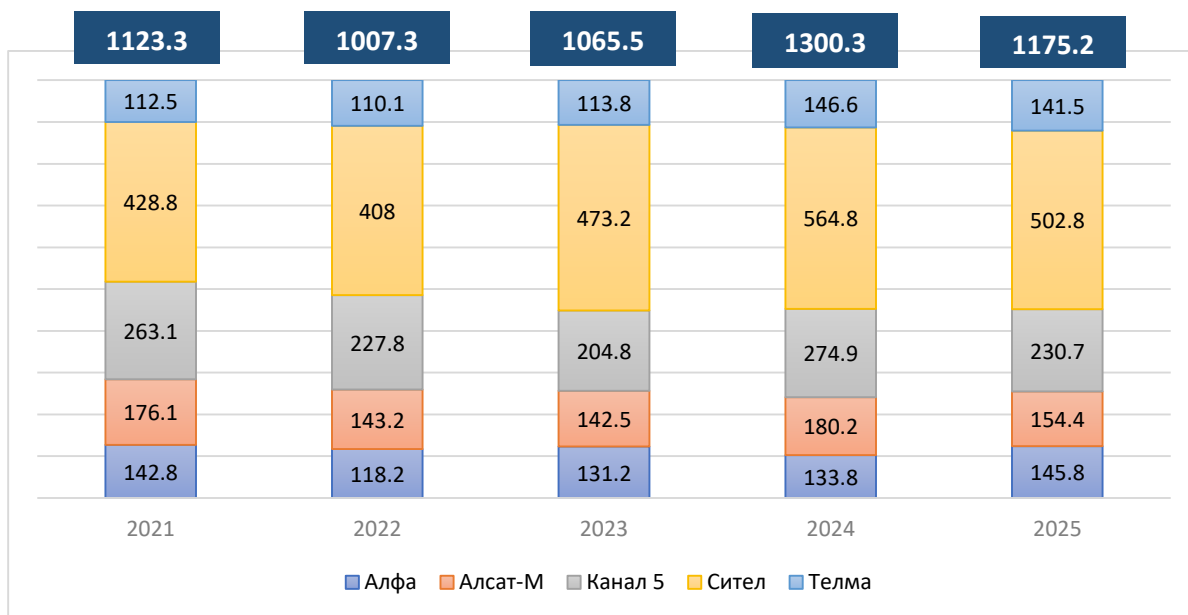
**Табела 12: Вкупни приходи на терестријалните телевизии на државно ниво во периодот од 2021 до 2025 година**

	2021	2022	2023	2024	2025	Стапка на раст 2025/2024
Алфа	155.52	122.64	139.72	135.16	155.53	15.07 %
Алсат-М	185.45	162.98	159.71	180.63	160.14	-11.34 %
Канал 5	276.34	242.09	218.44	281.83	242.82	-13.84 %
Сител	448.64	413.69	474.04	566.37	509.21	-10.09 %
Телма	134.06	118.25	115.02	152.61	150.71	-1.25 %
<b>ВКУПНО</b>	<b>1200.01</b>	<b>1059.65</b>	<b>1106.93</b>	<b>1316.6</b>	<b>1218.41</b>	<b>-7.46 %</b>

Ниту една од петте телевизии не успеала да одржи континуиран раст на приходите во последните пет години. Особено е значајно што во последната година четири од петте телевизии оствариле помалку приходи отколку во претходната година, што покажува дека пазарот нема капацитет да обезбеди одржливост ниту за постојните субјекти.

Во 2025 година намалување има и кај најважната компонента на деловните приходи – приходите од продажба.

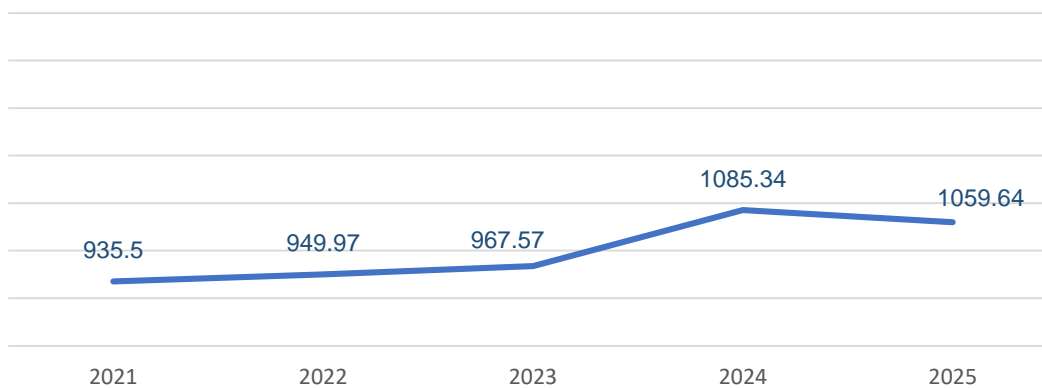
**Слика 9: Приходи од продажба на терестријалните телевизии на државно ниво во периодот од 2021 до 2025 година**



Во анализираниот период највисоки приходи од продажба телевизиите прикажале во 2024 година, кога заедно оствариле 1300,3 милиони денари, што е за 15,76 % повеќе отколку во 2021 година, 29,09 % повеќе отколку во 2022 година, 22,04 % повеќе отколку во 2023 година и 10,64 % повеќе отколку во 2025 година. ТВ Сител секоја година остварувала највисоки приходи од продажба, Канал 5 секогаш била на второто место, а Алсат-М на трето. Иако има раст на номиналните приходи од продажба во 2023 (за 5,78 %) и во 2024 година (за 22,04 %), тој не е одржлив, бидејќи во 2025 година повторно има намалување.

Во приходите од продажба се опфатени и приходите од платено политичко рекламирање што петте телевизији ги остварувале во годините кога се одржувале избори (2021, 2024 и 2025 година), а кои по својата природа имаат цикличен карактер и не претставуваат редовен извор на приходи. Заедно, петте телевизији во 2021 година оствариле 108,51 милион денари од платено политичко рекламирање за време на локалните избори, за време на парламентарните и претседателските избори во 2024 година оствариле речиси двојно повеќе – 199,48 милиони денари и за време на локалните избори во 2025 година оствариле 98,49 милиони денари.

**Слика 10: Приходи од рекламирање (без платено политичко рекламирање) на комерцијалните терестријални телевизији на државно ниво и на МТВ во последните пет години**



Клучен показател за состојбите на пазарот претставуваат приходите од комерцијално рекламирање бидејќи комерцијалното рекламирање е основниот извор на приходи на телевизиите со слободен пристап. Анализата на овие приходи овозможува да се согледа вистинската моќ и капацитетот на пазарот да генерира приходи. Затоа, растот на приходите од рекламирање обично е показател за стабилен и развиен пазар, додека нивниот пад може

да упатува на заситеност на пазарот, намалена економска активност или пренасочување на рекламните буџети кон други платформи. Имајќи предвид дека како учесник на овој релевантен пазар – рекламен пазар на телевизији со слободен пристап што емитуваат на државно ниво, се јавува и јавниот сервис – Македонската телевизија (МТВ), при пресметувањето на вкупната вредност и на поедничените удели на телевизиите во приходите од комерцијално рекламирање, земени се предвид и приходите што од продажба на рекламното време ги остварила МТВ.

**Анализата на приходите од комерцијално рекламирање покажува дека пазарот е во состојба на стагнација - во 2022 и 2023 има минимален раст, во 2024 година краткорочно подобрување и во 2025 година повторно пад, односно приходите од продажба на времето за рекламирање се намалени во однос на претходната година. Ако се гледаат само номиналните вредности може да се добие впечаток дека пазарот на комерцијално рекламирање во периодот од последните пет години се зголемил од 935,5 милиони денари во 2021 година на 1 059,64 милиони денари во 2025 година. Меѓутоа реалните вредности го покажуваат спротивното: ако се земе предвид стапката на инфлација во 2025 година, економската вредност на пазарот е помала отколку во 2021 година.**

Во првите три години од анализираниот период има незначителен раст на приходите од продажба на времето за комерцијално рекламирање – 1,55 % во 2022 година и 1,85 % во 2023 година. Во 2024 година се забележува произразен раст (за 12,17 %), меѓутоа тој не продолжува и во наредната година – во 2025 година приходите се за 2,37 % пониски отколку во 2024 година, што доведува до заклучок дека не постои континуиран тренд на зголемување на приходите од комерцијално рекламирање на овој сегмент од телевизискиот пазар.

Во 2025 година, кај четири од овие шест телевизији е забележан пад на приходите од комерцијално рекламирање. Најголем раст има кај Алфа (50,56 %), што претставува исклучок од општиот тренд. Раст на ваквите приходи има и кај Телма, но тој е многу поумерен.

**Табела 13: Приходи од комерцијално рекламирање на комерцијалните терестријални телевизии на државно ниво и на Македонската телевизија во последните пет години**

	2021	2022	2023	2024	2025	Стапка на раст 2025/2024
Алфа	40.70	36.79	42.15	84.61	127.39	50.56 %
Алсат-М	144.54	140.90	139.45	124.81	122.99	-1.46 %
Канал 5	231.39	227.80	204.75	223.01	202.16	-9.35 %
Сител	383.48	402.50	464.88	503.88	467.75	-7.17 %
Телма	94.67	104.35	104.06	114.99	122.43	6.47 %
МТВ	40.73	37.63	12.28	34.04	16.92	-50.29 %

ТВ Сител секоја година имала најголем удел во приходите од комерцијално рекламирање, а ТВ Канал 5 била веднаш зад неа. Сепак, во 2025 година и двете телевизии оствариле помалку приходи отколку во 2024 година, и тоа ТВ Сител за 7,17 %, а ТВ Канал 5 за 9,35 %.

Анализата на податоците за искористеноста на рекламното време во ударен термин покажува дека **постои значителен неискористен рекламен простор**.

**Табела 14: Искористеност на рекламно време во ударен термин**

	2021	2022	2023	2024	2025
Алфа	46%	45%	51%	45%	45%
Алсат-М	77%	75%	85%	46%	44%
Канал 5	75%	72%	72%	41%	40%
Сител	53%	49%	59%	30%	29%
Телма	57%	61%	58%	48%	49%
	61 %	60%	65%	42%	41%

Во последните две години не било искористено ни половина од расположливото време за рекламирање, што укажува на **недоволната реална побарувачка од страна на огласувачите**. Искористеноста во последната година изнесува 41 %, што претставува намалување за 24 процентни поени во однос на 2023 година, кога е забележан највисок степен на искористеност во последните пет години (65 %), што, пак, е јасен показател дека

се намалува интересот на огласувачите за телевизиско рекламирање во атрактивните термини.

Во првите три години од анализираниот период, најголема искористеност на рекламното време во ударен термин имале ТВ Алсат-М (85 % во 2023 година) и ТВ Канал 5 (75 % во 2021 година). Во 2024 и 2025 година кај двете телевизии се забележува речиси двојно намалување во однос на претходниот период. Во 2024 и 2025 година ниту една од телевизиите не успеала да искористи повеќе од 50% од дозволеното време за рекламирање во ударен термин.

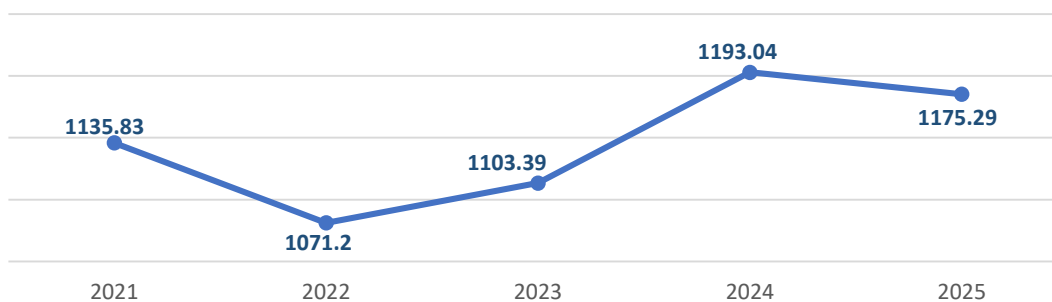
Искористеноста на рекламното време надвор од ударен термин бележи поинаков тренд. Во периодот од 2021 до 2023 година имало постепен раст, при што во следните две години доаѓа до нагло зголемување. Ова укажува дека **огласувачите сè повеќе се насочуваат кон поевтините рекламни термини.**

**Табела 15: Искористеност на рекламно време надвор од ударен термин**

	2021	2022	2023	2024	2025
Алфа	16 %	20 %	24 %	55 %	55 %
Алсат-М	32 %	31 %	32 %	54 %	56 %
Канал 5	43 %	40 %	37 %	59 %	60 %
Сител	58 %	59 %	66 %	70 %	71 %
Телма	28 %	30 %	24 %	52 %	51 %
	35 %	36 %	37 %	58 %	59 %

Вкупните трошоци на овие пет телевизии во последните пет години се движат од 1,07 милијарди денари во 2022 година до 1,19 милијарди денари во 2024 година. Во последната година се забележува пад на вкупните трошоци во споредба со претходната година во висина од 1,49 %.

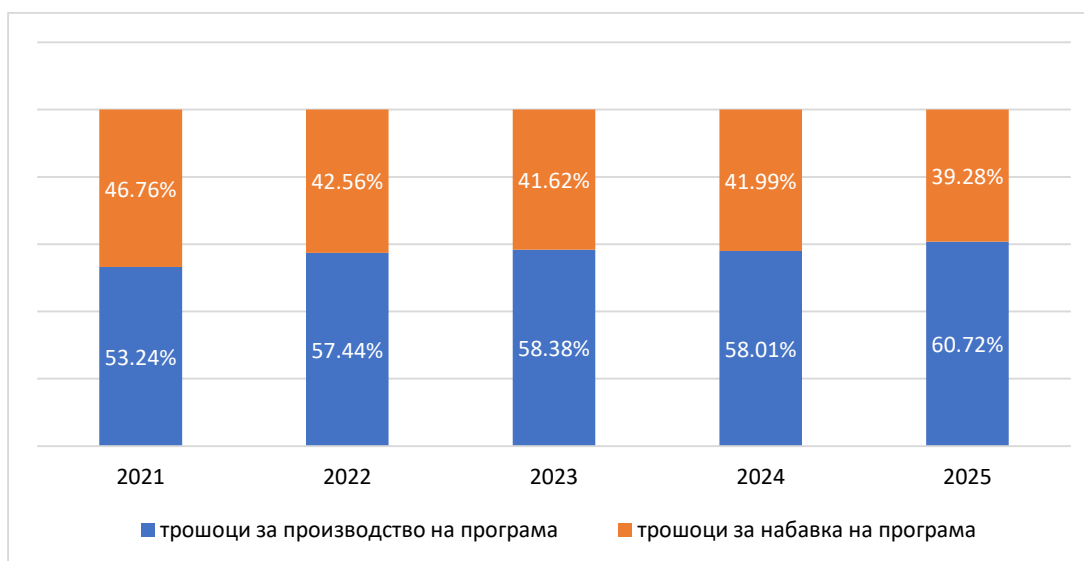
**Слика 11: Вкупни трошоци на терестријалните телевизији во периодот од 2021 до 2025 година (во милиони денари)**



**Вкупните трошоци во 2025 година се за 3,47 % повисоки отколку трошоците во 2021 година, што е повеќе отколку растот на вкупните приходи, кој изнесува само 1,53 %.**

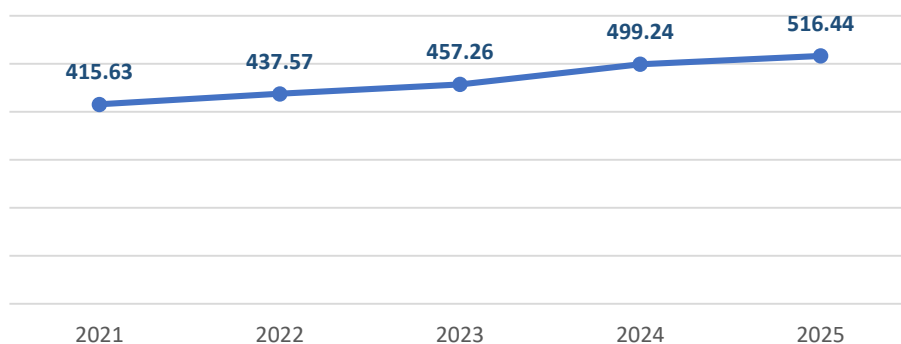
Најмногу средства телевизиите секоја година издвојувале за создавање програма, односно за производство на сопствена програма и за набавка на содржини. Уделот на овие трошоци во вкупните трошоци изнесувал 69 % во 2021 година, 71 % во 2022 и 2023 година и 72 % во 2024 и 2025 година.

**Слика 12: Директни трошоци за создавање програма во последните пет години (во милиони денари)**



Трошоците за производство на програма на овие пет телевизии бележат постојан раст. Во овие пет години тие се зголемиле за 24,3 %, односно од 415,63 милиони денари во 2021 година пораснале на 516,44 милиони денари во 2025 година.

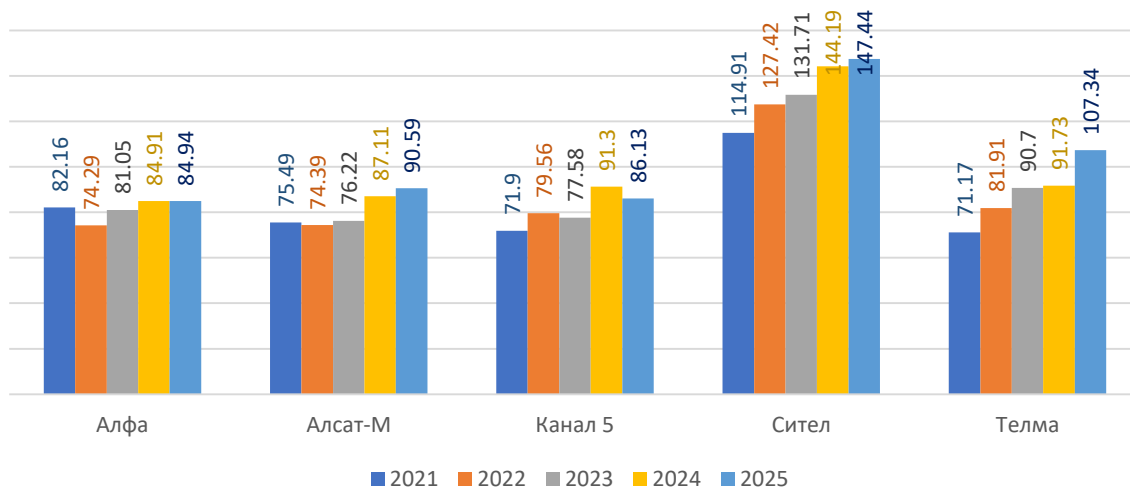
**Слика 13: Трошоци за производство на програма во периодот од 2021 до 2025 година (во милиони денари)**



Очигледно, телевизиите од година в година се соочуваат со зголемени трошоци за продукција на квалитетна програмска понуда, а дополнителен притисок создава тоа што растот на овие трошоци не е проследен со соодветен раст на приходите.

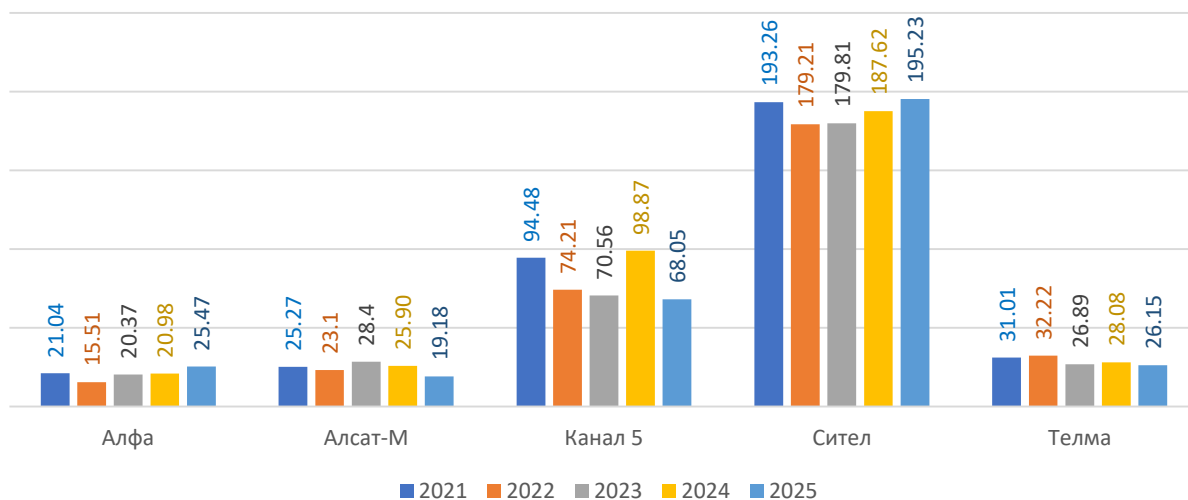
Освен кај ТВ Канал 5, каде што постои наизменичен пад и раст на средствата што таа ги трошела за сопствена продукција, кај другите телевизии се забележува општ тренд на зголемување на овој вид трошок. Најмногу средства за производство на програма секоја година вложувала ТВ Сител.

**Слика 14: Трошоци за производство на програма на терестријалните телевизии во периодот од 2021 до 2025 година (во милиони денари)**



ТВ Сител трошела најмногу и за набавка на програма во однос на другите телевизии. Средствата што оваа телевизија ги издвојувала за оваа намена се повисоки отколку тие што ги трошела за производство на содржини.

Слика 15: Трошоци за набавка на програма на терестријалните телевизии во периодот од 2021 до 2025 година (во милиони денари)



Анализата на податоците за финансискиот резултат од работењето на овие пет телевизии во периодот од 2021 до 2025 година покажува дека најголем дел од нив работат со **ниска профитабилност или со загуба**. Исклучок е Сител, која во последните две години, а особено во 2024 година остварила позначајна добивка во однос на другите пет телевизии.

Табела 16: Финансиски резултат од работењето во последните пет години

	2021	2022	2023	2024	2025
Алфа	11.17	0.41	10.96	4.88	10.33
Алсат-М	17.09	3.51	1.59	5.53	0.16
Канал 5	0.16	0.18	0.19	2.81	1.88
Сител	16.35	4.86	4.99	98.76	36.58
Телма	7.4	-24.11	-25.54	0.42	-16.45
<b>Вкупно</b>	<b>52.17</b>	<b>-15.15</b>	<b>-7.81</b>	<b>112.4</b>	<b>32.5</b>

Финансискиот резултат што овие пет телевизии го оствариле во периодот од последните пет години има позитивни вредности само во годините кога имало изборни процеси (2021, 2024 и 2025 година). Особено е загрижувачки што во секоја од овие три години приходите од платено политичко рекламирање забележително ја надминувале вредноста на остварената добивка – во 2021 година од платено политичко рекламирање овие пет телевизии оствариле 108,51 милиони денари, а добивката изнесувала 52,17 милиони денари, во 2024 година приходите од платено политичко рекламирање изнесувале 199,48 милиони денари, а добивката 112,4 милиони денари и во 2025 година од платено политичко рекламирање биле остварени 98,49 милиони денари, а добивката изнесувала 32,5 милиони денари). Иако негативниот резултат остварен во 2022 и 2023 година се должи на високата загуба на Телма, очигледно е дека и другите четири телевизии овие две години ги завршиле со минимални добивки.

**Табела 17: Финансиски показатели кај терестријалните телевизии на државно ниво во 2025 година**

Показател	Алфа	Алсат-М	Канал 5	Сител	Телма
Тековна ликвидност	0.75	1.35	1.35	9.76	1.45
Задолженост во однос на вкупните средства	1.18	0.71	0.28	0.05	0.43
Нето профитна стапка	7.08%	0.10%	0.78%	7.19%	-10.92%

Најстабилни показатели во однос на ликвидноста, задолженоста и профитабилноста покажува Сител.

Коефициентот на ликвидност на Сител покажува дека оваа телевизија има висока способност навремено да ги подмирува тековните обврски. Алсат -М, Канал 5 и Телма имаат релативно стабилна ликвидност, а Алфа се соочува со зголемен ризик, односно нема доволно тековни средства за покривање на краткорочните обврски. Сител има и најмала задолженост, а највисока телевизија Алфа, односно кај оваа телевизија обврските ги надминуваат средствата со кои таа располага. Задолженоста на Алсат-М е релативно висока, Телма има умерено ниво на задолженост, а Канал 5 ниска задолженост. Во 2025 година повисоки нето-профитни стапки имаа Сител и Алфа. Алсат-М и Канал 5 работеле со минимална профитабилност, односно со многу ниски нето-профитни стапки, а Телма има негативна нето-профитна стапка (-10,92 %).

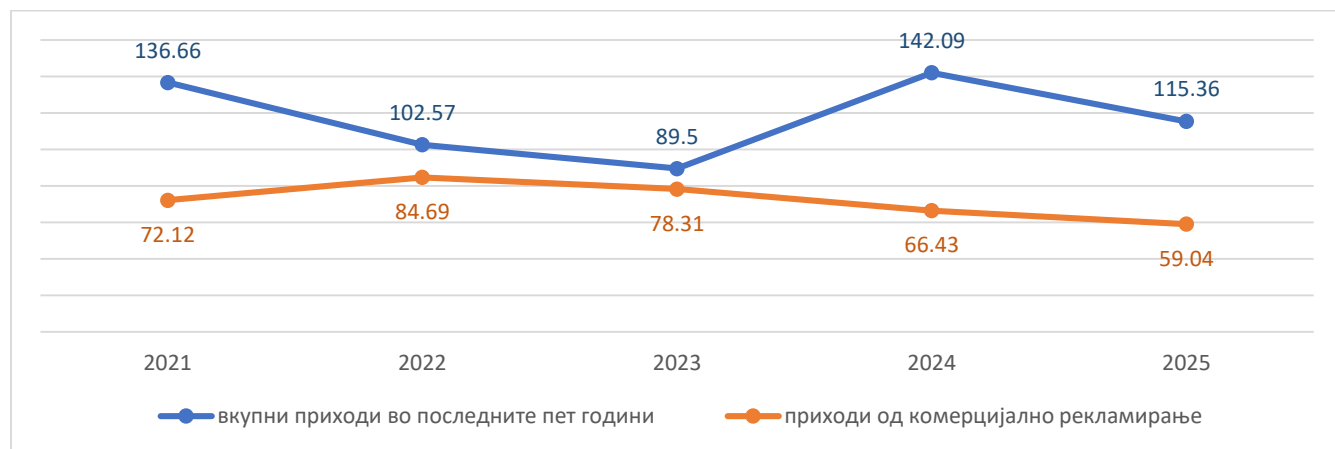
### 3.4. Економска анализа на пазарот на телевизи на државно ниво преку неограничен ресурс

Состојбите на пазарот на телевизиите што емитуваат програма на државно ниво преку неограничен ресурс дополнително ја потврдуваат ограниченоста на економскиот капацитет на телевизискиот пазар. Иако овие телевизи имаат пониски трошоци во однос на терестријалните телевизи, тие не само што не успеваат да обезбедат долгорочна стабилност и развој туку се соочуваат со уште поизразени финансиски проблеми и предизвици.

Програма на државно ниво преку неограничен ресурс емитуваат четири телевизи – две преку оператор на јавна електронска комуникациска мрежа (Компани 21-М и Шења) и две преку сателит (24 Вести и Наша ТВ). Во претходните години на овој пазар работела уште две телевизи – Клан (дозволата престана да важи во април 2025 година) и Сонце (дозволата престана да важи во февруари 2026 година). Имајќи го предвид ова, предмет на економска анализа во овој дел од студијата е работењето на четирите постоечки телевизи.

**Вкупните приходи на овие четири телевизи имаат јасен надолен тренд – во 2025 година тие се под нивото и на приходите од 2021 година.** Во однос на претходната година пониски се за 18,81 %.

**Слика 16: Движење на вкупните приходи и на приходите од комерцијално рекламирање на телевизиите преку неограничен ресурс во периодот од 2021 до 2025 година (во милиони денари)**



Иако на прв поглед се чини дека во 2024 има значајно подобрување на состојбите и раст на пазарот во однос на 2023 година, со оглед на тоа што сите телевизии прикажале значително повисоки приходи (Компани 21-М за 54,39 %, 24 Вести за 49,70 %, Шења за 82,44 % и Наша ТВ за 84,28 %), сепак подлабоката анализа покажува дека растот се должи исклучиво на приходите од платено политичко рекламирање што телевизиите ги оствариле за време на претседателските и парламентарните избори во 2024 година (вкупно 69,32 милиони денари).

**Табела 18: Вкупни приходи четирите телевизии на државно ниво преку неограничен ресурс во периодот од 2021 до 2025 година (во милиони денари)**

	2021	2022	2023	2024	2025
24 Вести	54.01	38.36	33.84	50.66	32.24
Наша ТВ	5.05	7.62	7.06	13.01	13.41
Компани 21-М	63.16	49	36.53	56.4	50.58
Шења	14.44	7.59	12.07	22.02	19.13
вкупно	136.66	102.57	89.5	142.09	115.36

Движењето на приходите од комерцијално рекламирање како клучен показател за движењата на пазарот јасно покажува дека **дури и во номинални вредности нема раст, туку континуирано опаѓање на пазарот од 2022 година наваму**. Во последната година од анализираниот период овие приходи се за 11,12 % пониски отколку во 2024 година и за 18,14 % пониски отколку приходите од комерцијално рекламирање остварени во 2021 година.

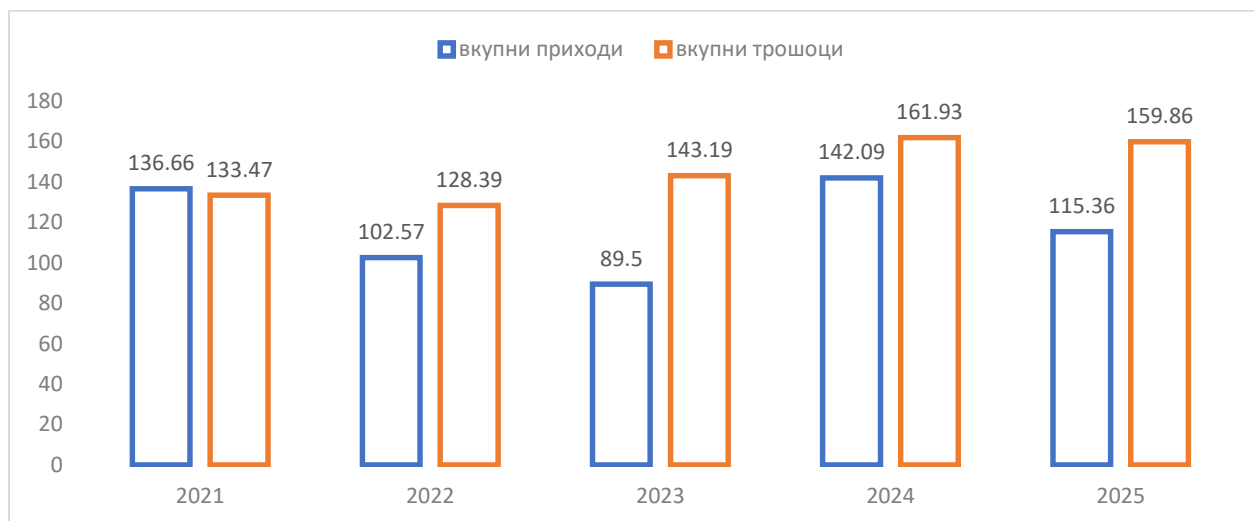
**Табела 19: Приходи од рекламирање (без ППР) на четирите телевизии на државно ниво преку неограничен ресурс во периодот од 2021 до 2025 година**

	2021	2022	2023	2024	2025
24 Вести	35.26	30.95	28.85	30.13	25.32
Наша ТВ	1.49	1.63	1.66	7.5	5.5
Компани 21-М	32.13	45.07	36.04	18.75	22.16
Шења	3.24	7.04	11.76	10.05	6.06
вкупно	72.12	84.69	78.31	66.43	59.04

Податоците за приходите од комерцијално рекламирање на секоја телевизија посебно покажуваат дека споредено со 2024 година, само Компани 21-М остварила повисоки приходи (за 18,19 %), додека кај другите три има намалување, и тоа: кај 24 Вести за 15,96 %, кај Наша ТВ за 26,67 % и кај Шења за 39,70 %.

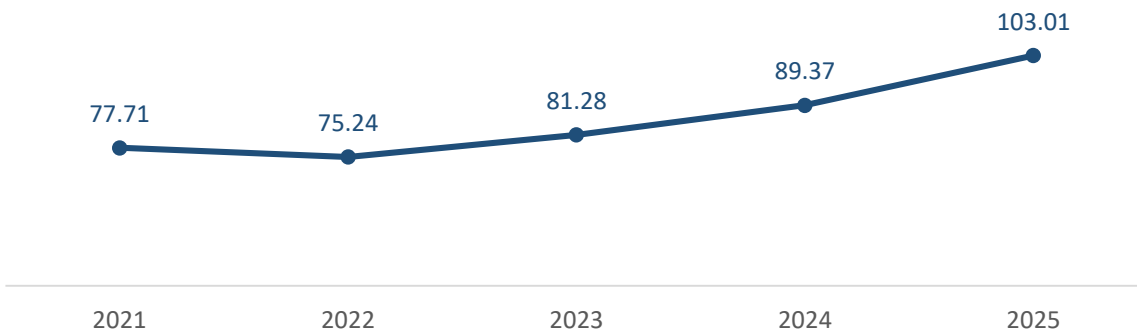
Освен во 2021 година, кога приходите на овие четири телевизии биле незначително повисоки од направените трошоци, во следните четири години тие трошеле повеќе отколку што остварувале приходи, а најмногу средства потрошиле во 2024 година (161,93 милиони денари).

**Слика 17: Движење на вкупните приходи и на вкупните трошоци на телевизиите преку неограничен ресурс во периодот од 2021 до 2025 година (во милиони денари)**



Анализата на податоците за директните трошоци за програма (кои ги опфаќаат трошоците за производство и трошоците за набавка на програма) покажува дека по благиот пад во 2022 година, од 2023 година наваму тие постојано растеле, достигнувајќи максимален износ од 103,01 милиони денари во 2025 година.

**Слика 18: Директни трошоци за програма на четирите телевизии на државно ниво преку неограничен ресурс во периодот од 2021 до 2025 година**



Во секоја од последните пет години средствата издвоени за сопствена продукција биле повеќекратно повисоки од оние за купување содржини.

**Табела 20: Вкупни трошоци за производство на програма и вкупни трошоци за набавка на програма во последните пет години (во милиони денари)**

	2021	2022	2023	2024	2025
трошоци за производство на програма	72.51	69.66	74.53	80.66	92.37
трошоци за набавка на програма	5.2	5.58	6.75	8.71	10.63

Во последните пет години четирите телевизии заедно оствариле добивка само во 2021 година, и тоа незначителен износ од 2,74 милиони денари. Од 2022 година наваму работеле со загуба.

**Табела 21: Финансиски резултат од работењето во последните пет години**

	2021	2022	2023	2024	2025
ТВ 24 Вести	-4.94	-20.87	-35.98	-27.74	-43.29
Наша ТВ	-2.08	-1.1	-4.45	0.3	3.75
ТВ Компани 21-М	7.4	0.15	-14.74	0.05	-8.73
ТВ Шења	2.36	-4.02	1.31	6.67	3.37
вкупно	2.74	-25.84	-53.86	-20.72	-44.9

Најлош финансиски резултат во секоја од последните пет години имала 24 Вести – во секоја од петте години работела со загуба, а во последната година загубата на оваа телевизија достигнала 43,29 милиони денари.

**Табела 22: Финансиски показатели за 2025 година**

Показател	24 Вести	Наша ТВ	Компани 21-М	Шења
Тековна ликвидност	0.03	3.29	0.21	4.72
Задолженост во однос на вкупните средства	29.33	0.30	1.27	0.21
Нето-профитна стапка	-134.28%	27.95%	-21.54%	17.60%

Најлоши финансиски показатели има телевизијата 24 Вести - исклучително ниска ликвидност (0,03), што укажува на сериозни тешкотии во покривање на тековните обврски и висок ризик од неликвидност, загрижувачка задолженост (29,33), а многу ниската нето-профитна стапка (-134,28 %) значи дека загубите ги надминуваат остварените приходи и дека финансиската неодржливост е сериозна.

## ЗАКЛУЧОЦИ

Анализата на програмската понуда на терестријалните телевизии на државно ниво покажува недостиг на разновидност и на форматите на програмските сервиси и на програмските содржини што тие ги емитуваат.

Сите пет телевизии емитуваат сервиси од општ формат, а на државно ниво не постои ниту еден специјализиран телевизиски сервис. Ваквата состојба значително ја ограничува тематската разновидност на телевизиската понуда. Во вкупната програмска понуда на овие телевизии доминираат програмските содржини со забавна функција, кои учествуваат со околу 62 % во вкупно емитуваната неделна програма, додека информативните содржини учествуваат со 18 %, а образовните со 20 %.

Во рамките на забавната програма, убедливо доминира играната програма, која сочинува околу 40 % од вкупно емитуваната неделна програма и 60 % од вкупната забавна програма. Најголем дел од оваа играна програма се серии од турско производство. Анализата покажува недостиг на разновидност и кај програмите со образовна функција. Дури 73 % од образовните содржини се документарна програма, додека другите видови образовни содржини се застапени во многу мал обем или воопшто не се застапени. И кај информативните содржини постои доминација на само еден жанр - вестите и телевизиските дневници учествуваат со околу 61 % во вкупната информативна програма, а другите видови информативни програми имаат многу мало учество.

Податоците од извештаите за исполнување на обврските од дозволата покажуваат отстапувања меѓу пријавената и реално емитуваната програма, што особено се забележува кај спортската програма и одделни образовни содржини.

Телевизијата и натаму претставува еден од најкористените медиуми - дури 72,4 % од испитаниците гледаат телевизија секој ден или речиси секој ден, а дополнителни 17,5 % неколку пати неделно. Најгледани програмски содржини се вестите, филмовите и телевизиските серии. Домашните телевизии успеваат да ја задржат публиката главно преку информативните програми и телевизиските серии, додека филмови, спортски и документарни содржини публиката најчесто гледа на странски телевизиски канали. Истражувањето укажува на умерено ниво на задоволство од постојната програмска понуда.

Најголем дел од испитаниците се само делумно задоволни од понудата на домашните телевизии, додека значителен дел одговориле дека се повеќе незадоволни отколку задоволни. Само мал дел од испитаниците одговориле дека се целосно задоволни од постојната телевизиска понуда. Публиката смета дека квалитетот на телевизиските содржини во најголема мера останал непроменет во споредба со претходната година. Телевизиските серии се единствената програмска содржина што публиката ја перципира како премногу застапена во домашната телевизиска понуда. Наспроти тоа, спортската, образовната, документарната, културната и детската програма се оценети како недоволно застапени. Најголем дел од испитаниците одговориле дека на домашните телевизии недостигаат квалитетна домашна играна програма, научни и образовни емисии, документарни содржини, спортска програма, емисии за деца и млади, како и истражувачко новинарство и аналитички емисии. Публиката смета дека на задоволително ниво е квалитетот на вестите, информативните и дебатните емисии, како и телевизиските серии, додека за квалитетот на повеќето други програмски содржини смета дека не е на задоволително ниво.

Анализата на економските показатели на телевизискиот пазар во периодот 2021–2025 година покажува дека македонскиот телевизиски пазар има ограничен економски капацитет и се соочува со структурна нестабилност. Вкупната вредност на пазарот останува ниска, а финансиските показатели укажуваат на ограничена одржливост на значителен дел од телевизиските субјекти. Податоците за вкупните приходи и за приходите од комерцијално рекламирање покажуваат дека пазарот стагнира. Иако во одредени години е евидентиран номинален раст, во најголем дел тој е неутрализиран од инфлаторните движења. Во 2025 година и вкупните приходи и приходите од рекламирање бележат пад во однос на 2024 година. Дополнително, значителен дел од позитивните финансиски резултати во одделни години не произлегуваат од раст на пазарот, туку од привремени и некомерцијални извори на приходи (финансиска поддршка од државата и приходи од платено политичко рекламирање за време на изборни процеси). Без овие приходи, профитабилноста на телевизискиот сектор би била значително пониска, а кај дел од телевизиите и негативна. Побарувачката за телевизиско рекламирање опаѓа, што јасно се гледа од тоа дека во последните две години не е искористена ни половина од дозволеното рекламно време во ударен термин. Најизразена економска нестабилност е забележана кај телевизиите што емитуваат програма на државно ниво преку неограничен ресурс. Овој сегмент во најголем дел од анализираниот период работи со загуба и со опаѓачки приходи од рекламирање.

Иако терестријалните телевизии на државно ниво остануваат економски најсилен сегмент од телевизиската индустрија, и кај нив се забележува ограничен реален раст на пазарот.

Наодите од оваа Студија јасно покажуваат дека не постои оправданост за доделување нова дозвола за телевизиски сервис од општ формат на државно ниво.



## **АНЕКС**

## АЛФА

### Програми што исполнуваат информативна функција

<i>Видови програми</i>	<i>Видови програми емитувани минатата година („√“)</i>	<i>Програми кај кои има промени во времетраењето („√“) и програми што не се емитувани, а ги има во програмскиот концепт („X“)</i>
Вести/ТВ дневници	√	
Актуелно-информативна програма	√	
Актуелно-информативна програма со документаристички пристап	√	
Актуелно-информативна говорна шоу програма	√	
Преноси или снимки од седници на органите на власта	√	
Преноси или снимки од општествено-политички настани	√	
Информативни магазини		
Специјализирани информативни емисии	√	
Информативно-забавна програма	√	
Инфо-сервис		
Информативна програма од областа на уметноста, културата и хуманистичките науки	√	
Друга информативна програма	√	

### Програми што исполнуваат образовна функција

<i>Видови програми</i>	<i>Видови програми емитувани минатата година („√“)</i>	<i>Програми кај кои има промени во времетраењето („√“) и програми што не се емитувани, а ги има во програмскиот концепт („X“)</i>
Образовна програма	√	
Образовно-забавна програма	√	
Образовно-забавна програма за физичка култура и рекреација		
Документарна програма		
Документарно-забавна програма	√	
Образовна програма од областа на уметноста, културата и хуманистичките науки		
Документарна програма со религиозна тематика		
Друга образовна програма	√	

Програми што исполнуваат забавна функција

<i>Видови програми</i>	<i>Видови програми емитувани минатата година („√“)</i>	<i>Програми кај кои има промени во времетраењето („√“) и програми што не се емитувани, а ги има во програмскиот концепт („X“)</i>
Забавно-информативна	√	
Забавна говорна шоу програма	√	
Забавно-образовна програма	√	
Забавно-документарна програма	√	
Програми со хороскоп/тарот/јасновидци или толкување соништа		
Спортска програма (пренос или снимка од спортски натпревари или настани и спортски магацини)		
Игрена програма (телевизиски филмови, кинематографски филмови, анимирани филмови, серии, серијали, театарски претстави, хумор и сатира, реалистични играни серијали)	√	
Музичка програма (музичко-говорни програмски целини, снимки и преноси од концерти, музички фестивали, танци, балет, опера и слично, музички спотови, музичка реалистична програма)	√	
Игри (натпревари со ниска продукциска вредност, натпревари со висока продукциска вредност, квизови, игри на среќа и наградни игри)		
Вариете		
Формат на реалистична телевизија (скриена камера, преноси или снимки од натпревари на анонимни изведувачи, медиумски обликуван социјален експеримент, преноси или снимки од секојдневието на јавни личности, симулирана „реалистична“ реконструкција)		
Друга забавна програма	√	

## АЛСАТ-М

### Програми што исполнуваат информативна функција

<i>Видови програми</i>	<i>Видови програми емитувани минатата година („√“)</i>	<i>Програми кај кои има промени во времетраењето („√“) и програми што не се емитувани, а ги има во програмскиот концепт („X“)</i>
Вести/ТВ дневници	√	
Актуелно-информативна програма	√	
Актуелно-информативна програма со документаристички пристап		√
Актуелно-информативна говорна шоу програма	√	
Преноси или снимки од седници на органите на власта		X
Преноси или снимки од општествено-политички настани		X
Информативни магазини		√
Специјализирани информативни емисии		X
Информативно-забавна програма	√	
Инфо-сервис	√	
Информативна програма од областа на уметноста, културата и хуманистичките науки	√	
Друга информативна програма		x

### Програми што исполнуваат образовна функција

<i>Видови програми</i>	<i>Видови програми емитувани минатата година („√“)</i>	<i>Програми кај кои има промени во времетраењето („√“) и програми што не се емитувани, а ги има во програмскиот концепт („X“)</i>
Образовна програма	√	
Образовно-забавна програма	√	
Образовно-забавна програма за физичка култура и рекреација		X
Документарна програма	√	
Документарно-забавна програма	√	
Образовна програма од областа на уметноста, културата и хуманистичките науки	√	
Документарна програма со религиозна тематика	√	
Друга образовна програма		√

Програми што исполнуваат забавна функција

<i>Видови програми</i>	<i>Видови програми емитувани минатата година („√“)</i>	<i>Програми кај кои има промени во времетраењето („√“) и програми што не се емитувани, а ги има во програмскиот концепт („X“)</i>
Забавно-информативна	√	√
Забавна говорна шоу програма	√	√
Забавно-образовна програма		√
Забавно-документарна програма	√	√
Програми со хороскоп/тарот/јасновидци или толкување соничта		
Спортска програма (пренос или снимка од спортски натпревари или настани и спортски магацини)		X
Игрена програма (телевизиски филмови, кинематографски филмови, анимирани филмови, серии, серијали, театарски претстави, хумор и сатира, реалистични играни серијали)	√	√
Музичка програма (музичко-говорни програмски целини, снимки и преноси од концерти, музички фестивали, танци, балет, опера и слично, музички спотови, музичка реалистична програма)	√	√
Игри (натпревари со ниска продукциска вредност, натпревари со висока продукциска вредност, квизови, игри на среќа и наградни игри)		X
Вариете		X
Формат на реалистична телевизија (скриена камера, преноси или снимки од натпревари на анонимни изведувачи, медиумски обликуван социјален експеримент, преноси или снимки од секојдневието на јавни личности, симулирана „реалистична“ реконструкција)		X
Друга забавна програма		X

## КАНАЛ 5

### Програми што исполнуваат информативна функција

<i>Видови програми</i>	<i>Видови програми емитувани минатата година („√“)</i>	<i>Програми кај кои има промени во времетраењето („√“) и програми што не се емитувани, а ги има во програмскиот концепт („X“)</i>
Вести/ТВ дневници	√	√
Актуелно-информативна програма	√	√
Актуелно-информативна програма со документаристички пристап		X
Актуелно-информативна говорна шоу програма	√	√
Преноси или снимки од седници на органите на власта		X
Преноси или снимки од општествено-политички настани		X
Информативни магазини		X
Специјализирани информативни емисии	√	√
Информативно-забавна програма		X
Инфо-сервис		X
Информативна програма од областа на уметноста, културата и хуманистичките науки		X
Друга информативна програма		

### Програми што исполнуваат образовна функција

<i>Видови програми</i>	<i>Видови програми емитувани минатата година („√“)</i>	<i>Програми кај кои има промени во времетраењето („√“) и програми што не се емитувани, а ги има во програмскиот концепт („X“)</i>
Образовна програма	√	√
Образовно-забавна програма	√	√
Образовно-забавна програма за физичка култура и рекреација		X
Документарна програма	√	√
Документарно-забавна програма		X
Образовна програма од областа на уметноста, културата и хуманистичките науки		X
Документарна програма со религиозна тематика		X
Друга образовна програма		

Програми што исполнуваат забавна функција

<i>Видови програми</i>	<i>Видови програми емитувани минатата година („√“)</i>	<i>Програми кај кои има промени во времетраењето („√“) и програми што не се емитувани, а ги има во програмскиот концепт („X“)</i>
Забавно-информативна	√	√
Забавна говорна шоу програма	√	√
Забавно-образовна програма		X
Забавно-документарна програма		X
Програми со хороскоп/тарот/јасновидци или толкување сонешта		
Спортска програма (пренос или снимка од спортски натпревари или настани и спортски магацини)		X
Игрена програма (телевизиски филмови, кинематографски филмови, анимирани филмови, серии, серијали, театарски претстави, хумор и сатира, реалистични играни серијали)	√	√
Музичка програма (музичко-говорни програмски целини, снимки и преноси од концерти, музички фестивали, танци, балет, опера и слично, музички спотови, музичка реалистична програма)	√	√
Игри (натпревари со ниска продукциска вредност, натпревари со висока продукциска вредност, квизови, игри на среќа и наградни игри)	√	√
Вариете		
Формат на реалистична телевизија (скриена камера, преноси или снимки од натпревари на анонимни изведувачи, медиумски обликуван социјален експеримент, преноси или снимки од секојдневието на јавни личности, симулирана „реалистична“ реконструкција)	√	√
Друга забавна програма		

## СИТЕЛ

### Програми што исполнуваат информативна функција

<i>Видови програми</i>	<i>Видови програми емитувани минатата година („√“)</i>	<i>Програми кај кои има промени во времетраењето („√“) и програми што не се емитувани, а ги има во програмскиот концепт („X“)</i>
Вести/ТВ дневници	14:00:00	
Актуелно-информативна програма	10:00:00	
Актуелно-информативна програма со документаристички пристап		
Актуелно-информативна говорна шоу програма		
Преноси или снимки од седници на органите на власта		
Преноси или снимки од општествено-политички настани		
Информативни магазини		
Специјализирани информативни емисии		
Информативно-забавна програма		
Инфо-сервис		
Информативна програма од областа на уметноста, културата и хуманистичките науки		
Друга информативна програма		

### Програми што исполнуваат образовна функција

<i>Видови програми</i>	<i>Видови програми емитувани минатата година („√“)</i>	<i>Програми кај кои има промени во времетраењето („√“) и програми што не се емитувани, а ги има во програмскиот концепт („X“)</i>
Образовна програма		
Образовно-забавна програма	07:00:00	
Образовно-забавна програма за физичка култура и рекреација		
Документарна програма	35:10:00	
Документарно-забавна програма		
Образовна програма од областа на уметноста, културата и хуманистичките науки		
Документарна програма со религиозна тематика		
Друга образовна програма		

Програми што исполнуваат забавна функција

<i>Видови програми</i>	<i>Видови програми емитувани минатата година („√“)</i>	<i>Програми кај кои има промени во времетраењето („√“) и програми што не се емитувани, а ги има во програмскиот концепт („X“)</i>
Забавно-информативна		
Забавна говорна шоу програма	11:00:00	
Забавно-образовна програма		
Забавно-документарна програма		
Програми со хороскоп/тарот/јасновидци или толкување соничта		
Спортска програма (пренос или снимка од спортски натпревари или настани и спортски магацини)		
Игрена програма (телевизиски филмови, кинематографски филмови, анимирани филмови, серии, серијали, театарски претстави, хумор и сатира, реалистични играни серијали)	51:00:00	
Музичка програма (музичко-говорни програмски целини, снимки и преноси од концерти, музички фестивали, танци, балет, опера и слично, музички спотови, музичка реалистична програма)	09:55:00	
Игри (натпревари со ниска продукциска вредност, натпревари со висока продукциска вредност, квизови, игри на среќа и наградни игри)	06:25:00	
Вариете		
Формат на реалистична телевизија (скриена камера, преноси или снимки од натпревари на анонимни изведувачи, медиумски обликуван социјален експеримент, преноси или снимки од секојдневието на јавни личности, симулирана „реалистична“ реконструкција)		
Друга забавна програма		

## ТЕЛМА

### Програми што исполнуваат информативна функција

<i>Видови програми</i>	<i>Видови програми емитувани минатата година („√“)</i>	<i>Програми кај кои има промени во времетраењето („√“) и програми што не се емитувани, а ги има во програмскиот концепт („X“)</i>
Вести/ТВ дневници	√	
Актуелно-информативна програма	√	
Актуелно-информативна програма со документаристички пристап	√	
Актуелно-информативна говорна шоу програма	√	
Преноси или снимки од седници на органите на власта	√	
Преноси или снимки од општествено-политички настани	√	
Информативни магазини	√	
Специјализирани информативни емисии	√	
Информативно-забавна програма	√	
Инфо-сервис	√	
Информативна програма од областа на уметноста, културата и хуманистичките науки	√	
Друга информативна програма	√	

### Програми што исполнуваат образовна функција

<i>Видови програми</i>	<i>Видови програми емитувани минатата година („√“)</i>	<i>Програми кај кои има промени во времетраењето („√“) и програми што не се емитувани, а ги има во програмскиот концепт („X“)</i>
Образовна програма		
Образовно-забавна програма		
Образовно-забавна програма за физичка култура и рекреација		
Документарна програма	√	
Документарно-забавна програма		
Образовна програма од областа на уметноста, културата и хуманистичките науки	√	
Документарна програма со религиозна тематика		
Друга образовна програма		

Програми што исполнуваат забавна функција

<i>Видови програми</i>	<i>Видови програми емитувани минатата година („√“)</i>	<i>Програми кај кои има промени во времетраењето („√“) и програми што не се емитувани, а ги има во програмскиот концепт („X“)</i>
Забавно-информативна	√	
Забавна говорна шоу програма	√	
Забавно-образовна програма		
Забавно-документарна програма		
Програми со хороскоп/тарот/јасновидци или толкување соничта		
Спортска програма (пренос или снимка од спортски натпревари или настани и спортски магацини)	√	
Игрена програма (телевизиски филмови, кинематографски филмови, анимирани филмови, серии, серијали, театарски претстави, хумор и сатира, реалистични играни серијали)	√	
Музичка програма (музичко-говорни програмски целини, снимки и преноси од концерти, музички фестивали, танци, балет, опера и слично, музички спотови, музичка реалистична програма)	√	
Игри (натпревари со ниска продукциска вредност, натпревари со висока продукциска вредност, квизови, игри на среќа и наградни игри)	√	
Вариете		
Формат на реалистична телевизија (скриена камера, преноси или снимки од натпревари на анонимни изведувачи, медиумски обликуван социјален експеримент, преноси или снимки од секојдневието на јавни личности, симулирана „реалистична“ реконструкција)		
Друга забавна програма		