Совет за радиодифузија
на Република Македонија

АНАЛИЗА НА ПАЗАРОТ НА РАДИОДИФУЗНАТА ДЕЈНОСТ за 2007 година

Изработено од
Секторот за истражувања и долгорочен развој
на Советот за радиодифузија на РМ

Скопје, декември 2008 година

Содржина

ВОВЕД 2

1. РЕЗИМЕ НА АНАЛИЗАТА 4

2. ТЕЛЕВИЗИСКА ИНДУСТРИЈА 10
- 2.1 Клучни промени на телевизискиот пазар 10
- 2.2 Телевизиска индустрија 16
  - 2.2.1 Модели на прием на ТВ сигналот и субјекти на пазарот 16
  - 2.2.2 Приходи во телевизиската индустрија 19
  - 2.2.3 Структура на трошоците 26
  - 2.2.4 Инвестиции на комерцијалните телевизии на државно ниво 31
  - 2.2.5 Пасива и обврски во телевизиската индустрија 32
  - 2.2.6 Резултат од работењето во телевизиската индустрија 34
  - 2.2.7 Финансиски показатели на телевизиската индустрија 36
  - 2.2.8 Вработени 39

3. РАДИСКА ИНДУСТРИЈА 43
- 3.1 Клучни промени на радискиот пазар 43
- 3.2 Радиска индустрија 49
  - 3.2.1 Модели на прием на радиосигналот и субјекти на пазарот 49
  - 3.2.2 Приходи во радиската индустрија 52
  - 3.2.3 Структура на трошоците 58
  - 3.2.4 Инвестиции на комерцијалните радија на државно ниво 64
  - 3.2.5 Пасива и ибврски во радиската индустрија 65
  - 3.2.6 Резултат од работењето во радиската индустрија 67
  - 3.2.7 Финансиски показатели на радиската индустрија 68
  - 3.2.8 Вработени 69

4. ПАЗАР НА ОГЛАСУВАЊЕ 74
- 4.1 Бруто и нето-приходи од огласување 74
- 4.2 Компаративни показатели за бруто и нето приходите од огласување во телевизиските индустрии 77
- 4.3 Огласувачки индустрии и компании во ТВ-секторот 78
- 4.4 Удели во нето-приходите од огласување и удели во гледаноста и слушаноста 82

5. СТРУКТУРА НА СОПСТВЕНОСТА 86
- 5.1 Облици на интеграција на капиталот 86
- 6.2 Промени во сопственичката структура во 2007 година 90
- 6.3 Сопственичка структура на радиодифузерите 91

Вовед

Потребата од континуирано следење на состојбата на пазарот на радиодифузната дејност произлегува од основната улога на Советот за радиодифузија утврдена во член 21, став 3 на Законот за радиодифузната дејност, кадешто се вели дека при остварувањето на своите законски надлежности Советот за радиодифузија, покрај другото, се грижи и за „...економски и технолошки развој на дејноста". Оваа задача на Советот е поврзана и со потребата да се обезбеди спроведување на основните цели на Законот за радиодифузната дејност, меѓу кои и „унапредувањето и поттикнувањето на конкуренцијата и развојот на радиодифузната дејност" (член 2, став 1, алинеја 4). Трет аспект поради кој е важно Советот да ги следи состојбите на радиодифузниот пазар се неговите надлежности во спроведувањето на одредбите од глава 3 на Законот за радиодифузната дејност поврзани со заштитата на плурализмот и разновидноста во програмската понуда, односно со спречувањето на недозволената медиумска концентрација. За да може да одлучува за овие прашања, на Советот му се неопходни прецизни показатели за уделите на пазарот на огласување и уделите во гледаноста и слушаноста, како критериуми што се утврдени во став 6, алинеја 1 и 2 на член 17 од Законот за радиодифузната дејност.

Во Стратегијата за развој на радиодифузната дејност, во насоките за развојот на радиодифузната индустрија (точка 3.50) се нагласува дека идната регулација на дејноста треба да се потпира на редовни и продлабочени анализи на пазарот заради што Советот треба „...во редовни интервали (барем еднаш годишно) да спроведува анализи на економското работење на радиодифузерите и на пазарот, како основа за градење на неговата регулаторна политика при лиценцирањето, поттикнувањето и заштитата на конкуренцијата, преземањето мерки за консолидација и за поттикнување на развојот на пазарот".

Првата сеопфатна анализа на пазарот на радиодифузната дејност за периодот 2004, 2005 и 2006 година Советот за радиодифузија ја спроведе во рамките на изготвувањето на Стратегијата за развој на радиодифузната дејност. При изготвувањето на анализата за 2007 година беше користена истата методологија, но беа земени предвид и насоките на Лиза ди Феличиантонио, раководителка за радиодифузија при Директоратот за анализа на пазарот и конкуренцијата на италијанското регулаторно тело за комуникации AGCOM, дадени при изготвувањето на првата анализа.

Со цел да обезбеди квалитетни и сеопфатни податоци за определување на економските вредности на телевизискиот и радискиот пазар, во април 2008 година Советот за радиодифузија усвои Упатство за формата и содржината на известувањата и барањата на радиодифузерите поврзани со промените во

сопственичката структура и за видот и формата на податоците за економско-финансиското работење што радиодифузерите се должни да му ги доставуваат на Советот за радиодифузија („Сл.весник на РМ" бр.53/2008). Во делот што се однесува на економско-финансиското работење на радиодифузерите, ова упатство беше изработено со стручна поддршка од д-р Нинко Костовски, експерт по деловни финансии и универзитетски професор од Скопје.

Врз основа на законската обврска и Упатството, радиодифузерите беа должни на Советот да му доставaт копија од завршната сметка и пополнети обрасци со податоци за економско-финансиското работење во 2007 година. Податоците ги доставија речиси сите радиодифузери, освен две телевизиски и пет радиостаници на локално ниво, чие учество во вкупните вредности на пазарот е незначително[1].

Со цел да се утврдат вредностите на пазарот на огласување, беа искористени податоците од мониторингот на емитуваните реклами што истражувачката агенција Media&Advertising од Скопје ги обезбедува за меѓународната публикација „Television 2007 International Key Facts", во издание на IP International Marketing Commitee од Германија[2]. Податоците за сегментирањето на телевизиската и радиската публика беа добиени од истражувачките агенции СММРИ од Скопје и AGB Nielsen Media Research од Скопје.

Советот за радиодифузија им изразува благодарност на сите радиодифузери кои навремено ги доставија своите податоци и на сите други субјекти кои покажаа готовност за соработка со Советот во текот на изготвувањето на анализата.

За сите дополнителни информации во врска со податоците и сознанијата изнесени во оваа анализа, можете да се обратите до Секторот за истражувања и долгорочен развој на Советот, на следната и-мејл адреса: research@srd.org.mk

[1] Учеството на двете ТВ-станици (ТВ Дуе од Гостивар и ТВ Гура од Кичево) во вкупните приходи на ТВ пазарот во 2006 година изнесувало 0,2 отсто, а учеството на петте радио станици (Радио Актуел од Битола, Радио Роса АБ од Кочани, Радио Риниа 200 од Прилеп, Радио Алфа од Радовиш и Радио Фама од Тетово) во вкупните приходи на радискиот пазар 0,4 отсто.

[2] http://www.ip-deutschland.de/ipdeutschland/Service/Publikationen/Mediennutzung/index_4598.jsp

Глава 1

Резиме на анализата

2.1 Пазар на огласување

- Трендот на пораст на бруто-приходите од огласување[3] на сите медиумски сектори, забележан во претходните неколку години, продолжува и во 2007 година. Бруто-приходите од огласување во 2007 година изнесувале 220 милиони евра, што во однос на 2006 година е пораст од 45,88 отсто.

- И за странските и за домашните огласувачи телевизијата продолжува да биде најатрактивниот медиум за огласување во Република Македонија. Истражувачките податоци за емитуваните и објавените реклами покажуваат дека само во телевизиската индустрија во 2007 година се вложени вкупно 180,3 милиони евра во бруто-износ или 81,20 отсто од вкупните бруто-средства наменети за огласување.

- Како и во претходните години, и во 2007 година разликата меѓу бруто и нето-вредностите е мошне голема, особено кај телевизиската индустрија[4]. Имено, во бруто-износ, приходите се речиси десет пати поголеми од нето-приходите. Кај радиската индустрија оваа разлика е помала, но сепак е невообичаено висока[5].

- И покрај тоа што во последните години средствата што македонските и странските компании ги вложуваат во огласувањето бележат пораст, сепак Македонија е на дното на листата на огласувачки индустрии. Фактот што во 2006 година на еден жител биле просечно потрошени 59,41 евра за ТВ-огласување покажува дека потенцијалот на македонската огласувачка индустрија е мошне низок.

- Главните огласувачки индустрии и во 2007 година, како и во претходните три години, биле: индустриите за производство на храна и на безалкохолни пијалаци, автомобилската индустрија, телекомуникациската индустрија, производителите на кафе, хемиската индустрија (детергенти и шампони),

[3] Бруто приходите од огласување се добиваат кога показателите за емитуваните или објавените реклами во сите медиумски сектори ќе се помножат со цените утврдени во официјалните ценовници на медиумите, додека нето приходите од огласување се реалните средства што на медиумите им се исплатени според фактурираниот износ во кој се вклучени различни попусти.

[4] Кај ТВ-индустријата ова се должи на повеќе причини: намерно зголемување на цените во официјалните ценовници од страна на радиодифузерите, давање големи попусти од редовните цени што некогаш достигнуваат дури 90 отсто, одлевање на дел од приходите на сметките на продуцентите кои продуцирале дел од емисиите во кои се емитуваат рекламите, високиот надоместок кон ЗАМП и начинот на неговото пресметување, поради што некои радиодифузери веројатно не ги прикажуваат сите приходи и др.

[5] Кај радиската индустрија високата разлика меѓу бруто и нето-приходите се должи и на тоа што истражувачките агенции износот на бруто-приходите го добиваат врз основа на процена, а не и на мерење на емитуваните реклами.

банкарскиот сектор, како и производителите на минерална вода.

Големиот пораст на бруто-приходите од огласување во ТВ-секторот во 2007 година се должи, пред сè, на зголемените буџети за огласување на автомобилската и на телекомуникациската индустрија. Во 2007 година како значаен огласувач се појавува и Владата на РМ[6], а карактеристична појава е и тоа што некои огласувачи своите рекламни буџети ги намениле единствено или во најголем дел на одделни ТВ-станици.

- Во 2007 година најголем удел или 92 отсто од нето-приходите од ТВ-огласување имале телевизиските станици на државно ниво. Десетте регионални телевизии заедно оствариле само три отсто, а сите локални телевизии пет отсто од вкупните нето-приходи.

  Показателите за гледаноста покажуваат многу поголема сегментираност на публиката во споредба со сегментираноста на приходите од огласување, што е резултат на присутноста на големиот број странски ТВ-канали на пазарот.

  Од домашните ТВ-станици најголем удел во гледаноста во 2007 година имале комерцијалните ТВ-станици на државно ниво: А1 (23,7 отсто), потоа Сител (13,3 отсто), Канал 5 (7,7 отсто), Телма (4,1 отсто) и Алсат М (2,8 отсто), додека уделот на сервисите на МТВ опаднал на 10 отсто, а на регионалните и локалните ТВ-станици на 13 отсто. Од друга страна, заедничкиот удел на странските канали, што публиката ги добива преку кабелските мрежи и сателитските приемници, пораснал на 25,3 отсто.

- Нето-приходите од огласување на радискиот пазар се распоредени на поинаков начин отколку кај телевизискиот. Шеснаесетте регионални радио-станици од Скопје имаат заеднички удел од 49 отсто, а уделот на 41 локална радиостаница изнесува 17 отсто. Од радиостаниците, пак, на државно ниво најмногу приходи од огласување остварила Антена 5 (24 отсто), потоа Радио Рос Метрополис (7 отсто), Канал 77 (три отсто), а Македонското радио во 2007 година воопшто не остварило приходи од огласување.

  Сегментирањето на публиката речиси целосно се совпаѓа со начинот на којшто се распоредуваат приходите од огласувањето. Вкупниот удел во слушаноста на локалните и на регионалните станици во 2007 година изнесува 66,2 отсто, а уделот на приватните радиостаници на државно ниво 27,7 отсто.

[6] Рекламните кампањи на Владата на РМ и на Министерството за финансии во 2007 година во бруто вредност изнесувале 190.926.065,00 денари , што им го обезбедува тринаесеттото место на листата на најголеми огласувачи во 2007 година.

2.2 Телевизиска индустрија

- Во мај 2007 година дури 52,1 отсто од домаќинствата во Република Македонија биле приклучени на кабелска мрежа[7]. Само на класична терестријална антена биле приклучени 39,5 отсто од домаќинствата, 8 отсто имале сателитски приклучок, додека пак, 0,4 отсто воопшто не поседувале телевизиски приемник.

  Приемот на телевизискиот сигнал преку кабелски приклучок е доминантен кај домаќинствата од урбана средина, додека пак, најголемиот дел од домаќинствата од рурална средина телевизискиот сигнал го примале преку класична терестријална антена.

- До јуни 2007 година на телевизискиот пазар, покрај јавниот радиодифузен сервис - Македонската телевизија, функционираа и 55 комерцијални телевизии. По усогласувањето на договорите за концесија и преминот во дозволи, на пазарот продолжија да работат 52 комерцијални телевизии - 5 на државно, 11 на регионално и 36 на локално ниво.

- Во споредба со претходните години, 2007 е најповолна година за ТВ-индустријата, остварен е вкупен приход од 1.674.541.813,00 денари, или 23,88 отсто повеќе во однос на 2006 година. Сепак, порастот на приходите не е рамномерен кај сите сектори - најголем е кај приватните ТВ-станици на државно ниво, додека регионалните и локалните телевизии оваа година оствариле најмалку приходи.

  Приходите на јавниот сервис (МТВ) изминативе години стагнираат поради фактот што не функционираше наплатата на радиодифузната такса. Во 2007 година јавниот сервис од наплата на радиодифузната такса добил само 6.018.184,00 денари, но затоа пак од Буџетот на РМ за МТВ биле одвоени 356.767.154,00 денари[8].

- Вкупните приходи на петте комерцијални телевизии на државно ниво во 2007 година изнесувале 1.058.582.529,00 денари, а нивниот удел во вкупните приходи на ТВ-индустријата е 63,2 отсто. Најголем дел од приходите (93,79 отсто) овие радиодифузери ги оствариле од основната дејност, односно од емитување реклами и телешопинг.

  Десетте регионални телевизии оствариле вкупен приход во износ од 49.371.624,00 денари, што претставува 2,95 отсто од вкупните приходи во телевизиската индустрија. Телевизиите на локално ниво оствариле вкупно 94.068.295,00 денари или 5,62 отсто од вкупните приходи.

---

[7] Станува збор за главниот телевизиски приемник во домаќинството на кој најчесто се следи програмата.
[8] Овие износи се процена на уделот на МТВ во вкупно остварените приходи од радиодифузната такса (9.034.665,00 денари), односно од Буџетот на РМ (535.605.995,00).

- Вкупните трошоци во телевизиската индустрија направени во 2007 година изнесуваат 1.679.019.615,50 денари што во однос на 2006 година претставува зголемување за 19,79 отсто. Ова се должи на зголемувањето на трошоците на радиодифузерите што емитуваат програма на државно ниво, додека регионалните и локалните радиодифузери во 2007 година ги намалиле трошоците во однос на претходните три години.

  Најголемо учество во трошоците на комерцијалните телевизии на државно ниво имаат директните трошоци за создавање на програмата (71,40 отсто). Најголем дел од овие средства или 57,5 отсто се вложени во продукција на сопствена програма, а 42,5 отсто се трошоци за набавка на програма. Кај регионалните телевизии директните трошоци за создавање на програмата изнесуваат 45,5 отсто од вкупните трошоци, а кај локалните телевизии - 65,91 отсто.

- Петте комерцијални телевизии на државно ниво во 2007 година инвестирале вкупно 218.339.209,00 денари, од кои 84,24 отсто во основни средства, 34.406.723,00 денари (15,76 отсто) во студиска и предавателна опрема. Поради континуираниот недостиг од средства, јавниот радиодифузен сервис во 2007 година немал никакви инвестиции.

- Вкупните обврски на сите ТВ-станици на крајот од 2007 година изнесувале 1.546.057.577,00 денари, од кои 71 отсто се обврски на Македонската телевизија и на А1.

- Петте приватни ТВ-станици на државно ниво се најпрофитабилниот сектор во ТВ-индустријата. Овој сектор, во целина, остварил добивка во износ од 53.646.006,00 денари, додека регионалните и локалните ТВ-станици работеле со загуба. Македонската телевизија направила загуба од 52.723.595,00 денари.

- Вкупниот број вработени во ТВ-индустријата во 2007 година, изнесувал 1 545 лица, од кои 1 355 во редовен работен однос и 190 хонорарно ангажирани. Во структурата на вработените е доминантно учеството на новинарскиот кадар (31,1 отсто), а зад нив е реализаторскиот кадар (режисери, сниматели, монтажери и др.) со учество од 27,7 отсто.

  Во телевизиите на државно ниво биле вработени 1 160 лица, од кои 677 во Македонската телевизија и 483 во петте приватни ТВ-станици.

2.3 Радиска индустрија

- Во мај 2007 година речиси 80 отсто од домаќинствата радиосигналот го примале преку класична антена, само 2,5 отсто преку кабелски приклучок , 2 отсто преку сателитска антена и 0,5 отсто преку Интернет. Преостанатите 15 отсто воопшто немале радиоприемник.

- На радискиот пазар до јуни 2007 година функционираа вкупно 69 субјекти (јавниот радиодифузен сервис – Македонското радио и 68 комерцијални радиостаници). По усогласувањето на договорите за концесија и преминот во дозволи, на пазарот продолжија да работат 62 комерцијални радиостаници - 3 на државно, 16 на регионално и 43 на локално ниво.

- Во 2007 година вкупните приходи остварени во радиската индустрија изнесуваат 365.375.740,00 денари што во однос на претходната година претставува намалување за 1,41 отсто. Ова се должи на намалувањето на приходите на трите комерцијални станици на државно ниво, додека регионалните и локалните радиостаници ги зголемиле приходите во однос на 2006 година.

  Македонското радио во 2007 година прикажало повеќе приходи во однос на претходната година. Во структурата на приходите доминантен удел имаат средствата од Буџетот на РМ (80 отсто), а сосема мал дел средствата од радиодифузната такса (1,3 отсто).

- Трите комерцијални радиостаници на државно ниво оствариле приходи во износ од 51.430.537,00 денари, односно 14 отсто од вкупните приходи во радиската индустрија. Кај нив најзначаен извор на приход е продажбата на времето за рекламирање со учество од 71,61 отсто.

  Вкупните приходи на регионалните радиостаници изнесуваат 61.145.241,00 денари или 16,73 отсто од приходите во радиската индустрија. Локалните радиостаници оствариле вкупно 25.016.188,00 денари или 6,85 отсто од вкупните приходи.

- Во 2007 година се направени најмалку трошоци (381.635.254,00 денари) во однос на претходните три години. Трошоците се намалени и кај приватниот и кај јавниот сектор.

- Во структурата на трошоците на трите комерцијални радиостаници најголемо учество имаат директните трошоци за создавање на програмата (74,66 отсто). Најголем дел од овие средства биле наменети за производство на сопствена програма (96,2 отсто), а сосема мал дел (3,8 отсто) за набавка на програма.

  Кај регионалните радиостаници учеството на директните трошоци за создавање на програмата изнесува 57,17 отсто, а кај локалните радиостаници 63,16 отсто.

- Приватните радиостаници инвестирале вкупно 9.644.516,00 денари, од кои 89,93 отсто за основни средства и 10,07 отсто во студиска и предавателна опрема. Македонското радио немало инвестиции во 2007 година.

- Вкупните обврски на субјектите на радискиот пазар во 2007 година изнесувале 418.865.351,50 денари. Обврските на Македонското радио изнесуваат 54,5 отсто од оваа сума, на приватните радиостаници на државно ниво 28,8 отсто, на регионалните радиостаници 9,5 отсто и обврските на локалните радиостаници е 7,1 отсто.

- Приватниот сектор во целина остварува позитивен финансиски резултат. Комерцијалните радиостаници на државно ниво оствариле добивка во износ од 1.847.828,00 денари, регионалните радиостаници добивка во износ од 3.485.568,00 денари, а локалните 1.680.247,00 денари. Македонското радио работело со загуба во износ од 25.416.057,00 денари.

- Во 2007 година во радиската индустрија биле ангажирани вкупно 643 лица, од кои 524 во редовен работен однос и 119 хонорарно ангажирани. Речиси 40 отсто од нив се новинари, 23,5 отсто други кадри (административно-стручен кадар, вработени за одржување и хигиена, безбедност и други), а преостанатите се технички и реализаторски кадар.

  Вкупниот број вработени кај радиостаниците на државно ниво изнесувал 415 лица, од кои 372 лица биле вработени во Македонското радио и 43 во комерцијалните станици.

2.4 Структура на сопственоста

- Доминантно учество во сопственичката структура на ТВ и на радиостаниците имаат физички лица.

  Само четири телевизии на регионално и четири на локално ниво се во сопственост на правни лица. Од петте телевизии на државно ниво, А1 телевизија и Канал 5 се во сопственост на физички лица, ТВ Сител, ТВ Телма и Алсат-М се во сопственост на правни лица. Само две ТВ-станици се во сопственост на странски компании: Алсат М (во сопственост на International Energy Engeneering&Petroleum Consulting (IEEPC) LLC, USA со удел од 99,75 отсто) и ТВ Ера од Скопје (во сопственост на странската медиумска компанија Balkan Media Grup Limited, со удел од 66 отсто)

  Во радиосекторот, од станиците на државно ниво во сопственост на правно лице е само Канал 77, од станиците на регионално ниво само Радио Равел, а од станиците на локално ниво само Радио Сити ФМ и Радио Браво од Куманово.

- Во текот на 2007 година, промени во сопственичката структура имаше само кај четири радиодифузери, два на државно ниво (Канал 5 и Радио Рос), еден на регионално ниво (Радио Ват од Скопје) и еден на локално ниво (Радио Блета од Тетово).

Глава 2

Телевизиска индустрија

2.1 Клучни промени на телевизискиот пазар

Приказ 2.1. Клучни показатели за промените на ТВ-пазарот

Показатели	2004	2005	2006	2007
Просечен седмичен досег на телевизијата (% од публиката на возраст од 10-70 години)	99,8	99,8	99,8	95,66
Просечно време на гледање телевизија (минути)	268	262	276	276
Удел во гледаноста на јавниот сервис МТВ1, МТВ2, Собраниски канал (% од вкупната гледаност)	16,1	10,9	11,9	10,01
Удел во гледаноста на приватните ТВ на државно ниво А1, Сител, Канал 5, Телма, Алсат М (% од вкупната гледаност)	51,6	53,4	49,2	51,5
Вкупни приходи во ТВ-индустријата (милиони денари)	1.083	968	1.352	1.675
Приходи на јавниот сервис (милиони денари)	524	418	428	473
Приходи на приватните ТВ на државно ниво (милиони денари)	402	384	751	1.058
Удел на ТВ-секторот во нето-приходите од рекламирање (% од вкупните нето-приходи од рекламирање)	85,1	82,0	87,9	91,2
Број на субјекти на ТВ-пазарот	59	56	56	52

Извор: Совет за радиодифузија/СММРИ Скопје

Телевизијата во Македонија е доминантен медиум,... македонската ТВ-публика и натаму гледа повеќе телевизија од публиката во други земји

Вкупната публика на телевизијата и во 2007 година изнесувала над 95%, што значи дека речиси сите гледачи на возраст над три години барем еднаш во седмицата гледале некоја ТВ-станица најмалку една минута.

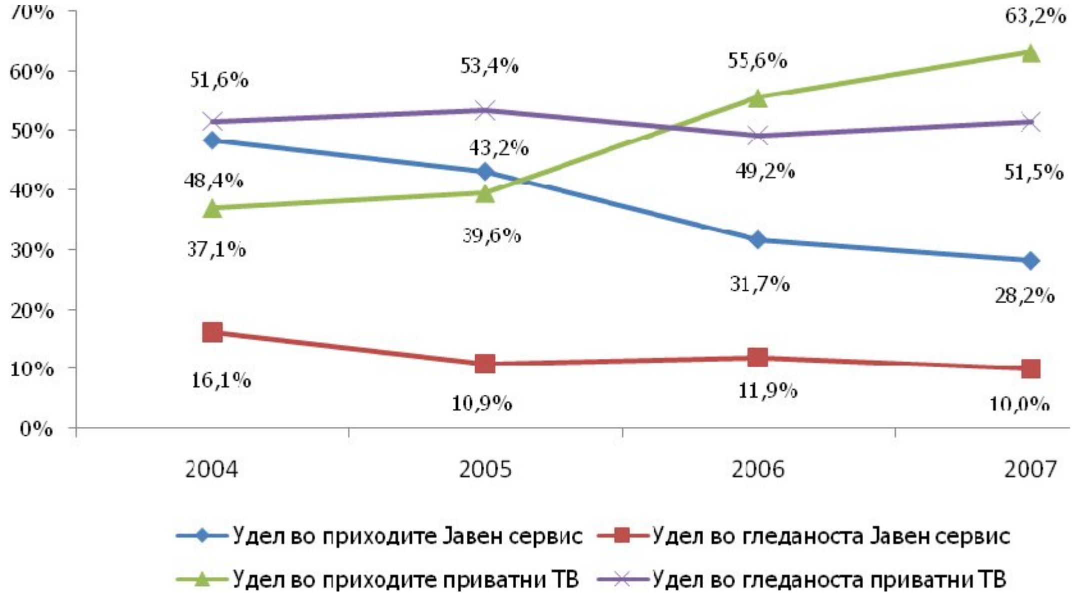
Просечното време поминато во гледање телевизија во 2006 и 2007 година е малку зголемено во однос на претходните две години и изнесува 276 минути. Македонските гледачи, во просек, и натаму гледаат повеќе телевизија од гледачите во другите европски земји.

Приходите на МТВ продолжуваат да опаѓаат, а континуирано опаѓа и гледаноста на сервисите на МТВ

Показателите за приходите и за уделот во гледаноста на Македонската телевизија ја потврдуваат долгогодишната финансиска и продукциско-технолошка криза на јавниот

сервис. Уделот на програмските сервиси на Македонската телевизија (МТВ1, МТВ2 и Собранискиот канал) во вкупната гледаност повеќе години наназад е исклучително низок, намалувајќи се во 2007 година дури на 10 отсто. Паралелно со опаѓањето на гледаноста, континуирано опаѓаат и приходите на јавниот сервис, првенствено поради несобирањето на радиодифузната такса. Приходите на јавниот сервис би биле уште помали доколку МТВ во изминативе години не добиваше интервентни средства од Буџетот на РМ.

Приказ 2.2 Удел во вкупните приходи и во гледаноста на јавниот сервис и на приватните ТВ-станици на државно ниво



Извор: Совет за радиодифузија/СММРИ Скопје

Од друга страна, уделот на приходите на приватните ТВ-станици на државно ниво во вкупните приходи во телевизиската индустрија бележи континуиран раст, достигнувајќи 63,2 отсто во 2007 година. Ова покажува дека комерцијалните ТВ-станици на државно ниво се најпрофитабилниот сектор во целата радиодифузна индустрија.

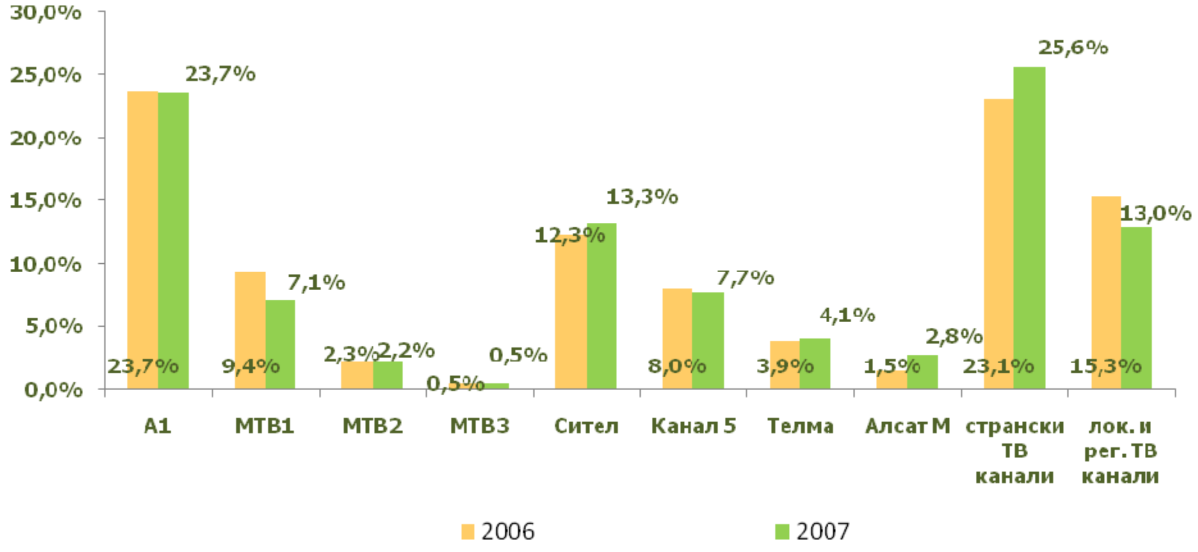
Комерцијалните ТВ-станици на државно ниво имаат највисок удел во гледаноста,... додека уделите на јавниот сервис и на локалните ТВ-станици продолжуваат да опаѓаат

Во 2007 година вкупниот удел на ТВ-станиците што емитуваат програма на државно ниво е речиси ист (61,5 отсто) како и во 2006 година (61,6 отсто). Меѓутоа, ако се погледне уделот на одделните радиодифузери, ќе се забележат разлики: А1 телевизија го задржала приматот во гледаноста со удел од 23,7 отсто, уделите на Сител и на Алсат М пораснале за цел процент, а на Телма за 0,2 отсто, додека уделот на Канал 5 се намалил

за 0,3 отсто. Програмските сервиси на Македонската телевизија имаат најниски удели во гледаноста: уделот на МТВ 1 продолжува да опаѓа и во 2007 година е понизок за цели 2,3 отсто, а уделите на МТВ 2 (2,2 отсто) и на МТВ 3 т.е. на Собранискиот канал (0,6 отсто) се на истото ниско ниво како и во претходната година. Заедничкиот удел на ТВ-станиците на регионално и на локално ниво исто така значително опаднал, намалувајќи се од 15,3 на 13 отсто.

Трендот на пораст на гледаноста на странските ТВ канали што публиката ги добива преку кабелските мрежи или преку индивидуални сателитски чинии, продолжува и во 2007 година. Нивниот вкупен удел во гледаноста во 2007 година достигнува 25,6 отсто.

Приказ 2.3 Просечен удел во гледаноста во 2006 и 2007 година



Извор: СММРИ Скопје

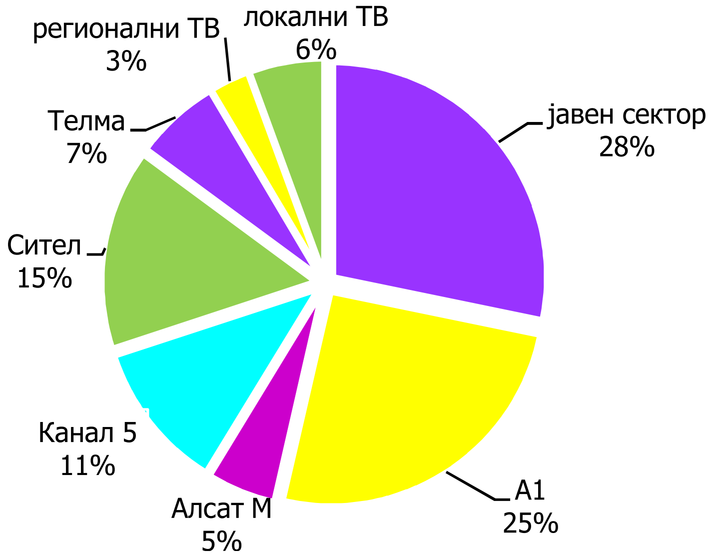
Во 2007 година во ТВ-индустријата е остварен пораст на вкупните приходи за 23,88 отсто,... најголем пораст на приходите имаат петте комерцијални ТВ-станици на државно ниво со удел од 63,2 отсто во вкупните приходи

Споредбените показатели за периодот од 2004 до 2007 година покажуваат дека 2007 година била најповолна за ТВ-индустријата во целина. По различни основи, во целата телевизиска индустрија се остварени вкупни приходи во износ од 1.674.541.813,00 денари што во однос на 2006 година претставува пораст од 23,88 отсто.

Во вкупните приходи е доминантно учеството на радиодифузерите на државно ниво, кое во 2007 година достигнува дури 91,4 отсто или 1.202.022.448,00 денари. Само јавниот сервис (МТВ) во вкупните приходи учествува со удел од 28 отсто или во апсолутен износ од 472.519.365,00 денари. Во приходите на МТВ најголема ставка во 2007

година се средствата од Буџетот на РМ (448.433.432,00 денари), додека од радиодифузната такса МТВ добила само 6.018.184,00 денари.

Приказ 2.4 Удел во вкупните нето-приходи во ТВ-индустријата во 2007 година



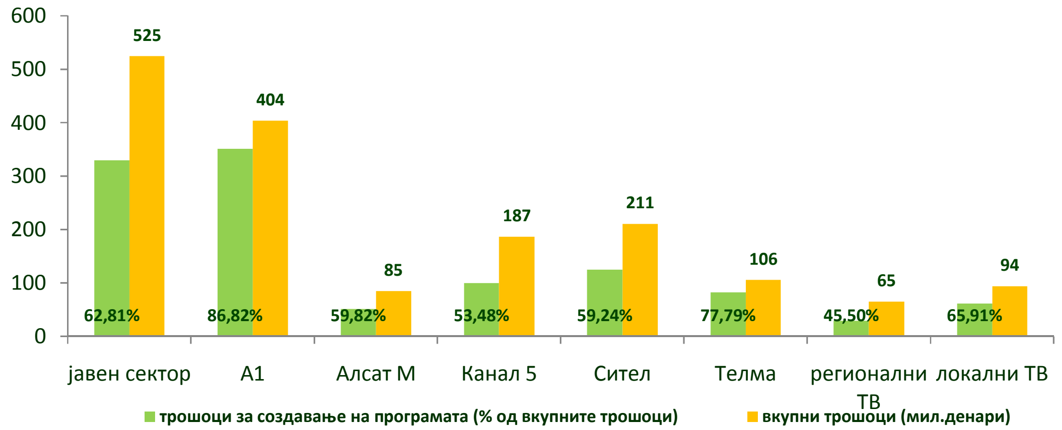
Извор: Совет за радиодифузија

Порастот на вкупните приходи во 2007 година е остварен најмногу кај петте комерцијални ТВ-станици на државно ниво. Тие заедно оствариле приход од 1.058.582.529,00 денари што во вкупните приходи на ТВ-индустријата претставува удел од 63,2 отсто. Регионалните и локалните радиодифузери оваа година оствариле најмалку приходи (143.439.919,00 денари), со заедничко учество од 9 отсто во вкупните приходи.

Вкупните трошоци во ТВ-индустријата пораснале за 19,79 отсто,... трошоците за создавање на програмата имаат различно учество во структурата на вкупните трошоци на различните сектори

Вкупните трошоци во телевизиската индустрија направени во 2007 година изнесуваат 1.679.019.615,50 денари што е за 19,79 отсто повеќе во однос на 2006 година. Петте комерцијални телевизии што емитуваат програма на државно ниво учествуваат со 59,22 отсто, а трите програмски сервиси на МТВ со 31,28 отсто во вкупните трошоци направени во ТВ-индустријата.

Приказ 2.5 Вкупни трошоци и трошоци за создавање на програмата



Извор: Совет за радиодифузија

Македонската телевизија остварила вкупен трошок од 525.242.960,00 денари, а за создавање на програмата на трите програмски сервиси (МТВ1, МТВ2 и Собранискиот канал) потрошила вкупно 329.905.234,00 денари. Од петте комерцијални телевизии на државно ниво, А1 телевизија има највисок износ на вкупни трошоци (404.377.996,00 денари), а потрошила и најмногу средства за создавање на програмата (351.100.782,00 денари).

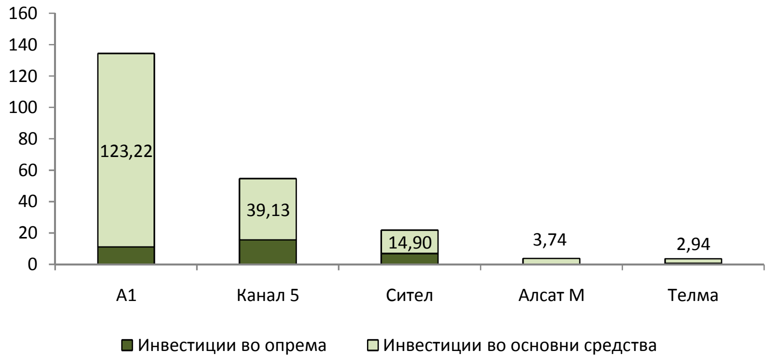
Од комерцијалните телевизии на државно ниво учеството на трошоците за создавање на програмата во вкупните трошоци е највисоко кај А1 телевизија (86,82 отсто), потоа кај Телма (77,79%), Алсат М (59,82%), Сител (59,24%), а најниско кај Канал 5 (53,48 отсто).

Во 2007 година најмногу инвестирала А1 телевизија,...но истовремено оваа ТВ-станица била и најзадолжената,... обврските на Македонската телевизија изнесувале 34,72 отсто од вкупните долгови на целата ТВ индустрија

Најголем дел (84,24 отсто) од инвестициите на комерцијалните телевизии на државно ниво во 2007 година биле наменети за основни средства. Од вкупниот износ на инвестираните средства, 61,52 отсто биле инвестиции на А1 телевизија, 25,3 отсто на Канал 5, 10,02 отсто на Сител, а остатокот бил инвестиција на Телма и на Алсат М. Вкупните задолжувања на Македонската телевизија во 2007 година 536.862.043,00 денари што претставува 34,72 отсто од вкупните долгови во целиот ТВ-сектор.

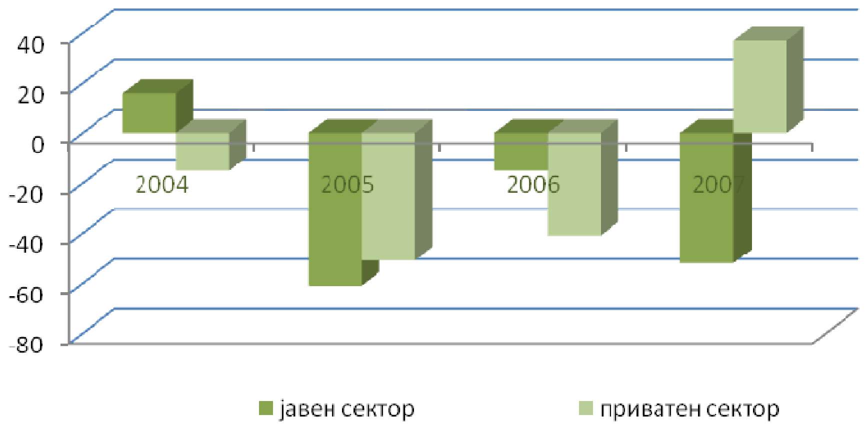
Дури 68 отсто од вкупните обврски на петте комерцијални телевизии на државно ниво се обврски на А1 телевизија. Станува збор за обврски кон добавувачите, обврски по кредити и др.

Приказ 2.6 Инвестиции на комерцијалните ТВ-станици на државно ниво во 2007 година



Приватниот сектор во целина за првпат работи со добивка,... а јавниот сервис продолжува да работи со загуба и во 2007 година и покрај големата буџетска интервенција

Приказ 2.7 Резултати од работењето на јавниот и на приватниот ТВ-сектор



Извор: Совет за радиодифузија

Во 2007 година вкупно 36 телевизиски станици работеле со добивка, а 16 оствариле негативен резултат од работењето. Сепак, на ниво на целата индустрија, вкупниот износ на загубата е повисок од добивката, па оттука остварениот финансиски резултат е загуба во износ од 15.686.539,00 денари.

Ваквата состојба се должи на големата загуба на Македонската телевизија во износ од 52.723.595,00 денари. Приватниот сектор во целина остварил позитивен финансиски резултат во износ од 37.037.056,00 денари.

2.2 Телевизиска индустрија

2.2.1 Модели на прием на ТВ-сигналот и субјекти на пазарот

Податоците за бројот на домаќинствата, кои во 2007 година го добивале телевизискиот сигнал во нивните домови преку терестријален, сателитски или кабелски приклучок, се обезбедени од истражувањето што Советот за радиодифузија го нарача за потребите на Стратегијата за развој на радиодифузната дејност спроведено во мај 2007 година[1].

Приказ 2.8 Вид приклучок на главниот ТВ-приемник во домаќинствата

Вид на приклучок	Вкупно (%)	Урбана област (%)	Рурална област (%)
Кабелски приклучок	52.1	65	31
Класична антена	39.5	28	59
Сателитска антена	8.0	7	10
Немаат ТВ-приемник	0.4	1	0

Извор: Истражување на СММРИ - Скопје, мај 2007

Од податоците се гледа дека приклучокот на некоја од кабелските јавни комуникациски мрежи е доминантен начин на прием на телевизијата во Македонија. Во мај 2007 година дури 52,1 отсто од домаќинствата во Република Македонија биле приклучени на кабелска мрежа[2]. Само на класична терестријална антена биле приклучени 39,5 отсто од домаќинствата, 8 отсто имале сателитски приклучок, додека пак 0,4 отсто воопшто не поседувале телевизиски приемник. Приемот на телевизискиот сигнал преку кабелски приклучок е доминантен кај домаќинствата од урбана средина, а најголем дел од домаќинставата од рурална средина телевизискиот сигнал го примале преку класична терестријална антена.

До јуни 2007 година на телевизискиот пазар на терестријално емитување покрај јавниот радиодифузен сервис - Македонската телевизија, постоеја и 55 комерцијални телевизии, кои радиодифузната дејност ја извршуваа во согласност со договорите за концесија склучени врз основа на Законот за радиодифузната дејност („Сл. Весник на РМ" бр. 20/97 и бр.70/03) .

Приказ 2.9 ТВ-станици во јавниот и во приватниот сектор

	до јуни 2007
Јавен сектор	1
Приватен сектор	55
Вкупно	56

Извор: Совет за радиодифузија

[1] Истражувањето го спроведе истражувачката агенција СММРИ – Скопје (Strategic Marketing and Media Research Institute) врз случаен репрезентативен примерок од 1 275 испитаници.
[2] Станува збор за главниот телевизиски приемник во домаќинството на кој најчесто се следи програмата.

Во согласност со член 172 од Законот за радиодифузната дејност („Сл.весник на РМ" бр.100/05 и бр.19/07), во февруари 2007 година Советот ја започна постапката за усогласување на договорите за концесија со одредбите од овој закон, односно за преминување кон системот на дозволи за вршење радиодифузна дејност. Пријави за усогласување на договорите за концесија доставија сите 55 приватни телевизии. Советот пристапи кон евалуација на доставените пријави со придружната документација, а имајќи го предвид и работењето на трговските радиодифузни друштва во изминатиот концесиски период и донесе Одлука (бр.02-1628/20 од 30.05.2007 година) за доделување дозволи за вршење радиодифузна дејност на вкупно 52 комерцијални телевизии.

По завршувањето на постапката за усогласување на договорите за концесија, на пазарот на терестријално емитување продолжија да работат 52 телевизии[3], од кои согласно со новиот Закон, дозвола за емитување на регионално ниво добија 11, поточно оние што емитуваат програма на подрачјето на град Скопје.

Приказ 2.10 Комерцијални телевизиски станици според опфатот

	Телевизии
Државно ниво	5
Регионално ниво	11
Локално ниво	36
Вкупно	52

Извор:Совет за радиодифузија

Бројот на телевизиите кои емитуваат програма на државно ниво, во споредба со претходните години, во 2007 не беше променет, односно покрај Македонска телевизија со трите програмски сервиси (МТВ1, МТВ2 и Собранискиот канал), на територијата на државата емитуваа програма уште пет комерцијални телевизии.

Приказ 2.11 Телевизиски станици на државно ниво

	Сектор	Програмски сервиси
МРТ	Јавен	3
А1	Приватен	1
Алсат-М	Приватен	1
Канал 5	Приватен	1
Сител	Приватен	1
Телма	Приватен	1

Извор:Совет за радиодифузија

Во приказите 2.12 и 2.13 е даден преглед на радиодифузерите што емитуваат програма на регионално и на локално ниво, со показатели за бројот на населението и бројот на домаќинствата на тие подрачја како нивна потенцијална публика.

[3] По завршувањето на постапката за усогласување на договорите за концесија, на три ТВ-станици (ТВ Миг 21 од Гевгелија, ТВ Алфа од Дебар и ТВ Спорт 4 од Скопје), поради неплаќање на надоместокот за концесија, им беше одземено правото за вршење радиодифузна дејност.

Приказ 2.12 Комерцијални ТВ-станици на регионално ниво

Општина	Население	Домаќинства	Бр.	ТВ-станици
Скопје	515.419	146.566	11	Скајнет, МТМ, Мак Спот, ТВ Скопје, Ера, БТР, Шутел, Амазон, Едо, Тоска[4] и Крт

Извор: Совет за радиодифузија

Вршење радиодифузна дејност на регионално ниво подразбира покривање подрачје на повеќе општини што претставува природна географска и демографска целина и кое опфаќа население меѓу 150 000 – 400 000 жители. Градот Скопје со неговата околина е посебен регион. Радиодифузерите што согласно претходниот Закон емитуваа програма на територијата на Скопје, продолжија да работат како регионални радиодифузери[5].

Приказ 2.13 Комерцијални телевизиски станици на локално ниво[6]

Општина	Население	Домаќинства	Број	ТВ-станици
Куманово	105.484	27.984	4	Феста, Далга-Крт, Хана, Нова
Битола	95.385	28.942	3	Тера, Орбис, Меди
Тетово	86.580	20.094	5	Арт, Кисс, Коха, Менада, Супер Скај
Гостивар	81.042	18.091	1	Дуе
Струга	63.376	14.485	2	Арт Канал, Калтрина
Охрид	55.749	16.012	3	Морис, НТВ, ТВМ
Велес	55.108	16.959	2	Канал 21, Здравкин
Струмица	54.676	15.896	2	Интел, Вис
Штип	47.796	15.065	2	Ирис, Стар
Кавадарци	38.741	12.026	1	КТВ-41
Кичево	30.138	8.330	3	Боем, Гурра, Ускана
Радовиш	28.244	8.270	2	Еми, Кобра
Гевгелија	22.988	7.221	1	Нова
Свети Николе	18.497	5.698	1	Свет
Пробиштип	16.193	5.104	1	Протел
Валандово	11.890	3.545	1	ВТВ
Мак. Брод	7.141	2.392	1	Аниса
Центар Жупа	6.519	1.444	1	Жупа

Извор: Совет за радиодифузија

[4]Со Одлука бр.02-3844/1 од 27.12.2007 година, на оваа телевизија одземено ѝ е правото за вршење радиодифузна дејност поради неплаќање на надоместокот за дозволата во утврдениот рок.

[5] Исклучок е ТВ Спорт 4 на која по завршувањето на постапката за усогласување ѝ беше одземено правото за вршење радиодифузна дејност.

[6] По завршувањето на постапката за усогласување на договорите за концесија, бројот на телевизиите што емитуваат програма на локално ниво се намали за две телевизии (дозвола не добија ТВ Миг 21 од Гевгелија и ТВ Алфа-Д од Дебар).

2.2.2 Приходи во телевизиската индустрија

Во 2007 година вкупните приходи во ТВ-индустријата бележат голем пораст што се должи, пред сè, на порастот на приходите од рекламирање

Во 2007 година во целата телевизиска индустрија, според различни основи, се остварени приходи во износ од вкупно 1.674.541.813,00 денари. Споредбените показатели за периодот од 2004 до 2007 година покажуваат дека последната година била најповолна за ТВ-индустријата во целина. Оваа година, остварените вкупни приходи се повисоки во однос на 2006 година за 23,88%.

Приказ 2.14 Вкупни приходи во периодот од 2004 до 2007[7] (МКД)

	2004	2005	2006	2007
Национални	925.399.405,00	801.293.139,00	1.179.002.507,00	1.531.101.894,00
Регионални	0,00	0,00	0,00	49.371.624,00
Локални	157.721.491,00	166.393.822,00	172.766.061,00	94.068.295,00
Јавен сектор (МТВ)	523.846.455,00	417.673.170,00	428.058.824,00	472.519.365,00
Приватен сектор	559.274.441,00	550.013.791,00	923.709.744,00	1,202,022,448,00
ВКУПНО	1.083.120.896,00	967.686.961,00	1.351.768.568,00	1.674.541.813,00

Извор: Совет за радиодифузија

Во сите четири години, во вкупните приходи е доминантно учеството на националните радиодифузери, и тоа 85,4 отсто во 2004 година, 82,8 отсто во 2005 година, 87,2 отсто во 2006 година и дури 91,4 отсто во 2007 година. И покрај тоа што вкупните приходи во 2007 година се зголемени во однос на претходните години, регионалните и локалните радиодифузери оваа година оствариле најмалку приходи, поточно 143.439.919,00 денари. Исто така, забележливо е дека порастот на вкупните приходи е остварен само кај приватниот сектор. Приходите на јавниот сервис (МТВ) изминативе години стагнираат поради фактот што не функционира наплатата на радиодифузната такса, што може појасно да се види од приказот 2.14, кадешто се претставени споредбените показатели за структурата на приходите во ТВ-индустријата во периодот од 2004 до 2007 година.

Порастот на вкупните приходи во 2007 година се должи на зголемувањето на приходите од рекламирање и телешопинг[8]. Имено, овие приходи во 2007 година се повисоки дури за 117,43 отсто во однос на 2004 година, за 139,01 отсто во однос на 2005 година и за 28,45 отсто во однос на 2006 година. Огромниот пораст, пак, на категоријата други

[7] По завршувањето на постапката за усогласување на договорите за концесија и преминот во систем на дозволи, радиодифузерите што емитуваа програма на подрачјето на Скопје продолжија да работат како регионални радиодифузери.

[8] Од разговорите со радиодифузерите и рекламните агениции, ваквото зголемување се должи пред се на зголемениот обем на кампањи од јавен интерес промовирани преку Владата, а финансирани од буџетот на РМ, појавата на VIP како нов голем огласувач на пазарот, што посредно доведе до зголемување на буџетите за рекламирање на другите два мобилни оператори, како и на константното зголемување на цените на рекламниот простор.

приходи се должи, пред сè, на буџетската интервенција во јавниот сервис, која во апсолутен износ изнесува 356.767.154,00 денари[9].

Приказ 2.15 Структура на приходите во периодот од 2004 до 2007 г. (МКД)

	2004	2005	2006	2007
Радиодифузна такса	392.380.807,00	347.282.653,00	178.802.962,000,	6.018.184,00
Реклами	507.741.410,00	461.897.205,00	859.504.213,00	1.104.001.161,00
Спонзорства	1.638.404,00	1.027.479,00	3.906.648,00	2.421.638,00
Донации	32.097.648,00	39.571.463,00	32.617.169,00	23.066.857,00
Продажба на програма	1.127.970,00	3.201.953,00	1.028.278,00	2.574.601,00
Други приходи	148.134.657,00	114.706.208,00	275.909.298,00	536.459.372,00
ВКУПНО	1.083.120.896,00	967.686.961,00	1.351.768.568,00	1.674.541.813,00

Извор: Совет за радиодифузија

Структурата на приходите остварени во 2007 година е подетално претставена во приказот 2.16, кадешто е применет методот на категоризација на Централниот регистар на РМ, според кој вкупните остварени приходи се делат најпрво на приходи од основна дејност, приходи од други дејности и на вонредни приходи[10].

Приказ 2.16 Структура на приходите на ТВ-пазарот во 2007 година (МКД)

Вид приход	**2007**	**учество**
Радиодифузна такса	6.018.184,00	0,36%
Реклами и телешопинг	1.104.001.161,00	65,93%
Спонзорства	2.421.638,00	0,14%
Приходи од други програми	8.084.311,00	0,48%
Донации и грантови	23.066.857,00	1,38%
Продажба на програми	2.574.601,00	0,15%
Проекти од јавен интерес	7.253.665,00	0,43%
Преостанати нераспоредени приходи	471.259.327,00	28,14%
Приходи од основна дејност	1.624.679.744,00	97,02%
Приходи од други дејности	42.109.452,00	2,51%
Вонредни приходи	7.752.617,00	0,46%
Вкупно приходи	1.674.541.813,00	100,00%

Извор: Совет за радиодифузија

[9] Овој износ е естимација на уделот на МТВ во вкупните средства добиени од Буџетот на РМ кои изнесувале 535.605.995,00 денари.

[10] Оваа категоризација на приходите беше користена при изготвувањето на Упатството за формата и содржината на известувањата и барањата на радиодифузерите поврзани со промената на сопственичката структура и за видот и формата на податоците за економско-финансиското работење коишто радиодифузерите се должни да му ги доставуваат на Советот за радиодифузија и Образецот С/2 („Сл. весник на РМ" бр.53/08) што Советот за радиодифузија започна да ги применува од март 2008 година и кои служат како основа за изработката на оваа анализа.

Од овие показатели се гледа дека приходите од основната дејност учествуваат со 97,2 отсто во вкупните приходи на ТВ-станиците во текот на 2007 година. Од нив, најголемо учество имаат приходите од реклами и телешопинг (65,93 отсто)[11]. Големото учество од 28,14 отсто на преостанатите нераспределени приходи од основната дејност е резултат на високиот износ на овој вид приход кај јавниот радиодифузен сервис. Затоа пак, приходите од радиодифузната такса, кои за јавниот сервис треба да бидат доминантен основен приход за вршење на дејноста се појавуваат со учество од 0,36 отсто во вкупните приходи.

Престанатите видови приходи од основната дејност, како што се приходите од спонзорства (приходи остварени врз основа на спонзорирање на емисијата или делови од емисијата), други програми (емитување поздрави и честитки, емисии и музички блокови со СМС-пораки, интерактивни игри преку телефонска линија, телефонски услуги со посебна тарифа и др.), донации и грантови, продажба на програми и приходи од средствата исплатени за финансирање радио и телевизиски проекти од јавен интерес преку Советот за радиодифузија, имаат заедничко учество од 2,94 отсто во вкупните приходи. Забележливо е дека приходите од други дејности во вкупно остварените приходи имаат речиси еднакво учество (2,51 отсто) со учеството на овие приходи.

Приватните ТВ-станици на државно ниво се најпрофитабилниот сектор во ТВ-индустријата со учество од 63,2 отсто во вкупните приходи

Приказ 2.17 Структура на приходите на приватните ТВ на државно ниво (МКД)

Вид приход	2007	учество
Реклами и телешопинг	992.868.192,00	93,79%
Спонзорства	0,00	0,00%
Приходи од други програми	0,00	0,00%
Донации и грантови	11.096.406,00	1,05%
Продажба на програми	0,00	0,00%
Проекти од јавен интерес	540.000,00	0,05%
Преостанати нераспоредени приходи	13.404.739,00	1,27%
Приходи од основна дејност	1.017.909.337,00	96,16%
Приходи од други дејности	39.459.631,00	3,73%
Вонредни приходи	1.213.561,00	0,11%
ВКУПНО	1.058.582.529,00	100,00%

Извор: Совет за радиодифузија

Петте приватни ТВ-станици на државно ниво се најпрофитабилниот сектор во ТВ-индустријата. Вкупните приходи на овој сектор во 2007 година изнесувале

[11] Овде спаѓаат приходите остварени од емитување реклами, огласи и соопштенија, комерцијални презентации и промоции, телешопинг-прозорци и телешопинг-спотови

1.058.582.529,00 денари, а нивниот удел во вкупните приходи на ТВ-индустријата е 63,2 отсто. Од приказот 2.17 се забележува дека најголемиот дел од приходите овие радиодифузери ги оствариле од емитување реклами и телешопинг, поточно 93,79 отсто од вкупните приходи. Од другите приходи од основната дејност, со малку поголемо учество од 1,05 отсто се појавуваат приходите од донации и грантови, што ги остварила телевизија Телма. Средствата за финансирање радио и телевизиски проекти од јавен интерес учествуваат со 0,05 отсто (повторно приход што го остварила Телевизија Телма). Учеството на преостанатите нераспоредени приходи од основната дејност е 1,27 отсто, а на приходите од други дејнОсти е 3,73 отсто. Во анализираната година само Телевизија Канал 5 остварила вонредни приходи и нивното учество во купните приходи е 0,11 отсто.

Впечатливо е тоа дека ниту една од петте телевизии не прикажала приходи од спонзорства, особено ако се има предвид фактот дека спонзорираните емисии се чести во програмската понуда. Не се прикажани ниту приходи од продажба на програми, ниту од емитување други (комерцијални) програми, во кои спаѓаат приходите остварени од емитување поздрави и честитки, емисии и музички блокови со СМС пораки, интерактивни игри преку телефонска линија, телефонски услуги со посебна тарифа и др.

Од приказот 2.18 може да се види како се движеле вкупните приходи на овие пет телевизии во периодот од 2004 до 2007 година. Забележливо е дека петте ТВ-станици не профитирале подеднакво од порастот на приходите од рекламирање во 2007 година.

Приказ 2.18 Движење на вкупните приходи на приватните ТВ-станици на државно ниво (МКД)

ТВ-станица	2004	2005	2006	2007
А1 телевизија	146.592.008,00	99.850.810,00	315.844.905,00	424.592.626,00
Алсат М	9.909,00	6.871.306,00	26.968.959,00	85.974.635,00
Канал 5	40.902.788,00	74.639.624,00	127.251.813,00	187.974.718,00
Сител	133.020.669,00	109.816.820,00	182.606.900,00	253.448.086,00
Телма	81.027.576,00	92.441.409,00	98.271.106,00	106.592.464,00
ВКУПНО	401.552.950,00	383.619.969,00	750.943.683,00	1.058.582.529,00

Извор: Совет за радиодифузија

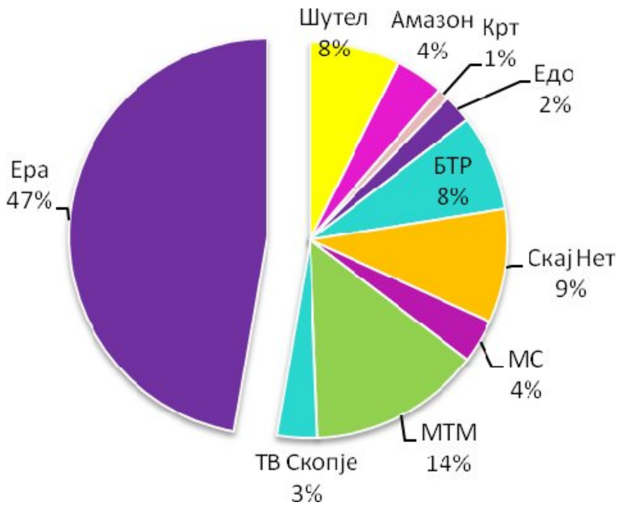
Во однос на претходната година, кај сите пет комерцијални телевизии се забележува раст на приходите, и тоа: кај Алсат-М за 218,79 отсто, кај Телевизија Канал 5 за 47,72 отсто, кај телевизија Сител за 38,79 отсто, кај А1 телевизија за 34,43 отсто, а кај Телевизија Телма за 8,47 отсто.

Регионалните ТВ-станици од Скопје, во целина, оствариле најмал удел (2,95%) во вкупните приходи на ТВ-индустријата

Десетте телевизии што емитуваат програма на регионално ниво, на подрачјето на градот Скопје (приказ 2.19) во 2007 година оствариле вкупен приход во износ од 49.371.624,00 денари, што претставува 2,95 отсто од вкупните приходи во телевизиската

индустрија. Речиси половина од приходите на регионалните телевизии ги остварила Телевизија Ера, или вкупно 23.368.869,00 денари.

Приказ 2.19 Удел на регионалните ТВ-станици во вкупните приходи на регионално ниво (МКД)



Извор: Совет за радиодифузија

Од приказот 2.20 се забележува дека и за регионалните комерцијални телевизии најзначаен извор на приход е продажбата на времето за рекламирање и телешопинг, но кај нив овој вид приход учествува со 64,05 отсто, за разлика од државните комерцијални ТВ-станици кај кои учеството на приходот од реклами и телешопинг достигнува 93,79 отсто.

Втор приход по значење за регионалниот ТВ-сектор се преостанатите нераспоредени приходи од основната дејност, со учество од 14,75 отсто во вкупните приходи. Телевизија МТМ и Телевизија Скај Нет прикажале најголем приход врз оваа основа, поточно 80 отсто од вкупниот износ остварен кај десетте регионални телевизии.

Приходите од други програми (поздрави и честитки, емисии и музички блокови со СМС-пораки, интерактивни игри преку телефонска линија, телефонски услуги со посебна тарифа и др.) во вкупните приходи учествуваат со 6,05 отсто. Врз оваа основа приходи оствариле само три регионални телевизии, и тоа: Ера, Амазон и МТМ. Приходи од донации и грантови оствариле само телевизиските станици кои емитуваат програми за помалите етнички заедници, односно телевизиите Шутел, БТР и Ера.

Средствата од радиодифузната такса наменети за финансирање радиски и телевизиски проекти од јавен интерес, во вкупните приходи учествуваат со 3,20 отсто, а врз оваа основа приход оствариле само телевизиите Шутел, Едо и Ера. Во 2007 година само

Телевизија Ера остварила приходи од продажба на програма[12]. Приходите од други дејности и вонредните приходи имаат заедничко учество од 5,29 отсто.

Приказ 2.20 Структура на приходите на приватните ТВ на регионално ниво (МКД)

Вид приход	**2007**	**учество**
Реклами и телешопинг	31.624.282,00	64,05%
Спонзорства	0,00	0,00%
Приходи од други програми	2.988.142,00	6,05%
Донации и грантови	2.822.371,00	5,72%
Продажба на програми	468.378,00	0,95%
Проекти од јавен интерес	1.579.275,00	3,20%
Преостанати нераспоредени приходи	7.280.288,00	14,75%
Приходи од основна дејност	46.762.736,00	94,72%
Приходи од други дејности	803.588,00	1,63%
Вонредни приходи	1.805.300,00	3,66%
ВКУПНО	1.058.582.529,00	100,00%

Извор: Совет за радиодифузија

Локалниот ТВ-сектор има мал удел (5,62 отсто) во вкупните приходи на ТВ-индустријата

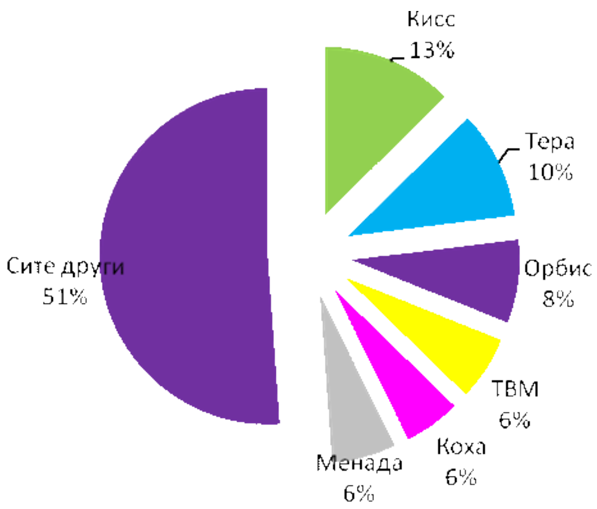
Телевизиите што емитуваат програма на локално ниво во 2007 година оствариле вкупен приход од 94.068.295,00 денари, што претставува 5,62 отсто од вкупно остварените приходи во телевизискиот сектор. Од 36-те телевизии кои го сочинуваат овој сектор, позначајно учество во вкупните приходи имаат: Телевизија Кисс од Тетово, Тера и Орбис од Битола, ТВМ од Охрид и Менада и Коха од Тетово (приказ 2.21).

Во анализираната година овој сектор остварувал приходи врз сите основи (приказ 2.22). Најзначаен извор на приход е продажбата на времето за рекламирање и телешопинг, преку кој се остварени 65,32 отсто од вкупните приходи. Најмногу приходи врз оваа основа остварила Телевизија Кисс од Тетово, во вкупен износ од 10.150.178,00 денари. Позначајни износи остваруваат Телевизија Орбис од Битола (5.402.888,00 денари), ТВМ од Охрид (4,510,699,00 денари), Нова од Куманово (3.779.416,00 денари) и Телевизија Менада од Тетово (3.698.835,00 денари).

Втор извор по значење за локалните телевизии се донациите и грантовите, со учество од 9,72 отсто во вкупните приходи. Вакви приходи оствариле само девет локални телевизии: Тера од Битола, Здравкин од Велес, Хана од Куманово, Аниса од Пласница, ТВМ од Охрид, Вис од Струмица, и телевизиите Коха, Арт и Менада од Тетово.

[12] Станува збор за продажба на права за емитување спортски настани.

Приказ 2.21 Удел на локалните ТВ-станици во вкупните приходи на локално ниво (МКД)



Извор: Совет за радиодифузија

Средствата од радиодифузната такса наменети за финансирање радио и телевизиски програми од јавен интерес учествуваат со 5,46 отсто, а приходите од други програми (поздрави и честитки, емисии со СМС пораки, интерактивни игри, телефонски услуги со посебна тарифа и др.) во вкупните приходи учествуваат со 5,42 отсто.

Приказ 2.22 Структура на приходите на приватните ТВ на локално ниво (МКД)

Вид приход	**2007**	**учество**
Реклами и телешопинг	61.440.938,00	65,32%
Спонзорства	2.421.638,00	2,57%
Приходи од други програми	5.096.169,00	5,42%
Донации и грантови	9.148.080,00	9,72%
Продажба на програми	2.106.223,00	2,24%
Проекти од јавен интерес	5.134.390,00	5,46%
Преостанати нераспоредени приходи	2.140.868,00	2,28%
Приходи од основна дејност	87.488.306,00	93,01%
Приходи од други дејности	1.846.233,00	1,96%
Вонредни приходи	4.733.756,00	5,03%
ВКУПНО	94.068.295,00	100,00%

Извор: Совет за радиодифузија

Приходите остварени врз основа на спонзорирање на емисии имаат учество од 2,57 отсто во вкупните приходи. Телевизија Тера од Битола остварила 60 отсто од вкупните приходи од спонзорства, а приходи врз оваа основа оствариле и Орбис од Битола, ТВМ од Охрид, Вис од Струмица и Арт од Тетово. Од продажба на програми,

приходи оствариле само три локални телевизии: Телевизија Ирис од Штип и телевизиите Тера и Орбис од Битола. Учеството на овој вид приход во вкупните приходи е 2,24 отсто.

2.2.3 Структура на трошоците

Вкупните трошоци на телевизискиот сектор во 2007 година бележат пораст за околу 20 отсто во однос на претходната година

Вкупните трошоци во телевизиската индустрија, направени во 2007 година изнесуваат 1.679.019.615,50 денари. Според податоците од приказот 2.23, забележливо е дека во однос на трите претходни години вкупните трошоци од работењето се зголемиле, и тоа: во однос на 2004 година за 55,32 отсто, во однос на 2005 година за 55,64 отсто и во однос на трошоците направени во 2006 година за 19,79 отсто.

Приказ 2.23 Вкупни трошоци во периодот од 2004 до 2007[13] г. (МКД)

	2004	2005	2006	2007
Државно ниво	898.961.421,00	895.734.254,00	1.214.844.445,00	1.519.592.806,00
Регионални	0,00	0,00	0,00	65.127.739,00
Локални	182.047.369,00	183.022.810,00	186.816.148,00	94.299.060,50
Јавен сектор (МТВ)	507.844.457,00	479.003.640,00	443.414.222,00	525.242.960,00
Приватен сектор	573.164.333,00	599.753.424,00	958.246.371,00	1.153.776.645,50
ВКУПНО	1.081.008.790,00	1.078.757.063,00	1.401.660.593,00	1.679.019.605,50

Извор: Совет за радиодифузија

Ваквото зголемување се должи на зголемувањето на трошоците на радиодифузерите што емитуваат програма на државно ниво, додека регионалните и локалните радиодифузери во 2007 година ги намалиле трошоците во однос на претходните три години. Овој тренд се забележува и кај вкупните приходи, поточно кај радиодифузерите што емитуваат програма на државно ниво вкупните приходи бележат пораст, а кај регионалните и локалните радиодифузери - опаѓање.

Во сите четири години, во вкупните трошоци е доминантно учеството на радиодифузерите што емитуваат програма на државно ниво, движејќи се од 83,16 отсто во 2004 година, 83,03 отсто во 2005 година, 86,67 отсто во 2006 година и 90,5 отсто од вкупно направените трошоци во телевизиската индустрија во 2007 година.

Во анализираната година најголем дел од трошоците, односно 67,40 отсто се направени за создавање и за купување програма (приказ 2.24). Во директни трошоци за

[13] По завршувањето на постапката за усогласување на договорите за концесија и преминот во систем на дозволи, радиодифузерите што емитуваа програма на подрачјето на Скопје продолжија да работат како регионални радиодифузери.

создавање на програмата спаѓаат: материјалните трошоци кои ги опфаќаат трошоците за сценографија, костимографија, реквизити, други сценски потреби и сценски ефекти, репроматеријали за снимање и постпродукција. Потоа, патните трошоци, трошоците за сместување, дневниците на терен, наемот на објекти, реквизити, костими и друго. Услугите на конкретната продукција се сите видови услуги закупени од други субјекти (закуп на технички средства: техника за снимање слика и тон, техника за постпродукција - преснимување, монтажа, финализација), техника за емитување, светло, возен парк и друго. Платите и другите надоместоци на лица се сите видови исплати на физички лица директно поврзани со производството на програмата.

Приказ 2.24 Структура на трошоците на ТВ-пазарот во 2007 година (МКД)

Вид трошок	**2007**	**учество**
Материјални трошоци	207.858.711,00	12,38%
Трошоци за набавка на програма	403.177.546,00	24,01%
Нематеријални трошоци (услуги)	309.218.699,00	18,42%
Плати и други надоместоци на лицата директно поврзани со производство на програмата	211.450.521,50	12,59%
Директни трошоци за создавање на програмата	1.131.705.477,50	67,40%
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програмата	171.902.043,00	10,24%
Амортизација на опремата	178.949.904,00	10,66%
Амортизација на права и лиценци	1.437.321,00	0,09%
Кирии и други режиски трошоци	40.874.390,00	2,43%
Сите преостанати неопфатени трошоци од работењето	102.193.139,00	6,09%
Вкупни трошоци на работењето	1.627.062.274,50	96,91%
Расходи од други активности	15.269.678,00	0,91%
Вонредни расходи	36.687.653,00	2,19%
Вкупни трошоци на работењето	1.679.019.605,50	100,00%

Извор: Совет за радиодифузија

Во преостанатите трошоци најголем дел зафаќаат трошоците за амортизација на опремата (10,66 отсто), трошоците за плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програмата (10,24 отсто), како и сите преостанати неопфатени трошоци од работењето (6,09 отсто). Другите трошоци како што се амортизација на права и лиценци, кирии и други режиски трошоци, расходите од други активности и вонредните расходи, во структурата на трошоците на ТВ-пазарот учествуваат со 5,62 отсто.

Најголем удел во вкупните трошоци на ТВ-секторот имаат петте приватни телевизии на државно ниво, кои издвојуваат најмногу средства за создавање на сопствената програма

Во 2007 година, петте комерцијални телевизии што емитуваат програма на државно ниво оствариле 59,22 отсто од вкупните трошоци во телевизискиот сектор. Овие пет телевизии во однос на 2006 година трошоците ги зголемиле за 28,90 отсто.

Најголемо учество во вкупните трошоци на комерцијалните телевизии на државно ниво имаат директните трошоци за создавање на програмата (71,40 отсто). Најголем дел од овие средства или 57,5 отсто се вложени во продукција на сопствена програма[14], а 42,5 отсто се трошоци за набавка на програма.

Приказ 2.25 Структура на трошоците на приватните ТВ на државно ниво (МКД)

Вид трошок	2007	учество
Материјални трошоци	134.642.612,00	13,54%
Трошоци за набавка на програма	302.176.386,00	30,39%
Нематеријални трошоци (услуги)	186.697.254,00	18,78%
Плати и други надоместоци на лицата директно поврзани со производство на програмата	86.495.839,00	8,70%
Директни трошоци за создавање на програмата	710.012.091,00	71,40%
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програмата	35.277.302,00	3,55%
Амортизација на опремата	115.972.004,00	11,66%
Амортизација на права и лиценци	18.716,00	
Кирии и други режиски трошоци	34.900.319,00	3,51%
Сите преостанати неопфатени трошоци од работењето	56.357.679,00	5,67%
Вкупни трошоци на работењето	952.538.111,00	98,80%
Расходи од други активности	9.614.265,00	0,97%
Вонредни расходи	32.197.470,00	3.24%
Вкупни трошоци на работењето	994.349.846,00	100%

Извор: Совет за радиодифузија

Кај сите пет телевизии е забележливо дека вкупните трошоци направени во 2007 година бележат пораст во однос на претходните неколку години (приказ 2.26).

[14] Во трошоци за продукција на сопствена програма се сметаат материјалните и нематеријалните трошоци, како и платите и другите надоместоци на вработените лица кои се директно ангажирани во продукцијата на програмата.

Приказ 2.26 Движење на вкупните трошоци на приватните ТВ-станици на државно ниво (МКД)

ТВ-станица	2004	2005	2006	2007
А1 телевизија	136.198.140,00	92.655.466,00	311.043.293,00	404.377.996,00
Алсат М	962.232,00	39.294.619,00	73.998.554,00	85.062.415,00
Канал 5	45.122.359,00	84.565.521,00	132.564.074,00	187.242.815,00
Сител	127.913.781,00	107.906.397,00	155.738.880,00	211.413.622,00
Телма	80.920.452,00	92.308.611,00	98.085.422,00	106.252.998,00
ВКУПНО	391.116.964,00	416.730.614,00	771.430.223,00	994.349.846,00

Извор: Совет за радиодифузија

Доколку се спореди растот на приходите со растот на трошоците, ќе се види дека речиси кај сите комерцијални телевизии на државно ниво, во анализираната година стапката на раст на трошоците само малку заостанува зад стапката на раст на приходите. Исклучок е Телевизија Алсат М која во 2007 година остварила многу повеќе приход во споредба со претходната година, додека трошоците пораснале за околу 15 отсто.

Приказ 2.27 Стапка на раст на приходи и трошоци на ТВ-станиците на државно ниво (МКД)

ТВ-станица	Стапка на раст на приходите 2007/2006	Стапка на раст на трошоците 2007/2006
А1 телевизија	34,43%	31,01%
Алсат М	218,79%	14,95%
Канал 5	47,72%	41,25%
Сител	38,79%	35,75%
Телма	8,47%	8,33%
ВКУПНО	40,95%	28,90%

Извор: Совет за радиодифузија

Регионалните телевизии учествуваат со 3,88 отсто во вкупните трошоци,... речиси половина од потрошените средства се за создавање на програмата

Во 2007 година вкупните трошоци на десетте регионални телевизии изнесувале 65.127.739,00 денари, што претставува 3,88 отсто од вкупните трошоци во телевизискиот сектор. Според структурата на направените вкупни трошоци во 2007 година, дадена во приказот 2.28, се забележува дека директните трошоци за создавање на програмата кај регионалните телевизии имаат значително пониско учество во вкупните трошоци, отколку кај радиодифузерите на државно ниво. Поконкретно, само 45,50 отсто од трошоците се направени за создавање на програмата. Од вкупните трошоци наменети за создавање на програмата (29.634.436,00 денари) најголем дел (79,3 отсто) се средства потрошени за продукција на сопствена програма, додека за набавка на програма регионалните телевизии одвоиле 20,7 отсто. За набавка на програма најмногу средства издвоила ТВ Ера (67 отсто од вкупниот износ), а шест телевизии (Амазон, Крт, Едо, БТР, Скај Нет и МС телевизија) воопшто не прикажале ваков вид трошоци.

Кај регионалните телевизии е забележливо високото учество на т.н. преостанати неопфатени трошоци од работењето (28,44 отсто), што се должи на високиот износ на овие трошоци што го прикажала Телевизија Ера (15.673.985,00 денари).

Приказ 2.28 Структура на трошоците на приватните ТВ на регионално ниво (МКД)

Вид трошок	2007	учество
Материјални трошоци	3.523.395,00	5,41%
Трошоци за набавка на програма	6.134.535,00	9,42%
Нематеријални трошоци (услуги)	8.535.875,00	13,11%
Плати и други надоместоци на лицата директно поврзани со производство на програмата	11.440.631,00	17,57%
Директни трошоци за создавање на програмата	29.634.436,00	45,50%
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програмата	1.860.197,00	2,86%
Амортизација на опремата	5.089.550,00	7,81%
Амортизација на права и лиценци	682.191,00	1,05%
Кирии и други режиски трошоци	4.624.107,00	7,10%
Сите опрестанати неопфатени трошоци од работењето	18.523.429,00	28,44%
Вкупни трошоци на работењето	60.413.910,00	92,76%
Расходи од други активности	1.188.374,00	1,82%
Вонредни расходи	3.525.455,00	5,41%
Вкупни трошоци на работењето	65.127.739,00	100%

Извор: Совет за радиодифузија

Локалните телевизии имаат мало учество во вкупните трошоци на ТВ-секторот (5,61 отсто)... кај нив доминираат трошоците за создавање на сопствената програма,... а од сите сектори тие издвојуваат најмалку средства за набавка на програма

Локалните телевизиски станици во 2007 година потрошиле 94.299.060,00 денари или 5,61 отсто од вкупните трошоци направени во телевизиската индустрија. Во структурата на трошоците на локалниот ТВ-сектор доминантно учество имаат директните трошоци за создавање на програмата (65,91 отсто).

Од вкупно издвоените средства за создавање на програмата, најголемиот дел (94,9 отсто) се средства потрошени за продукција на сопствената програмата (материјални и нематеријални трошоци, како и плати и надоместоци за вработените лица директно ангажирани во програмската продукција).

Приказ 2.29 Структура на трошоците на приватните ТВ на локално ниво(МКД)

Вид трошок	2007	учество
Материјални трошоци	22.102.037,00	23,44%
Трошоци за набавка на програма	3.178.040,00	3,37%
Нематеријални трошоци (услуги)	18.041.356,00	19,13%
Плати и други надоместоци на лицата директно поврзани со производство на програмата	18.832.283,00	19,97%
Директни трошоци за создавање на програмата	62.153.716,50	65,91%
Плати и други надоместоци на лица кои не се директно поврзани со производство на програмата	5.267.723,00	5,59%
Амортизација на опремата	9.820.598,00	10,41%
Амортизација на права и лиценци	736.414,00	0,78%
Кирии и други режиски трошоци	1.349.964,00	1,43%
Сите преостанати неопфатени трошоци од работењето	9.538.878,00	10,12%
Вкупни трошоци на работењето	88.867.293,00	94,24%
Расходи од други активности	4.467.039,00	4,74%
Вонредни расходи	964.728,00	1,02%
Вкупни трошоци на работењето	94.299.060,50	100%

Извор: Совет за радиодифузија

Забележливо е дека кај телевизиите што емитуваат програма на локално ниво учеството на трошоците за набавка на програма е само 3,37 отсто, што во споредба со телевизиите на државно и регионално ниво претставува најниско учество на овој вид трошок во целата телевизиска индустрија. Од 41 локална телевизија, само 12 прикажале трошоци за набавка на програма.

2.2.4 Инвестиции на комерцијалните телевизии на државно ниво

Најголем дел од инвестициите на петте ТВ-станици на државно ниво се инвестиции во основни средства

Комерцијалните телевизии што емитуваат програма на државно ниво во 2007 година инвестирале вкупно 218.339.209,00 денари. Најголем дел од овие средства, односно 84,24 отсто, ТВ-станиците ги инвестирале во основни средства. Во опрема инвестирале вкупно 34.406.723,00 денари од кои 61 отсто во студиска опрема, а 39 отсто во предавателна опрема.

Приказ 2.30 Вкупни инвестиции во ТВ-секторот на државно ниво во 2007 година

Остварени инвестиции		Износ (мкд)
Инвестиции во опрема	Студиска опрема	21.157.341,00
	Предавателна опрема	13.249.382,00
Инвестиции во основни средства		183.932.486,00
	Вкупно (мкд)	218.339.209,00

Извор: Совет за радиодифузија

Најмногу средства инвестирала А1 телевизија, 61,52 отсто од вкупно инвестираните средства. Поголеми инвестиции имале и Телевизија Канал 5 со 25,03 отсто и Телевизија Сител, со 10,02 отсто од вкупните инвестиции.

Приказ 2.31 Поединечни инвестиции на комерцијалните телевизии на државно ниво

Остварени инвестиции	А1	Канал 5	Сител	Алсат-М	Телма
Инвестиции во опрема	11.110.886,00	15.528.686,00	6.983.356,00	0,00	783.795,00
Инвестиции во основни средства	123.216.196,00	39.130.379,00	14.900.623,00	3.744.916,00	2.940.372,00
Вкупно	134.327.082,00	54.659.065,00	21.883.979,00	3.744.916,00	3.724.167,00

Извор: Совет за радиодифузија

Сите пет телевизии најмногу инвестирале во основни средства. Во 2007 година во основни средства најмногу инвестирала А1, поточно 91,23 отсто од вкупните инвестиции.

2.2.5 Пасива и обврски во телевизиската индустрија

Речиси 71 отсто од вкупните задолжувања во телевизиската индустрија се обврските на Македонската телевизија и на А1

Вкупната пасива во телевизиската индустрија во 2007 година изнесува 2.610.289.745,00 денари. Споредено со претходните три години, вкупната пасива во 2007 година во однос на 2004 година е повисока за 69,48 отсто, во однос на 2005 година за 61,52 отсто, а во однос на 2006 година за 44,17 отсто.

Зголемувањето на вкупната пасива во телевизиската индустрија е резултат на зголемувањето на вкупната пасива кај сите сектори на телевизиската индустрија, и тоа во однос на претходната година, јавниот сервис ја зголемил пасивата за 139,67 отсто, приватниот сектор за 17,23 отсто, радиодифузерите што емитуваат програма на државно ниво за 49,35 отсто, а регионалните и локалните радиодифузери за 8,57 отсто.

Приказ 2.32 Вкупна пасива во периодот од 2004 до 2007[15] г. (МКД)

	2004	2005	2006	2007
Национални	462.292.439	1.357.038.827,67	1.580.663.222,15	2.360.696.673,00
Регионални	0,00	0,00	0,00	106.916.697,00
Локални	254.619.151,00	259.067.572,00	229.900.775,00	142.676.375,00
Јавен сектор (МТВ)	462.292.439,00	425.085.540,00	398.361.906,00	954.734.164,00
Приватен сектор	1.077.865.296,00	1.191.020.860,00	1.412.202.091,00	1.655.555.581,00
ВКУПНО	1.540.157.735,28	1.616.106.399,67	1.810.563.997,15	2.610.289.745,00

Извор: Совет за радиодифузија

Вкупните обврски на субјектите на телевизискиот пазар, во анализираната година, вклучувајќи ја и Македонската телевизија, изнесувале 1.546.057.577.00 денари. Од нив, најголем дел се краткорочни обврски, поточно 83,94 отсто, додека пак 16,06 отсто се долгорочни обврски. Од краткорочните обврски, највисоки се обврските кон добавувачите и тие изнесуваат 70,96 отсто од вкупните обврски, а од долгорочните, највисоки се обврските по кредити кои изнесуваат 15,87 отсто од вкупните обврски.

Приказ 2.33 Обврски и капитал во 2007 година (МКД)

Вид обврска	2007
Обврски спрема добавувачи	1.097.097.397,00
Обврски по меници и чекови	0,00
Други краткорочни обврски	200.756.345,00
Вкупни краткорочни обврски	1.297.853.742,00
Долгорочни обврски по кредити	245.421.631,00
Долгорочни обврски по обврзници	0,00
Други обврски	2.782.204,00
Вкупни обврски	1.546.057.577,00
Капитал	1.103.490.621,00
Задржана добивка на 31.12	-217.587.216,00
Вкупни резерви на 31.12	178.328.763,00
Вкупен капитал и резерви	1.064.232.168,00
Вкупна пасива	2.610.289.745,00

Извор: Совет за радиодифузија

[15] По завршувањето на постапката за усогласување на договорите за концесија и преминот во систем на дозволи, радиодифузерите што емитуваа програма на подрачјето на Скопје продолжија да работат како регионални радиодифузери.

Забележливо е дека речиси 71 отсто од вкупните обврски на телевизиската индустрија се обврските на МТВ (536.862.043,00 денари) и на А1 (556.588.164,00 денари).

2.2.6 Резултат од работењето во телевизиската индустрија

Приватниот ТВ-сектор во целина остварил позитивен финансиски резултат, а јавниот сектор продолжува да работи со загуба

Во 2007 година, остварениот резултат од работењето во телевизиската индустрија е загуба во износ од 15.684.532,00 денари. Само во 2004 година телевизиската индустрија бележи добивка, додека во следните три години остварениот резултат од работењето е негативен. Јавниот сектор бележи позитивен финансиски резултат единствено во 2004 година, а приватниот сектор во 2007 година за првпат работи со добивка.

Приказ 2.34 Остварен резултат од работењето во јавниот и во приватниот сектор (МКД)

	2004	2005	2006	2007
Јавен сектор	16.001.998,00	-61.330.470,00	-15.355.399,00	-52.723.595,00
Приватен сектор	-15.899.346,00	-51.914.299,00	-41.429.672,00	37.037.056,00
Резултат	104.656,00	-113.242.764,00	-56.783.065,00	-15.686.539,00

Извор: Совет за радиодифузија

Во 2007 година вкупно 36 телевизиски станици работеле со добивка, а 16 оствариле негативен резултат од работењето. Сепак, на ниво на целата индустрија, вкупниот износ на загубата е повисок од добивката, па оттука, остварениот финансиски резултат е загуба во износ од 15.686.539,00 денари.

Приказ 2.35 Остварен резултат од работењето на ТВ-пазарот во 2007 г. (МКД)

Остварен резултат	2007
Приходи од основна дејност	1.624.297.794,00
Вкупно трошоци на работењето	1.636.379.244,50
Добивка (загуба) од основна дејност	-12.081.450,50
Приходи од други активности	42.277.956,50
Расходи од други активности	6.053.038,00
Добивка (загуба) од други активности	36.224.918,50
Вонредни приходи	7.966.119,00
Вонредни расходи	36.587.322,00
Добивка (загуба) пред оданочување	-4.477.735,00
Добивка (загуба) по оданочување (нет добивка/загуба)	-15.686.539,00

Извор: Совет за радиодифузија

Ваквата состојба се должи на големата загуба на Македонската телевизија, во износ од 52.723.595,00 денари. Приватниот сектор во целина остварил позитивен финансиски резултат во износ од 37.037.056,00 денари.

Единствен ТВ-сектор што во целина остварува добивка се комерцијалните ТВ-станици на државно ниво

Единствен сегмент што во целина остварува добивка се комерцијалните телевизиски станици што емитуваат програма на државно ниво. Од петте, само Телевизија Канал 5 остварува загуба во износ од 797.251,00 денари, но како резултат на високиот износ на трошоци кои не се признаваат при пресметувањето на основата за оданочување. Пред оданочувањето и Канал 5 работи во добивка. Најдобар финансиски резултат остварила Телевизија Сител со добивка од 35.935.949,00 денари.

Приказ 2.36 Остварен резултат од работењето на ТВ-пазарот во 2007 г. (МКД)

	добивка	загуба
Македонска телевизија		52.723.595,00
Приватни ТВ на државно ниво	53.646.006,00	
Регионални ТВ		15.947.114,00
Локални ТВ		661.836,00
Вкупно	53.646.006,00	69.332.545,00
Резултат		15.686.539,00

Извор: Совет за радиодифузија

Резултатот од работењето на регионалните телевизии е загуба во износ од 15.947.114,00 денари. Од десетте телевизиски станици, пет работат со добивка (Шутел, БТР, Скај Нет, МТМ и Ера), една (телевизија КРТ) не прикажува ниту добивка ниту загуба, а четири остваруваат негативен финансиски резултат (Амазон, Едо, МС и ТВ Скопје). Најдобар финансиски резултат во анализираната година остварила Телевизија Ера со добивка во износ од 2.097.605,00 денари, а најлош ТВ Скопје со загуба од 9.610.915,00 денари и МС телевизија со загуба од 7.743.592,00 денари.

Локалните телевизии во целина оствариле негативен финансиски резултат во износ од 661.836,00 денари. Сепак, најголем дел од нив на крајот на годината прикажале добивка, а само десет загуба (Нова од Гевгелија, Боем од Кичево, телевизиите Феста, Нова и Хана од Куманово, Калтрина и Арт Канал од Струга, Супер Скај од Тетово, Жупа од Центар Жупа и Ирис од Штип). Најдобар финансиски резултат бележи Телевизија КТВ 41 од Кавадарци со добивка од 845.087,00 денари, а најголема загуба во износ од 1.049.568,00 денари прикажала Телевизија Ирис од Штип.

2.2.7 Финансиски показатели на телевизиската индустрија

Показатели на профитабилноста

Показателите на профитабилноста даваат слика за тоа колкав дел од приходите остануваат како добивка. Во зависност од тоа дали се пресметани како однос на приходите со остварениот резултат од работењето пред или по оданочувањето, може да бидат стапка на бруто-добивка или стапка на нето-добивка.

Приказ 2.37 Показатели на профитабилноста (МКД)

	Стапка на бруто-заработка	Стапка на нето-заработка
Јавен сервис	-11,16%	-11,16%
Приватни ТВ на државно ниво	5,67%	5,26%
Регионални телевизии	-29,19%	-34,10%
Локални телевизии	-4,16%	-0,78%
Телевизиска индустрија	-0,74%	-0,97%

Извор: Совет за радиодифузија

Стапката на бруто-заработка и стапката на нето-заработка на Македонската телевизија, на десетте регионални телевизии и на локалните телевизии имаат негативни вредности, поради тоа што овие три сегменти во 2007 година оствариле негативен финансиски резултат.

Само петте комерцијални телевизии на државно ниво работат со добивка. Стапката на бруто-заработка кај нив е 5,67 отсто, што зборува дека толкав дел од вкупните приходи се однесува на добивката, а со преостанатите 94,33 отсто од приходите се покриваат расходите од работењето. По оданочувањето на добивката, само 5,26 отсто од вкупните приходи од основна дејност се однесуваат на добивката.

Приказ 2.38 Показатели за користење на средствата (МКД)

	Принос од ангажирани средства	Принос од сопствен капитал
Јавен сервис	-5,52%	-12,62%
Приватни ТВ на државно ниво	3,82%	9,20%
Регионални телевизии	-14,92%	-208,52%
Локални телевизии	-0,46%	-1,19%
Телевизиска индустрија	-0,60%	-1,47%

Извор: Совет за радиодифузија

Индикаторот принос од ангажирани средства (ROA) е мерило на ефективноста на управувањето, односно генерирањето профит (добивка) од вкупно расположливите средства.

Индикаторот принос од сопствениот капитал (ROE) го прикажува приносот само во однос на сопствениот капитал.

Показатели на ликвидноста

Показателите на ликвидноста се однесуваат на способноста на претпријатието (целата дејност) да ги намири краткорочните обврски во рокот на достасување за исплата.

Општата ликвидност (current ratio) се пресметува како однос помеѓу тековните средства и краткорочните обврски и покажува колкав дел од краткорочните обврски може да се покрие од вкупните тековни средства. Тековните средства ги сочинуваат паричните средства и хартиите од вредност, залихите, побарувањата и краткорочните финансиски вложувања.

Брзата ликвидност (quick ratio) се пресметува како однос помеѓу тековните средства, намалени за залихите (како помалку ликвидна форма на средства) и краткорочните обврски.

Готовинската ликвидност (cash ratio) претставува однос помеѓу тековните средства намалени за залихите и побарувањата, и краткорочните обврски.

На приказот 2.39 се претставени вредностите на општата, брзата и готовинската ликвидност по сегменти и за целата телевизиска индустрија.

Приказ 2.39 Показатели на ликвидноста (МКД)

	Ликвидност (општа)	Брза ликвидност	Готовинска ликвидност
Јавен сервис	0,23	0,22	0,05
Приватни ТВ на државно ниво	0,98	0,96	0,40
Регионални телевизии	0,55	0,52	0,04
Локални телевизии	0,82	0,80	0,11
Телевизиска индустрија	0,72	0,70	0,33

Извор: Совет за радиодифузија

Имајќи предвид дека оптималната ликвидност се постигнува кога показателот има вредност 2, забележливо е дека индустријата во целост, а и секој сегмент одделно, имаат ниска општа ликвидност. Најниска вредност овој показател има кај Македонската телевизија, каде тековните средства покриваат само 23 отсто од краткорочните обврски.

Тековните средства на петте приватни телевизии на државно ниво покриваат 98 отсто од вкупните краткорочни обврски.

И показателите на брзата ликвидност имаат ниски вредности кај сите сегменти на телевизиската индустрија. Единствено приватните телевизии на државно ниво со вредност на показателот за брза ликвидност од 0,96 најмногу се приближуваат кон оптималната вредност на овој показател, која изнесува 1.

Показатели на задолженоста

Показателите на задолженоста се однесуваат на обемот на ангажирање туѓи средства во процесот на работењето.

Показателот на вкупната задолженост се пресметува како однос помеѓу вкупните обврски и вкупните средства (износот на вкупните обврски и износот на капиталот и резервите). Поголемата вредност на овој показател зборува за поголемо учество на туѓите средства и обратно, пониската вредност значи поголемо учество на сопствените средства.

Од приказот 2.40, се гледа дека регионалните телевизии имаат највисок степен на задолженост, и тоа 92,85 отсто од вкупните средства се туѓи, а само 7,15 отсто се сопствени средства. Најмала вредност овој показател има кај Македонската телевизија кадешто 56,23 отсто од средствата се финансирани од обврски – средства кои не се од сопствени извори, а 43,77 отсто се сопствени средства.

Показателот на долг/капитал (equity/debt ratio) се пресметува како однос помеѓу вкупните обврски и износот на капиталот и резервите.

Највисока вредност овој показател има кај регионалните телевизии.

Приказ 2.40 Показатели на задолженоста (МКД)

	Задолженост	Долг/капитал
Јавен сервис	56,23%	1,28
Приватни ТВ на државно ниво	58,54%	1,41
Регионални телевизии	92,85%	12,98
Локални телевизии	60,91%	1,56
Телевизиска индустрија	59,23%	1,45

Извор: Совет за радиодифузија

2.2.8 Вработени

Вкупниот број вработени во ТВ-секторот[16] во 2007 година изнесувал 1 545, од кои 1 355 лица биле во редовен работен однос, а 190 биле хонорарно ангажирани. Во структурата на вработените е доминантно учеството на новинарскиот кадар (31,1 отсто), а зад нив е реализаторскиот кадар (режисери, сниматели, монтажери и др.) со учество од 27,7 отсто во вкупниот број вработени. Најголем дел, односно 52,9 отсто од вработените се со средно образование, додека повеќе од 70 отсто од новинарскиот кадар имаат завршено високо образование.

Приказ 2.41 Број и структура на вработените во ТВ-секторот

Вид на кадри	Број	Образование			Статус	
		ВСС	ССС	друго	редовен работен однос	хонорар
Новинари	481	348	127	6	425	56
Технички кадар (инженери и техничари)	267	61	170	36	228	39
Реализаторски кадар (режисери, сниматели, монтажери и др.)	429	60	341	28	373	56
Други кадри	368	103	179	86	329	39
ВКУПНО	**1545**	**572**	**817**	**156**	**1355**	**190**

Извор:Совет за радиодифузија

Кај телевизиите што емитуваат програма на државно ниво (приказ 2.42), вклучувајќи ја и МТВ, вкупниот број вработени во анализираната година изнесувал 1160, од кои 677 во Македонската телевизија и 483 во петте приватни ТВ-станици.

Приказ 2.42 Број и структура на вработените во телевизиите на државно ниво

Вид на кадри	Број	Образование			Статус	
		ВСС	ССС	друго	редовен работен однос	хонорар
Новинари	357	269	82	6	352	5
Технички кадар (инженери и техничари)	191	45	110	36	190	1
Реализаторски кадар (режисери, сниматели, монтажери и др.)	322	47	248	27	318	4
Други кадри	290	73	135	82	288	2
ВКУПНО	**1160**	**434**	**575**	**151**	**1148**	**12**

Извор: Централен регистар на РМ/Совет за радиодифузија

[16] Податоците добиени од трговските радиодифузни друштва се проверени со податоците од завршните сметки и од Информацијата за економско-финансиското работење на субектот издадена од Централниот регистар на РМ, како и од приложените копии од обрасците М1/М2. Податоците за бројот и структурата на вработените во Македонската телевизија се добиени од посебен образец што МТВ му го достави на Советот, како и од Извештајот за финансиското работење за 2007 година.

Во структурата на вработените најголем дел се новинари (357), од кои 197 се вработени во Македонската телевизија, а 160 во комерцијалните ТВ-станици. Реализаторскиот кадар во Македонската телевизија го сочинуваат 176 лица, а во приватниот сектор 146 лица. Бројот на вработените како технички кадар во јавниот и во приватниот сектор е речиси еднаков, односно 92 во МТВ а 99 кај петте комерцијални телевизии. Забележлива е разликата кај категоријата „други кадри", чиј број во МТВ е речиси трипати поголем отколку кај приватните медиуми. Во оваа категорија влегуваат административно-стручните кадри, вработените за одржување и хигиена, безбедност и други. Половина од вработените во ТВ-секторот на државно ниво се со средно образование, а 75 отсто од новинарскиот кадар е со високо образование.

Приказ 2.43 Вработени во редовен работен однос

	2004	2005	2006	2007
А1	8	8	72	150
Алсат-М	1	8	37	81
Канал 5	63	72	80	87
Сител	76	76	79	89
Телма	60	63	63	64
ВКУПНО	**208**	**227**	**331**	**483**

Извор: Централен регистар на РМ/Совет за радиодифузија

Забележливо е дека сите комерцијални ТВ-станици што емитуваат програма на државно ниво го зголемиле бројот на вработени во редовен работен однос (приказ 2.43) споредено со претходните години. На пример, само во однос на 2006 година бројот на вработените во А1 телевизија се зголемил за два пати, а во Телевизија Алсат-М повеќе од два пати. Во редовен работен однос во 2007 година Телевизија Канал 5 вработила 7 нови лица, Сител 10, а Телма едно лице.

Приказ 2.44 Број и структура на вработените во телевизиите на регионално ниво

Вид кадри	Број	Образование			Статус	
		ВСС	ССС	друго	редовен работен однос	хонорар
Новинари	26	14	12	0	18	8
Технички кадар (инженери и техничари)	14	1	13	0	8	6
Реализаторски кадар (режисери, сниматели, монтажери и др.)	26	0	26	0	20	6
Други кадри	14	5	9	0	14	0
ВКУПНО	80	20	60	0	60	20

Извор: Централен регистар на РМ/Совет за радиодифузија

За разлика од комерцијалните телевизии на државно ниво, десетте регионални телевизии (на подрачјето на град Скопје) имаат значително помал број вработени (приказ 2.44). Во анализираната година кај нив биле ангажирани вкупно 80 лица, од кои 60 во редовен работен однос и 20 хонорарно ангажирани.

Се забележува дека регионалните ТВ-станици ангажираат помалку новинари со високо образование (54 отсто) во споредба со оние на државно ниво. Во однос на претходната година, вкупниот број вработени се намалил за 7, што се должи на намалувањето на бројот на вработени кај МС телевизија за 20. Во анализираната година, четири регионални телевизии го зголемиле бројот на вработени (ТВ МТМ за седум, ТВ Ера за три, ТВ БТР за два и ТВ Скајнет за едно лице).

Приказ 2.45 Број на вработени во ТВ-станиците на регионално ниво (Скопје)

ТВ-станица	2006	2007	ТВ-станица	2006	2007
ТВ МС	30	10	ТВ Шутел	2	2
ТВ Скајнет	0	1	ТВ Скопје	10	10
ТВ МТМ	14	21	ТВ Крт	1	1
ТВ БТР	2	4	ТВ Ера	3	6
ТВ Амазон	2	2	ТВ Едо	3	3
ВКУПНО				**67**	**60**

Извор: Централен регистар на РМ/Совет за радиодифузија

Во 2007 година, во вкупно 36 телевизии што емитувале програма на локално ниво (приказ 2.46) биле вработени вкупно 305 лица, од кои повеќе од половината биле хонорарно ангажирани.

Приказ 2.46 Број и структура на вработените во телевизиите на локално ниво

Вид кадри	Број	Образование			Статус	
		ВСС	ССС	друго	редовен работен однос	хонорар
Новинари	98	65	33	0	55	43
Технички кадар (инженери и техничари)	62	15	47	0	30	32
Реализаторски кадар (режисери, сниматели, монтажери и др.)	81	13	67	1	35	46
Други кадри	64	25	35	4	27	37
ВКУПНО	**305**	**118**	**182**	**5**	**147**	**158**

Извор: Централен регистар на РМ/ Совет за радиодифузија

Најголем број од вработените се новинари, а најмалку се застапени техничките кадри. Во вкупниот број вработени преовладуват лицата со средно образование, единствено кај новинарскиот кадар е поголемо учеството на кадарот со високо образование.

Споредено со претходната година, вкупниот број вработени кај локалните телевизиски станици се зголемил за 27. Поголеми отстапувања се забележуваат кај ТВ Менада од Тетово која во 2007 година вработила уште седум лица, ТВ НТВ од Охрид и ТВ Стар од Штип го зголемиле бројот на вработени за пет лица.

Приказ 2.47 Број на вработени во приватните ТВ-станици на локално ниво

ТВ-станица	2006	2007	ТВ-станица	2006	2007	ТВ-станица	2006	2007
ТВ Тера, Битола	15	15	ТВ Ускана, Кичево	2	2	ТВ Супер скај, Тетово	0	1
ТВ Кисс, Тетово	14	15	ТВ Стар, Штип	2	7	ТВ КТВ-41, Кавадарци	1	4
ТВМ, Охрид	11	11	ТВ Кобра, Радовиш	2	4	ТВ Калтрина, Струга	1	2
ТВ Ирис, Штип	10	10	ТВ Гурра, Кичево	2	0	ТВ Боем, Кичево	1	1
ТВ Вис, Струмица	8	7	ТВ Феста, Куманово	2	2	ТВ НТВ, Охрид	0	5
ТВ Еми, Радовиш	8	8	ТВ Жупа, Центар Жупа	2	1	ТВ Аниса, Пласница	1	1
ТВ Здравкин, Велес	6	6	ТВ ВТВ, Валандово	1	2	ТВ Менада, Тетово	0	7
ТВ Коха, Тетово	6	5	ТВ Свет, Свети Николе	1	4	ТВ Канал 21, Велес	0	2
ТВ Арт, Тетово	5	6	ТВ Нова, Куманово	1	1	ТВ Интел, Струмица	0	4
ТВ Меди, Битола	4	2	ТВ Нова, Гевгелија	1	1	ТВ Дуе, Гостивар	0	0
ТВ Хана, Куманово	4	3	ТВ Орбис, Битола	3	0	ТВ Далга КРТ, Куманово	0	1
ТВ Протел, Пробиштип	3	2	ТВ Морис, Охрид	3	2	ТВ Арт Канал, Струга	0	3
ВКУПНО							**120**	**147**

Извор: Централен регистар на РМ/ Совет за радиодифузија

Глава 3

Радиска индустрија

3.1 Клучни промени на радискиот пазар

Приказ 3.1 Клучни показатели за промените на радискиот пазар

Показатели	2004	2005	2006	2007
Просечен седмичен досег на радиото (% од публиката на возраст од 10 до 70 години)	61,5	61,9	62,1	59,1
Просечно време за слушање радио (минути)	105	101	97	93
Удел во слушаноста на јавниот сервис МРА (% од вкупната гледаност)	9,4	8,3	8,7	6,2
Удел во слушаноста на приватните радија на државно ниво Антена 5, Рос Метрополис, Канал 77 (% од вкупната гледаност)	40,8	34,7	29,2	27,7
Вкупни приходи во радиската индустрија (милиони денари)	377	345	371	365
Приходи на јавниот сервис (милиони денари)	253	217	225	228
Приходи на приватните радија на државно ниво (милиони денари)	54	52	60	51
Удел на радиосекторот во нето-приходите од рекламирање (% од вкупните нето-приходи од рекламирање)	14,9	18	12,1	8,8
Број на субјекти на радискиот пазар	106	98	98	62

Извор: Совет за радиодифузија/СММРИ Скопје

Програмите на домашните радиостаници досегнуваат до околу две третини од македонската публика,... просечното време за слушање радио опаѓа во последниве четири години

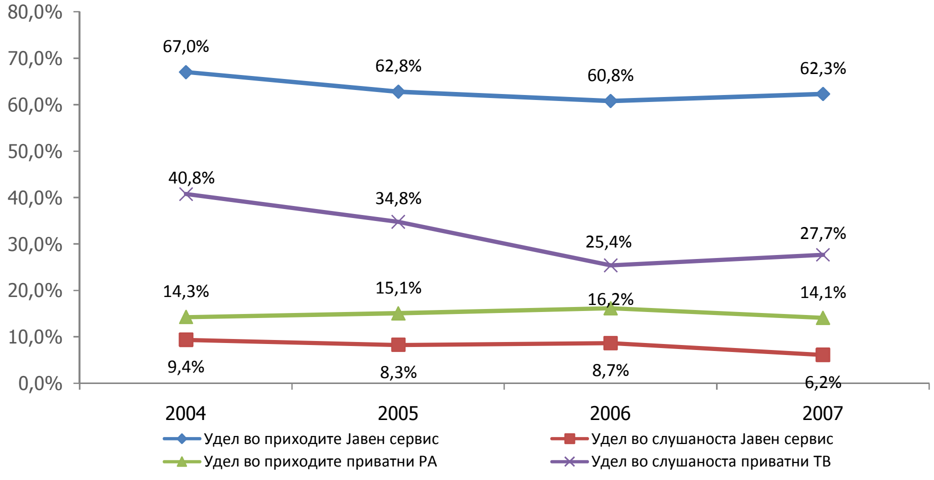
Програмите на домашните радиостаници ги слушаат приближно две третини од македонската публика на возраст од 10 до 70 години. Во 2007 година вкупната радиопублика изнесувала 989.478 слушатели, што значи дека 59,1 отсто од слушателите барем еднаш во неделата слушале радио 15 минути.

Просечното време поминато во слушање радио во изминатите неколку години изнесува повеќе од час и половина, но се забележува тренд на опаѓање, така што во 2007 година радиото се слушало просечно околу 93 минути.

Приходите на МТВ продолжуваат да опаѓаат, а континуирано опаѓа и гледаноста на сервисите на МТВ

Високиот удел на Македонското радио во вкупните приходи остварени во радиската индустрија е резултат, пред сè, на фактот што вкупните средства што се слеваат во радиската индустрија се значително помали отколку оние во телевизиската. Сепак, како резултат на нискиот процент на наплата на радиодифузната такса, во 2005 и 2006 година уделот на приходите на јавното радио значително опаднал, додека порастот во 2007 година е резултат на интервенцијата од Буџетот на РМ со цел да се санираат состојбите во јавниот сервис. Од друга страна, вкупната слушаност на трите програмски сервиси на Македонското радио во изминативе четири години е мошне мала, за да опадне во 2007 година на 6,2 отсто или за повеќе од три отсто во однос на претходната година.

Приказ 3.2 Удел во вкупните приходи и во слушаноста на јавниот сервис и на приватните радиостаници на државно ниво



Извор: Совет за радиодифузија/СММРИ Скопје

Учеството, пак, на трите комерцијални радиостаници на државно ниво во вкупните приходи во радиската индустрија во 2007 година бележи извесно опаѓање, додека пак нивната слушаност се зголемила за околу два отсто.

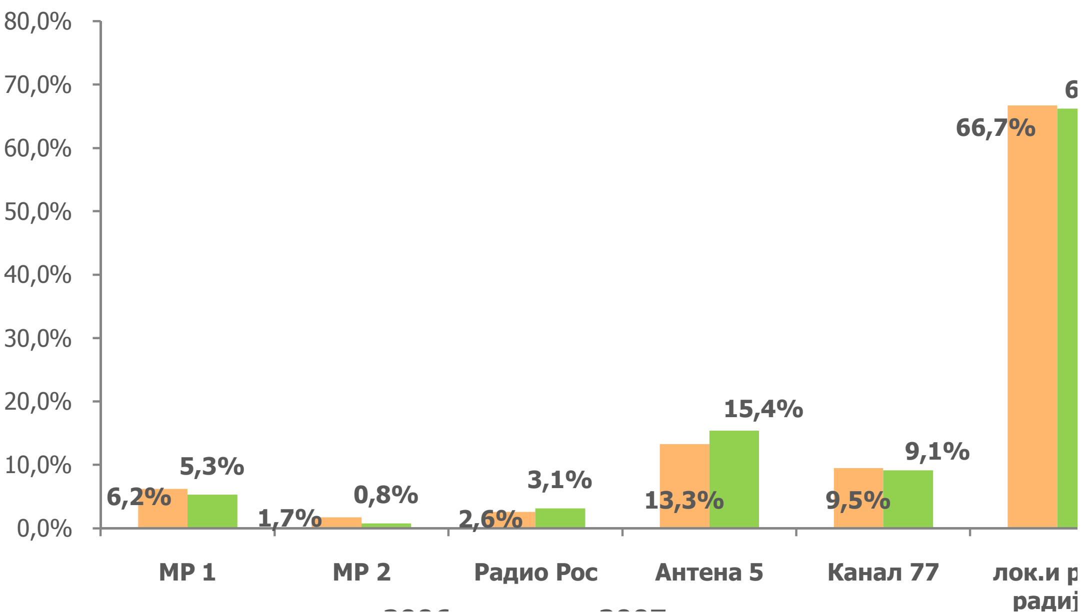
Локалното радио е мошне слушано од македонската публика,... а уделите на јавниот сервис и на приватните радиостаници на државно ниво опаѓаат

Вкупниот удел во слушаноста на радиостаниците што емитуваат програма на локално и на регионално ниво покажува дека најголем дел (над 66 отсто) од македонската слушателска публика се определува за содржините на овие радиостаници.

Во 2007 година вкупниот удел на приватните радиостаници на државно ниво се зголемил за околу два отсто, но ако се погледнат уделите на поединечните радиодифузери ќе се забележат разлики: Антена 5 продолжува да биде најслушана радиостаница со зголемен удел од 15,4 отсто, Канал 77 е второ радио по слушаност со удел од 9,1 отсто, а Радио Рос, иако има мало подобрување на слушаноста, сè уште е на претпоследното место со удел од 3,1 отсто.

Од друга страна, слушаноста на програмите на јавното радио во 2007 година продолжила да опаѓа, така што уделот на Првата програма на Македонското радио изнесувал 5,3 отсто, а на Втората програма само 0,8 отсто.

Приказ 3.3 Просечен удел во слушаноста во 2006 и 2007 година



Извор: СММРИ Скопје

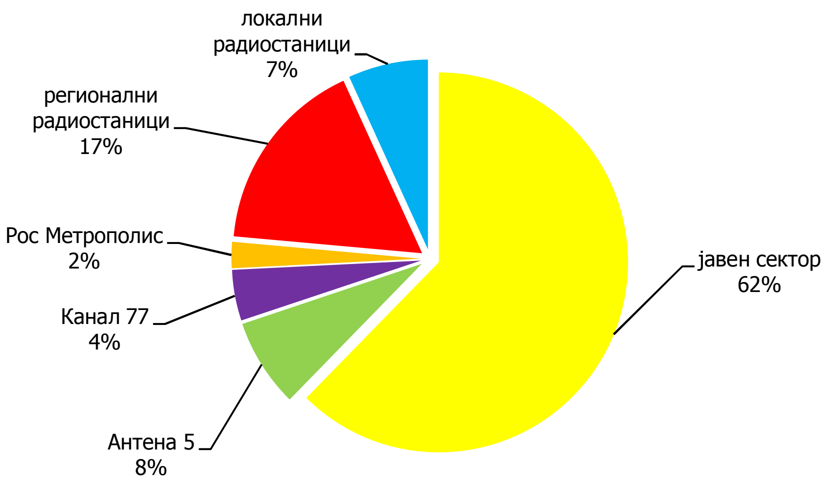
Вкупните приходи во радиската индустрија се намалени за 1,41 отсто што се должи на намалувањето на приходите на трите приватни радиостаници на државно ниво

Вкупните приходи остварени во радиската индустрија во 2007 година изнесуваат 365.375.740,00 денари што во однос на 2006 година претставува опаѓање од 1,41 отсто. Во анализираната година, приходите на јавниот сервис, на локалните и регионалните радиодифузери бележат сосема незначителен пораст, а приходите на трите радиостаници на државно ниво опаднале за 14,19 отсто.

Во сите четири години во вкупните приходи е доминантно учеството на приходите на радиодифузерите на државно ниво, но од година во година нивното учество опаѓа, достигнувајќи 76,42 отсто во 2007 година. Речиси 63 отсто од вкупните приходи во

радиската индустрија се приходи на Македонското радио (227.783.774,00 денари), од кои 80 отсто се средства од Буџетот на РМ и само 1,32 отсто од радиодифузната такса. Македонското радио воопшто не остварило приходи од рекламирање.

Приказ 3.4 Удел во вкупните приходи во радиската индустрија во 2007 година



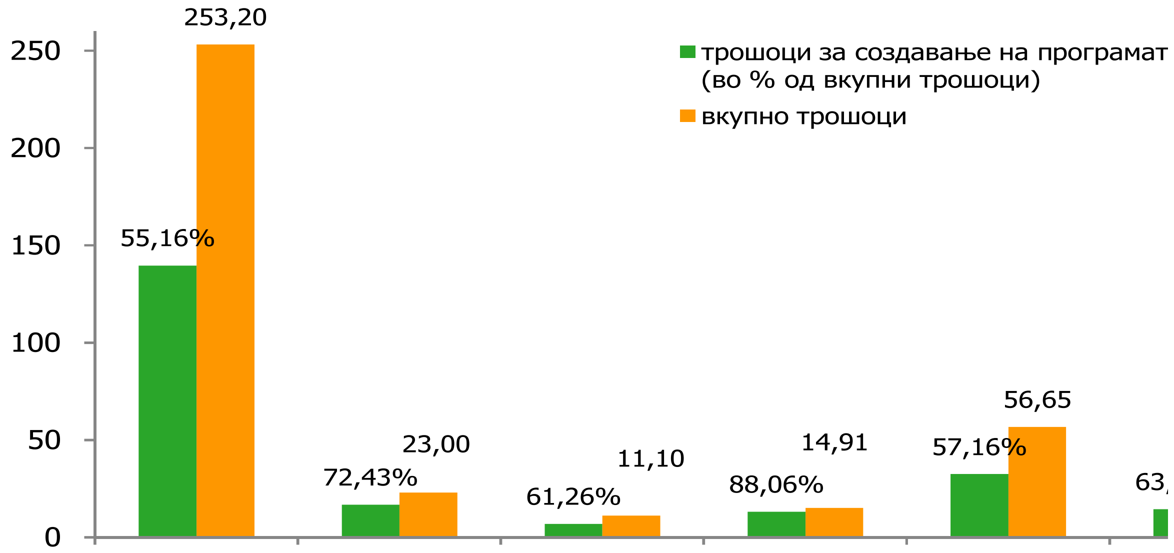
Извор: Совет за радиодифузија

Трите приватни радиостаници на државно ниво заедно оствариле приход од 51.430.537,00 денари, што претставува 14 отсто од вкупните приходи во радиската индустрија. Вкупните приходи на регионалните радиостаници во 2007 година изнесуваат 61.145.241,00 денари, односно 16,73 отсто од вкупните приходи во радиската индустрија, а локалните радиостаници оствариле вкупно 25.016,188,00 денари, односно 6,85 отсто од вкупните приходи.

Вкупните трошоци во радиската индустрија се намалиле за 3,61 отсто,... најголем дел од средствата за создавање на програмата издвоиле трите приватни радиостаници на државно ниво

Во 2007 година вкупните трошоци направени во радиската индустрија изнесувале 381.635.254,00 денари, што претставува најнизок износ во последните четири години. Трошоците на Македонско радио во вкупен износ од 253.199.831,00 денари, учествуваат со 66,35 отсто во вкупните трошоци. Повеќе од половината се направени за создавање на програмата.

Приказ 3.5 Вкупни трошоци и трошоци за создавање на програмата



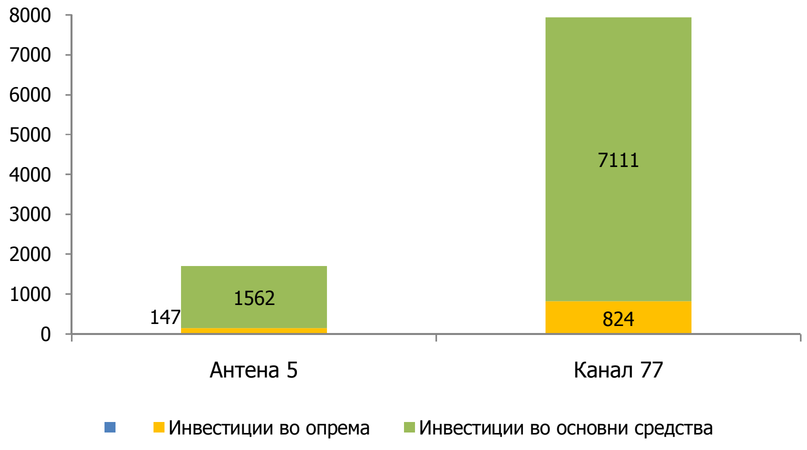
Извор: Совет за радиодифузија

Учеството на трошоците на трите приватни радиостаници на државно ниво во вкупните трошоци е 12,84 отсто. Најголем дел од овие средства (74,66 отсто) се директни трошоци за создавање на програмата. Во 2007 година најголеми трошоци се направени од Радио Антена 5 (23.006.889,00 денари), од кои 16.658.359,00 денари се директни трошоци за создавање на програмата. Вкупните трошоци на Канал 77 изнесуваат 14.905.840,00 денари, од кои 13.134.415,00 денари за создавање на програмата. Најмалку трошоци во 2007 година направило Радио Рос Метрополис во вкупен износ од 11.100.362,00 денари. За создавање на програмата ова радио издвоило речиси двојно помалку средства (6.799.476,50 денари) од другите две радија. Кај регионалните радиостаници учеството на трошоците за создавање на програмата во вкупните трошоци е 57,61 отсто, што е најниско учество во целата радиска индустрија.

Само Антена 5 и Канал 77 оствариле инвестиции во 2007 година,... 89,93 отсто од вкупните инвестиции биле во основни средства

Во 2007 година вкупните инвестиции на приватните радиостаници на државно ниво изнесувале 9.644.516,00 денари. Само радиостаниците Антена 5 и Канал 77 оствариле инвестиции, додека Рос Метрополис во анализираната година не прикажала инвестиции. Најголем дел од вкупните инвестиции (89,93 отсто) се направени за основни средства.

Приказ 3.6 Инвестиции на комерцијалните радиостаници на државно ниво во 2007 година

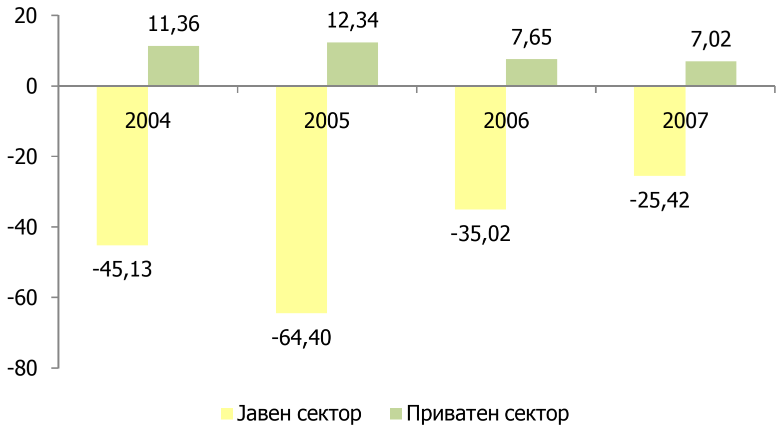


Извор: Совет за радиодифузија

Приватниот сектор во континуитет работи со добивка, ... загубата на јавниот сервис е најмала во последните четири години

Во 2007 година остварениот финансиски резултат на радиската индустрија во целост е загуба во износ од 18.402.414,00 денари Од вкупно 61 радиостаница, 47 оствариле позитивен финансиски резултат од работењето, а преостанатите работеле со загуба. Сепак, износот на вкупната загуба, а особено загубата на Македонското радио (25.416.057,00 денари), е многу поголема од вкупно остварената добивка.

Приказ 3.7 Резултати од работењето на јавниот и на приватниот радиосектор



Извор: Совет за радиодифузија

3.2 Радиска индустрија

3.2.1 Модели на прием на радио сигналот и субјекти на пазарот

Истражувањето што во мај 2007 година го спроведе истражувачката агенција СММРИ – Скопје (Strategic Marketing and Media Research Institute), по нарачка на Советот за радиодифузија, покрај другите податоци обезбеди и показатели за начинот на кој домаќинствата во Македонија го примаат радиосигналот. Истражувањето беше спроведено врз случаен репрезентативен примерок од 1 275 испитаници.

Приказ 3.8 Вид приклучок на главниот радиоприемник во домаќинствата

Вид приклучок	Вкупно (%)	Урбана област (%)	Рурална област (%)
Кабелски приклучок	2.5	3	1
Класична антена	79.6	79	81
Сателитска антена	2.0	2	2
Друго (Интернет)	0.5	1	0
Немаат радиоприемник	15.4	15	16

Извор: Истражување на СММРИ - Скопје, мај 2007

Најголем дел од домаќинствата во Македонија, поточно 79,6 отсто, радиосигналот на главниот радиоприемник (оној на кој најчесто се слуша радиото) го примале преку класична антена. Овој модел на прием на радиосигналот е доминантен кај домаќинствата од урбаните области, од кои 79 отсто го примале радиосигналот преку класична терестријална антена. Процентот е уште поголем кај домаќинствата од руралните области, кај кои достигнува до 81 отсто. Само 2,5 отсто од домаќинствата го примале радиосигналот преку кабелски приклучок, 2 отсто преку сателитска антена и 0,5 отсто преку Интернет. Забележливо е дека значителен процент од домаќинствата не поседуваат радиоприемник, и тоа 15 отсто од домаќинствата во урбаните средини и 16 отсто во руралните средини.

Во првата половина на 2007 година на пазарот на терестријално емитување постоеја вкупно 98 радиостаници. Покрај јавниот радиодифузен сервис, Македонското радио, и 29-те локални јавни радиодифузни претпријатија[1], радиодифузна дејност вршеа

[1] Локалните јавни радиодифузни претпријатија беа должни да спроведат трансформација преку процес на приватизација, согласно со член 173 од Законот за радиодифузната дејност („Сл. весник на РМ" бр.100/5) и тоа најдоцна до 29 ноември 2006 година. Овој рок беше пролонгиран до 29 мај 2007 година со Законот за изменување и дополнување на Законот за радиодифузната дејност („Сл. весник на РМ" бр.19/07). До предвидениот рок, постапката на трансформација ја започнале 18 локални јавни радиодифузни претпријатија, две го известиле Министерството за економија дека нема да влезат во постапка на приватизација, за едно радио трансформацијата е одложена поради водење постапка за денационализација, а преостанатите 8 радиостаници воопшто не доставиле барања за започнување на постапката.

и 68 комерцијални радиостаници. Трговските радиодифузни друштва работеа согласно со одредбите од Законот за радиодифузна дејност („Сл. весник на РМ" бр.20/97 и бр.70/03).

Приказ 3.9 Радио станици во јавниот и во приватниот сектор

	до јуни 2007
Јавен сектор	30
Приватен сектор	68
Вкупно	98

Извор: Совет за радиодифузија

Советот за радиодифузија, согласно со член 172 од Законот за радиодифузната дејност („Сл.весник на РМ" бр.100/05 и бр.19/07), во февруари 2007 година ја започна постапката за премин од системот на концесии кон системот на дозволи. Пријави за усогласување на договорите за концесија поднесоа вкупно 67 комерцијални радиостаници, а една (Радио Мис од Жировница) достави изјава дека се откажува од натамошно вршење радиодифузна дејност. По извршената евалуација на поднесените пријави, Советот донесе Одлука (бр.02-1628/20 од 30.05.2007 година) за доделување дозволи за вршење радиодифузна дејност на 62 радиостаници. На пет радиостаници им беше одземено правото за емитување радиопрограма[2].

Приказ 3.10 Комерцијални радиостаници според опфатот

	Радиостаници
Државно ниво	3
Регионално ниво	16
Локално ниво	43
Вкупно	62

Извор:Совет за радиодифузија

На приказот 3.11 се претставени радиостаниците што емитуваат програма на територијата на Република Македонија.

Приказ 3.11 Радиостаници на државно ниво

	Сектор	Програмски сервиси
МРА	Јавен	3
Антена 5	Приватен	1
Канал 77	Приватен	1
Рос Метрополис	Приватен	1

Извор:Совет за радиодифузија

Македонското радио емитува радиопрограма на три програмски сервиси: Македонско радио - Прва програма (МР1), Македонско радио - Втора програма (МР2) и Македонско радио - Програма на јазиците на шест немнозински етнички заедници: албански, турски,

[2] Радио Оне Кисс од Гевгелија, Радио Румели и Радио Рома од Гостивар, Радио Тигар од Делчево и Радио Си-Би-Ем од Велес.

ромски, влашки, српски и бошњачки јазик. Од приватниот сектор, програма на државно ниво емитуваат три радија: Радио Антена 5, Радио Канал 77 и Радио Рос Метрополис.

Приказ 3.12 Радиостаници на регионално ниво

Општина	Население	Домаќинства	Бр. РА	Радио
Скопје	515.419	146.566	16	Зона М-1, Фолк, Сити, Скај, Роса АБ, Џез ФМ, Лајф, Спортско радио Канал 4, Буба Мара, Ват, Класик, Арачина, ЕФ-ЕМ 90.3 - Спортско радио, Фортуна, Клуб ФМ, Равел

Извор: Совет за радиодифузија

Радиодифузерите што емитуваа радио програма на територијата на градот Скопје (приказ 3.12), по усогласувањето на договорите за концесија, со одлука на Советот за радиодифузија (бр.02-1628/2 од 30.05.2007 година) добија дозволи за вршење радиодифузна дејност на регионално ниво.

Приказ 3.13 Приватни радиостаници на локално ниво

Општина	Население	Домаќинства	Бр. РА	Радио
Битола	95.385	28.942	4	106, Б-97, Актуел, Делфин
Велес	55.108	16.959	3	Це-Де, Мерак 5 ФМ, Голди
Виница	19.938	6.260	1	Ла Коста
Гевгелија	22.988	7.221	1	Тајм
Гостивар	81.042	18.091	1	Комета 2000
Дебар	19.542	3.917	1	Мерлин
Кавадарци	38.741	12.026	1	Галакси-2002
Кичево	30.138	8.330	1	Александар Македонски
Кочани	38.092	11.981	1	Роса АБ
Куманово	105.484	27.984	5	Сити ФМ[3], КМР, Аљбана[4], Браво, Јехона
Неготино	19.212	19.212	1	Микс
Охрид	55.749	16.012	3	МХ, Супер, Лав
Пехчево	5.517	2.026	1	Пехчево
Прилеп	76.768	24.398	6	5 Чоки, Беса, Риниа 2000, Тернипе, Мефф, Холидеј,
Радовиш	28.244	8.270	1	Алфа
Ростуше	8.618	1.969	1	Еми
Струга	63.376	14.485	3	Ди-Џеј, Рапи, Кики
Струмица	54.676	15.896	2	Хит, Експрес,
Тетово	86.580	20.094	4	Плус Форте, Кисс, Фама, Блета
Центар Жупа	6.519	1.444	1	Семи
Штип	47.796	15.065	1	Черења

Извор:Совет за радиодифузија

[3] Со Одлука бр.02-3842/1 од 27.12.2007 година на оваа радиостаница ѝ е одземено правото за вршење радиодифузна дејност поради неплаќање на надоместокот за дозволата во утврдениот рок.
[4] Со Одлука бр.02-3843/1 од 27.12.2007 година на оваа радиостаница ѝ е одземено правото за вршење радиодифузна дејност поради неплаќање на надоместокот за дозволата во утврдениот рок.

На приказот 3.13 е даден преглед на трговските радиодифузни друштва што емитуваат радиски програмски сервиси на локално ниво. По преминот од концесии во дозволи, бројот на овие трговски радиодифузни друштва се намали на 43.

3.2.2 Приходи во радиската индустрија

Во 2007 година во радиската индустрија се остварени помалку приходи што се должи на намалувањето на приходите во приватниот сектор

Во 2007 година во радиската индустрија се остварени приходи во износ од вкупно 365.375.740,00 денари, што претставува намалување за 1,41 отсто во однос на претходната година. Најголемо учество во вкупните приходи во сите четири години имаат радиодифузерите што емитуваат програма на државно ниво. Забележливо е, сепак, дека од година во година нивното учество се намалува, со тоа што во 2004 година изнесувало 81,28 отсто, во 2005 година 77,89 отсто, во 2006 година 76,95 отсто и во 2007 година 76,42 отсто. Аналогно на тоа, учеството на регионалните и локалните радиодифузери се зголемува, исто како и апсолутниот износ на вкупните приходи што ги оствариле тие.

Речиси 63 отсто од вкупните приходи се на Македонското радио (сосема мал дел од радиодифузната такса, а голем дел буџетски средства), а 27 отсто се на приватниот сектор. Намалувањето на вкупните приходи во радиската индустрија се должи на намалувањето на приходите во приватниот сектор, додека пак јавниот сектор (МРА) во анализираната година прикажал повисоки приходи во однос на претходната.

Приказ 3.14 Вкупни приходи во периодот од 2004 до 2007[5] (МКД)

	2004	2005	2006	2007
Национални	306.764.799,00	268.616.884,00	285.113.394,00	279.214.311,00
Регионални	0,00	0,00	0,00	61.145.241,00
Локални	70.658.562,00	76.264.812,00	85.396.428,00	25.016.188,00
Јавен сектор (МРА)	252.873.275,00	216.680.861,00	225.176.971,00	227.783.774,00
Приватен сектор	124.550.086,00	128.200.835,00	145.332.851,00	137.591.966,00
ВКУПНО	377.423.361,00	344.881.696,00	370.509.822,00	365.375.740,00

Извор: Совет за радиодифузија

[5] По завршувањето на постапката за усогласување на договорите за концесија и преминот во систем на дозволи, радиодифузерите што емитуваа програма на подрачјето на Скопје продолжија да работат како регионални радиодифузери.

Гледано според изворите на приходи, најголемо намалување има кај приходот од радиодифузната такса и тоа за 97,13 отсто. Значително се намалиле и приходите од спонзорства кои, во однос на 2006 година, се пониски за 49,72 отсто. Приходите од продажба на времето за рекламирање се пониски за 10,06 отсто, додека пак приходите од донации - за 7,4 отсто. Во споредба со претходната година, приходите од продажба на програма се зголемиле за 90,12 отсто, а другите приходи за 80,67 отсто.

Приказ 3.15 Структура на приходите во периодот од 2004 до 2007 (МКД)

	2004	2005	2006	2007
Радиодифузна такса	230.248.211,00	203.784.711,00	104.921.193,00,	3.016.481,00
Реклами	88.700.113,00	101.669.203,00	118.357.223,00	106.448.065,00
Спонзорства	4.301.886,00	2.110.412,00	4.162.150,00	2.092.911,00
Донации	12.424.968,00	9.823.145,00	5.704.889,00	5.282.924,00
Продажба на програма	3.947.150,00	3.777.669,00	3.760.895,00	7.150.340,00
Други приходи	37.801.033,00	23.716.556,00	133.603.472,00	241.380.018,50
ВКУПНО	377.423.361,00	344.881.696,00	370.509.822,00	365.375.740,00

Извор: Совет за радиодифузија

Според методот на категоризација што го има усвоено Централниот регистар на РМ, вкупните остварени приходи се делат најпрво на приходи од основна дејност, приходи од други дејности и на вонредни приходи. Овој метод е користен и при изготвувањето на Образецот за податоците за економско-финансиското работење во 2007 година, што радиодифузерите го доставија во Советот. Во вкупните приходи остварени според различни основи, доминантно е учеството на приходите од основната дејност и тоа со 99,01 отсто.

Најголем приход во 2007 година радиската индустрија остварила од преостанатите нераспределени приходи од основната дејност. Тоа се должи на високиот износ на средства што Македонското радио ги добило од буџетските средства во висина од 181.731.115,00 денари. Иако основен извор на приходи за Македонското радио би требало да биде радиодифузната такса, поради малиот процент на наплата, учеството на овој вид приход во вкупните приходи е сосема незначително. Втор извор според значењето во радиската индустрија се приходите од рекламирање, со учество од 29,13 отсто во вкупните приходи. Целокупниот износ на приходите од рекламирање се однесува само на приватниот сектор, додека Македонското радио во 2007 година не остварило приходи од реклами.

Другите извори на приходи, како спонзорствата (приходи остварени врз основа на спонзорирање на емисијата или делови од емисијата), приходите од други програми (емитување поздрави и честитки, емисии и музички блокови со СМС-пораки, интерактивни игри преку телефонска линија, телефонски услуги со посебна тарифа и др.), донациите и грантовите, продажбата на програми и средствата исплатени за финансирање радио и

телевизиски проекти од јавен интерес преку Советот за радиодифузија, имаат заедничко учество од 5,82 отсто во вкупните приходи.

Приказ 3.16 Структура на приходите на радиопазарот во 2007 година (МКД)

Вид приход	2007	учество
Радиодифузна такса	3.016.481,00	0,83%
Реклами и телешопинг	106.448.065,00	29,13%
Спонзорства	2.092.911,00	0,57%
Приходи од други програми	3.200.903,00	0,88%
Донации и грантови	5.282.924,00	1,45%
Продажба на програми	7.150.340,00	1,96%
Проекти од јавен интерес	3.498.240,00	0,96%
Преостанати нераспоредени приходи	231.058.325,00	63,24%
Приходи од основна дејност	361.753.190,00	99,01%
Приходи од други дејности	2.143.702,00	0,59%
Вонредни приходи	1.478.848,00	0,40%
Вкупно приходи	365.375.740,00	100,00%

Извор: Совет за радиодифузија

Трите приватни станици што емитуваат програма на државно ниво во 2007 година оствариле помалку приходи во однос на претходната година

Вкупно остварените приходи на трите приватни радиостаници што емитуваат програма на државно ниво во 2007 година изнесуваат 51.430.537,00 денари. Најзначаен извор на приход е продажбата на времето за рекламирање, со учество од 71,61 отсто. Речиси 70 отсто од овој приход остварило Антена 5 радио, 21 отсто Радио Рос Метрополис и 9 отсто Радио Канал 77. Втор извор според значењето се приходите од продажба на програма, со учество од 13,90 отсто. Сите приходи на оваа основа ги остварило радиото Канал 77. Другите нераспоредени приходи од основната дејност учествуваат со 10,46 отсто во вкупните приходи. Највисоки приходи на оваа основа прикажало Радио Канал 77, поточно над 75 отсто од вкупниот износ.

Приходи од донации и грантови остварило само Радио Канал 77. Антена 5 и Рос Метрополис не прикажале приходи врз оваа основа. Учеството на средствата за финансирање радио и телевизиски проекти од јавен интерес во вкупните приходи е 1,46 отсто, приход кој целосно го остварило радиото Антена 5. Сосема незначајно учество имаат приходите од други дејности со 0,34 отсто од вкупните приходи.

Исто како и кај приватните телевизии што емитуваат програма на државно ниво и овие три радиостаници не прикажале приходи од спонзорства, иако во програмската понуда кај сите три радиостаници се присутни спонзорирани содржини, ниту пак

прикажале приходи од други програми (приходи од емитување поздрави и честитки, емисии и музички блокови со СМС-пораки, интерактивни игри преку телефонска линија, телефонски услуги со посебна тарифа и др.).

Приказ 3.17 Структура на приходите на приватните радиостаници на државно ниво (МКД)

Вид приход	2007	учество
Реклами и телешопинг	36.828.020,00	71,61%
Спонзорства	0,00	0,00%
Приходи од други програми	0,00	0,00%
Донации и грантови	1.149.171,00	2,23%
Продажба на програми	7.150.340,00	13,90%
Проекти од јавен интерес	750.000,00	1,46%
Преостанати нераспоредени приходи	5.379.800,00	10,46%
Приходи од основна дејност	51.257.331,00	99,66%
Приходи од други дејности	173.206,00	0,34%
Вонредни приходи	0,00	0,00%
ВКУПНО	51.430.537,00	100,00%

Извор: Совет за радиодифузија

Од приказот 3.18 може да се види дека во однос на вкупно остварените приходи 2007 година била најнеповолна за комерцијалните радиостаници што емитуваат програма на државно ниво. Остварените вкупни приходи на секоја радиостаница од година во година имаат променливи вредности, но во однос на претходната година сите три ги намалиле вкупните приходи.

Најмногу приходите се намалиле кај Радио Рос Метрополис, и тоа за 18,79 отсто, кај Антена 5 за 15,81 отсто, а најмалку кај Канал 77 за 8,47 отсто.

Приказ 3.18 Движење на вкупните приходи на комерцијалните станици на државно ниво (МКД)

ТВ-станица	2004	2005	2006	2007
Антена 5	31.787.364,00	31.248.172,00	32.704.365,00	27.533.306,00
Рос Метрополис	6.057.765	4.255.404,00	9.968.383,00	8.095.359,00
Канал 77	16.046.395,00	16.432.447,00	17.263.675,00	15.801.872,00
ВКУПНО	53.891.524,00	51.936.023,00	59.936.423,00	51.430.537,00

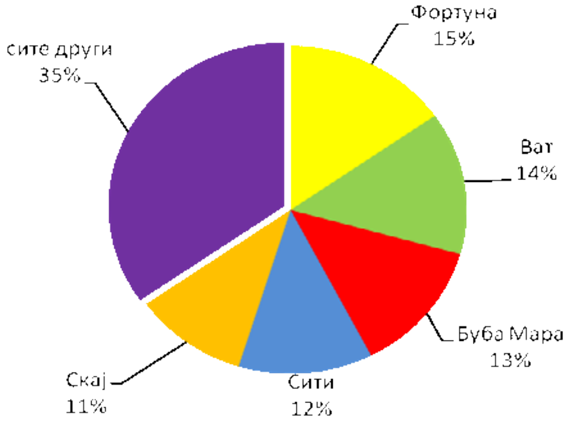
Извор: Совет за радиодифузија

Регионалните радиостаници во 2007 година оствариле 16,73 отсто од вкупните приходи во радиската индустрија

Во 2007 година регионалните радиостаници оствариле приходи во износ од вкупно 61.145.241,00 денари. Приходот на овие 16 радиостаници е 16,73 отсто од вкупните приходи во радиската индустрија. Забележливо е дека пет радиостаници (Фортуна, Ват, Буба

Мара, Сити и Скај радио) остваруваат 65 отсто од вкупните приходи на регионалниот радиски пазар.

Приказ 3.19 Удел на регионалните радиостаници во вкупните приходи на регионално ниво (МКД)



Извор: Совет за радиодифузија

Од приказот 3.20 се забележува дека најзначаен извор на приход за регионалните радиостаници е продажбата на времето за рекламирање, од кадешто тие остваруваат 85,41 отсто од вкупните приходи.

Приказ 3.20 Структура на приходите на приватните радиостаници на регионално ниво (МКД)

Вид приход	**2007**	**учество**
Реклами и телешопинг	52.226.184,50	85,41%
Спонзорства	1.275.600,00	2,09%
Приходи од други програми	2.678.753,00	4,38%
Донации и грантови	1.073.280,00	1,76%
Продажба на програми	0,00	0,00%
Проекти од јавен интерес	2.446.740,00	4,00%
Преостанати нераспоредени приходи	497.903,50	0,81%
Приходи од основна дејност	60.198.461,00	98,45%
Приходи од други дејности	573.919,00	0,94%
Вонредни приходи	372.861,00	0,61%
ВКУПНО	61.145.241,00	100,00%

Извор: Совет за радиодифузија

Многу помало учество имаат приходите од други програми[6], чиј износ претставува 4,38 отсто од вкупните приходи. Само две радиостаници прикажале приходи на оваа основа (Равел и Ват).

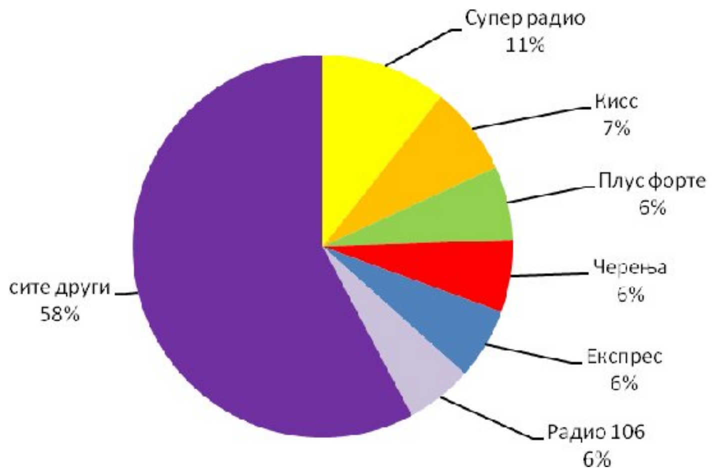
Приходите од средствата за финансирање радио и телевизиски проекти од јавен интерес преку Советот за радиодифузија учествуваат со 4 отсто во вкупните приходи. Приходи од овој извор прикажале Радио Роса АБ, Џез ФМ, Радио ФМ 90.3 Спортско радио, Равел, Арачина и Буба Мара.

Само Спортско радио Канал 4 прикажало приходи од спонзорства во износ од 1.275.600,00 денари, чие учество во вкупните приходи е 2,09 отсто. Останатите видови приходи имаат незначително поединечно учество.

Локалните радиостаници во 2007 година имаат најмал удел (6,85 отсто) во вкупните приходи во радиската индустрија

Вкупно остварените приходи на локалните радиостаници во 2007 година изнесуваат 25.016.188,00 денари, односно 6,85 отсто од вкупните приходи во радиската индустрија. Речиси половина од вкупните приходи оствариле шест радиостаници (Супер радио од Охрид, Кисс и Плус форте од Тетово, Черења од Штип, Експрес од Струмица и Радио 106 од Битола).

Приказ 3.21 Удел на локалните радиостаници во вкупните приходи на локално ниво



Извор: Совет за радиодифузија

Во анализираната година најголем дел од приходите (69,53 отсто) локалните радиостаници оствариле од продажба на времето за рекламирање. Најмногу приходи од овој извор оствариле Супер радио од Охрид (2.450.706,00 денари), Радио 106 од Битола

[6]Приходи од поздрави и честитки, емисии и музички блокови со СМС-пораки, интерактивни игри преку телефонска линија, телефонски услуги со посебна тарифа и др.

(1.409.429,00 денари), Експрес од Струмица (1.278.542,00 денари) и Кисс од Тетово (1.101.729,00 денари).

Локалните радиостаници оствариле значителен износ на приходи од донации и грантови, а приходи на оваа основа прикажале Радио Черења од Штип (1.523.557,00 денари), Тернипе од Прилеп (632.503,00 денари), Плус форте од Тетово (607.278,00 денари), Супер радио од Охрид (211.000,00 денари), Рапи од Струга (61.135,00 денари) и Радио Б-97 од Битола (30.000,00 денари).

Приказ 3.22 Структура на приходите на приватните радиостаници на локално ниво (МКД)

Вид приход	2007	учество
Реклами и телешопинг	17.393.861,00	69,53%
Спонзорства	817.311,00	3,27 %
Приходи од други програми	522.150,00	2,09%
Донации и грантови	3.065.473,00	12,25%
Продажба на програми	0,00	0,00%
Проекти од јавен интерес	301.500,00	1,21%
Преостанати нераспоредени приходи	413.329,00	1,65%
Приходи од основна дејност	22.513.624,00	90,00%
Приходи од други дејности	1.396.577,00	5,58%
Вонредни приходи	1.105.987,00	4,42%
ВКУПНО	25.016.188,00	100,00%

Извор: Совет за радиодифузија

Приходите од спонзорства во вкупните приходи учествуваат со 3,27 отсто. Приходи од овој вид оствариле само осум радиостаници (Радио Делфин од Битола, Це-Де од Велес, Мерлин од Дебар, МХ од Охрид, Пехчево од Пехчево, Кики од Струга, Блета од Тетово и Семи од Центар Жупа). Приходите од други програми (поздрави и честитки, емисии со СМС пораки, интерактивни игри, телефонски услуги со посебна тарифа и др.) во вкупните приходи учествуваат со 2,09%. Забележливо е дека приходите од други дејности и вонредните приходи имаат релативно високо учество во вкупните приходи.

3.2.3 Структура на трошоците

Во споредба со претходните години, во 2007 година вкупните трошоци се намалени и кај јавниот и кај приватниот сектор

Во 2007 година вкупните трошоци направени во радиската индустрија изнесуваат 381.635.254,00 денари. Во периодот од 2004 до 2007 година, ова е најнизок износ на

трошоците, и тоа: во споредба со 2004 година намалувањето е за 4,89 отсто, во споредба со 2005 година за 3,24 отсто и во споредба со 2006 година за 3,61 отсто.

Намалувањето на трошоците во однос на претходните години претставува општа тенденција присутна и кај јавниот и кај приватниот сектор. Според опфатот на емитување, ваквата тенденција може јасно да се забележи кај радиостаниците што емитуваат програма на државно ниво. Во приказот 3.23 може да се забележи дека за регионалните радиостаници се внесени податоци за вкупните трошоци само за 2007 година, бидејќи овие радиодифузери до јуни 2007 година работеа како локални радиостаници на подрачјето на Скопје[7].

Приказ 3.23 Вкупни трошоци во периодот од 2004 до 2007 г. (МКД)

	2004	2005	2006	2007
Државно ниво	332.503.492,00	317.860.634.00	310.109.414,00	302.212.922,50
Регионални	0.00	0,00	0,00	56.645.039,00
Локални	68.740.333,00	76.549.382,00	85.802.080.00	22.777.292,50
Јавен сектор (МРА)	298.002.032,00	281.078.302.00	260.194.509,00	253.199.831,00
Приватен сектор	103.241.793,00	113.331.714.00	135.716.985,00	128.435.423,00
ВКУПНО	401.243.825,00	394.410.016,00	395.911.494,00	381.635.254,00

Извор: Совет за радиодифузија

Вкупните трошоци што ги направиле регионалните и локалните радиостаници во 2007 година изнесуваат 79.422.331,00 денари. Во однос на 2006 година кога износот на овие трошоци е 85.802.080,00 денари, намалувањето е за 7,44 отсто.

Најголем дел од трошоците во радиската индустрија направиле радиостаниците на државно ниво. Нивното учество во вкупните трошоци во 2004 година изнесувало 82,87 отсто, во 2005 година 80,59 отсто, во 2006 година 78,33 отсто, а во 2007 година 79,19 отсто. Од вкупно направените трошоци во радиската индустрија, 58,44 отсто се директни трошоци за создавање на програмата. Најголемо учество имаат платите и другите надоместоци на лицата директно вклучени во производството на програмата со 27,74 отсто. Високото учество на овој вид трошок најмногу се должи на високиот износ што го прикажало Македонското радио (81.890.965,00 денари). Материјалните и нематеријалните трошоци имаат речиси подеднакво учество, а незначително учество имаат трошоците за набавка на програма.

Од преостанатите трошоци на работењето позначајно учество (21,92 отсто) имаат платите и другите надоместоци на лицата кои не се директно поврзани со производството на програмата. Износот што Македонското радио го прикажало за овој вид трошок прет-

[7] По завршувањето на постапката за усогласување на договорите за концесија и преминот во систем на дозволи, радиодифузерите што емитуваа програма на локално ниво на подрачјето на Скопје, продолжија да работат како регионални радиодифузери.

ставува 91 отсто од вкупниот износ. Трошоците за амортизација на опремата учествуваат со 9,78 отсто во вкупно направените трошоци, а сите други неопфатени трошоци од работењето со 7,08 отсто.

Приказ 3.24 Структура на трошоците на радиопазарот во 2007 година (МКД)

Вид трошок	2007	учество
Материјални трошоци	52.991.323,00	13,89%
Трошоци за набавка на програма	11.052.239,50	2,90%
Нематеријални трошоци (услуги)	53.123.121,50	13,92%
Плати и други надоместоци на лицата директно поврзани со производство на програмата	105.864.898,00	27,74%
Директни трошоци за создавање на програмата	223.031.582,00	58,44%
Плати и други надоместоци на лицата кои не се директно поврзани со производство на програмата	83.662.129,00	21,92%
Амортизација на опремата	37.320.691,00	9,78%
Амортизација на права и лиценци	636.392,00	0,17%
Кирии и други режиски трошоци	7.337.809,00	1,92%
Сите преостанати неопфатени трошоци од работењето	27.002.763,50	7,08%
Вкупни трошоци на работењето	378.991.367,00	99,31%
Расходи од други активности	1.755.815,00	0,46%
Вонредни расходи	888.072,00	0,23%
Вкупни трошоци на работењето	381.635.254,00	100,00%

Извор: Совет за радиодифузија

Трошоците на приватните радиостаници на државно ниво во последниве години се зголемуваат,... во 2007 година доминираат трошоците за создавање на програмата

Во целина, во последните четири години трошоците на трите радиостаници на државно ниво се зголемуваат, иако во 2007 година се забележува извесно намалување во однос на претходната година. Од приказот 3.25 може да се забележи дека од трите национални радиостаници само Антена 5 ги намалила трошоците во однос на претходната година, додека Канал 77 и Рос Метрополис ги зголемиле. Сепак, во апсолутен износ намалувањето на трошоците на Антена 5 е поголемо во однос на зголемувањето на трошоците на Канал 77 и на Рос Метрополис, па оттука вкупно направените трошоци на радиостаниците на државно ниво во 2007 година се помали во однос на претходната година.

Овие три радиостаници во 2007 година направиле трошоци во износ од вкупно 49.013.091,50 денари, односно 12,84 отсто од вкупните трошоци во радиската индустрија.

Приказ 3.25 Движење на вкупните трошоци на приватните радиостаници на државно ниво (МКД)

ТВ станица	2004	2005	2006	2007
Антена 5	18.346.692,00	19.748.127,00	26.549.061,00	23.006.889,00
Рос Метрополис	5.980.446,00	4.106.184,00	9.865.358,00	11.100.362,50
Канал 77	10.174.322,00	12.928.021,00	13.500.486,00	14.905.840,00
ВКУПНО	34.501.460,00	36.782.332,00	49.914.905,00	49.013.091,50

Извор: Совет за радиодифузија

Директните трошоци за создавање на програмата учествуваат со 74,66 отсто од вкупните трошоци. Од нив најголемо учество имаат материјалните трошоци со 31,13 отсто. Речиси 61 отсто од овој вид трошок прикажала радиостаницата Канал 77. Нематеријалните трошоци (услугите) учествуваат со 26,82 отсто во вкупните трошоци. Забележливо е дека Антена 5 прикажала 90 отсто од нематеријалните трошоци, додека пак, Канал 77 воопшто не прикажал ваков вид трошок. Платите и другите надоместоци на лицата директно поврзани со производство на програмата во вкупните трошоци учествуваат со 10,89 отсто. Трошоците за набавка на програмата имаат незначително учество во вкупните трошоци.

Приказ 3.26 Структура на трошоците на приватните радиостаници на државно ниво (МКД)

Вид трошок	2007	учество
Материјални трошоци	16.726.617,00	34,13%
Трошоци за набавка на програма	1.384.200,50	2,82%
Нематеријални трошоци (услуги)	13.145.676,50	26,82%
Плати и други надоместоци на лицата директно поврзани со производство на програмата	5.335.756,50	10,89%
Директни трошоци за создавање на програмата	36.592.250,50	74,66%
Плати и други надоместоци на лицата кои не се директно поврзани со производство на програмата	2.747.830,00	5,61%
Амортизација на опремата	2.927.052,00	5,97%
Амортизација на права и лиценци	0,00	0,00%
Кирии и други режиски трошоци	2.452.085,50	5,00%
Сите преостанати неопфатени трошоци од работењето	4.196.426,50	8,56%
Вкупни трошоци на работењето	48.915.644,50	99,80%
Расходи од други активности	97.447,00	0,20%
Вонредни расходи	0,00	0,00%
Вкупни трошоци на работењето	49.013.091,50	100,00%

Извор: Совет за радиодифузија

Уделот на регионалните радиостаници во вкупните трошоци на радиската индустрија во 2007 година изнесува 14,8 отсто,... повеќе од половината се трошоци за создавање на програмата

Шеснаесетте регионални радиостаници во 2007 година направиле трошоци во износ од вкупно 56.645.039,00. Овој износ претставува 14,84 отсто од вкупните трошоци во радиската индустрија.

Директните трошоци за создавање на програмата имаат учество од 57,17 отсто во вкупните трошоци. Најголем дел од овие трошоци е издвоен за плати и за други надоместоци на лицата директно поврзани со производство на програмата. Само Фолк радио не прикажало ваков вид трошок.

Приказ 3.27 Структура на трошоците на приватните радиостаници на регионално ниво (МКД)

Вид трошок	2007	учество
Материјални трошоци	5.713.013,00	10,09%
Трошоци за набавка на програма	3.590.692,00	6,34%
Нематеријални трошоци (услуги)	11.056.714,00	19,52%
Плати и други надоместоци на лицата директно поврзани со производство на програмата	12.023.066,00	21,23%
Директни трошоци за создавање на програмата	32.383.485,00	57,17%
Плати и други надоместоци на лицата кои не се директно поврзани со производство на програмата	3.987.880,00	7,04%
Амортизација на опремата	5.267.932,00	9,30%
Амортизација на права и лиценци	533.501,00	0,94%
Кирии и други режиски трошоци	4.394.591,00	7,76%
Сите преостанати неопфатени трошоци од работењето	9.519.372,00	16,81%
Вкупни трошоци на работењето	56.086.761,00	99,01%
Расходи од други активности	192.379,00	0,34%
Вонредни расходи	365.899,00	0,65%
Вкупни трошоци на работењето	56.645.039,00	100,00%

Извор: Совет за радиодифузија

Нематеријалните трошоци (услуги) во вкупните трошоци учествуваат со 19,52 отсто. Ваков вид трошок, без исклучок, прикажале сите 16 радиостаници. Материјалните трошоци учествуваат со 10,09 отсто. Иако учеството на трошоците за набавка на програмата е само 6,34 отсто, ова е највисоко учество на овој вид трошок споредено со другите сегменти во радиската индустрија. Само пет радиостаници прикажале трошоци за набавка на програма (Сити, Скај, Лајф, Спортско радио Канал 4 и Клуб ФМ).

Во вкупните трошоци, позначајно учество од 16,81 отсто имаат сите преостанати неопфатени трошоци од работењето. Радио Ват, Буба Мара и Фортуна прикажале 77 отсто од вкупниот износ на овие трошоци.

Локалните радиостаници имаат најмало учество (5,97 отсто) во вкупните трошоци во радиската индустрија... и кај нив доминираат трошоците за создавање на програмата

Во 2007 година локалните радиостаници направиле трошоци во износ од вкупно 22.777.292,50 денари, односно 5,97 отсто од вкупните трошоци во радиската индустрија.

Приказ 3.28 Структура на трошоците на приватните радиостаници на локално ниво (МКД)

Вид трошок	2007	учество
Материјални трошоци	4.522.736,00	19,86%
Трошоци за набавка на програма	646.456,00	2,84%
Нематеријални трошоци (услуги)	2.600.893,00	11,42%
Плати и други надоместоци на лицата директно поврзани со производство на програмата	6.615.110,50	29,04%
Директни трошоци за создавање на програмата	14.385.195,00	63,16%
Плати и други надоместоци на лицата кои не се директно поврзани со производство на програмата	872.730,00	3,83%
Амортизација на опремата	1.146.449,00	5,03%
Амортизација на права и лиценци	102.891,00	0,45%
Кирии и други режиски трошоци	491.133,00	2,16%
Сите преостанати неопфатени трошоци од работењето	3.790.732,00	16,64%
Вкупни трошоци на работењето	20.789.130,50	91,27%
Расходи од други активности	1.465.989,00	6,44%
Вонредни расходи	522.173,00	2,29%
Вкупни трошоци на работењето	22.777.292,50	100%

Извор: Совет за радиодифузија

Исто како и кај радиостаниците на државно и регионално ниво, најголем дел од трошоците (63,16 отсто) се директни трошоци за создавање на програмата. Од нив најголемо учество во структурата на вкупните трошоци имаат трошоците за плати и други надоместоци на лицата директно поврзани со производство на програмата, односно 29,04 отсто. Учеството на материјалните трошоци претставува 19,86 отсто од вкупните трошоци, по што следуваат нематеријалните трошоци (услуги) со учество од 11,42 отсто. Трошоците за набавка на програма имаат незначително учество од 2,84 отсто. Само пет радиостаници (Браво од Куманово, Рапи од Струга, Мерак 5 ФМ од Прилеп, Хит од Струмица и Тајм од Гевгелија) прикажале ваков вид трошок.

Од трошоците кои не се директно поврзани со производство на програмата, најголемо учество имаат преостанатите неопфатени трошоци од работењето со учество од 16,64 отсто.

Забележливо е дека расходите од други активности што ги прикажале локалните радиостаници претставуваат 83,5 отсто од вкупните расходи од други активности во радиската индустрија.

3.2.4 Инвестиции на комерцијалните радија на државно ниво

89,93 отсто од вкупните инвестиции на приватните радиостаници на државно ниво се инвестиции во основни средства...

Во 2007 година вкупните инвестиции на приватните радиостаници на државно ниво изнесувале 9.644.516,00 денари. Ова се средства кои ги инвестирале Антена 5 и Канал 77, додека радиостаницата Рос Метрополис во анализираната година не прикажала инвестиции. Најголем дел од вкупните инвестиции (89,93 отсто) се направени за основни средства. Во опрема се инвестирани вкупно 970.908,00 денари, од кои 42,06 отсто во студиска опрема и 57,97 отсто во предавателна опрема.

Приказ 3.29 Вкупни инвестиции во ТВ секторот на државно ниво во 2007 година

Остварени инвестиции		Износ (мкд)
Инвестиции во опрема	Студиска опрема	408.342,00
	Предавателна опрема	562.566,00
Инвестиции во основни средства		8.673.608,00
	Вкупно (мкд)	9.644.516,00

Извор: Совет за радиодифузија

Инвестициите на Канал 77 претставуваат 82,27 отсто од вкупните инвестиции. Целокупниот износ на инвестиции во предавателна опрема е остварен од Канал 77. Радиостаницата Антена 5 инвестирала само во студиска опрема.

Приказ 3.30 Поединечни инвестиции на комерцијалните телевизии на државно ниво

Остварени инвестиции	Антена 5	Канал 77	Рос Метропо
Инвестиции во опрема	147.368,00	823.540,00	0,00
Инвестиции во основни средства	1.562.191,00	7.111.417,00	0,00
Вкупно	1.709.559,00	7.934.957,00	0,00

Извор: Совет за радиодифузија

3.2.5 Пасива и обврски во радиската индустрија

Зголемувањето на вкупната пасива се должи на речиси двојното зголемување на вкупната пасива на Македонското радио

Во 2007 година вкупната пасива во радиската индустрија изнесува 702.757.278,00 денари. Иако во периодот до 2007 година е забележан континуиран пораст на вкупната пасива, порастот во 2007 година е за дури 53,75 отсто во споредба со претходната година.

Приказ 3.31 Вкупна пасива во периодот од 2004 до 2007[8] г. (МКД)

	2004	2005	2006	2007
Национални	369.252.303,00	365.750.635,00	363.376.650,00	605.028.109,00
Регионални	0,00	0,00	0,00	61.581.687,00
Локални	63.566.696,00	81.598.567,00	90.961.343,00	36.147.482,00
Јавен сектор (МРА)	271.272.205,00	249.439.277,00	233.757.907,00	459.686.818,00
Приватен сектор	161.546.793,00	197.909.925,00	220.580.086,00	243.070.460,00
ВКУПНО	432.818.998,00	447.349.202,00	454.337.993,00	702.757.278,00

Извор: Совет за радиодифузија

Во 2007 година зголемување на вкупната пасива во однос на 2006 година бележат сите сегменти на радиската индустрија, но најдрастично зголемување бележи Македонското радио и тоа за 96,65 отсто. Приватниот сектор во 2007 година ја зголемил вкупната пасива за 10,20 отсто во однос на претходната година.

Вкупните обврски на субјектите на радискиот пазар во анализираната 2007 година изнесувале 418.865.351,50 денари. Најголемиот дел од нив се обврски спрема добавувачите (58,58 отсто). Другите краткорочни обврски претставуваат 22,12 отсто од вкупните обврски, додека пак, долгорочните обврски по кредити се 18,26 отсто од обврските во радиската индустрија.

Обврските на Македонското радио се 61,71 отсто од вкупните обврски во радиската индустрија. Од нив најголемиот дел, односно 71,29 отсто, се краткорочните обврски и долгорочните обврски по кредити со учество од 28,7 отсто во вкупните обврски. Кај трите приватни радиостаници што емитуваат програма на државно ниво, најголеми обврски има Радио Канал 77 од Штип. Обврските на ова радио претставуваат 70,7 отсто од вкупните обврски на радиостаниците на државно ниво. Најголемиот дел, односно 92,13 отсто од обврските на оваа радиостаница се обврските спрема добавувачите.

[8] По завршувањето на постапката за усогласување на договорите за концесија и преминот во систем на дозволи, радиодифузерите што емитуваа програма на подрачјето на Скопје продолжија да работат како регионални радиодифузери.

Приказ 3.33 Обврски и капитал во 2007 година (МКД)

Вид приход	2007
Обврски спрема добавувачите	245.372.001,00
Обврски по меници и чекови	0,00
Други краткорочни обврски	92.672.882,00
Вкупни краткорочни обврски	338.044.883,00
Долгорочни обврски по кредити	76.470.959,00
Долорочни обврски по обврзници	0,00
Преостанати обврски	4.349.509,00
Вкупни обврски	418.865.351,50
Капитал	203.657.794,00
Задржана добивка на 31.12	32.513.668,00
Вкупно резерви на 31.12	47.720.465,00
Вкупен капитал и резерви	283.891.927,00
Вкупна пасива	702.757.278,00

Извор: Совет за радиодифузија

Од вкупните обврски на регионалните радиостаници речиси 70 отсто се обврските на пет радиостаници, и тоа: Сити, Равел, Буба Мара, Спортско радио Канал 4 и Клуб ФМ. Речиси половина од вкупните обврски кај радиостаниците на локално ниво се обврските на радиостаниците Кисс и на Плус Форте од Тетово.

Приказ 3.33 Обврски и капитал во 2007 година (МКД)

Вид приход	МРА	Приватни РА на државно ниво	Регионални	Локални
Обврски спрема добавувачите	127.304.968,00	77.624.513,00	23.420.489,00	17.022.031,00
Обврски по меници и чекови	0,00	0,00	0,00	0,00
Други краткорочни обврски	56.995.209,00	19.792.853,50	8.815.661,00	7.069.159,00
Вкупни краткорочни обврски	184.300.177,00	97.417.366,50	32.236.150,00	24.091.190,00
Долгорочни обврски по кредити	74.188.954,00	0,00	873.372,00	1.408.633,00
Долгорочни обврски по обврзници	0,00	0,00	0,00	0,00
Преостанати обврски	0,00	0,00	4.158.095,00	191.414,00
Вкупни обврски	258.489.131,00	97.417.366,50	37.267.617,00	25.691.237,00
Капитал	156.648.857,00	21.002.112,00	14.861.055,00	14.286.149,00
Задржана добивка на 31.12	0,00	25.170.681,00	11.308.611,00	-3.965.624,00
Вкупни резерви на 31.12	44.548.830,00	1.751.132,00	1.284.783,00	135.720,00
Вкупен капитал и резерви	201.197.687,00	47.923.925,00	24.314.070,00	10.456.245,00
Вкупна пасива	459.686.818,00	145.341.291,50	61.581.687,00	36.147.482,00

Извор: Совет за радиодифузија

3.2.6 Резултат од работењето во радиската индустрија

Намалувањето на загубата во радиската индустрија во однос на претходната година е резултат од намалувањето на загубата на јавниот сервис

Остварениот резултат од работењето во радиската индустрија во 2007 година е загуба во износ од 18.402.414,00 денари. Во периодот од 2004 година до 2007 година радиската индустрија континуирано остварува негативен финансиски резултат, но последнава година износот на загубата е најмал во целиот период. Намалувањето на износот на загубата се должи на намалувањето на загубата на Македонското радио.

Приказ 3.34 Остварен резултат од работењето во јавниот и во приватниот сектор (МКД)

	2004	2005	2006	2007
Јавен сектор	- 45.128.757,00	-64.397.441,00	-35.017.538,00	-25.416.057,00
Приватен сектор	11.361.868,00	12.344.982,00	7.649.820,00	7.013.643,00
Резултат	-33.766.889,00	-52.052.459,00	-27.367.718,00	-18.402.414,00

Извор: Совет за радиодифузија

Јавниот сектор (МРА) во континуитет работи со загуба, но во последната година загубата е во најмал износ. Приватниот сектор, пак, во сите четири години остварува добивка, но во последната година износот на добивката е најмал.

Приказ 3.35 Остварен резултат од работењето на радиопазарот во 2007 година (МКД)

Остварен резултат	2007
Приходи од основна дејност	360.448.879,00
Вкупно трошоци на работењето	379.694.870,50
Добивка (загуба) од основна дејност	-19.245.991,50
Приходи од други активности	4.107.175,00
Расходи од други активности	1.757.315,00
Добивка (загуба) од други активности	2.349.860,00
Вонредни приходи	1.258.984,00
Вонредни расходи	1.529.537,00
Добивка (загуба) пред оданочување	-16.519.296,50
Добивка (загуба) по оданочување (нето-добивка/загуба)	-18.402.414,00

Извор: Совет за радиодифузија

Од вкупно 61 радиостаница, 47 оствариле позитивен финансиски резултат од работењето, а преостанатите работеле со загуба. Иако бројот на радиостаниците што работеле во добивка е поголем, износот на вкупната загуба, а особено загубата на Македонското радио, е многу повисока од вкупно остварената добивка. Оттука, остварениот финансиски резултат на радиската индустрија во целост е загуба во износ од 18.402.414,00 денари.

Сите три сегменти на приватниот радиосектор оствариле позитивен финансиски резултат. Од приказот 3.36 може да се види дека износот на вкупната добивка е највисок кај регионалните радиостаници. Од трите комерцијални радиостаници што емитуваат програма на државно ниво, во 2007 година само Радио Рос Метрополис остварило негативен финансиски резултат, и тоа во износ од 2.565.708,00 денари. Радио Антена 5 остварило добивка во износ од 3.632.988,00 денари, а Канал 77 - добивка во износ од 780.548,00 денари.

Приказ 3.36 Остварен резултат од работењето на радиопазарот во 2007 година (МКД)

	Добивка	загуба
Македонско радио		25.416.057,00
приватни РА на државно ниво	1.847.828,00	
Регионални радиостаници	3.485.568,00	
Локални радиостаници	1.680.247,00	
вкупно	7.013.643,00	25.416.057,00
резултат		-18.402.414,00

Извор: Совет за радиодифузија

Вкупно 11 регионални радиостаници работеле со добивка, а загуба прикажале пет радиостаници (Сити, Џез ФМ, Лајф радио, Клуб ФМ и Равел). Најдобар финансиски резултат остварило Скај радио со добивка од 2.958.907,00 денари, а најлош Клуб ФМ со загуба од 1.001.547,00 денари. Локалните радиостаници во целост оствариле добивка во износ од 1.680.247,00 денари. Од вкупно 41 радиостаница, на крајот на годината само седум радиостаници прикажале загуба (радио Лакоста од Виница, Мерлин од Дебар, Браво од Куманово, Еми од Ростуше, Кики од Струга, Блета од Тетово и Семи од Центар Жупа).

3.2.7 Финансиски показатели на радиската индустрија

Приказ 3.37 Показатели на профитабилноста (МКД)

	Стапка на бруто-заработка	Стапка на нето-заработка
Јавен сервис	-11,16%	-11,16%
Приватни РА на државно ниво	4,57%	3,61%
Регионални радиостаници	6,83%	5,79%
Локални радиостаници	-1,34%	7,92%
Радиска индустрија	-5,34%	-5,11%

Извор: Совет за радиодифузија

Приказ 3.38 Показатели на ликвидноста (МКД)

	Ликвидност (општа)	Брза ликвидност	Готовинска ликвидност
Јавен сервис	0,23	0,22	0,05
Приватни РА на државно ниво	0,56	0,50	0,09
Регионални радиостаници	0,92	0,91	0,18
Локални радиостаници	0,77	0,77	0,28
Радиска индустрија	0,43	0,40	0,09

Извор: Совет за радиодифузија

Приказ 3.39 Показатели на задолженоста (МКД)

	Задолженост	Долг/капитал
Јавен сервис	56,23%	1,28%
Приватни РА на државно ниво	67,03%	2,03%
Регионални радиостаници	60,40%	1,53%
Локални радиостаници	69,68%	2,30%
Радиска индустрија	59,49%	1,47%

Извор: Совет за радиодифузија

Приказ 3.40 Показатели за користење на средствата (МКД)

	Принос од ангажирани средства	Принос од сопствен капитал
Јавен сервис	-5,53%	-12,63%
Приватни РА на државно ниво	1,27%	3,86%
Регионални радиостаници	5,91%	14,93%
Локални радиостаници	4,86%	16,04%
Радиска индустрија	-2,63%	-6,50%

Извор: Совет за радиодифузија

3.2.8 Вработени

Во целата радиска индустрија во 2007 година биле ангажирани 643 лица, 524 во редовен работен однос и 119 хонорарно ангажирани лица

Податоците за бројот и структурата на вработените во радиосекторот во 2007 година се добиени од Образецот С2 кој трговските радиодифузни друштва го доставија во Советот за радиодифузија, а нивната валидност е проверена со приложените копии од обрасците М1/М2, податоците од завршните сметки и од Информацијата за економско-финансиското работење на субјектот издадена од Централниот регистар на РМ. За потребите на оваа анализа, Македонско радио достави посебен образец со податоци за

бројот и структурата на вработените кои, пак беа проверени со податоците од Извештајот за финансиско работење на МРТВ во 2007 година.

Во 2007 година во радиосекторот вкупно биле вработени 643 лица, од кои 524 во редовен работен однос и 119 хонорарно ангажирани. Речиси 40 отсто од вкупниот број на вработените се новинарски кадар, 23,5 отсто се други кадри (административно-стручен кадар, вработени за одржување на хигиената, безбедноста и др.), додека преостанатите се технички и реализаторски кадар.

Во структурата според образованието, најголемо учество (53,8 отсто) имаат вработените со средно образование, но најголем дел од нив се реализаторски, технички или други кадри. Кај новинарскиот кадар, сепак преовладуваат вработени со завршено високо образование.

Приказ 3.41 Број и структура на вработените во радиската индустрија

Вид кадри	Број	Образование			Статус	
		ВСС	ССС	друго	редовен работен однос	хонорар
Новинари	257	150	90	17	214	43
Технички кадар (инженери и техничари)	109	18	83	8	82	27
Реализаторски кадар (режисери, сниматели, монтажери и др.)	126	24	89	13	97	29
Други кадри	151	31	84	36	131	20
ВКУПНО	**643**	**223**	**346**	**74**	**524**	**119**

Извор:Совет за радиодифузија

Во радиостаниците на државно ниво биле вработени 415 лица,...од кои 372 во Македонското радио и 43 во комерцијалните радио станици

Вкупниот број вработени во редовен работен однос и лица ангажирани хонорарно кај радиостаниците што емитуваат програма на државно ниво, изнесува 415, од кои 372 во Македонското радио и 43 во трите комерцијални радиостаници.

Најголемиот дел од нив се ангажирани како новинарски кадар - 157 новинари во Македонско радио, а 17 во приватните радиостаници. Забележлива е разликата и кај реализаторскиот кадар, чиј број во јавниот сервис изнесува 74 лица, а во приватниот сектор 6. Во Македонско радио се вработени вкупно 40 инженери и техничари, додека пак, кај приватните радиостаници 11. Од преостанатите кадри (административно-стручниот кадар, вработените за одржување и хигиена, безбедност и други) кај трите приватни станици се ангажирани 9 лица, а во Македонското радио 101 лице.

Кај новинарскиот кадар преовладуваат вработените со високо образование (62,6 отсто), а кај преостанатите кадри вработените со средно образование. Од вкупниот број вработени најголем број се со средно образование.

Приказ 3.42 Број и структура на вработените во радиостаниците на државно ниво

Вид кадри	Број	Образование			Статус	
		ВСС	ССС	друго	редовен работен однос	хонорар
Новинари	174	109	51	14	169	5
Технички кадар (инженери и техничари)	51	9	35	7	47	4
Реализаторски кадар (режисери, сниматели, монтажери и др.)	80	12	57	11	78	2
Други кадри	110	21	58	31	110	0
ВКУПНО	**415**	**151**	**201**	**63**	**404**	**11**

Извор: Централен регистар на РМ/Совет за радиодифузија

Споредено со претходната година, бројот на вработените во редовен работен однос е намален за двајца, што се должи на намалувањето на вработените во Радио Антена 5 и во Канал 77.

Приказ 3.43 Вработени во ред. работен однос во приватните радиостаници на државно ниво

	2004	2005	2006	2007
Антена 5	11	12	12	11
Рос Метрополис	5	4	2	2
Канал 77	18	20	20	19
ВКУПНО	**34**	**36**	**34**	**32**

Извор: Централен регистар на РМ/Совет за радиодифузија

Во радиостаниците на регионално ниво биле вработени вкупно 117 лица, од кои 72 во редовен работен однос и 45 хонорарни соработници

Во 2007 година регионалните радиостаници (оние што емитуваат програма на подрачјето на град Скопје) ангажирале вкупно 117 лица, од кои 72 во редовен работен однос и 45 хонорарни соработници.

Приказ 3.42 Број и структура на вработените во телевизиите на регионално ниво

Вид кадри	Број	Образование			Статус	
		ВСС	ССС	друго	редовен работен однос	хонорарно ангажирани
Новинари	44	22	22	0	29	15
Технички кадар (инженери и техничари)	25	6	19	0	19	6
Реализаторски кадар (режисери, сниматели, монтажери и др.)	32	12	20	0	13	19
Други кадри	16	8	7	1	11	5
ВКУПНО	117	48	68	1	72	45

Извор: Централен регистар на РМ/Совет за радиодифузија

Најголем дел од вработените се новинари (37,6 отсто), потоа следува реализаторскиот, техничкиот и другите кадри. Повеќе од половината вработени се со средно образование, поточно 68 од вкупно 117 вработени во регионалните радиостаници.

Во споредба со претходната година вкупниот број на вработени се зголемил за 9. Само две радиостаници го намалиле бројот на вработени (Сити радио и Клуб ФМ), додека пак, кај 6 радиостаници се забележува зголемување на бројот на вработените (Спортско радио Канал 4, Спортско радио 90,3 ФМ, Радио Ват, Роса АБ, Скај радио и Зона М1).

Приказ 3.44 Број на вработени во радио станиците на регионално ниво (Скопје)

ТВ-станица	2006	2007	ТВ-станица	2006	2007
РА Сити	13	9	РА Роса АБ	2	4
РА Равел	9	9	РА Спортско радио Канал 4	1	6
РА Фортуна	7	7	РА Скај	1	3
РА ЕФ-ЕМ 90,3	7	8	РА Лајф	2	2
РА Ват	6	9	РА Фолк	1	1
РА Буба Мара	4	4	РА Класик ФМ	2	2
РА Клуб ФМ	5	3	РА Арачина	1	1
РА Џез ФМ	2	2	РА Зона М1	0	2
ВКУПНО				**63**	**72**

Извор: Централен регистар на РМ/Совет за радиодифузија

Во 41 локална радиостаница биле ангажирани вкупно 111 лица, само 48 од нив биле во редовен работен однос

Според показателите за бројот и структурата на вработените во локалните радиостаници, од вкупно 111 ангажирани лица 48 биле во редовен работен однос а преостанатите биле хонорарни соработници.

Приказ 3.45 Број и структура на вработените во радиостаниците на локално ниво

Вид кадри	Број	Образование			Статус	
		ВСС	ССС	друго	редовен работен однос	хонорар
Новинари	39	19	17	3	16	23
Технички кадар (инженери и техничари)	33	3	29	1	16	17
Реализаторски кадар (режисери, сниматели, монтажери и др.)	14	0	12	2	6	8
Други кадри	25	2	19	4	10	15
ВКУПНО	**111**	**24**	**77**	**10**	**48**	**63**

Извор: Централен регистар на РМ/ Совет за радиодифузија

Речиси 70 отсто се со средно образование, 22 отсто со високо, а преостанатите со друг вид образование. Од новинарскиот кадар 80 отсто се со високо образование, додека пак кај техничкиот и реализаторскиот кадар преовладуваат вработените со средно образование.

Во 2007 година, вкупниот број вработени незначително се намалил. Бројот на вработени го зголемиле четири локални радиостаници (Радио Холидеј од Прилеп, Радио Тајм од Гевгелија, Плус Форте од Тетово и Радио Микс од Неготино). Во анализираната година, бројот на вработени го намалиле 10 радиостаници (Радио Чоки 5 од Прилеп, Супер радио од Охрид, Пехчево од Пехчево, Радио Браво од Куманово, Черења од Штип, Јехона од Липково, Голди од Велес, Фама од Куманово и Беса од Долнени).

Приказ 3.46 Број на вработени во приватните радиостаници на локално ниво

Радиостаница	2006	2007	Радиостаница	2006	2007
РА 5 Чоки, Прилеп	6	1	РА Галакси 2000, Кавадарци	1	1
РА Кисс, Тетово	5	5	РА Фама, Куманово	1	0
РА Експрес, Струмица	4	4	РА Делфин, Битола	1	1
РА Супер, Охрид	3	2	РА Тајм, Гевгелија	0	3
РА 106, Битола	3	3	РА Плус Форте, Тетово	0	3
РА Пехчево, Пехчево	2	1	РА Микс, Неготино	0	2
РА МХ, Охрид	2	2	РА Мерлин, Дебар	0	0
РА Мерак 5 ФМ, Прилеп	2	2	РА Лав, Охрид	0	0
РА Кики, Струга	2	2	РА Комета 2000, Гостивар	0	0
РА Браво, Куманово	2	1	РА Хит, Струмица	0	0
РА Черења, Штип	2	1	РА Еми, Ростуше	0	0
РА Тернипе, Прилеп	1	1	РА Ди Џеј, Струга	0	0
РА Семи, Центар Жупа	1	1	РА Алфа, Радовиш	0	0
РА Риниа 2000, Долнени	1	0	РА Актуел, Битола	0	0
РА Рапи, с. Велешта	1	2	РА АБ, Кочани	0	0
РА Мефф, Прилеп	1	1	РА Блета, Тетово	1	1
РА Ла Коста, Виница	1	1	РА Беса, Долнени	1	0
РА КМР, Велес	1	1	РА Це-Де, Велес	1	1
РА Јехона, Липково	1	0	РА Б-97, Битола	1	1
РА Холидеј, Прилеп	1	3	РА Александар Македонски, Кичево	1	1
РА Голди, Велес	1	0	**ВКУПНО**	**46**	**48**

Извор: Централен регистар на РМ/ Совет за радиодифузија

Глава 4

Пазар на огласување

4.1 Бруто и нето-приходи од огласување

Показателите за бруто-приходите од огласување се добиени врз основа на анализата на емитуваните реклами на станиците кои функционираат на радио и ТВ-пазарот. Податоците за обемот на емитуваните реклами потоа се вкрстуваат со податоците од официјалните ценовници на радиодифузерите (без дадените попусти), врз основа на што се пресметува бруто износот на приходите од огласување што е остварен на радио или на ТВ-пазарот.

Од друга страна, нето-приходите од огласување се средствата што радиодифузерите реално ги добиле за емитуваните реклами, вклучувајќи ги и дадените попусти. Оттаму, и кај радио и кај ТВ-индустријата е вообичаено да постои одредена разлика во износот на бруто и на нето-приходите од огласување. Меѓутоа, во радиодифузните индустрии на развиените земји таа разлика е многу помала отколку онаа што се јавува во Република Македонија и во некои други земји од регионов, што се должи на различни причини.

За потребите на оваа анализа, податоците за бруто-приходите од огласување се добиени од една од истражувачките агенции кои спроведуваат ваков вид мониторинг[1] во Република Македонија, додека податоците за нето-приходите од огласување се добиени од завршните сметки на радиодифузерите за 2007 година доставени до Централниот регистар на РМ и до Советот за радиодифузија.

Приказ 4.1 Бруто-приходи од огласување во периодот од 2004 до 2007 година (мил.евра)

	2004	2005	Раст 2005/2004	2006	Раст 2006/2005	2007	Раст 2007/2006
ТВ	53,05	73,66	38,85%	121,46	64,89%	180,29	48,44%
Радио	4,41	4,48	1,59%	7,16	59,82%	11,48	60,34%
Вкупно приходи	66,42	94,46	42,22%	151,04	59,90%	220,34	45,88%

Извор: Media&Advertising/Analytica

Трендот на пораст на бруто-приходите од огласување во сите медиумски сектори, забележан во претходните неколку години, продолжува и во 2007 година (приказ 4.1). Вкупните бруто-приходи од огласување во 2007 година изнесувале околу 220 милиони евра, што во однос на 2006 година претставува пораст од 45,88 отсто.

---

[1] Media&Advertising/ Analytica е истражувачка агенција чии податоци се објавуваат во меѓународната публикација "TV Key Facts", што ја уредува IP International Marketing Committee (CMI), со седиште во Германија (www.ip-network.com/tvkeyfacts)

Телевизијата и натаму е најатрактивниот медиум за домашните и странските огласувачи во Република Македонија (приказ 4.2), кои за телевизиско промовирање на своите производи и услуги издвоиле 81,20 отсто од вкупните буџети за огласување. Порастот на приходите од огласување во ТВ-секторот во 2007 во однос на 2006 година изнесува дури 48,43 отсто што, според информациите добиени од истражувачките и од рекламните агенции, се должи првенствено на зголемувањето на цените за продажба на времето за огласување од страна на радиодифузерите.

Приказ 4.2 Бруто-приходи од огласување во сите медиумски сектори (милиони МКД) [2]

	2004	%	2005	%	2006	%	2007	%
ТВ	3.236,27	81,80	4.493,67	77.98	7.408.95	79.76	10.997,45	81.20
Дневни весници	274,06	6,93	340,556	5.91	456.62	4.92	562,77	4.20
Магазини	177,15	4,48	186,312	3.23	271.97	2.93	270,66	2.00
Радио	269,00	6,80	273,42	4.74	436.58	4.70	700,00	5.20
Кино	-	0,00	58,175	1.01	61.50	0.66	90,00	0.70
Билборди	-	0,00	407,22	7.07	650.22	7.00	800,00	5.90
Интернет	-	0,00	3.00	0.05	3.08	0.03	130,00	1.00
Вкупно	3.956,48	100,0	5.762,35	100.0	9.288,92	100.0	13.550,88	100.0

Податоци: Media&Advertising/Analytica

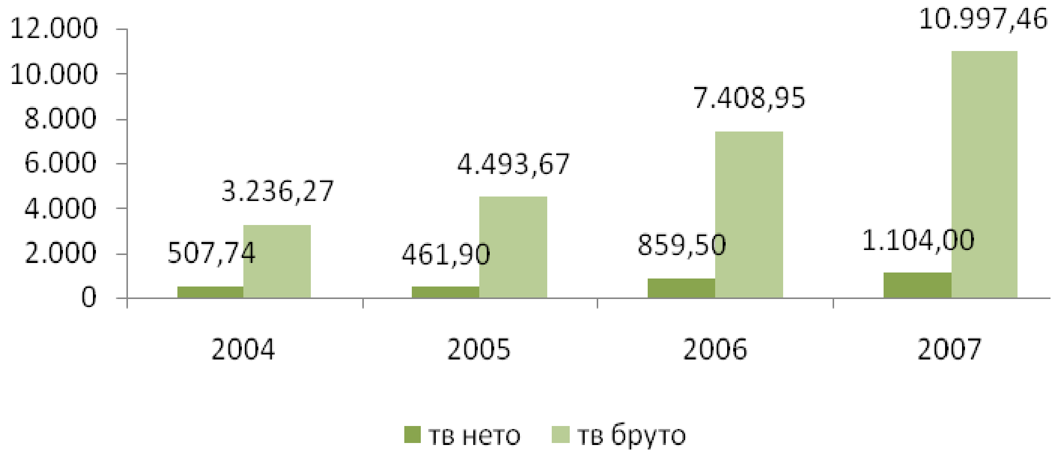
Обемот на емитувани рекламни спотови е значително зголемен и во радиската индустрија. Така, бруто-приходите од огласување на радиото во 2007 година изнесуваат 700 милиони денари што претставува пораст од 60,34 отсто.

Како и во претходните две години, и во 2007 година билбордите се втор медиумски сектор според уделот во вкупните приходи од огласување. Во оваа година радиото е на третото место според бруто остварените приходи, а дневните весници се на четвртото место. За одбележување е зголемената заинтересираност за огласување преку Интернет. Од 3 милиони денари во 2006 година, средствата издвоени за Интернет-огласување во 2007 пораснале на 130 милиони денари. Во наредните години може да се очекува овој износ уште повеќе да се зголемува, како резултат на порастот на бројот на корисниците и развојот на широкопојасниот Интернет во Република Македонија.

Од приказот 4.3 на кој се претставени споредбените показатели за остварените бруто и нето-приходи од огласување во ТВ-секторот може да се забележи дека, како и во претходните години, разликата меѓу бруто и нето-вредностите е мошне голема. Во 2007 година, бруто остварените приходи изнесувале 10.997.454.190,00 денари (180,3 милиони евра) што е речиси десет пати повеќе од нето остварените приходи чиј износ е 1.104.001.161,00 денари (18,1 милион евра).

[2] За 2004 година истражувачката агенција не обезбедила целосни податоци за сите медиумски сектори, а наведениот износ за радиосекторот е добиен врз база на процена на остварените приходи во таа година. За 2004 година не се обезбедени податоци и за три други сектори (билборди, кино и Интернет), па оттаму можат да се извлекуваат сознанија за трендовите на пораст само за секторите на телевизијата, радиото и печатените медиуми.

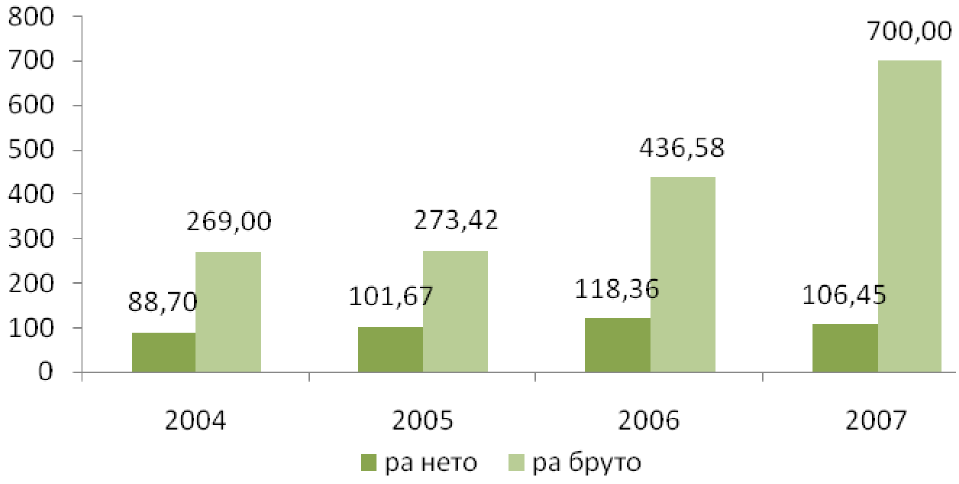
Приказ 4.3 Бруто и нето-приходи од огласување во ТВ-секторот (мил. МКД)



Податоци: Совет за радиодифузија/Media&Advertising/Analytica

Ова е резултат на повеќе фактори: цените на времето за огласување утврдени во официјалните ценовници на националните радиодифузери се нереално зголемени, при склучувањето на договорите се одобруваат големи попусти кои се движат од 30 до 80 отсто, во одделни случаи дури и до 90 отсто, дел од приходите за емитуваните реклами се слеваат на сметките на независните продуценти кои произведуваат голем дел од емисиите што ги емитуваат радиодифузерите, а постои веројатност и дека дел од приходите книговодствено не се евидентираат со цел да се избегнат некои давачки[3].

Приказ 4.4 Бруто и нето-приходи од огласување во радиосекторот (мил. МКД)[4]



Податоци: Совет за радиодифузија/Media&Advertising/Analytica

---

[3] Радиодифузерите постојано упатуваат поплаки на тоа што мораат да плаќаат висок надомест за користење несценски музички дела на Здружението за авторски музички права (ЗАМП), утврден со правилникот на ова здружение, и тоа: 4 отсто од бруто остварените приходи на радијата и 3 отсто на телевизиите, независно од обемот на музиката што ја емитува радиодифузерот.

[4] Поради ограничените ресурси, истражувачката агенција го врши мониторингот само за телевизијата и печатените медиуми. Наведените износи за другите сектори (радио, билборди, кино и Интернет) е добиен врз база на проценка на остварените приходи во анализираната година. Поради тоа, порастот на бруто-приходите во 2006 и 2007 година се чини нереален, ако се има предвид движењето на нето-приходите во овој период.

Разликата меѓу бруто и нето-приходите од огласување кај радиската индустрија (приказ 4.4) е помала од онаа кај телевизиската, но сепак е невообичаено висока. Во нето-износ во 2007 година радиодифузерите пријавиле вкупно 106.448.065,00 денари (1,75 милиони евра), додека во бруто-износ се прикажани 700.000.000,00 денари (11,48 милиони евра), што претставува шест и пол пати поголем износ.

4.2 Компаративни показатели за бруто и нето-приходите од огласување во телевизиските индустрии

Со цел да се добие споредбена слика за состојбата на индустријата за огласување во Република Македонија во однос на огласувачките индустрии во други земји, во приказот 4.5 се дадени показатели за трошоците за огласување во соседните земји и во неколку земји-членки на Европската унија.

Потенцијалот на огласувачките индустрии во различни земји споредбено може најдобро да се согледа преку показателот на трошоците за ТВ-огласување по жител. И покрај фактот што во последните години средствата што македонските и странските компании ги вложуваат во огласувањето бележат пораст, сепак Македонија е на дното на листата на огласувачки индустрии. Од дванаесетте земји за кои се обезбедени податоци, се гледа дека покрај Бугарија, во Македонија овој показател има најниска вредност (во 2006 година на еден жител биле просечно потрошени 59,41 евро за ТВ-огласување).

Приказ 4.5 Трошоци за огласување во 2006 година (споредбени показатели)

Земја	Бруто-трошоци за огласување (мил.евра)	Бруто-трошоци во ТВ-секторот (мил.евра)	Нето-трошоци во ТВ-секторот (мил.евра)	Трошоци за ТВ огласување (% од GDP)	Трошоци за ТВ огласување (per capita ЕУР)
Македонија	151,84	121,11	14,1	2,44	59,41
Бугарија	320,48	226,81	-	0,90	29,46
Србија и Црна Гора	624,54	521,60	74,46	2,07	68.63
Хрватска	632,14	406,67	-	1,19	91,64
Романија	3.567,85	3.185,97	229,82	3,28	147,61
Словенија	376,63	194,41	-	0,65	96,64
Грција	2.343,57	793,56	-	0,42	72,38
Унгарија	2.137,93	1.378,56	289,95	1,47	137,06
Чешка	1.680,56	807,24	306,29	0,69	78,52
Словачка	1.019,35	799,87	-	1,68	148,42
Латвија	325,46	240,15	38,88	1,49	104.66
Италија	30.952,96	10.719,54	4.598,80	0,73	190,48
Франција	22.058,00	6.327,28	3.382,00	0,39	99,81

Податоци: TV Key Facts, IP International Marketing Committee (CMI)

Доколку показателите за Република Македонија се споредат со оние на земјите со слична големина (Словенија и Латвија), ќе се забележи дека Македонија многу заостанува, и покрај порастот остварен во последните години. Ова се забележува како во однос на вкупните бруто-трошоци за огласување така и

во однос на бруто-трошоците во ТВ-секторот. Разликата меѓу бруто и нето-трошоците за огласување во ТВ-индустријата е забележлива кај сите земји. Најголема е разликата во Романија, кадешто бруто-трошоците се речиси 14 пати повисоки од нето-трошоците за огласување. Повторно Македонија е на второто место, со девет пати повисоки бруто-трошоци за ТВ-огласување. Слична е состојбата и во Србија (седум пати) и во Латвија (шест пати). Кај поразвиените земји оваа разлика е многу помала. Во Чешка и Италија, на пример, бруто-трошоците за огласување се околу два и пол пати повисоки од нето-трошоците, а оваа разлика е најниска во Франција кадешто изнесува 1,87.

Во 2006 година во сите земји телевизијата била доминантен медиум за огласување. Сепак, кај различни земји различно е учеството на трошоците за ТВ-огласување во вкупните трошоци за огласување. Учеството е највисоко во Романија, кадешто 89,3 отсто од средствата за огласување се наменети за ТВ-огласување и во Србија кадешто овој процент е 83,52 отсто. Во Македонија учеството на трошоците за ТВ-огласување е 79,76 отсто. Сосема е поинаква ситуацијата кај поразвиените земји, кадешто уделот на телевизиското огласување е помал бидејќи значителен дел од средствата се издвојува и за огласување во другите медиумски сектори. Во Франција за телевизиско огласување се издвојуваат 28,7 отсто од вкупните средства, во Италија 34,6 отсто, а во Чешка 48 отсто. На второто место се магазините (во Италија 26,8 отсто, а во Франција 16,1 отсто).

4.3 Огласувачки индустрии и компании во ТВ-секторот

На приказот 4.6 се претставени податоците за главните огласувачки индустрии во последните четири години.

Приказ 4.6 Главни десет огласувачки индустрии во ТВ-секторот

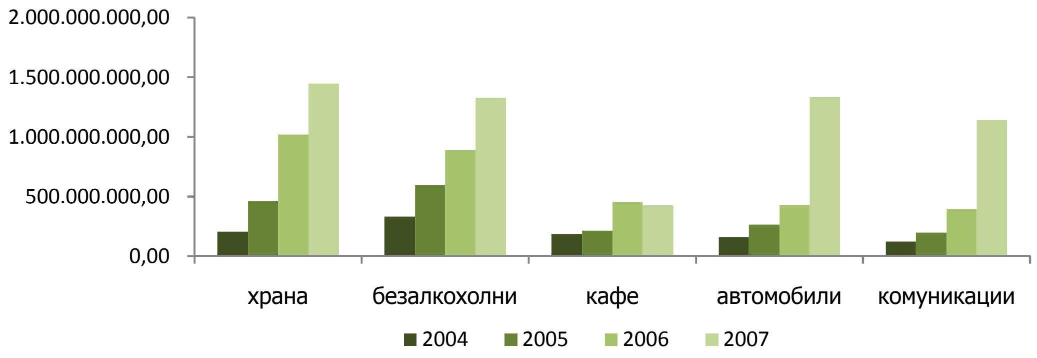
2004		2005		2006		2007	
Индустрија	%	Индустрија	%	Индустрија	%	Индустрија	%
Безалкохолни пијалаци	10,22	Безалкохолни пијалаци	13,00	Храна	13,75	Храна	13,06
Автомобили	4,93	Храна	10,00	Безалкохолни пијалаци	11,97	Безалкохолни пијалаци	11,96
Храна	6,30	Автомобили	6,00	Политичко огласување	7,32	Автомобили	10,50
Телекомуникации	3,76	Кафе	5,00	Кафе	6,06	Телекомуникации	9,36
Медиуми	5,83	Детергенти	5,00	Автомобили	5,78	Кафе	3,68
Кафе	5,77	Медиуми	4,00	Телекомуникации	5,31	Банки	3,27
Детергенти	4,50	Телекомуникации	4,00	Детергенти	4,54	Детергенти	3,14
Шампони	3,62	Гуми за џвакање	4,00	Медиуми	3,31	Минерална вода	2,50
Минерална вода	3,41	Минерална вода	4,00	Козметика	3,00	Шампони	2,08
Маркети	2,84	Пиво	4,00	Пиво	2,87	Медиуми	1,88
Други	48,82	Други	40,00	Други	36,08	Други	38,58
Вкупно	100,0	Вкупно	100,0	Вкупно	100,0	Вкупно	100,0

Податоци: Media&Advertising/Analytica

Главните огласувачки индустрии во 2007 година биле: индустриите за производство на храна и безалкохолни пијалаци, автомобилската индустрија, телекомуникациската индустрија, производителите на кафе, хемиската индустрија (детергенти и шампони), банкарскиот сектор, како и производителите на минерална вода. Во првите десет огласувачи, во сите четири години, се појавува и секторот на печатени медиуми.

Во 2006 година, за време на Парламентарните избори, се вложени големи износи средства за медиумско претставување на различните политички субјекти, што не е случај во 2007 година. Друга карактеристична појава е што во сите анализирани години, во првите десет огласувачи се појавуваат и медиумите (дневни весници, магазини и радија).

Приказ 4.7 Индустрии кои вложуваат најмногу средства за огласување во ТВ-секторот



	2004	2005	2006	2007	стапка на раст 2007-2006
храна	203.730.000,00	460.600.000,00	1.018.514.359,00	1.448.994.941,00	42,27%
безалкохолни	330.680.000,00	592.480.000,00	887.062.389,00	1.327.052.122,00	49,60%
кафе	186.860.000,00	214.090.000,00	453.208.674,00	424.307.336,00	-6,38%
автомобили	159.620.000,00	261.760.000,00	428.604.192,00	1.331.922.380,00	210,76%
комуникации	121.590.000,00	194.420.000,00	393.668.871,00	1.140.677.467,00	189,76%

Податоци: Совет за радиодифузија/Media&Advertising

Големиот пораст на бруто-приходите од огласување во ТВ секторот во 2007 година се должи, пред сѐ, на зголемените буџети за огласување на автомобилската и на телекомуникациската индустрија. На приказот 4.7 е прикажан порастот на средствата за огласување во ТВ секторот кај првите пет огласувачки индустрии.

Забележливо е дека во текот на последниве четири години најголемите огласувачки индустрии, со исклучок на производителите на кафе, континуирано ги зголемувале буџетите за огласување. Сепак, кај автомобилската и телекомуникациската индустрија порастот на буџетите наменети за ТВ-огласувањето е најголем.

Во приказот 4.8 се претставени првите десет компании кои во изминатите четири години издвојувале најмногу средства за телевизиско огласување. Се забележува дека производите на странските компании доминираат во телевизиското

огласување, односно дека тие имаат најголем удел во вкупните бруто-приходи од огласување.

Приказ 4.8 Главните десет огласувачки компании во ТВ-секторот (2004 – 2007)

2004		2005		2006		2007	
Компанија	%	Компанија	%	Компанија	%	Компанија	%
Кока-Кола	7,47	Кока-Кола	5,73	Унилевер	4,26	Кока-Кола	4,60
Проктер&Гембл	6,69	Прилепска пивара	4,46	Нектар	3,69	Проктер&Гембл	4,40
Време (дневен весник)	4,14	Проктер&Гембл	3,54	Кока-Кола	3,34	Т-Мобиле	4,20
Стратус	4,03	Стратус	3,49	Данон	3,00	Унилевер	3,90
Фикосота	2,71	Макпетрол	3,05	Т-Мобиле	2,72	Хедис маркети	3,32
Магрони	2,38	Унилевер	3,03	Прилепска пивара	2,68	Нектар	2,94
Бони	1,78	Вриглис	2,41	Вриглис	2,24	Киа моторс	2,21
Макпетрол	1,72	Гранд кафе	2,31	Космофон	2,23	Аутомобиле СК	2,13
Медиуми	1,56	Фикосота	2,17	Проктер&Гембл	2,20	M&A beverages	2,16
Гранд кафе	1,55	Охис	1,92	Рио ДООЕЛ	2,02	Космофон	2,03
Други	65,95	Други	67,89	Други	71,62	Други	68,12
Вкупно	100,0	Вкупно	100,0	Вкупно	100,0	Вкупно	100,0

Извор: Media&Advertising/Analytica

Во приказот 4.9 е дадена листа на 50 странски и домашни компании чии реклами биле најчесто застапени на телевизијата во текот на 2007 година. Износот на средствата што секоја од овие компании „ги издвоила“ за закупеното време е добиен врз основа на бројот емитувани секунди пресметани според цените утврдени во официјалните ценовници за различни термини во програмата. Како што беше претходно изнесено, тоа не значи дека овие средства се и реално исплатени на телевизиите, бидејќи попустите од официјално утврдените цени се мошне високи, дел од приходите се слеваат кај независните продуценти кои ги продуцирале емисиите во кои биле емитувани рекламите, а веројатно и дека приходите од некои огласувачи не се евидентирани книговодствено[5].

Од претставената листа на педесет огласувачи може да се забележи дека во 2007 година како значаен огласувач се појавува и Владата на РМ[6], а карактеристична појава е и тоа што некои огласувачи своите рекламни буџети ги намениле единствено или во најголем дел за одделни ТВ-станици. На пример, според дополнителните податоци обезбедени од истражувачката агенција што го врши мониторингот на емитуваните реклами, вакви компании се: *Унилевер*, *Хедис*, *Хјундаи, Данон, Бенкизер, Мега и Време* (само на А1 телевизија), *Магрони* (само на Сител телевизија), *Макпетрол* со 8.051 спот на Телма и 50 спота на други ТВ-станици и *ФОН Колеџ* со 589 спота на А1 телевизија, 301 спот на ТВ Ера и 37 спота на Алсат М.

---

[5] Станува збор за тоа што самите радиодифузери тврдат дека постои тенденција да не се прикажуваат сите приходи, бидејќи надоместокот за користење несценски музички дела што треба да го плаќаат на Здружението за авторски музички права (ЗАМП) е висок и се пресметува на бруто остварените приходи.

[6] Доколку се соберат бруто-износите за ТВ-огласување на Владата на РМ и на Министерството за финансии, тогаш овие две институции би биле на тринаесеттото место на листата најголеми огласувачи во 2007 година.

Приказ 4.9 Првите педесет огласувачи во ТВ-секторот во 2007 година

бр	огласувач	денари	секунди	спотови	бр	огласувач	денари	секунди	спотови
1	Кока-кола	505.555.075,00	391.279	12.347	26	Johnson Wax	113.523.665,00	72.670	2.978
2	Procter&Gamble	483.753.565,00	260.460	9.097	27	Дрога Колинска	104.650.225,00	91.220	2.973
3	Т-Мобиле	462.367.413,00	407.851	18.268	28	Хјундаи	98.500.270,00	32.385	1.663
4	Unilever	428.369.885,00	164.797	7.224	29	Време ДОО	84.288.305,00	47.142	2.148
5	Хедис маркети	364.716.160,00	184.103	7.583	30	ИК Банка	80.370.130,00	57.833	4.608
6	Нектар	323.818.180,00	297.868	13.382	31	Гранд кафе	79.887.335,00	72.915	2.601
7	Киа моторс	242.517.770,00	110.383	3.740	32	Benckiser	79.664.400,00	32.455	1.294
8	M&A Beverages	238.000.489,00	185.651	7.584	33	Влада на РМ	72.930.230,00	41.604	1.101
9	Аутомобиле СК	233.792.936,00	184.534	5.472	34	Т-Хоме	72.597.495,00	71.744	4.325
10	Космофон	223.377.420,00	138.000	4.353	35	Паскалин компани	67.137.765,00	50.487	2.556
11	Мобилком ВИП	216.852.792,00	131.465	4.850	36	Нестле	65.468.125,00	47.415	2.855
12	Рио ДООЕЛ-СК	212.863.875,00	124.626	4.734	37	Мега	65.144.325,00	25.753	1.230
13	Бамби	205.359.600,00	153.430	5.309	38	Хит ауто	64.918.600,00	24.130	1.311
14	Авто нова	191.695.350,00	153.645	5.455	39	К&К	64.151.705,00	41.282	1.565
15	Данон	170.962.900,00	82.562	3.046	40	Прилепска пивара	63.817.735,00	35.470	2.049
16	Wrigley's	168.471.290,00	82.796	4.085	41	Гудалат	63.009.380,00	35.732	1.832
17	Скопска пивара	161.926.510,00	92.450	3.813	42	Жито Вардар	60.058.880,00	51.868	2.078
18	Тутунска банка	146.707.826,00	77.352	3.176	43	Брилијант	57.650.700,00	34.940	1.549
19	Магрони	144.253.300,00	90.635	2.525	44	Витаминка, Прилеп	57.220.720,00	40.618	1.745
20	Стопанска банка	137.953.575,00	129.597	5.460	45	Еуротрејд	57.072.005,00	69.870	2.669
21	Фикосота	133.726.790,00	84.495	3.688	46	Подравка	54.375.285,00	49.266	2.046
22	Хенкел	132.794.350,00	46.535	2.066	47	ФОН	51.679.175,00	35.180	927
23	Макпетрол	129.115.145,00	195.752	8.101	48	Еуроимпекс	50.750.145,00	44.110	1.964
24	Мин. за финансии	119.623.815,00	81.223	2.440	49	Горење	50.186.295,00	18.244	597
25	Вивакс	115.601.870,00	74.692	3.484	50	Тинекс маркети	50.134.230,00	39.145	1.866

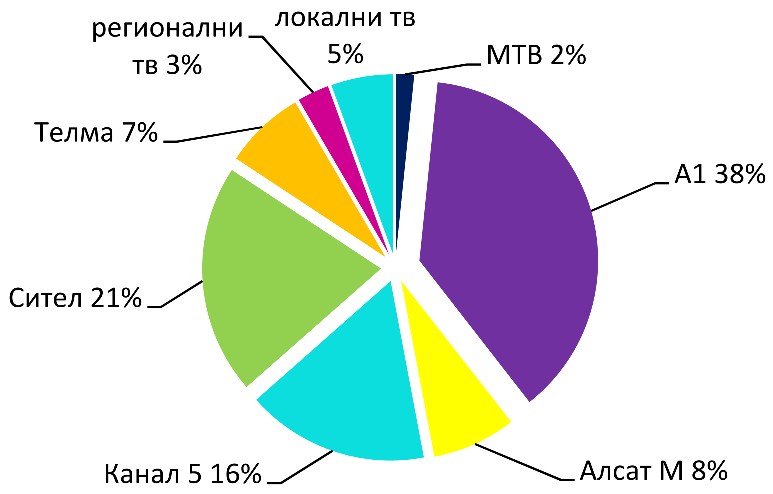
Извор: Media&Advertising/Analytica

Владата на РМ и Министерството за финансии за своите огласувачки кампањи во 2007 година емитувале вкупно 3.436 спота, што според официјалните ценовници на медиумите би изнесувал 190.926.065,00 денари во бруто-износ. Овие спотови биле емитувани на сите ТВ-станици на државно ниво, и тоа: 726 спотови на А1 телевизија (92.598.655,00 денари), 566 спота на Сител (35.900.260,00 денари), 610 спота на Телма (24.627.185,00 денари), 399 спота на Канал 5 (18.415.965,00 денари), 431 спот на Алсат М (11.366.465,00 денари), 468 спота на МТВ1 (6.788.115,00 денари) и 236 спота на МТВ2 (1.229.420,00 денари).

4.4 Удели во нето-приходите од огласување и удели во гледаноста и слушаноста

На приказот 4.10 се претставени податоците за сегментирањето на пазарот на телевизиско огласување во 2007 година. Иако пазарот на телевизиското огласување е мошне сегментиран, забележливо е дека најголем дел, поточно 92 отсто од вкупните нето-приходи од огласувањето оствариле телевизиските станици на државно ниво.

Приказ 4.10 Удели во нето-приходите од огласување во ТВ-секторот



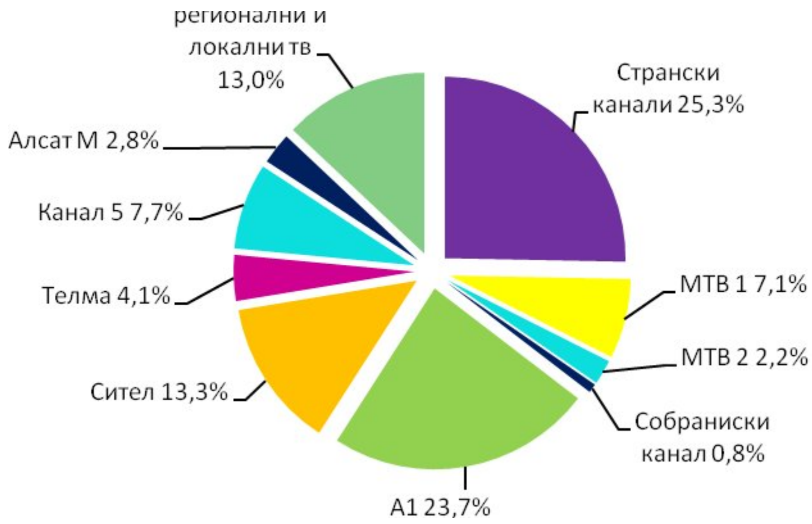
Податоци: Совет за радиодифузија

Десетте регионални телевизии заедно оствариле само 3 отсто од вкупните приходи од огласување, а локалните телевизии 5 отсто. Најмногу приходи од продажба на времето за огласување остварила Телевизија А1 (38 отсто), потоа Сител (21 отсто), Канал 5 (16 отсто), Алсат М (8 отсто), Телма (7 отсто) и Македонската телевизија (2 отсто).

На приказот 4.11 се прикажани податоците за уделите во гледаноста, односно за сегментирањето на публиката, добиени од мерењето на гледаноста во 2007 година. Евидентно е дека кај телевизиската индустрија, сегментирањето на публиката е поголемо отколку сегментирањето на пазарот на огласување.

Исто како и кај пазарот на огласување, најголем удел во гледаноста во 2007 година имаат Телевизија А1 (23,7 отсто), потоа Сител (13,3 отсто) и Канал 5 (7,7 отсто). Интересно е дека и покрај тоа што Телевизија Телма има поголем удел во гледаноста (4,1 отсто) од Алсат М телевизија (2,8 отсто), сепак уделот на Телма во нето-приходите од огласување е помал (7 отсто) од уделот на Алсат М телевизија (8 отсто).

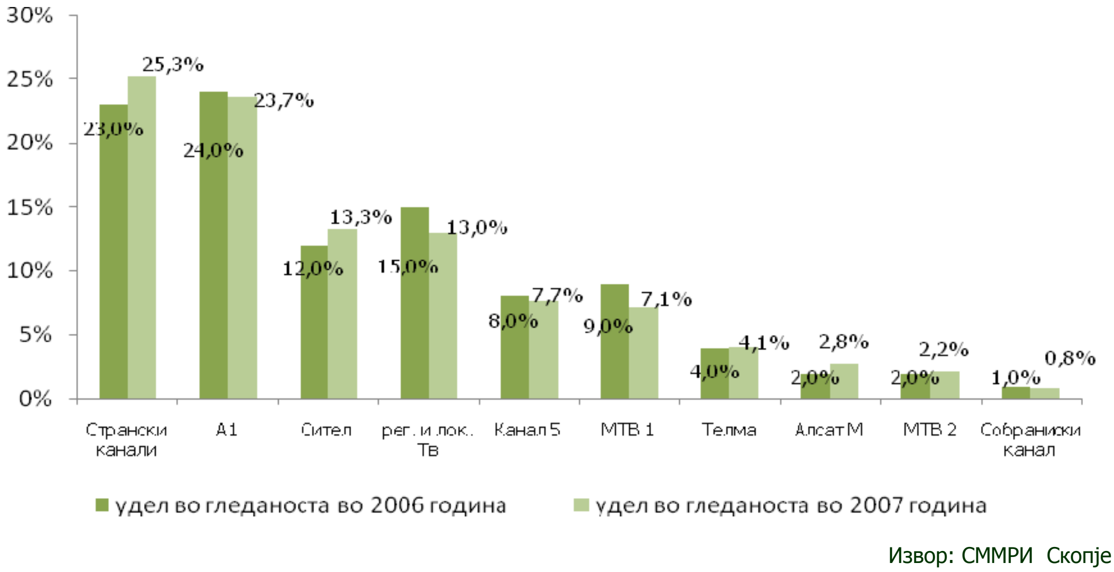
Приказ 4.11 Удели во гледаноста во 2007 година



Податоци: СММРИ Скопје

Трите програмски сервиси на Македонската телевизија (МТВ1, МТВ2 и Собранискиот канал) имаат многу поголем удел во гледаноста (10,1 отсто) отколку во нето-приходите од огласување (2 отсто). Заедничкиот удел на регионалните и локалните телевизии во гледаноста е 13 отсто, додека пак, во приходите од огласување - 8 отсто. Значаен удел (25,3 отсто) во гледаноста имаат странските телевизиски канали кои македонската публика ги прима преку кабелски или сателитски приклучок.

Приказ 4.12 Удели во гледаноста во 2006 и 2007 година



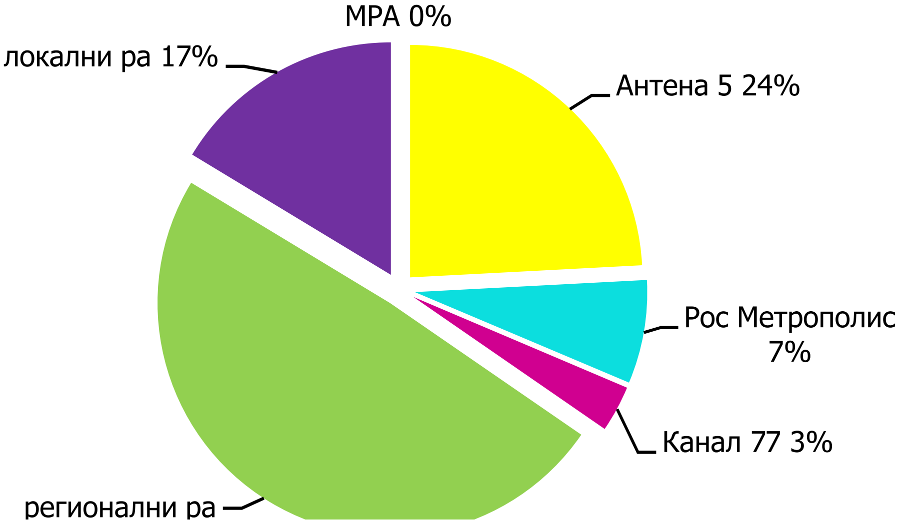
Извор: СММРИ Скопје

Споредбените показатели за уделот во гледаноста во претходните две години се прикажани во приказот 4.12. Од нив се забележува дека во 2007 година уделот во гледаноста значително се зголемил кај странските канали, и тоа за 2,3 отсто и кај Сител телевизија за 1,3 отсто. Од друга страна, уделот во гледаноста најмногу се намалил на локалните и регионалните телевизии (за 2 отсто) и на Првиот канал на Македонската телевизија (МТВ1) за 1,9 отсто. Според искажува-

њата на претставниците на Асоцијацијата на приватни електронски медиуми (АПЕММ), порастот на уделот на странските канали во последните неколку години се должи во значителна мера на фактот што дел од каналите што ги пренесуваат јавните комуникациски мрежи се со нерегулирани авторски права. Според сознанијата на АПЕММ, некои од каналите од земјите во регионот при склучувањето договори со странски или домашни огласувачи настапуваат со информации дека се гледани и во Македонија, со што всушност им одземаат дел од рекламниот колач на македонските медиуми.

На приказот 4.13 се прикажани уделите во нето-приходите од огласување на субјектите на радиопазарот. Од радиостаниците на државно ниво најмногу приходи од огласување остварила Антена 5 (24 отсто), потоа Радио Рос Метрополис (7 отсто), Канал 77 (три отсто), а Македонското радио во 2007 година воопшто не остварило приходи од огласување. Шеснаесетте регионални радиостаници од Скопје имаат заеднички удел од 49 отсто, а уделот на 41 локална радиостаница изнесува 17 отсто.

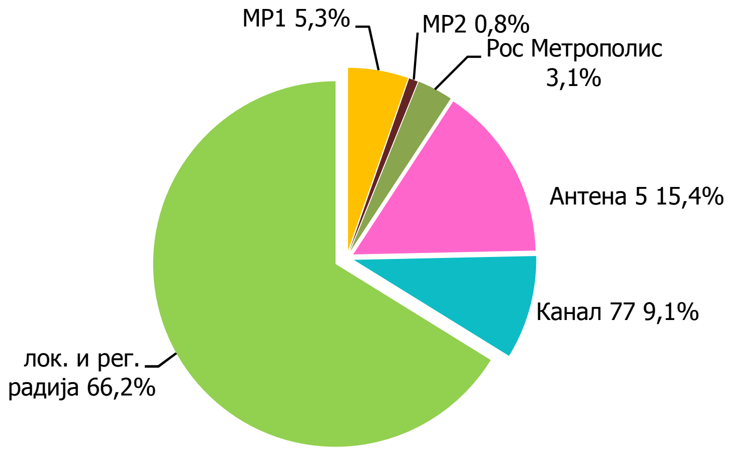
Приказ 4.13 Удели во нето-приходите од огласување во 2007 година



Извор: Совет за радиодифузија

Од приказот 4.14 може да се забележи дека сегментирањето на публиката речиси целосно се совпаѓа со тоа како се распоредуваат приходите од огласување на радискиот пазар. Вкупниот удел во слушаноста на локалните и регионалните станици во 2007 година изнесувал 66,2 отсто, а уделот на овие радиостаници во нето-приходите од огласување е 66 отсто. Уделот во слушаноста на приватните радиостаници на државно ниво изнесува 27,7 отсто, што не се совпаѓа целосно со нивниот вкупен удел во приходите од огласување кој изнесува 34 отсто. Не се совпаѓаат целосно ниту поединечните удели на приватните радиостаници на државно ниво.

Приказ 4.14 Удели во слушаноста во 2007 година



Извор: СММРИ Скопје

Глава 5

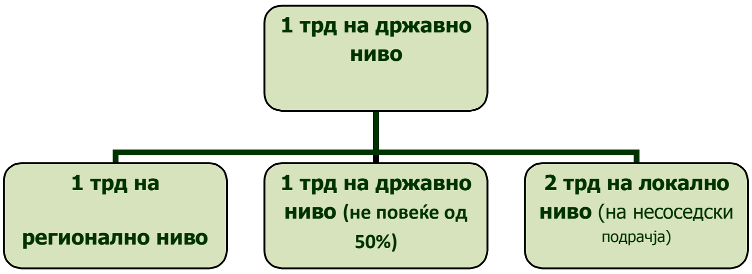
Структура на сопственоста

5.1 Облици на интеграција на капиталот

Со цел да се заштити медиумскиот плурализам и разновидноста на медиумските содржини, од една страна, и да се обезбеди конкурентно и иновативно пазарно опкружување, од друга страна, во Глава III од Законот за радиодифузната дејност се вградени мерки за контрола на сопственоста на радиодифузерите и за утврдување на недозволената медиумска концентрација. Имајќи ги предвид различните облици на интеграција на капиталот во радиодифузниот и во другите сектори, овие мерки може да се однесуваат на контролата на учеството во сопственоста на радиодифузерите и во други трговски друштва, како и на т.н. прагови на уделот на радиодифузерите во приходите од огласување (рекламниот колач), уделот во гледаноста/слушаноста и во нивото на покривање на населението на РМ.

Хоризонталната интеграција подразбира учество во сопственоста или, пак, интегрирање на капиталот на радиодифузерите што се субјекти на еден ист пазар, односно во еден ист сектор (радио или телевизиска индустрија). Законот за радиодифузната дејност дозволува хоризонтална интеграција, но предвидува ограничувања во поглед на учеството во основачкиот капитал, како и во поглед на бројот на радиодифузерите што едно физичко или правно лице може да ги поседува. Имено, согласно со став 1 и 2 на член 14 од ЗРД, едно физичко или правно лице истовремено може да учествува во сопственоста на најмногу пет трговски радиодифузни друштва, и тоа:

Приказ 5.1 Хоризонтална интеграција - член 14 став 1 и 2 од Законот

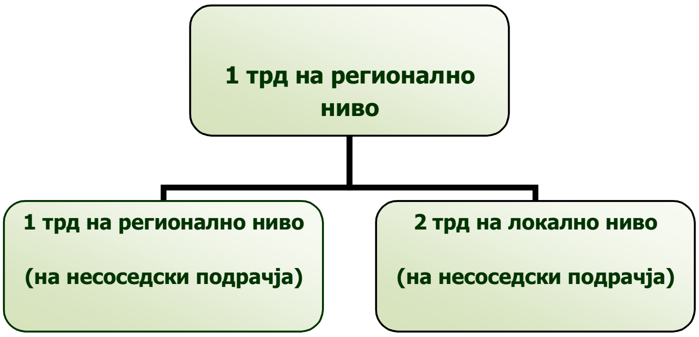


Хоризонтална интеграција постои помеѓу Радио Рос Метрополис кое има дозвола за вршење радиодифузна дејност на државно ниво, и Сити радио, кое емитува програма на регионално ниво, односно на подрачјето на град Скопје. Како основач на Радио Рос Метрополис, со учество од 49,9 отсто во основачкиот капитал се јавува физичкото лице

Дарко Гелев, во чија целосна сопственост е и регионалното Радио Сити од Скопје. Поради упатени поплаки од страна на радиодифузерите, како и текстови објавени во печатените медиуми за тоа дека физичкото лице Дарко Гелев поседува уште една радиостаница на регионално ниво (радио Клуб ФМ од Скопје)[1], во соработка со Комисијата за заштита на конкуренцијата, Советот за радиодифузија презеде активности со цел да се утврди дали трите субјекти заеднички настапуваат на пазарот, односно дали во своето деловно работење применуваат практики со кои се нарушува конкуренцијата.

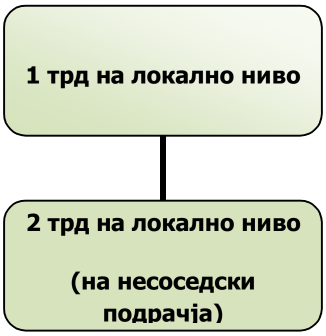
Ставот 3 на член 14 од Законот се однесува на хоризонталната интеграција на радиодифузерите што емитуваат програма на регионално и на локално ниво. Не е предвидено ограничување на уделот во сопственоста, туку само на бројот на радиодифузерите што може да ги поседува едно правно или физичко лице.

Приказ 5.2 Хоризонтална интеграција - член 14 став 3 од Законот



Согласно со став 4 од член 14, едно правно или физичко лице истовремено може да се јави како основач на најмногу три радиодифузери што емитуваат програма на локално ниво, но само на несоседски подрачја.

Приказ 5.3 Хоризонтална интеграција - член 14 став 4 од Законот



[1] Од увидот во тековната состојба на Клуб ФМ издадена од Централниот регистар е потврдено дека формално Дарко Гелев не учествува во сопственичката структура на Клуб ФМ.

Во член 17 од Законот се предвидени и т.н. прагови на учество на радиодифузерите во приходите од рекламирање, во вкупната гледаност/слушаност како и во покривањето на населението, над кои некое конкретно спојување ќе се смета за недозволена медиумска концентрација. Поконкретно, недозволена медиумска концентрација се смета дека постои кога радиодифузерите кои се предмет на спојувањето се стекнуваат со доминантна положба, и тоа кога:

- спојувањето на капиталот ги доведува радиодифузерите во доминантна позиција на пазарот на реклами, односно со спојувањето нивниот удел во продажбата на вкупното рекламно време е над 30 отсто;

- спојувањето на капиталот ги доведува радиодифузерите во доминантна позиција во формирањето на јавното мислење, поточно уделот во гледаноста/слушаноста е повеќе од 40 отсто;

- со спојувањето на капиталот на радиодифузерите на регионално и локално ниво постигнуваат покривање на максимум 50 отсто од населението на Република Македонија.

Вертикалната интеграција подразбира учество во сопственоста или, пак, интегрирање на капиталот на радиодифузер и трговски друштва од сродни дејности. Во член 13 од Законот за радиодифузната дејност како сродни дејности, односно дејности со чие поврзување се создава недозволена медиумска концентрација во однос на вертикалното интегрирање се определени реклама и пропаганда, филмска продукција, дистрибуција на аудиовизуелни дела и телекомуникациски услуги. Радиодифузер, ниту основач на радиодифузер не смее да учествува во сопственичкиот капитал на друштва што се регистрирани за овие дејности.

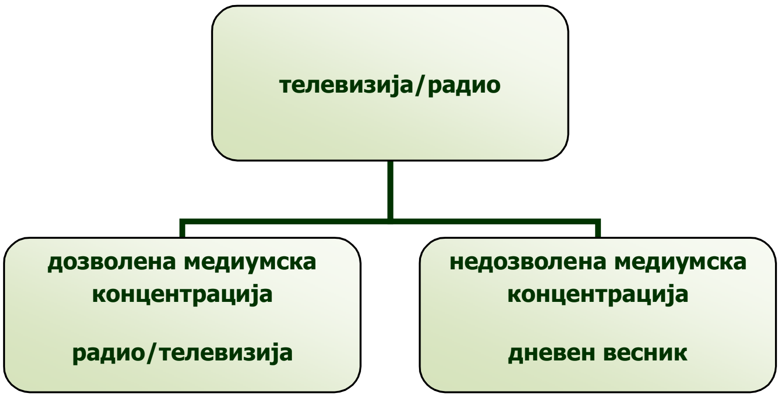
Приказ 5.4 Недозволена вертикална интеграција - член 13 и 14 од Законот

Во текот на следењето на сопственичката структура на радиодифузерите, Советот констатира постоење недозволена вертикална интеграција кај Радио Рос Метрополис и кај Сити Радио и Радио Равел од Скопје, во смисла на тоа што физичките лица кои се сопственици, односно управители, поседуваат друштва за реклама и пропаганда, односно друштва за филмска продукција. До овие радиостаници Советот упати укажување да се усогласат со одредбите на Законот.

Дијагонална интеграција подразбира учество во сопственоста или, пак, интеграција на капиталот помеѓу правни субјекти кои не припаѓаат на ист пазар, на пример, радиодифузери што емитуваат телевизиска програма, радиостаници и печатени медиуми. Во однос на интегрирањето на радиодифузери со печатени медиуми, ограничувањето се однесува само на дневните весници, поточно ниту радиодифузер, ниту негов основач може да учествува во сопственоста на друштво од областа на печатот, кое издава дневен весник. Што се однесува до дијагонална интеграција помеѓу телевизискиот и радискиот сектор, важат истите ограничувања како и кај хоризонталната интеграција, утврдени во член 14 од Законот.

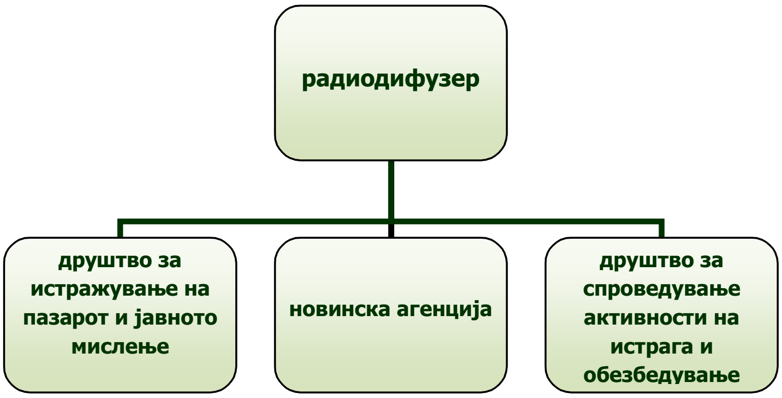
Советот за радиодифузија во неколку прилики дојде до сознанија за тоа дека постои скриена сопственичка поврзаност на А1 Телевизија со дневните весници „Време" и „Шпиц", а од почетокот на 2008 година и со дневниот весник на албански јазик „Коха". Од увидот во тековните состојби на радиодифузерот и на споменатите дневни весници (од базата на податоци на Централниот регистар на РМ) таквата поврзаност формално не е евидентирана. Поради низа поплаки од радиодифузери и од субјекти од секторот на печатените медиуми за тоа дека со таквата сопственичка поврзаност се нарушува конкуренцијата и на телевизискиот пазар и на пазарот на дневни весници, Советот за радиодифузија во соработка со Комисијата за заштита на конкуренцијата презема активности со цел да се утврди дали постои заедничко настапување на пазарот, односно дали А1 телевизија во своето деловно работење применува практики со кои се нарушува конкуренцијата.

Приказ 5.5 Недозволена дијагонална интеграција - член 13 и 14 од Законот



Законот утврдува и други дејности кои се неспоиви со вршењето радиодифузна дејност. Имено, во смисла на овој закон се смета дека недозволена медиумска концентрација постои и кога радиодифузер или основач на радиодифузер учествува во основачки капитал на друштво за истражување на пазарот и јавното мислење, друштво за спроведување активности на истрага и обезбедување, како и новинска агенција.

Приказ 5.6 Недозволена интеграција со други дејности - член 13 и 14 од Законот



При следењето на сопственичката структура на радиодифузерите не се констатирани појави на недозволена интеграција на капиталот со друштва регистрирани за овие дејности.

5.2 Промени во сопственичката структура во 2007 година

Законот за радиодифузија содржи одредби кои се однесуваат на измените на сопственичката структура на радиодифузерите. Согласно со член 17, за секоја промена на сопственичката структура радиодифузерите се должни да го известат Советот, а за сите промени кои го надминуваат прагот од 10 отсто од основната главнина, радиодифузерите се должни до Советот да достават барање за промена на сопственичката структура. Советот за радиодифузија изготви Упатство за формата и содржината на известувањата и барањата на радиодифузерите поврзани со промените во сопственичката структура и за видот и формата на податоците на економско-финансиското работење што радиодифузерите се должни да му ги доставуваат на Советот за радиодифузија (Сл. весник на РМ бр.53/08), во прилог на кое е и Образецот С/1 - Барање за издавање одобрение за промена на сопственичката структура.

Во текот на 2007 година, барање за одобрение за промена на сопственичката структура до Советот доставија 3 радиодифузери и тоа: Канал 5 телевизија од Скопје, Радио Рос од Скопје и Радио Ват од Скопје.

Канал 5 телевизија побара согласност за целосно истапување на основачите - правните лица Печатница БС ДООЕЛ од Скопје и Металсивас ДОО од Скопје и пристапување на физичкото лице Емил Стојменов од Скопје како единствен основач на трговското радиодифузно друштво.

Радио Ват побара согласност за целосно истапување на основачот - правното лице Трговско друштво за производство, трговија, посредување и застапување ВАТ-ИНОС Мујадин ДООЕЛ увоз-извоз од Скопје, и пристапување на физичките лица Екрем Кадри од Скопје и Рахим Кадри од Скопје.

Радио Рос побара согласност за целосно истапување на основачите - физичките лица Дејан Билески и Жарко Јанкоски - и пристапување на физичките лица Миле Ѓошевски од Скопје и Дарко Гелев од Скопје.

Во сите три случаи, откако Советот констатираше дека поднесеното барање е уредно и комплетно, како и дека за планираната промена на сопственичката структура не постојат пречки од аспект на одредбите на глава III од Законот, беше донесена одлука за давање одобрение за промена на сопственичката структура.

До Советот беше доставено и едно известување за промена на сопственичката структура, и тоа од Радио Блета од Тетово, според кое од сопственичката структура на радиодифузерот истапило лицето Бујар Треси од Тетово. Единствен основач на радиодифузерот останува физичкото лице Африм Рамадани од Тетово.

5.3 Сопственичка структура на радиодифузерите

Потребата од транспарентност на медиумската сопственост произлегува од влијанието што медиумите го имаат врз формирањето на јавното мислење. Транспарентноста на сопственоста ѝ овозможува на јавноста соодветно да ги анализира информациите, идеите и мислењата пласирани од медиумите и да изгради сопствен став кон нив, избегнувајќи го влијанието на персуазивната комуникација.

Согласно со препораките од Советот на Европа [Rec (94)13 за мерките за промовирање на транспарентноста на медиумите] и [Rec (2007)2 за плурализмот на медиумите и разновидноста на медиумските содржини] во Законот за радиодифузната дејност се вградени одредби со кои се гарантира транспарентност на медиумската сопственост. Имено, согласно со член 20 од Законот, радиодифузерите се должни да ги објават податоците за сопственичката структура и извршените промени во сопственичката структура најмалку еднаш годишно, а најдоцна до 31 март во еден дневен весник, и три пати годишно да ги објават на сопствената програма во точно утврдени термини од Советот за радиодифузија. Исполнувањето на оваа обврска го следи Советот.

Согласно со член 20, став 3 од Законот, како и Упатството за формата и содржината на известувањата и барањата на радиодифузерите поврзани со промените на сопственичката структура и за видот и формата на податоците за економско-финансиското работење што радиодифузерите се должни да му ги доставуваат на Советот за радиодифузија („Сл. весник на РМ" бр.53/08 од 22 април 2008 година), радиодифузерите имаат обврска најдоцна до 31 март, покрај другите документи, да достават Тековна состојба на трговското радиодифузно друштво од Централниот регистар на РМ, не постара од седум дена од денот на доставување во Советот. Овие податоци Советот ги користи при следењето на медиумската концентрација.

Во 2007 година, од петте телевизии што емитуваат програма на државно ниво две (А1 Телевизија и Канал 5) се во сопственост на физички лица, две (ТВ Сител и ТВ Телма) се во сопственост на правни лица, а една телевизија (Алсат-М) е со мешана сопственост, кадешто доминантно учество има правно лице.

Приказ 5.7 Сопственичка структура на телевизиите на државно ниво

ТВ	Целосен назив на трговското друштво	Податоци за основачот и процент на учество во капиталот
ТВ А1	ТРД А1 ТЕЛЕВИЗИЈА ДООЕЛ	Велија Рамковски 100%
ТВ Алсат-М	ТРД АЛСАТ М ДОО Скопје [2]	Веби Нури Велија 0.25% и International Energy Engeneering & Petroleum Consulting (IEEPC) LLC, USA 99,75%
ТВ Канал 5	ТРД КАНАЛ 5 ДОО	Емил Стојменов 100%
ТВ Сител	ТРД Телевизија СИТЕЛ ДООЕЛ Скопје	МОНТЕКО 100%
ТВ Телма	ТРД ТЕЛЕВИЗИЈА МАКПЕТРОЛ ДООЕЛ Скопје	Макпетрол АД Скопје 100%

Извор: Совет за радиодифузија

Во текот на анализираната година, кај радиостаниците на државно ниво, две се во сопственост на физички лица (Антена 5 и Рос Метрополис радио), а едно (Канал 77) е во сопственост на правно лице (ГБЦ комуникации) трговско друштво во сопственост на физичко лице.

Приказ 5.8 Сопственичка структура на радиостаниците на државно ниво

ТВ или радио	Целосен назив на трговското друштво	Податоци за основачот и процент на учество во капиталот
РА Антена 5	ТРД РАДИО АНТЕНА 5 Петров, Јаневски и Гушев ДОО Скопје	Зоран Петров 33,3%, Маријан Гушев 33,3% и Коста Јаневски 33,3%
РА Рос Метрополис	РТД Рос Метрополис Радио Доо Скопје	Дарко Гелев 49,9%, Миле Ѓошевски 49,9% и Дејан Билески 0,01%
РА Канал 77	ТРД РАДИО КАНАЛ 77 ДООЕЛ Штип	ГБЦ Комуникации ДООЕЛ 100%

Извор: Совет за радиодифузија

И кај телевизиите кои емитуваат програма на регионално ниво, односно на територијата на град Скопје, доминантно учество во сопственичката структура заземаат

[2] Во 2008 година е извршена промена на сопственичката структура и во моментот на излегување на овој текст од печат сопственичката структура на ТВ Алсат-М е следната: Веби Нури Велија 0,25% и International Energy Engeneering & Petroleum Consulting (IEEPC) LLC, USA 84.75% и Мира Мекси 15%.

физичките лица. Од вкупно 11 телевизии, само на четири основачи се правни лица. Од нив, само во една телевизија (ТВ Ера) доминантен удел во сопственоста има странска медиумска компанија (Balkan Media Grup Limited) која се јавува како основач и на други медиумски куќи во балканскиот регион.

Приказ 5.9 Сопственичка структура на регионалните телевизии

Град	ТВ или радио	Целосен назив на трговското друштво	Податоци за основачот и учеството во капиталот
Скопје	ТВ Шутел	ТРД ТВ ШУТЕЛ Ќамил ДООЕЛ Скопје	Ќамил Мустафа 100%
Скопје	ТВ Амазон	ТРД ТВ АМАЗОН ДООЕЛ Скопје	Драган Горгиевски 100%
Скопје	ТВ Крт	ТРД ТЕЛЕВИЗИЈА КРТ ДООЕЛ Скопје	Билјана Зафировска 100%
Скопје	ТВ Едо	ТРД ТВ ЕДО ДООЕЛ с.Љубин,Сарај	Енес Бабачиќ 100%
Скопје	ТВ Тоска	ТРД ТВ ТОСКА ДОО Скопје[3]	Фарук Гани 50%, Илијаз Касими 50%
Скопје	ТВ БТР	ТРД ТВ БТР НАЦИОНАЛ Зоран ДООЕЛ Скопје	Зоран Димов 100%
Скопје	ТВ Скајнет	Радиодифузно друштво СКАЈ НЕТ – Манчев - ДОО Скопје	Тодорче Коцев 95%, Манчев Митко 5%
Скопје	ТВ МС	ТРД ТЕЛЕВИЗИЈА МАКСПОТ, Макспот студио ДООЕЛ Скопје	Макспот студио ДОО експорт-импорт Скопје 100%
Скопје	ТВ МТМ	ТРД ТВ МТМ ДАСТО ДООЕЛ Скопје	ДАСТО ДООЕЛ 100%
Скопје	ТВ Алфа (Скопје)	ТРД ТВ СКОПЈЕ ДООЕЛ Скопје[4]	АЛФА-СКОП ДООЕЛ експорт-импорт Скопје 100%
Скопје	ТВ Ера	ТРД ТВ Ера Скопје	Ера компани ДОО Скопје 34% Балкан Медиа Груп Лимитид 66%

Извор: Совет за радиодифузија

Само една радиостаница на регионално ниво е во сопственост на правно лице, а кај другите 15 како основачи се јавуваат физички лица.

Приказ 5.10 Сопственичка структура на радиостаниците во Скопје

Град	ТВ или радио	Целосен назив на трговското друштво	Податоци за основачот и учеството во капиталот
Скопје	РА Зона М-1	ТРД РАДИО ЗОНА М-1 Светлана ДООЕЛ Скопје	Светлана Тасевска 100%
Скопје	РА Фолк	ТРД ФОЛК-РАДИО ДООЕЛ Скопје	Перо Ристоски 100%
Скопје	РА Сити	ТРД СИТИ РАДИО ДООЕЛ Скопје	Дарко Гелев 100%
Скопје	РА Скај	ТРД СКАЈ РАДИО Теодор ДООЕЛ Скопје	Теодор Манески 100%
Скопје	РА Роса АБ	ТРД РАДИО РОСА-АБ ДОО Скопје	Александар Димитров 73,15%, Борче Нечовски 25%, Миле Шулевски 1,85%
Скопје	РА Џез ФМ	ТРД ЏЕЗ ФМ Љупчо ДООЕЛ Скопје	Љупчо Хаџи-Стефанов 100%
Скопје	РА Лајф ФМ	ТРД ЛАЈФ РАДИО ДООЕЛ увоз-извоз Скопје	Крешник Ајдини 100%
Скопје	РА Спортско Канал 4	ТРД СПОРТСКО РАДИО КАНАЛ 4 ДООЕЛ Скопје	Борче Лукановски 100%
Скопје	Ра 90,3 ФМ	Ф-М 90.3-СПОРТСКО РАДИО ДООЕЛ увоз-извоз Скопје	Тони Митев 100%

[3] Одземена дозвола со Одлука на Советот за радиодифузија бр.02-3844/1 од 27.12.2007 година.

[4] Во 2008 година е извршена промена на сопственичката структура и во моментот на излегување на овој текст од печат сопственичката структура на ТВ Скопје е следната: Алфа-Скоп ДООЕЛ експорт-импорт Скопје 96,2% и Љубомир Николовски 3,8%

Скопје	РА Фортуна	ТРД РАДИО ФОРТУНА Виолета ДООЕЛ	Виолета Божиноска 100%
Скопје	РА Клуб ФМ	ТРД КЛУБ ФМ ДОО	Ѓорѓи Савев 34%, Љупчо Петрески 64%
Скопје	РА Равел	ТРД РАДИО РАВЕЛ ДООЕЛ Скопје	ДРП Раола ДОО Скопје
Скопје	РА Арачина	ТРД АРАЧИНА, Џавид ДООЕЛ, село Арачиново	Џавит Сулејмани 100%
Скопје	РА Класик	ТРД ГАУДЕАМУС РАДИО КЛАСИК ФМ, Мартин ДООЕЛ Скопје	Мартин Тренески 100%
Скопје	РА Ват	ТРД РАДИО ВАТ, Ват-Инос ДОО Скопје	Рахим Кадри 50% и Екрем Кадри 50%
Скопје	РА Буба Мара	ТРД БУБА МАРА Ранко ДООЕЛ Скопје	Ранко Петровиќ 100%

Извор: Совет за радиодифузија

На приказот 5.9 е даден преглед на сопственичката структура на телевизиите на локално ниво. Најголемиот број од нив се во сопственост на едно или повеќе физички лица. Само четири телевизии се во сопственост на правни лица, од кои само едно е поголема производствена компанија (Баргала АД со учество од 97,57% во основачкиот капитал на ТВ Ирис од Штип).

Приказ 5.11 Сопственичка структура на ТВ-станиците на локално ниво

Град	ТВ станица	Целосен назив на трговското друштво	Податоци за основачот и учеството во капиталот
Битола	ТВ Тера	ТРД ТВ СТУДИО ТЕРА Манговски Зоран Битола ДООЕЛ	Зоран Манговски 100%
Битола	ТВ Орбис	ТРД РТВ ОРБИС Битола ДООЕЛ	Томислав Новаковиќ 100%
Битола	ТВ Меди	ТРД ТВ МЕДИ Битола ДООЕЛ	Кирчо Крстевски 100%
Валандово	ТВ ВТВ	ТРД ТВ ВТВ Тони ДОО Валандово	Тони Донев 100%
Велес	ТВ Здравкин	ТРД ТВ ЗДРАВКИН Ангелче Здравкин, ДООЕЛ, Велес	Ангелче Здравкин 100%
Велес	ТВ Канал 21	ТРД КАНАЛ 21 ДООЕЛ Велес	Зоран Ставрев 100%
Гевгелија	ТВ Нова	ТРД ТВ НОВА ДОО	Валентина Џундова 33% Јован Јованов 67%
Гостивар	ТВ Дуе	ТРД ТВ ДУЕ Назми ДООЕЛ Гостивар	Назми Елези 100%
Кавадарци	ТВ КТВ-41	ТРД ТВ КТВ 41,Делта-м електроник ДООЕЛ Кавадарци	Марјан Тодоров 100%
Кичево	ТВ Ускана	ТРД ТЕЛЕВИЗИЈА УСКАНА Мунир Мехдиу Кичево ДООЕЛ	Мунир Мехдиу 100%
Кичево	ТВ Боем	ТРД ТВ БОЕМ Слободан Меноски Кичево ДООЕЛ	Слободан Меноски 100%
Кичево	ТВ Гурра	ТРД ТВ ГУРРА ДОО Кичево	Неџат Мустафи 55% Мустафа Ахмети 5% Наим Зенку 20% Мерита Адиљи 20%
Куманово	ТВ Феста	ТРД ТВ КАНАЛ ФЕСТА Неџати ДООЕЛ Куманово	Неџати Аќифи 100%
Куманово	ТВ Далга-Крт	ТРД ДАЛГА КРТ Гордана ДООЕЛ Куманово	Гордана Милковска 100%
Куманово	ТВ Нова	ТРД НОВА ДООЕЛ Куманиво	Гловинг Фламе ДОО Скопје 100%
Куманово	ТВ Хана	ТРД ТВ ХАНА Мевљан ДООЕЛ Куманово	Мевљан Љатифи 100%
Мак. Брод	ТВ Аниса	ТРД ТВ АНИСА ДООЕЛ с.Пласница	Ѓулназа Јаоска 100%
Охрид	ТВ Морис	ТРД Јован Трпески ТВ МОРИС ДООЕЛ Охрид	Јован Трпески 100%
Охрид	ТВМ	ТРД ТВ М Арнаудов Михајло ДООЕЛ Охрид	Михајло Арнаудов 100%
Охрид	ТВ НТВ	ТРД Зоран Стефановски НЕЗАВИСНА ТВ Охрид ДООЕЛ	Зоран Стефановски 100%
Пробиштип	ТВ Протел	ТРД ПРОТЕЛ ДООЕЛ Пробиштип	Илија Петров 100%

Радовиш	ТВ Ко-Бра	ТРД телевизија КОБРА ДООЕЛ Радовиш	Бранко Литајковски 100%
Радовиш	ТВ Еми	ТРД ТВ ЕМИ ДООЕЛ Радовиш	Еми Петрол ДОО Радовиш 100%
Струга	ТВ Калтрина	ТРД ТВ КАЛТРИНА Мазар Татеши Струга ДООЕЛ	Мазар Татеши 100%
Струга	ТВ Арт Канал	ТРД ТВ АРТ КАНАЛ Струга ДООЕЛ	А7 Компани 100%
Струмица	ТВ Интел	ТРД ИНТЕЛ ДОО Струмица	Анче Запрова 50%, Георѓе Запров 50%
Струмица	ТВ Вис	ТРД ТВ-КАНАЛ ВИС ДОО Струмица[5]	Јанко Мицев 50%, Миле Милановиќ 47,5%, Васе Пиперевалиев 2.50%
Свети Николе	ТВ Свет	ТРД ТВ СВЕТ ДОО Свети Николе	Димитар Дечков 50%, Јордан Ѓорчев 50%
Тетово	ТВ Коха	ТРД ТВ Коха Меваип ДООЕЛ Тетово	Меваип Абдиу 100%
Тетово	ТВ Кисс	ТРД ТВ Кисс,Злате ДООЕЛ Тетово	Злате Тодоровски 100%
Тетово	ТВ Арт	ТРД ТВ АРТ Артан ДООЕЛ Тетово	Артан Скендери 100%
Тетово	ТВ Менада	ТРД Менада Тетово ДОО Тетово	Тошо Марковски 99%, Дарко Ристоски 1%
Тетово	ТВ Супер Скај	ТРД ТЕЛЕВИЗИЈА СУПЕР СКАЈ,Муслим ДООЕЛ с.Мала Речица Тетово	Мусљим Азири 100%
Центар Жупа	ТВ Жупа	ТРД ТВ ЖУПА Елезовски Елез ДООЕЛ с.М.Папрадник, Центар Жупа	Елес Елезовски 100%
Штип	ТВ Стар	ТРД ТВ-СТАР ДОО Штип	Симјончо Маријанов 90% и Розетка Моневска 10%
Штип	ТВ Ирис	ТРД телевизија ИРИС ДОО Штип	Баргала АД 97,57% и Владимир Милановиќ 2,43%

Извор: Совет за радиодифузија

Од вкупно 43 радиостаници што емитуваат програма на локално ниво само две се во сопственост на правни лица, додека преостанатите се во сопственост на едно или на повеќе физички лица.

Приказ 5.12 Сопственичка структура на радиостаниците на локално ниво

Град	Радио станица	Целосен назив на трговското друштво	Податоци за основачот и учеството во капиталот
Битола	РА 106	ТРД РАДИО 106 Битола ДООЕЛ	Кире Христовски 100%
Битола	РА Б-97	ТРД Б-97 ДООЕЛ Битола	Соња Младеновска 100%
Битола	РА Актуел	ТРД РАДИО АКТУЕЛ ДООЕЛ Битола	Владимир Николоски 100%
Битола	РА Делфин	ТРД БИ-КИ-АЛ ДООЕЛ Битола	Билјана Талева 100%
Велес	РА Це-Де	ТРД Радио ЦЕ ДЕ Валентина Михајловска ДООЕЛ Велес	Валентина Михајловска 100%
Велес	РА Мерак 5 ФМ	ТРД РАДИО МЕРАК 5 ФМ, Љупчо и Владимир ДОО Велес	Владимир Тевчев 50% и Љупчо Несторов 50%
Велес	РА Голди	ТРД ГОЛДИ Илија Чадиев ДООЕЛ Велес	Илија Чадиев 100%
Виница	РА Ла Коста	ТРД РАДИО ЛА КОСТА Петре ДООЕЛ Виница	Петре Костадинов 100%
Гевгелија	РА Тајм	ТРД РАДИО ТАЈМ,Павле ДООЕЛ Гевгелија	Павле Јовановски 100%
Гостивар	РА Комета	ТРД КОМЕТА 2000 Раде ДООЕЛ Гостивар	Раде Исајлоски 100%
Дебар	РА Мерлин	ТРД РАДИО-МЕРЛИН, Фатмир, ДООЕЛ Дебар	Фатмир Карамети 100%
Кавадарци	РА Галакси-2002	ТРД ГАЛАКСИ-2002 ДООЕЛ Кавадарци	Нада Ангелова 100%
Кичево	РА А.Макед.	ТРД РАДИО АЛЕКСАНДАР МАКЕДОНСКИ Илија Таневски Кичево ДООЕЛ	Илија Таневски 100%

[5] Сопственичката структура на ТВ Канал Вис во 2008 година е променета и во моментот на излегување на овој текст од печат единствен сопственик на трговското радиодифузно друштво е Јанко Мицев.

Кочани	РА АБ	ТРД РАДИО АБ ДООЕЛ Кочани	Александар Божинов 100%
Куманово	РА Сити ФМ	ТРД МОНАКО -РАДИО СИТИ ФМ ДООЕЛ Куманово[6]	ТДППУ Монако-Јовица ДООЕЛ
Куманово	РА КМР	ТРД МУЗИЧКО РАДИО КМР Љубиша и Бобан ДОО Куманово	Јовановски Љубиша 50% и Јовановски Бобан 50 %
Куманово	РА Аљбана	ТРД АЉБАНА ДООЕЛ Куманово[7]	Имран Велију 100%
Куманово	РА Браво[8]	ТРД РАДИО БРАВО ДООЕЛ Куманово	КОМТЕХ ДОО Скопје 100%
Куманово	РА Јехона	ТРД ЈЕХОНА 2003 ДООЕЛ с.Матејче Липково	Бесим Шабани 100%
Неготино	РА Микс	ТРД РТВ МИКС Јулија ДООЕЛ Неготино	Јулија Дубровска Манева 100%
Охрид	РА МХ	ТРД Зоран Здравковиќ МХ - РАДИО Охрид ДООЕЛ	Зоран Здравковиќ 100%
Охрид	РА Супер	Друштво со ограничена одговорност за радиодифузија Митаноски Веле СУПЕР РАДИО Охрид ДООЕЛ	Сашо Митаноски 100%
Охрид	РА Лав	ТРД Иванчо Пашоски РАДИО ЛАВ ДООЕЛ Охрид	Иванчо Пашоски 100%
Пехчево	РА Пехчево	ТРД РАДИО ПЕХЧЕВО Ванчо ДООЕЛ Пехчево	Ванчо Јовановски 100%
Прилеп	РА 5 Чоки	ТРД РАДИО 5 ЧОКИ ДООЕЛ ПРИЛЕП	Илија Бошкоски 100%
Прилеп	РА Беса	ТРД Радио БЕСА ДООЕЛ с. Црнилиште	Сафет Меџиноски 100%
Прилеп	РА Риниа 2000	ТРД РАДИО РИНИА-200,ДООЕЛ с.Црнилиште,општ.Долнени	Севганиа Ибрахими 100%
Прилеп	РА Тернипе	ТРД Ќани Исаилоски РАДИО ТЕРНИПЕ (Младост) ДООЕЛ Прилеп	Ќани Исмаилоски 100%
Прилеп	РА Мефф	ТРД Јовевски Петко Димитар МАПЕДИТО-РАДИО МЕФФ ДООЕЛ Прилеп	Димитар Јовески 100%
Прилеп	РА Холидеј	ТРД ХОЛИДЕЈ Прилеп ДООЕЛ	Диме Андоноски 100%
Радовиш	РА Алфа	ТРД АЛФА ДООЕЛ Радовиш	Сузана Настева 100%
Жировница	РА Еми	ТРД за производство и емитување ЕМИ - Џевдет ДООЕЛ с. Жировница Ростуше	Џевдет Мехмеди 100%
Струга	РА Ди-Џеј	Друштво за радиодифузија ДИ-ЏЕЈ Славе ДООЕЛ Струга	Цане Кенчевски 100%
Струга	РА Рапи	Друштво за вршење радиодифузна дејност радио на локално ниво РАДИО РРАПИ Општина Велешта ДООЕЛ	Фисник Бектеши 100%
Струга	РА Кики	ТРД КИКИ Илија, ДООЕЛ Струга	Илија Тотовски 100%
Струмица	РА Хит	ТРД ХИТ РАДИО ДООЕЛ Струмица	Блаже Масалковски 100%
Струмица	РА Експрес	ТРД ЕКСПРЕС-РАДИО ДООЕЛ Струмица	Ѓорѓи Појразовски 100%
Тетово	РА Плус Форте	ТРД ПЛУС ФОРТЕ ДООЕЛ Тетово	Небојша Карапејовски100%
Тетово	РА Кисс	ТРД РАДИО КИСС ДООЕЛ Тетово	Габриела Ѓурчиноска 100%
Тетово	РА Фама	ТРД РАДИО ФАМА ДОО Тетово	Ајет Демири 50% и Мухамер Асани 50%
Тетово	РА Блета	ТРД БЛЕТА ДООЕЛ Тетово	Бујар Треси 50%, Африм Рамадани 50%
Центар Жупа	РА Семи	ТРД Сури РАДИО СЕМИ - ДООЕЛ, Центар Жупа, С.Г.Папрадник	Шаип Ракиповски 100%
Штип	РА Черења	ТРД Черења ДООЕЛ Штип	Енисе Демирова 100%

Извор: Совет за радиодифузија

[6] Одземена дозвола со одлука на Советот за радиодифузија бр. 02-3842/1 од 27.12.2007 година
[7] Одземена дозвола со одлука на Советот за радиодифузија бр. 02-3843/1 од 27.12.2007 година
[8] Во 2008 година сопственичката структура е променета и во моментот на излегување од печат на овој текст основач на радиото е Тони Јакимовски