



**ANALIZA FINANCIJSKOG POSLOVANJA TELEVIZIJSKIH
NAKLADNIKA NA LOKALNOJ RAZINI U RH U 2014. I 2015.
GODINI**

SADRŽAJ

Popis slika	2
Popis tablica	3
Popis priloga	3
0. Sažetak.....	4
1. Uvod	8
2. Analiza podataka o finansijskom poslovanju televizijskih nakladnika na lokalnoj razini	9
2.1. Broj zaposlenih	12
2.2. Analiza temeljnih bilančnih kategorija	14
2.2.1. Ukupna imovina.....	14
2.2.2. Obveze	16
2.2.3. Kapital i rezerve	18
2.3. Analiza poslovanja	20
2.3.1. Ukupni prihodi	20
2.3.2. Ukupni rashodi	28
2.3.3. Analiza dobiti	32
2.3.3.1. Dobit nakon oporezivanja	32
2.3.3.2. EBITDA	35
2.4. Ukupne investicije	36
2.5. Analiza finansijskih pokazatelja.....	38
3. Detaljna analiza televizijskih nakladnika na lokalnoj razini	51
3.1. Metodologija	51
3.2. Rezultati anketnog istraživanja	52
4. Zaključak.....	57
PRILOZI	60

Popis slika

Slika 1. Geografska rasprostranjenost televizijskih nakladnika na lokalnoj razini po regijama u 2014. i 2015., u %	10
Slika 2. Ukupna imovina televizijskih nakladnika na lokalnoj razini (n=18) u razdoblju 2011.-2015., u HRK	14
Slika 3. Struktura imovine televizijskih nakladnika na lokalnoj razini (n=18) u 2014. i 2015., u %	15
Slika 4. Potraživanja televizijskih nakladnika na lokalnoj razini (n=18) u 2014. i 2015., u HRK.....	15
Slika 5. Ukupne obveze televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u razdoblju 2011.-2015., u HRK	16
Slika 6. Struktura dugoročnih obveza televizijskih nakladnika u razdoblju 2011.-2014., u %.....	17
Slika 7. Struktura kratkoročnih obveza televizijskih nakladnika u razdoblju 2011.-2014., u %	17
Slika 8. Kapital i rezerve televizijskih nakladnika u 2011.-2015., u HRK.....	19
Slika 9. Kapital i rezerve televizijskih nakladnika na regionalnoj razini u 2011.-2015., u HRK.....	19
Slika 10. Ukupni prihodi televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u razdoblju 2011.-2015., u HRK ...	20
Slika 11. Promjene ukupnih prihoda televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u razdoblju 2011.-2015., na međugodišnjoj razini, u %	21
Slika 12. Struktura ukupnih prihoda televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2014. i 2015., u HRK	22
Slika 13. Ukupni poslovni prihodi televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u razdoblju 2011.-2015., u HRK	22
Slika 14. Ukupni prihodi od djelatnosti televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u r2014. i 2015., u HRK	23
Slika 15. Udio prihoda od djelatnosti u ukupnim приходima televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u r2014., u HRK i %	24
Slika 16. Udio prihoda od djelatnosti u ukupnim приходima televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u r2015., u HRK i %	24
Slika 17. Struktura ukupnih prihoda televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u razdoblju 2011.-2015., po regijama, u %.....	25
Slika 18. Stopa promjene prihoda po vrstama u 2015., na međugodišnjoj razini, u %.....	26
Slika 19. Ukupni prihodi od dotacija, državne potpore i subvencija prema podacima FINA-e	27
Slika 20. Ukupni rashodi televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u razdoblju 2011.-2015., u HRK...	28
Slika 21. Ukupni poslovni rashodi televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u razdoblju 2011.-2015., u HRK	28
Slika 22. Struktura ukupnih rashoda televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u razdoblju 2011.-2015., po regijama, u %.....	29
Slika 23. Struktura poslovnih rashoda prema vrstama rashoda u 2014. i 2015. godini, u %	30
Slika 24. Struktura poslovnih rashoda televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2015., u %.....	30
Slika 25. Struktura materijalnih troškova u 2014. i 2015. godini, u %.....	31
Slika 26. Struktura troškova osoblja u 2014. i 2015. godini, u %.....	31
Slika 27. Dobit nakon oporezivanja televizijskih nakladnika u 2011.-2015., u HRK	32
Slika 28. Kretanje dobiti nakon oporezivanja po regijama u 2011.-2015., u HRK	34
Slika 29. EBITDA televizijskih nakladnika u 2011.-2015., u HRK.....	35
Slika 30. Ukupne investicije televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2011.-2015., u HRK.....	36
Slika 31. Pokazatelji likvidnosti u 2014. i 2015.	39
Slika 32. Pokazatelji aktivnosti u 2014. i 2015., u %	40
Slika 33. Pokazatelji profitabilnosti imovine i kapitala u 2014. i 2015., u %	41
Slika 34. Dodatni pokazatelji profitabilnosti u 2014. i 2015., u %	43

Slika 35. Pokazatelji zaduženosti u 2014. i 2015., u %.....	45
Slika 36. Pokazatelji financijske snage i stabilnosti u 2014. i 2015., u %.....	46
Slika 37. Odnos neto dobiti i kapitala i rezervi u 2014. i 2015., u tisućama kuna	48
Slika 38. Struktura prihoda prema vrstama, %, n=8.....	52
Slika 39. Struktura prihoda od oglašavanja prema vrstama oglašavanja, %, n=7	53
Slika 40. Struktura potpora prema vrsti potpore, %, n=8	54
Slika 41. Prosječni prihodi, rashodi, neto dobit u razdoblju 2011.-2015. i projekcije prihoda, rashoda i investicija u 2016.-2017. (prosječne vrijednosti, n=7) u HRK.....	54
Slika 42. Struktura troškova prema vrsti troška, %, n=8	55
Slika 43. Struktura troškova zaposlenih prema vrsti, n=8	56

Popis tablica

Tablica 1. Televizijski nakladnici na lokalnoj razini u Republici Hrvatskoj u 2014. i 2015. godini, geografska distribucija i djelatnost	9
Tablica 2. Temeljni pokazatelji poslovanja televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2014. i 2015..	11
Tablica 3. Broj zaposlenih u poduzećima pružateljima medijske usluge televizije na lokalnoj razini u 2014. i 2015. godini	12
Tablica 4. Temeljni kapitala televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2015. (u HRK).....	18
Tablica 5. Dobit nakon oporezivanja televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2014. i 2015., u HRK	33
Tablica 6. Prosječne investicije televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2011.-2015.	36
Tablica 7. Dekompozicija profitabilnosti vlasničkog kapitala u 2015.	47
Tablica 8. Financijski pokazatelji u 2014.i 2015., po regijama.....	50
Tablica 9. Prosječne vrijednosti prihoda prema vrstama, n=8.....	52
Tablica 10. Prosječne vrijednosti prihoda od oglašavanja prema vrstama, n=7	53
Tablica 11. Prosječne vrijednosti potpora prema vrsti potpore, n=8.....	53
Tablica 12. Prosječne vrijednosti projekcija prihoda, rashoda i investicija, n=7	54
Tablica 13. Prosječne vrijednosti troškova prema vrsti troška u HRK, n=8	55
Tablica 14. Prosječne vrijednosti troškova zaposlenih prema vrsti, n=8	55
Tablica 15. Investicije, u HRK, n=8.....	56

Popis priloga

Prilog 1. Geografska podjela Republike Hrvatske na odabrane regije	60
Prilog 2. Raspodjela županija po regijama.....	60
Prilog 3. Pokazatelji likvidnosti televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2014. i 2015.....	61
Prilog 4. Pokazatelji aktivnosti televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2014. i 2015.....	62
Prilog 5. Pokazatelji profitabilnosti televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2014. i 2015.	63
Prilog 6. Pokazatelji solventnosti televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2014. i 2015.	60
Prilog 7. Anketni upitnik	61

0. Sažetak

Predmet ove analize je poslovanje televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u Republici Hrvatskoj u 2014. i 2015. godini. U Republici Hrvatskoj je u 2015. godini poslovalo ukupno 19 televizijskih nakladnika na lokalnoj razini. Najveći broj televizijskih nakladnika na lokalnoj razini posluje u regiji Dalmacija, Istra i Primorje (8). Petina televizijskih nakladnika na lokalnoj razini posluje u regiji Zagreb i Zagrebačka županija, a petina u regiji Slavonija. Dva televizijska nakladnika djeluju u regiji Sjeverna Hrvatska, dok u regiji Lika, Pokuplje i Banovina djeluje samo nakladnik Ka Vision, odnosno TV 4 Rijeke. Ukupno 16 televizijskih nakladnika na lokalnoj razini koji djeluju izvan Zagreba je rasprostranjeno na dvanaest županija. Pružatelji medijskih usluga televizije na lokalnoj razini su mala poduzeća u domaćem vlasništvu. Zapošljavaju oko 9 posto ukupno zaposlenih u djelatnosti *Emitiranje televizijskog programa (60.20)*, generiraju oko 4 posto ukupnih prihoda djelatnost te čine trećinu ukupnih poduzetnika u djelatnosti Emitiranje televizijskog programa. Analizirani pružatelji medijske usluge televizije na lokalnoj razini zapošljavali su 335 radnika u 2015. godini. Najviše zaposlenih je kod televizijskih nakladnika u regiji Dalmacija, Istra i Primorje. Broj zaposlenih u 2015. godini povećao se za 3,1 posto kod pružatelja medijske usluge televizije na lokalnoj razini. Porast broja zaposlenih u 2015. u odnosu na prethodnu godinu zabilježen je kod osam televizijskih nakladnika, dok je broj zaposlenih ostao isti u slučaju triju nakladnika. Kod ostalih televizijskih nakladnika došlo je do smanjenje broja zaposlenih na međugodišnjoj razini.

U Studiji je analizirano poslovanje televizijskih nakladnika na lokalnoj razini na temelju sekundarnih podataka Financijske agencije te primarnih podataka, prikupljenih anketnim istraživanjem. Anketno istraživanje provedeno je s ciljem dobivanja detaljnijeg uvida u strukturu prihoda i troškova od pružanja televizijske djelatnosti na lokalnoj razini. Anketni upitnik strukturiran je u skladu s ciljevima istraživanja te se sastojao od pet tematskih cjelina i ukupno 11 pitanja.

Analiza bilanci televizijskih nakladnika na lokalnoj razini pokazala je da u ukupnoj imovini 18 televizijskih nakladnika na lokalnoj razini dominira kratkoročna imovina te su potraživanja od kupaca u 2015. godini iznosila 25 posto ukupne imovine. U kategoriji obveza, kratkoročne obveze čine 70 posto, pri čemu obveze prema dobavljačima prelaze polovinu kratkoročnih obveza. U strukturi dugoročnih obveza dominiraju obveze prema bankama i drugim financijskih institucijama, koje su rasle u ukupnom promatranom razdoblju, a u 2015. godini iznose gotovo polovinu ukupnih dugoročnih obveza. Ukupan kapital i rezerve 18 televizijskih nakladnika na lokalnoj razini iznosio je 6,5 milijuna kuna u 2015. godini, kada je kumulativni zbroj kapitala i rezervi 18 televizijskih nakladnika po prvi puta u petogodišnjem razdoblju bio pozitivan. U prethodnom razdoblju visoki udio prenesenih gubitaka rezultirao je negativnim vrijednostima kapitala i rezervi. Osam televizijskih nakladnika na lokalnoj razini bilježilo je negativne vrijednosti kapitala i rezervi u razdoblju između 2011. i 2015. godine.

Prema podacima FINA-e, ukupni prihodi u 2015. godini iznosili su 87,1 milijun kuna, što je za 5,1 posto manje u odnosu na prethodnu godinu. Poslovni prihodi televizijskih nakladnika na lokalnoj razini iznosili su 93,9 posto ukupnih prihoda u 2015. godini, dok su udjeli financijskih i izvanrednih prihoda iznosili 5,4, odnosno 1,4 posto. U 2015. godini 77 posto ukupnih poslovnih prihoda činili su prihodi od prodaje, dok su ostali prihodi doprinosili s 23 posto ukupnim poslovnim приходima. Za ukupan podsektor televizijskih nakladnika na lokalnoj razini karakteristična je izražena volatilnost

prihoda u razdoblju između 2011. i 2015. godine. Samo je jedan nakladnik u svim promatranim godinama ostvarivao isključivo pozitivne stope promjene prihoda.

Ukupni prihodi od djelatnosti 19 televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2015. godini dosegli su 66,15 milijuna kuna, te su se smanjili 3,6 posto u odnosu na prethodnu godinu. Ukupni prihodi od djelatnosti svih televizijskih nakladnika na lokalnoj razini činili su oko tri četvrtine njihovih ukupnih prihoda u promatranom razdoblju. Ukupnim приходima od djelatnosti u 2015. godini najviše doprinose prihodi televizijskih nakladnika Nezavisna televizija i Osječka televizija, ostvarujući petinu ukupnih prihoda svih televizijskih nakladnika na lokalnoj razini.

Analiza po regijama ukazuje da najveći udio u ukupnim приходima u 2015. imaju televizijski nakladnici na lokalnoj razini koji djeluju na području Zagreba i zagrebačke regije (33 posto). Televizijski nakladnici okupljeni u regiji Dalmacija, Istra i Primorje ostvarili su 31 posto ukupnih prihoda televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2015. godini. Potonji rezultat može se pripisati brojnosti nakladnika koji su uključeni u regiju Dalmacija, Istra i Primorje (8). Televizijski nakladnici u regiji Slavonija ostvarili su 23 posto ukupnih prihoda u 2015. godini. Dvije preostale regije - Sjeverna Hrvatska i Lika, Pokuplje i Banovina su doprinijele ukupnim приходima u 2015. godini s 14 posto. Kada se analiziraju doprinosi pojedine regije ukupnim приходima od djelatnosti, rezultati pokazuju da regija Dalmacija, Istra i Primorje doprinosi najviše ukupnim приходima od djelatnosti, dok doprinos regije Zagreb i zagrebačka regija pada s trećine ukupnih prihoda na četvrtinu prihoda od djelatnosti u 2015.

Ukupni rashodi u 2015. godini iznosili su 83,3 milijun kuna, što je za 2,8 posto manje u odnosu na prethodnu godinu. Poslovni rashodi televizijskih nakladnika na lokalnoj razini iznosili su 97,1 posto ukupnih rashoda u 2015. godini, dok su udjeli financijskih i izvanrednih rashoda iznosili su 2,3 posto, odnosno 0,6 posto. Najveće udjele u ukupnim rashodima imaju televizijski nakladnici na lokalnoj razini okupljeni u regiji Zagreb i Zagrebačka regija (33 posto) te Dalmacija, Istra i Primorje (32 posto). Nakladnici koji djeluju na u regiji Slavonija generirali su 22 posto ukupnih poslovnih rashoda. Dvije preostale regije - Sjeverna Hrvatska i Lika, Pokuplje i Banovina doprinijele su ukupnim rashodima u 2015. godini s 13 posto. Materijalni troškovi činili su u prosjeku 45 posto ukupnih poslovnih rashoda svih analiziranih televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2015. godini, dok su troškovi osoblja formirali 35 posto ukupnih poslovnih rashoda, pri čemu je struktura rashoda pojedinih televizijskih nakladnika značajno odstupala od prosjeka analiziranog podsektora.

Ukupna dobit nakon oporezivanja svih televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2015. godini iznosila je 3,3 milijuna kuna, što je za 44 posto manje u odnosu na prethodnu godinu. Poslovni rezultati televizijskih nakladnika u kumulativnom obliku su poboljšani u 2014. godini, s obzirom da su nakladnici u prethodne tri godine generirali značajne gubitke. U 2014. godini zabilježena je kumulativna dobit televizijskih nakladnika na lokalnoj razini, unatoč realiziranom gubitku od strane pet nakladnika. U 2015. godini četiri televizijska nakladnika na lokalnoj razini ostvarili su gubitak, dok su ostali nakladnici zabilježili pozitivan poslovni rezultat. Zanimljivo je da je samo osam televizijskih nakladnika na lokalnoj razini poslovalo pozitivno, dok su ostali barem u jednoj godini unutar razdoblja između 2011. i 2015. ostvarili gubitak. Promatrano na regionalnoj razini, najstabilniji poslovni rezultat ostvarila je regija Slavonija u kojoj su tri nakladnika poslovali s neto dobiti u cjelokupnom razdoblju. Tri nakladnika iz regije Dalmacija, Istra i Primorje (TV Nova, Dubrovačka televizija i Televizija Jadran) također su poslovali s dobiti u razdoblju od 2011. do 2015. godine. Dobit prije kamata i amortizacije pokazala je relativno bolje kumulativne rezultate u donosu na neto dobiti, te se može zaključiti da su

televizijski nakladnici na lokalnoj razini dosta opterećeni plaćanjem kamata tj. postojećom razinom zaduženosti. Na razini pojedinačnih poduzeća primjetan je i suprotan trend, prvenstveno zbog ostvarenih izvanrednih prihoda koji su poboljšali konačan rezultat.

Analiza sekundarnih podataka pokazala je da poduzeća koja djeluju u djelatnosti emitiranja televizijskog programa na lokalnoj razini nedostatno ulažu u poslovanje. Ukupne investicije u 2015. godini iznosile su svega 1,4 posto ukupnih prihoda ostvarenih u toj godini. Ukupno je 12 nakladnika imalo investiciju u 2015. godini, dok dva nakladnika nisu uopće investirala u razdoblju 2011.-2015. Prema podacima FINA-e, ukupne investicije u razdoblju od 2011. do 2015. godine iznosile su 13,5 milijuna kuna.

Analiza financijskih pokazatelja ukazala je na probleme televizijskih nakladnika na lokalnoj razini s likvidnosti, visokom zaduženosti i niskom profitabilnosti. Analiza likvidnosti pokazala je da najlikvidniji nakladnici u pravilu imaju problema s visokim udjelom potraživanja u kratkoročnoj imovini te se stoga pripisuje neutemeljeno visoka likvidnost nekim televizijskim nakladnicima. Televizijskim nakladnicima na lokalnoj razini je u prosjeku trebalo 123 dana kako bi naplatili prosječno potraživanje u 2015. godini, što je 16 dana duže u odnosu na 2014. godinu. Valja naglasiti da je 12 nakladnika duže naplaćivalo potraživanja u promatranom razdoblju u odnosu na prosjek naplate potraživanja u ukupnoj djelatnosti *Emitiranje televizijskog programa*. Prosječno gledano, sve regije, osim regije Dalmacija, Istra i Primorje, u prosjeku duže naplaćuju potraživanja u odnosu na sva poduzeća koja posluju u djelatnosti *Emitiranje televizijskog programa*. Televizijskim nakladnicima na lokalnoj razini je u prosjeku trebalo malo više od 4 mjeseca za podmirenje obveza prema dobavljačima u 2015. godini, što je za 12 dana kraće u odnosu na 2014. godinu. Analiza zaduženosti ukazuje da su poduzeća koja pružaju medijsku uslugu televizije na lokalnoj razini okupljena u regiju Dalmacija, Istra i Primorje među najzaduženijima, što ukazuje na smanjenu financijsku fleksibilnost nakladnika i potencijalne izvore financijskog rizika u budućem poslovanju.

Analiza profitabilnosti ovog podsektora predstavlja izazov s obzirom da je pet (Televizija Primorja i Gorskog Kotara, Televizija Šibenik, NET, KA Vision i Z1 televizija) u 2014., odnosno četiri (Televizija Primorja i Gorskog Kotara, Sjever Sjeverozapad, TV Istra i Televizija Šibenik) televizijska nakladnika na lokalnoj razini u 2015. ostvarilo gubitak. Osim toga, negativan kapital i rezerve zabilježen je kod sedam nakladnika u 2014. i šest nakladnika u 2015. godini. U skladu s tim, pokazatelji profitabilnosti mogu rezultirati lažno pozitivnim vrijednostima, te je stoga analiza temeljito provedena. Najvišu operativnu i neto profitnu maržu ostvaruju nakladnici locirani u regijama Zagreb i Zagrebačka i Slavonija.

Podaci dobiveni anketnim istraživanjem osigurali su detaljniji uvid u strukturu prihoda i rashoda, te potvrdili identificirane izazove u poslovanju ovog sektora. Anketirana poduzeća većinu svojih prihoda ostvaruju od oglašavanje te iz kategorije ostalih prihoda, koji nisu utvrđeni. Od tržišno ostvarenih prihoda putem oglašavanja anketiranih televizijskih nakladnika na lokalnoj razini, oko polovine prihoda se odnosi na oglašavanje lokalnih oglašivača. Razne vrste potpora i donacija čine nešto manje od četvrtine prihoda anketiranih nakladnika. U ukupnim potporama, potpore lokalne samouprave sudjeluju s 48 posto u 2014. i 32% u 2015. godini. Od ukupno primljenih potpora kod analiziranih televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u prosjeku je najveći udio potpora gradova. U analiziranom uzorku televizijskih nakladnika na lokalnoj razini nisu zabilježene potpore ostalih razina lokalne vlasti (općine i županije).

Anketno istraživanja pokazalo je da se najveći udio troškova u prosjeku odnosi na troškove programskog sadržaja, te troškovi zaposlenih, pri čemu su se u 2015. godini ove dvije vrste troškova gotovo izjednačile. Anketno istraživanja potvrdilo je rezultate analize sekundarnih podataka i u području ulaganja u ovaj sektor. Naime, iako anketirana poduzeća oblikuju pozitivna očekivanja vezana uz rast prihoda u 2016. i 2017., zanimljivo je da ne planiraju rast prihoda popratiti većim ulaganjima. Naime, u 2016. planiraju investicije u iznosu od svega 3 posto ukupnih prihoda, dok u 2017. očekuju dvostruko manje investicije u odnosu na prethodnu godinu koje iznose 1,6 posto prihoda iz 2017.

Na temelju provedene analize sekundarnih podataka i rezultata anketnog istraživanja, identificirane su tri okvirne skupine nakladnika. Prvu grupu čine nakladnici kod kojih je moguće očekivati poboljšanje profitabilnosti, kako poboljšanjem poslovnih prihoda, tako i boljim korištenjem imovine i duga. Druga grupa uključuje one nakladnike čija profitabilnost izvire iz pretjeranog korištenja duga, što može biti rizično za buduće poslovanje te one koji ne posluju profitabilno zbog određene prihvatljive količine prenesenih gubitaka. Poslovanje ovih nakladnika se ocjenjuje rizičnim. Ipak, postoji mogućnost da su poduzeća iz te grupe iskoristila velike količine duga ili nagomilala negativni kapital zbog projekata koji će u budućnosti generirati pozitivne novčane tokove. Kako bi mogli precizno odgovoriti na takva pitanja, potrebno je provesti dubinsku analizu pojedinih nakladnika, što izlazi iz okvira ciljeva ove Studije. Konačno, poslovanje treće grupe ocjenjuje se najrizičnijim, s velikom mogućnosti defaulta. Pri tom većina poduzeća koja se vezuju uz treću grupu pripadaju regiji Dalmacija, Istra i Primorje, dok su u prvoj grupi 50 posto poduzeća iz regije Slavonija te 50 posto poduzeća iz regije Središnja Hrvatska.

1. Uvod

Ovo istraživanje fokusira se na analizu poslovanja televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2014. i 2015. godini. Poslovanje pružatelja medijske usluge televizije analizirano je na temelju javno dostupnih podataka za ukupno 19¹ televizijskih nakladnika koji posluju na lokalnoj razini te na temelju primarnih podataka prikupljenih provedenim anketnim istraživanjem. Iako je analiza prvenstveno usmjerena na poslovanje televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2014. i 2015. godini, valja naglasiti da je analizirano razdoblje kod analize nekih financijskih kategorija produljeno na razdoblje od 2011. do 2015., kako bi trend poslovanja bio uočljiviji te kako bi se mogli izvući jasniji zaključci.

U sklopu analize poslovanja navedenih pružatelja medijske usluge televizije analizirane su temeljne kategorije iz financijskih izvještaja i temeljni financijski pokazatelji. Rezultati provedene analize prezentirani su u drugom poglavlju.

Kako bi dobili detaljniji uvid u poslovanje televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2014. i 2015. godini, proveli smo „desktop“ istraživanje o strukturi prihoda i rashoda televizijskih nakladnika u navedenom razdoblju. U tu svrhu provedeno je anketno istraživanje lokalnih pružatelja medijske usluge televizije u razdoblju od siječanja do ožujka 2017. godine. Popunjene upitnike je dostavilo 8 lokalnih TV postaja, što čini stopu odgovora od 42%. Upitnik je elektroničkom poštom dostavljen svim lokalnim televizijskim nakladnicima. Upitnik je sastavni dio ove studije (Prilog 7.). Rezultati provedenog anketnog istraživanja prikazani su u trećem poglavlju ove studije.

Poslovanje televizijskih nakladnika na lokalnoj razini analizirano je na temelju javno dostupnih podataka te podataka prikupljenih anketnim istraživanjem. Takvim pristupom ostvareni su osnovni ciljevi istraživanja te su identificirani trendovi u poslovanju te specifičnosti pojedini regija i slučajeva, te su doneseni zaključci o perspektivi poslovanja televizijskih nakladnika na lokalnoj razini.

Valja istaknuti da cilj ovog istraživanja nije detaljna analiza poslovanja pojedinačnog televizijskog nakladnika na lokalnoj razini zbog ograničenog pristupa podacima i instituta poslovne tajne. Naime, podatci prikupljeni anketnim istraživanjem imaju status poslovne tajne te su isti analizirani i predstavljeni isključivo u skupnom obliku. S obzirom na opseg projekta i dostupne podatke, ističemo da cilj ove studije nije identificiranje svih potencijalne rizike koji proizlaze ili mogu proizlaziti iz poslovanja ili financijskog stanja promatranih televizijskih nakladnika. Također, Ekonomski institut, Zagreb nije odgovoran za točnost i kvalitetu sekundarnih podataka tj. javno dostupnih podataka korištenih u Studiji.

¹ Nakladniku Sjever Sjeverozapad dodijeljena je koncesija za obavljanje djelatnosti televizije u travnju 2015. godini. Do tada je Sjever Sjeverozapad emitirao s dopuštenjem u zatvorenom gradskom sustavu, pa shodno tome nije imao iste obveze, ali ni istu poziciju na tržištu kao klasični nakladnik te poslovanje istog valja promatrati u skladu s tim.

2. Analiza podataka o financijskom poslovanju televizijskih nakladnika na lokalnoj razini

Predmet analize je poslovanje televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u Republici Hrvatskoj u 2014. i 2015. godini. U Republici Hrvatskoj je u 2015. poslovalo ukupno 19 televizijskih nakladnika na lokalnoj razini, koji su navedeni u tablici 1. Većina televizijskih nakladnika registrirana je za obavljanje djelatnosti *Emitiranja televizijskog programa (60.20)*², dok su Televizija Dalmacija i Varaždinska televizija registrirane za obavljanje djelatnosti *Proizvodnje filmova, videofilmova i televizijskog programa (59.11)*. Prema NKD 2007 klasifikaciji, poduzeća Mijor d.o.o. i Ka Vision registrirani su primarno za *Ostalo obrazovanje i podučavanje (85.59)* i *Ostalu izdavačku djelatnost (58.19)*. U Studiji se koriste termini sektor i podsektor, pri čemu sektor obuhvaća poduzeća koja posluju u djelatnosti 60.20, a podsektor se odnosi na televizijske nakladnike na lokalnoj razini.

Tablica 1. Televizijski nakladnici na lokalnoj razini u Republici Hrvatskoj u 2014. i 2015. godini, geografska distribucija i djelatnost

Televizijski nakladnik na lokalnoj razini	Regija	Oznaka regije	Županija	Djelatnost (NKD 2007)
VARAŽDINSKA TELEVIZIJA	Sjeverna Hrvatska	HR01	V VARAŽDINSKA	59.11
MIJOR (SRCE TV)	Sjeverna Hrvatska	HR01	XX MEĐIMURSKA	85.59
SJEVER SJEVEROZAPAD	Zagreb i Zagrebačka	HR02	I ZAGREBAČKA	60.20
OTV	Zagreb i Zagrebačka	HR02	XXI GRAD ZAGREB	60.20
NEZAVISNA TELEVIZIJA	Zagreb i Zagrebačka	HR02	XXI GRAD ZAGREB	60.20
Z1 TELEVIZIJA	Zagreb i Zagrebačka	HR02	XXI GRAD ZAGREB	60.20
TELEVIZIJA JADRAN	Dalmacija, Istra i Primorje	HR03	XVII SPLITSKO-DALMATINSKA	60.20
TELEVIZIJA DALMACIJA	Dalmacija, Istra i Primorje	HR03	XVII SPLITSKO-DALMATINSKA	59.11
TV NOVA	Dalmacija, Istra i Primorje	HR03	XVIII ISTARSKA	60.20
TV ISTRA	Dalmacija, Istra i Primorje	HR03	XVIII ISTARSKA	60.20
DUBROVAČKA TELEVIZIJA	Dalmacija, Istra i Primorje	HR03	XIX DUBROVAČKO-NERETVANSKA	60.20
TELEVIZIJA ŠIBENIK	Dalmacija, Istra i Primorje	HR03	XV ŠIBENSKO-KNINSKA	60.20
KANAL RI	Dalmacija, Istra i Primorje	HR03	VIII PRIMORSKO-GORANSKA	60.20
TELEVIZIJA PRIMORJA I GORSKOG KOTARA	Dalmacija, Istra i Primorje	HR03	VIII PRIMORSKO-GORANSKA	60.20
SLAVONSKO-BRODSKA TELEVIZIJA	Slavonija	HR04	XII BRODSKO-POSAVSKA	60.20
TELEVIZIJA SLAVONIJE I BARANJE	Slavonija	HR04	XIV OSJEČKO-BARANJSKA	60.20
OAR (OSJEČKA TV)	Slavonija	HR04	XIV OSJEČKO-BARANJSKA	60.20
VTV	Slavonija	HR04	XVI VUKOVARSKO-SRIJEMSKA	60.20
KA VISION (TV 4 RIJEKE)	Lika, Pokuplje i Banovina	HR05	IV KARLOVAČKA	58.19

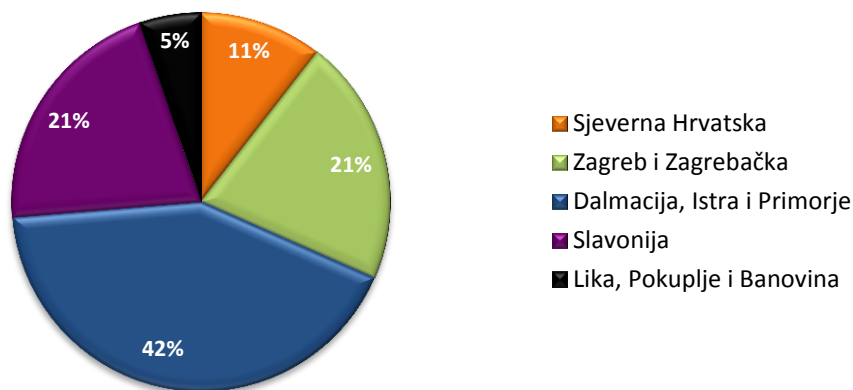
Izvor: Sudski registar.

² Prema NKD 2007.

Najveći broj televizijskih nakladnika na lokalnoj razini posluje u regiji Dalmacija, Istra i Primorje (8). Valja napomenuti da je dominantna koncentracija televizijskih nakladnika u ovoj regiji djelomično rezultat široko definirane regije. Ukoliko se regija razdvoji na Dalmaciju s jedne strane i Istru i Primorje s druge, primjećuje se da u svakoj od navedenih geografskih jedinici djeluju po četiri televizijska nakladnika.

Petina televizijskih nakladnika na lokalnoj razini posluje u regiji Zagreb i Zagrebačka županija, a petina u regiji Slavonija. Dva televizijska nakladnika djeluju u regiji Sjeverna Hrvatska, dok u regiji Lika, Pokuplje i Banovina djeluje samo Ka Vision, odnosno TV 4 Rijeke.

Slika 1. Geografska rasprostranjenost televizijskih nakladnika na lokalnoj razini po regijama u 2014. i 2015., u %



Izvor: Sudski registar, obrada autora

Televizijski nakladnici na lokalnoj razini djeluju u 13 različitih županija. Gotovo 16 posto ukupnih televizijskih nakladnika u 2015. je poslovalo u Gradu Zagrebu. Dakle, 16 televizijskih nakladnika na lokalnoj razini koji djeluju izvan Zagreba, rasprostranjeno je na dvanaest županija. Po dva televizijska nakladnika posluje u Splitsko-dalmatinskoj, Osječko-baranjskoj, Primorsko goranskoj i Istarskoj županiji.

Pružatelji medijskih usluga televizije na lokalnoj razini su mala poduzeća u domaćem vlasništvu. U 2015. godini televizijski nakladnici na lokalnoj razini zapošljavaju oko 9 posto ukupno zaposlenih u djelatnosti Emitiranje televizijskog programa (60.20) te generiraju oko 4 posto ukupnih prihoda djelatnosti. Kapital i rezerve televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2015. godini iznosio je tek 1 posto kapitala i rezervi poduzeća koja djeluju u djelatnosti 60.20. Udio televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u ukupnoj dobiti pružatelje medijske usluge televizije u 2015. iznosio je 17,4 posto. Relativno visok udio moguće je objasniti niskim vrijednostima dobiti koju ostvaruje cjelokupna djelatnost 60.20.

Iako je značaj televizijskih nakladnika na lokalnoj razini relativno mali za poslovanje ukupne djelatnosti, valja istaknuti da u tom podsektoru djeluje 19 poduzetnika, što je više od trećine svih poduzetnika u djelatnosti 60.20.

Televizijski nakladnici na lokalnoj razini značajno zaostaju za ukupnom djelatnosti kad se analiziraju investicije. Naime, ulaganja televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2015. iznosila su svega 1,2% ukupnih prihoda, dok je udio investicija u ukupnim prihodima djelatnosti iznosio 8,5 posto.

Prosječne mjesečne neto plaće po zaposlenom manje su za 41 posto od prosječnih neto plaća po zaposlenom u djelatnosti 60.20.

Tablica 2. Temeljni pokazatelji poslovanja televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2014. i 2015.

	2014.	2015.	Promjena 2015./2014.	Udio u 60.20 u 2015.
Broj poduzetnika	19	19	-	37%
Broj zaposlenih	325	335	3%	8,9%
Ukupna imovina (u 000 HRK)	150.152	150.787	0%	6,5%
Kratkoročne obveze (u 000 HRK)	58.134	55.049	-5%	7,5%
Dugoročne obveze (u 000 HRK)	30.404	20.566	-32%	3,0%
Kapital i rezerve (u 000 HRK)	-5.264	6.520	-	0,96%
Ukupni prihodi (u 000 HRK)	91.784	87.086	-5%	3,9%
Ukupni rashodi (u 000 HRK)	85.653	83.251	-3%	3,8%
Dobit /gubitak razdoblja (u 000 HRK)	5.823	3.274	-44%	17,4%
Investicije (u 000 HRK)	2.411	1.216	-50%	0,7%
Udio investicija u ukupnim prihodima (u %)	2,4%	1,2%	-50%	8,5%
Broj investitora	13	12	-8%	66,7%
Broj poduzetnika bez investicija	6	7	17%	21,2%
Prosječne mjesečne neto plaće (u HRK)	4.361	4.304	-1%	58,7%

Izvor: Fina, obrada autora.

2.1. Broj zaposlenih

Analizirani pružatelji medijske usluge televizije na lokalnoj razini zapošljavali su 335 radnika u 2015. godini (tablica 3.), što je iznosilo 8,9 posto ukupnog broja zaposlenih u djelatnosti Emitiranja televizijskog programa (60.20) u toj godini.

Tablica 3. Broj zaposlenih u poduzećima pružateljima medijske usluge televizije na lokalnoj razini u 2014. i 2015. godini

Televizijski nakladnik na lokalnoj razini	2014	2015	Udio u uk. br. zap. u 2015	Promjena 2015/2014	Promjena 2015/2011
VTV	18	19	5,7%	5,6%	-51,3%
OTV D.O.O.	15	13	3,9%	-13,3%	-31,6%
TV NOVA	15	15	4,5%	0,0%	15,4%
MIJOR D.O.O. (SRCE)	14	19	5,7%	35,7%	-13,6%
NEZAVISNA TELEVIZIJA	32	23	6,9%	-28,1%	-45,2%
TELEVIZIJA SLAVONIJE I BARANJE	17	21	6,3%	23,5%	31,3%
KANAL RI	35	34	10,1%	-2,9%	-29,2%
KA VISION	16	15	4,5%	-6,3%	36,4%
TELEVIZIJA JADRAN	16	16	4,8%	0,0%	14,3%
SLAVONSKO-BRODSKA TELEVIZIJA	25	25	7,5%	0,0%	-10,7%
TELEVIZIJA PRIMORJA I GOR. KOTARA	7	5	1,5%	-28,6%	-28,6%
DUBROVAČKA TELEVIZIJA	16	17	5,1%	6,3%	54,5%
TELEVIZIJA ŠIBENIK	8	9	2,7%	12,5%	-10,0%
Z1 TELEVIZIJA	14	15	4,5%	7,1%	87,5%
TV ISTRA	14	22	6,6%	57,1%	0,0%
SJEVER SJEVEROZAPAD	-	4	1,2%	100,0%	33,3%
TELEVIZIJA DALMACIJA	9	9	2,7%	0,0%	-35,7%
OAR d.o.o. Osječka TV	25	23	6,9%	-8,0%	4,5%
VARAŽDINSKA TELEVIZIJA	29	31	9,3%	6,9%	0,0%
Sjeverna Hrvatska	43	50	14,9%	16,3%	-5,7%
Zagreb i Zagrebačka	61	55	16,4%	-12,7%	-20,3%
Dalmacija, Istra i Primorje	120	127	37,9%	5,8%	-3,8%
Slavonija	85	88	26,3%	3,5%	-16,2%
Lika, Pokuplje i Banovina	16	15	4,5%	-6,3%	36,4%
Ukupni broj zaposlenih	325	335	-	3,1%	-9,5%
Prosječni broj zaposlenih	17	18	-	-	-
Broj zaposlenih industrije	3.922	3.749	-	-4,4%	-13,5%

Izvor podataka: FINA

U prosjeku, televizijski nakladnici na lokalnoj razini zapošljavali su 18 radnika u 2015. godini. U 2015. godini 9 televizijskih nakladnika na lokalnoj razini sudjelovalo je u ukupnom broju zaposlenih na lokalnim televizijskim postajama s manje od 5 posto. Kanal RI i Varaždinska televizija zapošljavali su

10,1 posto, odnosno 9,3 posto radnika na lokalnim televizijskim postajama. Regionalna analiza ukazuje da je najviše zaposlenih u televizijskim nakladnicima u regiji Dalmacija, Istra i Primorje.

Broj zaposlenih u 2015. u odnosu na 2014. godinu se povećao za 3,1 posto kod pružatelja medijske usluge televizije na lokalnoj razini, dok se u ukupnoj industriji isti pokazatelj smanjio za 4,4 posto u navedenom razdoblju. Porast broja zaposlenih u 2015. u odnosu na prethodnu godinu zabilježen je kod osam televizijskih nakladnika, dok je broj zaposlenih ostao isti u slučaju triju nakladnika. Kod ostalih televizijskih nakladnika došlo je do smanjenje broja zaposlenih na međugodišnjoj razini. Najznačajniji pad broja zaposlenih u relativnom smislu ostvaren je u slučaju Nezavisne televizija i Televizije Primorja i Gorskog kotara.

U razdoblju između 2015. i 2011. godine, pad broja zaposlenih bio je nešto sporiji kod lokalnih televizijskih nakladnika (9,5 posto) u odnosu na cjelokupnu industriju (-13,5 posto). Uočeni trend može se objasniti visokim udjelom broja zaposlenika HRT-a u ukupnom broju zaposlenih u industriji (75 posto) i značajnim smanjenjem broja zaposlenika javne televizije u 2015. odnosu na 2011. godinu (-15 posto).

U razdoblju 2011.-2015. broj djelatnika se smanjio kod 9 televizijskih nakladnika na lokalnoj razini, te je relativno najveći pad ostvaren kod VTV-a i Nezavisne televizije. Z1 televizija gotovo je udvostručila broj zaposlenih u 2015. u odnosu na 2011. Značajan rast zaposlenih ostvarila je i Dubrovačka televizija, Televizija Slavonije i Baranje, Sjever-sjeverozapad i Ka Vision u promatranom razdoblju.

Na regionalnoj razini zabilježen je pad zaposlenosti u razdoblju između 2015 i 2011. godine, s iznimkom regije Lika, Pokuplje i Banovina koja broji jednu televizijsku postaju. Najveći pad zaposlenih ostvaren je u slučaju lokalnih televizijskih postaja u regiji Zagreb i Zagrebačka županiji, dok je najstabilniju zaposlenost zabilježila regija Dalmacija, Istra i Primorje.

Zaključno, regija Dalmacija, Istra i Primorje zapošljava 37 posto ukupnog broja zaposlenih u djelatnosti pružanja medijske usluge televizija na lokalnoj razini u 2015. godini. U toj regiji uočava se tendencija rasta broja zaposlenih na međugodišnjoj razini, dok je u razdoblju između 2011. i 2015. godine ostvaren najmanji pad zaposlenosti (-3,8 posto). S druge strane, regija Zagreb i Zagrebačka županija, koja zapošljava 17 posto zaposlenih u djelatnosti pružanja medijske usluge televizija na lokalnoj razini, ostvarila je pad zaposlenosti u 2015., na međugodišnjoj razini (-12,7 posto) i u razdoblju 2011.-2015. (-20,3 posto).

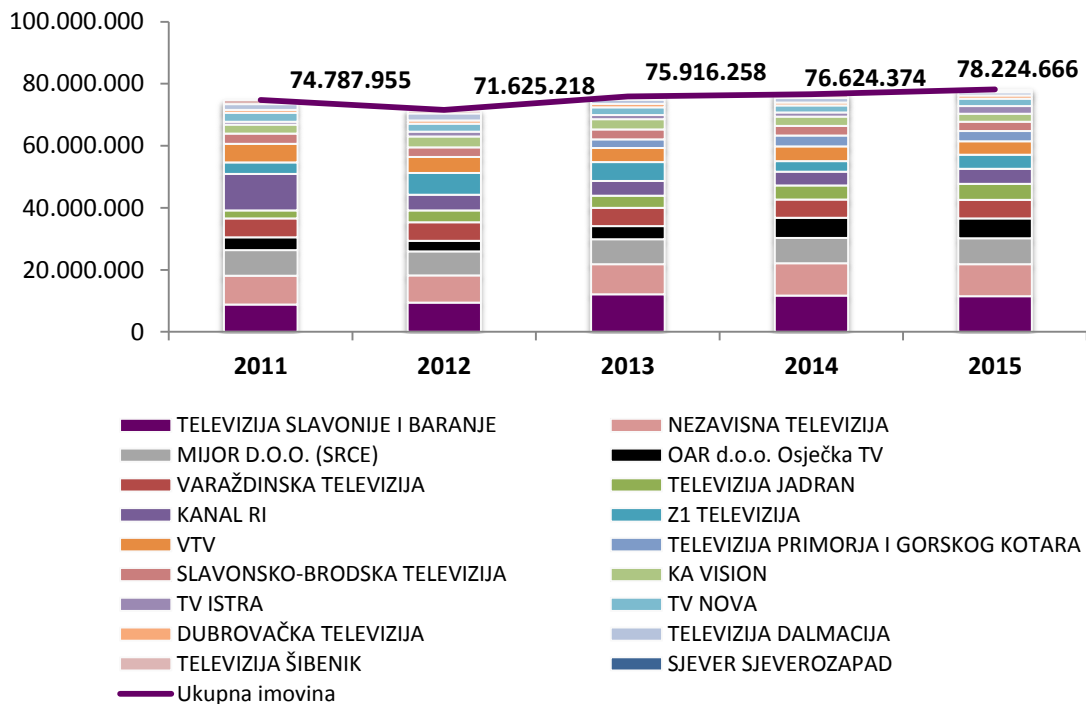
2.2. Analiza temeljnih bilančnih kategorija

U ovom potpoglavlju detaljno će se analizirati temeljne kategorije aktive i pasive na kumulativnoj razini za ukupni podsektor televizijskih nakladnika na lokalnoj razini te na razini pojedinačnih televizijskih nakladnika na lokalnoj razini.

2.2.1. Ukupna imovina

U 2015. godini ukupna imovina dosegla je 78,2 milijuna kuna. Ukupna imovina televizijskih nakladnika na lokalnoj razini, bez imovine nakladnika OTV-a³ rasla je u razdoblju od 2012. do 2015 po međugodišnjim stopama od 6%, 0,9% i 2,1%. U razdoblju između 2015. i 2011. ukupna imovina 18 televizijskih nakladnika na lokalnoj razini narasla je za 5 posto.

Slika 2. Ukupna imovina televizijskih nakladnika na lokalnoj razini (n=18) u razdoblju 2011.-2015., u HRK

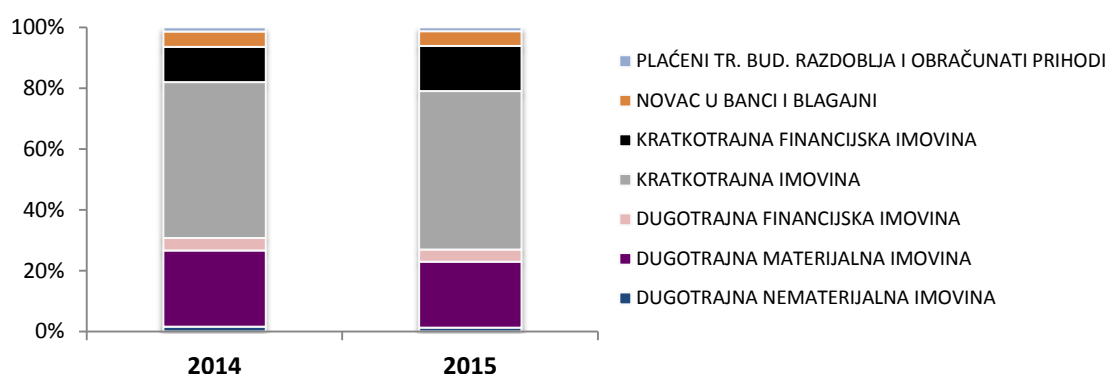


Izvor podataka: FINA, obrada autora

³ Slika 2. prikazuje kretanje ukupne imovine 18 televizijskih nakladnika na lokalnoj razini, bez OTV-a. Navedeni nakladnik izuzet je iz analize zbog atipičnog rasta dugotrajne imovine navedene u bilanci od 31.12.2014., u obliku zemljišta u vrijednosti od 71,1 milijun kuna. Utjecaj dugotrajne imovine OTV-a u 2014. i 2015. izoliran je iz uzorka kako bi se izbjeglo donošenje pristranih i neispravnih zaključaka o vrijednosti i strukturi imovine televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u navedenom razdoblju.

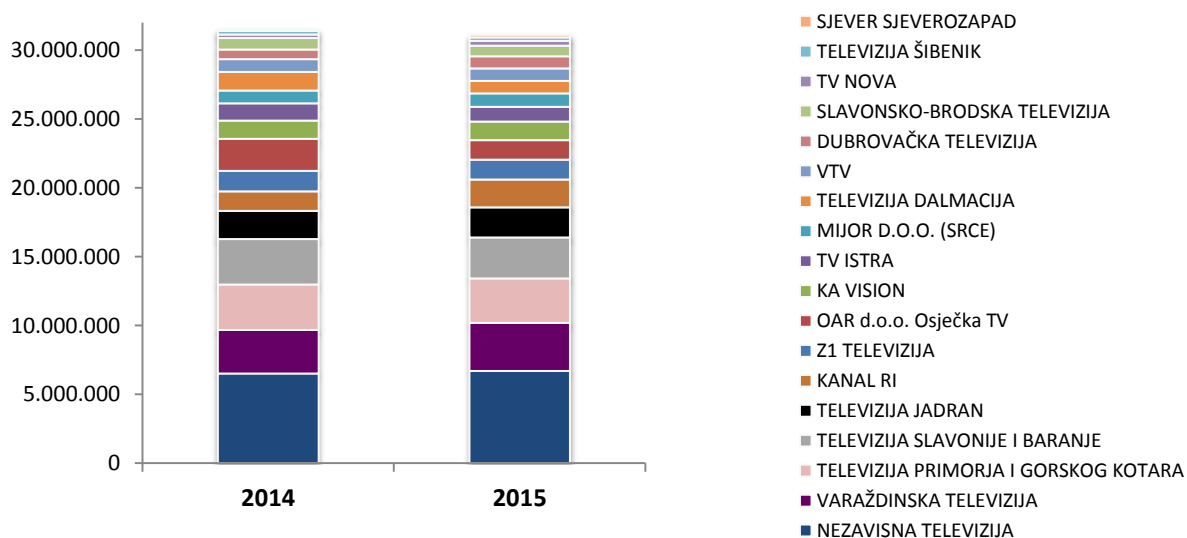
Ukupnoj imovina u 2015. godini, ukoliko isključimo OTV iz analize, najviše doprinosi imovina Televizije Slavonije i Baranje, Nezavisne televizije i Srce TV. U ukupnoj imovini 18 televizijskih nakladnika na lokalnoj razini dominira kratkoročna imovina, koja je u 2015. godini iznosila 65 posto ukupne imovine. U kategoriji potraživanja najznačajniji doprinos predstavljaju potraživanja od kupaca koja su u 2015. godini iznosila 25 posto ukupne imovine. Ukupna potraživanja dosegla su 32,2 milijuna kuna u 2015. godini. Polovina potraživanja u 2015. godini pripisuje se Nezavisnoj televiziji, Varaždinskoj televiziji, Televiziji Primorja i Gorskog kotara i Televiziji Slavonije i Baranje (Slika 4.).

Slika 3. Struktura imovine televizijskih nakladnika na lokalnoj razini (n=18) u 2014. i 2015., u %



Izvor podataka: FINA, obrada autora

Slika 4. Potraživanja televizijskih nakladnika na lokalnoj razini (n=18) u 2014. i 2015., u HRK



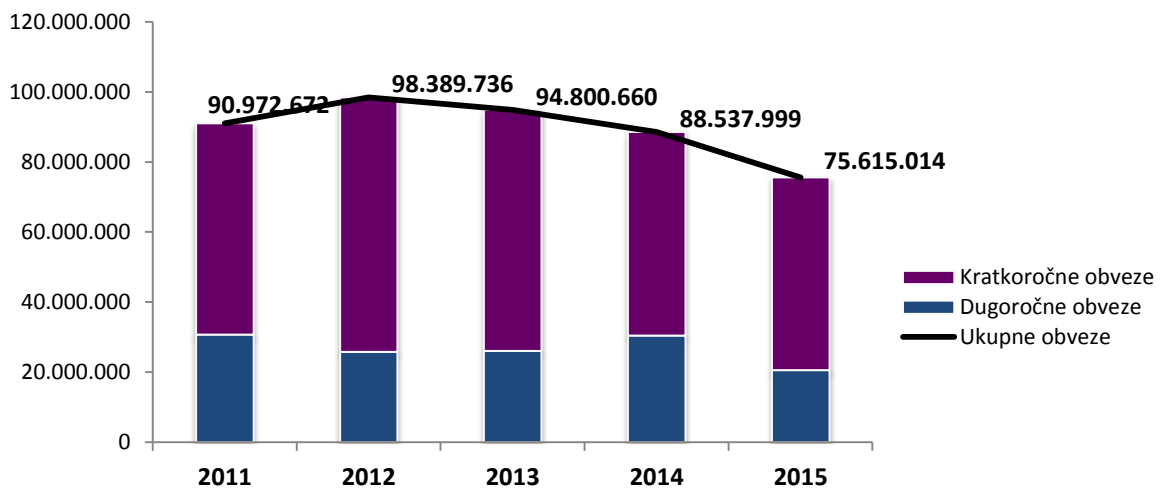
Izvor podataka: FINA, obrada autora

Dugotrajna materijalna imovina iznosi 26 posto ukupne imovine u 2015. godini. Tri četvrtine dugotrajne materijale imovine u 2015. godini čine građevinski objekti, postrojenja i oprema. Zanimljivo je da zemljište doprinosi dugotrajnoj materijalnoj imovini 18 televizijskih nakladnika sa svega 4 posto.

2.2.2. Obveze

Ukupne obveze televizijskih nakladnika na lokalnoj razini kontinuirano su slijedile silazni trend u razdoblju od 2012. do 2015. godine. U 2015. godini ukupne obveze iznosile su 75,6 milijuna kuna, smanjivši se za 14,5 posto na međugodišnjoj razini (slika 5.). Većina obveza televizijskih nakladnika na lokalnoj razini je kratkoročna. Naime, prosječni udio kratkoročnih obveza u ukupnim obvezama u razdoblju između 2011. i 2015. je 70 posto.

Slika 5. Ukupne obveze televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u razdoblju 2011.-2015., u HRK



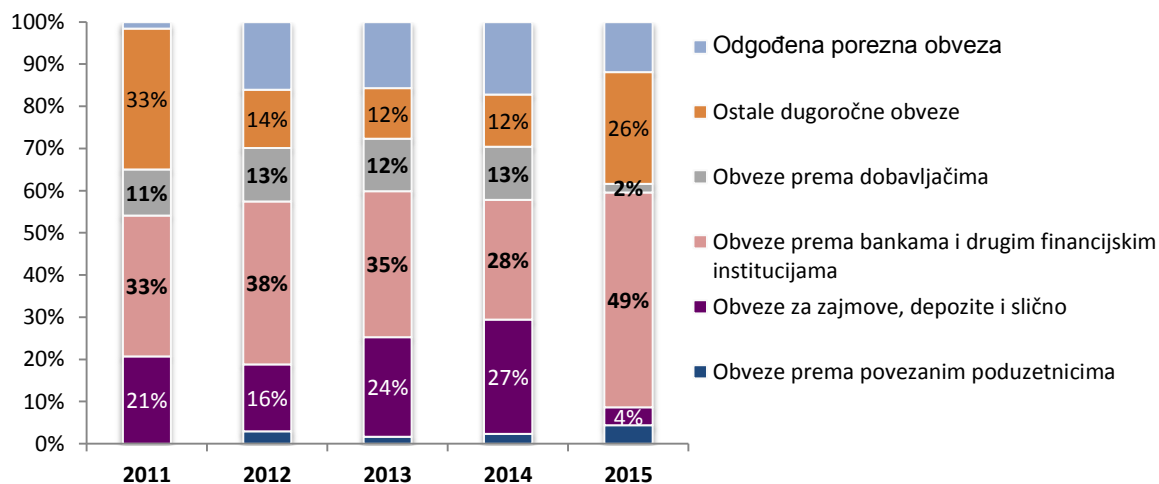
Izvor podataka: FINA, obrada autora.

U strukturi dugoročnih obveza dominiraju obveze prema bankama i drugim financijskih institucijama, koje su rastle u ukupnom promatranom razdoblju, a u 2015. godini su iznosile gotovo polovinu ukupnih dugoročnih obveza. Udio obveza prema bankama i drugim financijskim institucijama narastao je za 21 postotni bod na međugodišnjoj razini, uslijed povećanja obveze prema bankama i drugim financijskim institucijama za 17 posto u 2015. u odnosu na 2014. godinu.⁴ S druge strane, dugoročne obveze prema dobavljačima su se smanjivale. Odgođene porezne obveze iznosile su 26 posto ukupnih dugoročnih obveza u 2015. godini.

Potpuno suprotan trend uočava se kod analize strukture kratkoročnih obveza (slika 7.). Obveze prema dobavljačima prelaze polovinu kratkoročnih obveza, a u 2015. godini iznose 56 posto ukupnih kratkoročnih obveza, te 41 posto ukupnih obveza televizijskih nakladnika na lokalnoj razini. Televizijski nakladnici na lokalnoj razini nemaju značajne kratkoročne obveze prema bankama i drugim financijskim institucijama. Kratkoročne obveze prema zaposlenicima iznose 6-7 posto u ukupnom promatranom razdoblju.

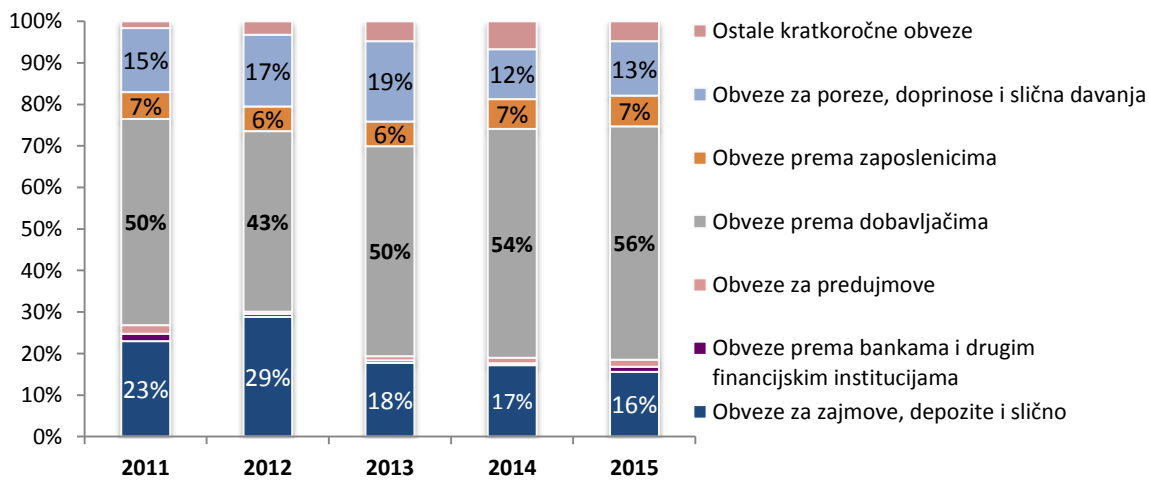
⁴ Promjene u strukturi obveza u 2015. u odnosu na 2014. najvećim dijelom se mogu objasniti činjenicom da su dugoročne obveze poduzeća KA Vision iznosile 7,4 milijuna kuna u 2014. na temelju obveza za zajmove, depozite i slično, dok su u 2015. godine dugoročne obveze tog poduzeća iznosile 0 kuna.

Slika 6. Struktura dugoročnih obveza televizijskih nakladnika u razdoblju 2011.-2014., u %



Izvor podataka: FINA, obrada autora.

Slika 7. Struktura kratkoročnih obveza televizijskih nakladnika u razdoblju 2011.-2014., u %



Izvor podataka: FINA, obrada autora.

2.2.3. Kapital i rezerve

Iznosi temeljnog kapitala televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2015. prikazani su u tablici 4.

Tablica 4. Temeljni kapitala televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2015. (u HRK)

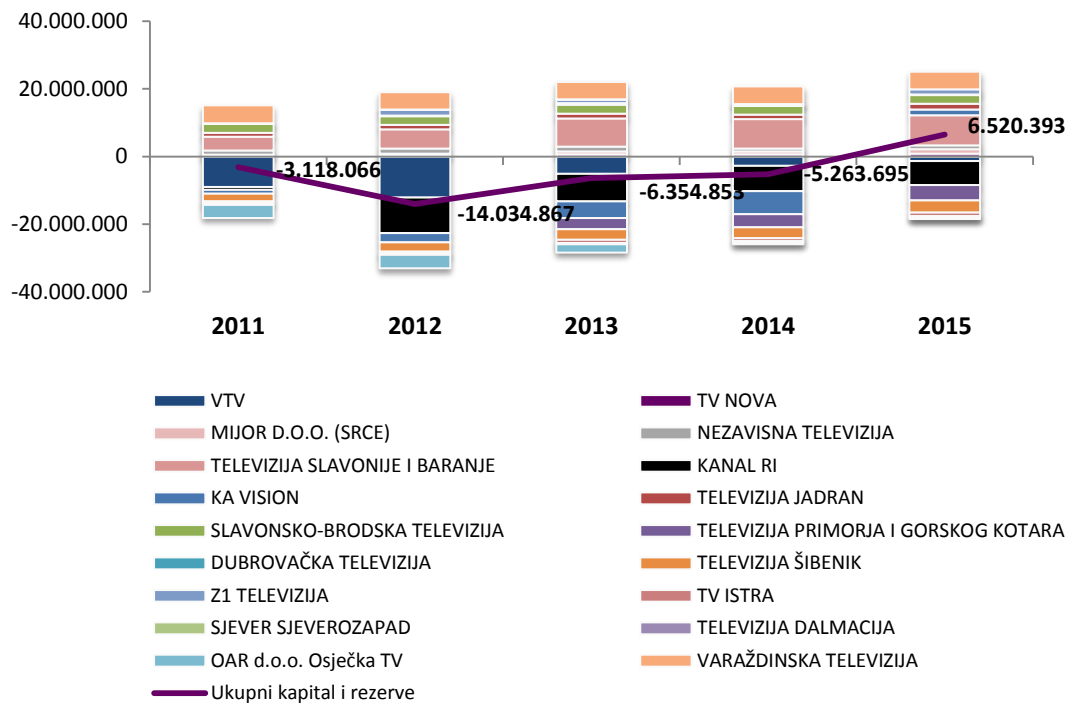
Televizijski nakladnik na lokalnoj razini	Iznos temeljnog kapitala (u HRK)
Mijor d.o.o Televizija Jadran Televizija Primorja i Gorskog kotara Dubrovačka televizija Televizija Šibenik TV Istra Sjever sjeverozapad	20.000
Slavonsko-brodsko televizija Televizija Dalmacija	30.000
OAR d.o.o. Osječka TV	43.900
Ka Vision	320.000
TV Nova	856.500
VTV	1.038.600
Nezavisna televizija	1.200.000
Z1 televizija	1.531.000
Varaždinska televizija	2.005.875
Televizija Slavonije i Baranje	5.340.000
OTV D.O.O.	7.508.100
Kanal RI	9.713.000

Ukupan kapital i rezerve 18 televizijskih nakladnika na lokalnoj razini⁵ iznosio je 6,5 milijuna kuna u 2015. godini (slika 8.).

Valja napomenuti da je u 2015. godini kumulativni zbroj kapitala i rezervi 18 televizijskih nakladnika po prvi puta u petogodišnjem razdoblju bio pozitivan. U prethodnom razdoblju visoki udio prenesenih gubitaka rezultirao je negativnim vrijednostima kapitala i rezervi. Osam televizijskih nakladnika na lokalnoj razini bilježilo je negativne vrijednosti kapitala rezervi u ukupnom promatranom razdoblju.

⁵ Bilančna kategorija Kapital i rezerve analizirana je za 18 televizijskih nakladnika na lokalnoj razini, bez OTV-a. Navedeni nakladnik izuzet je iz analize zbog atipičnog rasta dugotrajne imovine navedene u bilanci od 31.12.2014., u obliku zemljišta u vrijednosti od 71,1 milijun kuna. Naime, navedeno ulaganje je prikazano u pasivi u kategoriji Kapital i rezerve, pod Ostale rezerve. Utjecaj kapitala i rezervi OTV-a u 2014. i 2015. izoliran je iz uzorka kako bi se izbjeglo donošenje pristranih i neispravnih zaključaka o vrijednosti i strukturi kapitala i rezervi televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u navedenom razdoblju.

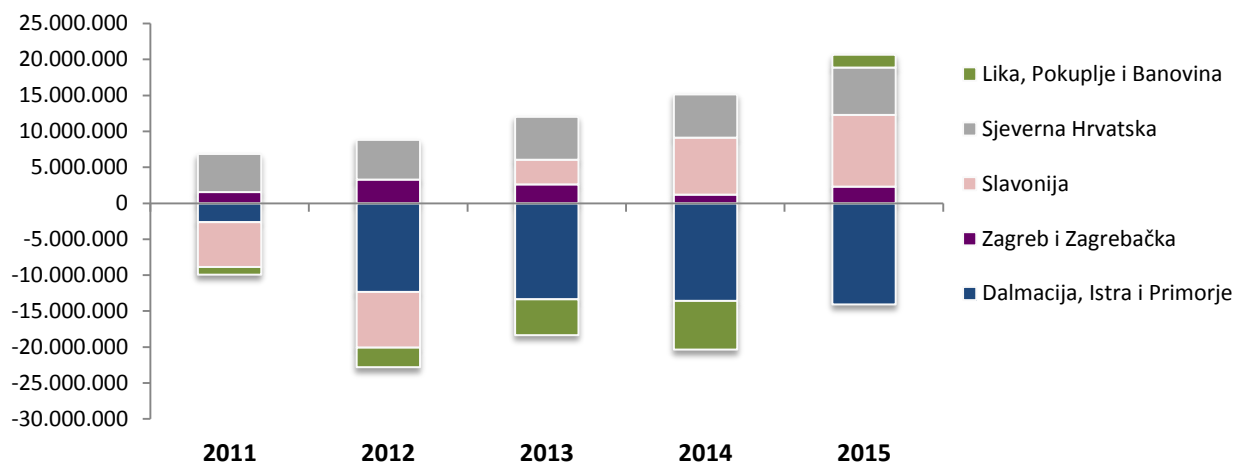
Slika 8. Kapital i rezerve televizijskih nakladnika u 2011.-2015., u HRK



Izvor podataka: FINA, obrada autora.

Ukoliko analiziramo lokalne televizijske nakladnike na regionalnoj razini, razvidno je da je regija Dalmacija, Istra i Primorje u čitavom promatranom razdoblju imala negativne vrijednosti kapitala i rezervi (slika 9.) S druge strane, televizijski nakladnici okupljeni u regije Sjeverna Hrvatska bilježe pozitivne vrijednosti kapitala i rezervi u razdoblju 2011.-2015.

Slika 9. Kapital i rezerve televizijskih nakladnika na regionalnoj razini u 2011.-2015., u HRK



Izvor podataka: FINA, obrada autora.

2.3. Analiza poslovanja

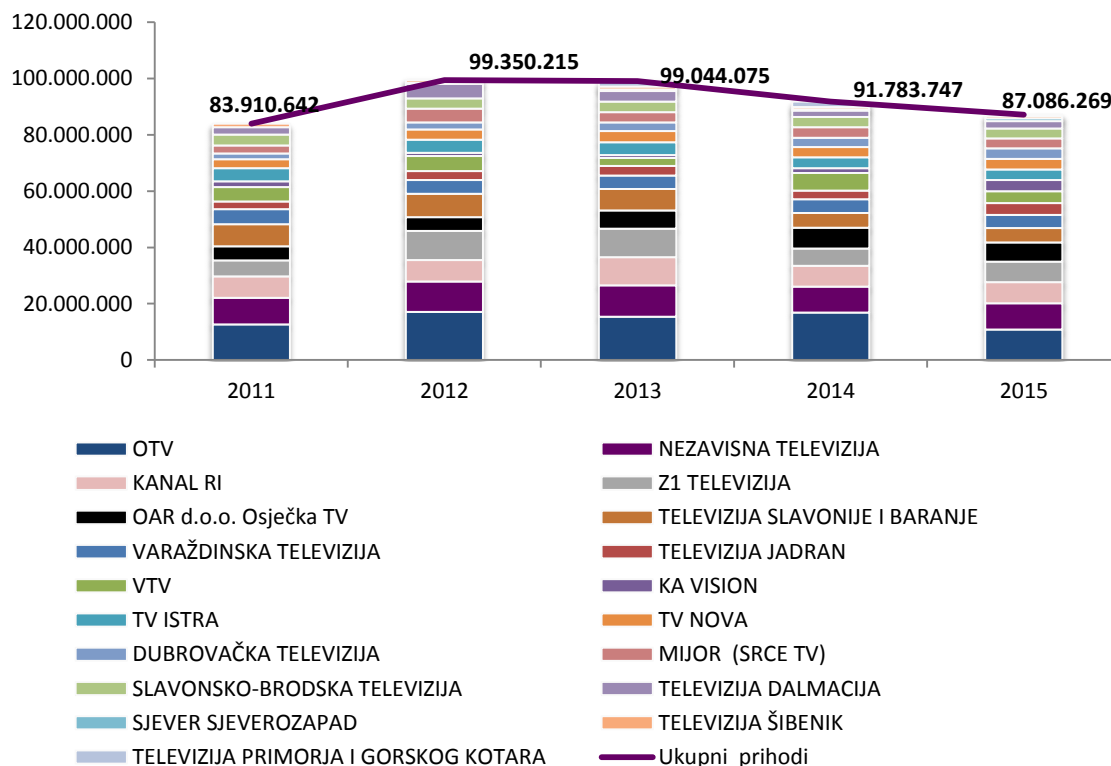
U sklopu analize poslovanja detaljno se analiziraju ostvareni prihodi i rashodi, te pripadajuća dobit ili gubitak iz poslovanja na kumulativnoj razini za ukupni podsektor televizijskih nakladnika na lokalnoj razini, po regijama te na razini pojedinačnih televizijskih nakladnika na lokalnoj razini.

U ovom potpoglavlju prikazano je i kretanje investicija za podsektor televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u razdoblju od 2011. do 2015., s naglaskom na 2014. i 2015. godinu.

2.3.1. Ukupni prihodi

Ukupni prihodi u 2015. godini iznosili su 87,1 milijuna kuna, što je za 5,1 posto manje u odnosu na prethodnu godinu (slika 10.). Ukupnim приходima u 2015. godini najviše doprinose prihodi televizijskih nakladnika OTV i Nezavisna televizija, koji su činili gotovo četvrtinu ukupnih prihoda. Prihodi navedenih televizijskih nakladnika, uz prihode koje su u 2015. ostvarili Kanal RI, Z1 televizija i Osječka televizija, iznosili su polovicu ukupnih prihoda analiziranih televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u toj godini.

Slika 10. Ukupni prihodi televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u razdoblju 2011.-2015., u HRK



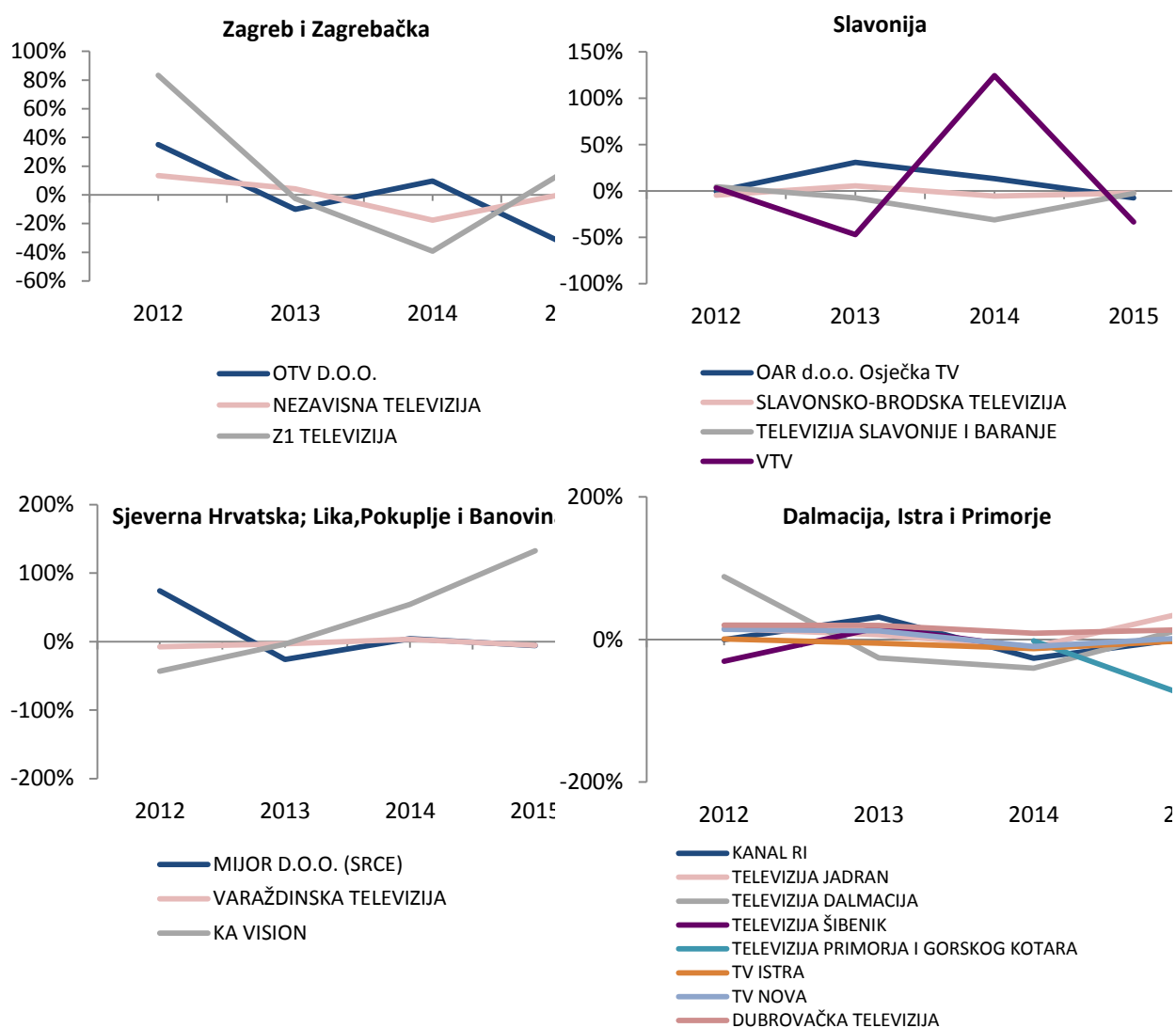
Izvor podataka: FINA, obrada autora.

Valja naglasiti da 12 televizijskih nakladnika na lokalnoj razini (VTV, TV Istra, TV Nova, Dubrovačka televizija, Srce TV, Slavonsko-brodska televizija, Televizija Jadran, Televizija Dalmacija, Ka Vision, Sjever sjeverozapad, Televizija Šibenik i Televizija Primorja i Gorskog kotara pojedinačno doprinose ukupnih prihodima u 2015. godini s manje od 5 posto. Za ukupan podsektor televizijskih nakladnika na lokalnoj razini karakteristična je izražena volatilnost prihoda u razdoblju 2011.-2015, koja je detaljnije na slici 11.

Ukupnom padu prihoda u 2015. u odnosu na prethodnu godinu najznačajnije je doprinijelo smanjenje prihoda OTV-a. Naime, prihodi OTV-a u 2015. godinu smanjili su se u odnosu na prethodnu godinu za 35 posto. Međugodišnji pad prihoda televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2015. u odnosu na 2014. je iznosio 5,3 milijuna kuna u apsolutnom iznosu.

U razdoblju između 2015. i 2011. godine, gotovo svi televizijski nakladnici na lokalnoj razini su bilježili izrazito visoke stope promjene prihoda. Najveća volatilnost prihoda primjetna je u slučaju nakladnika VTV i KA Vision.

Slika 11. Promjene ukupnih prihoda televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u razdoblju 2011.-2015., na međugodišnjoj razini, u %

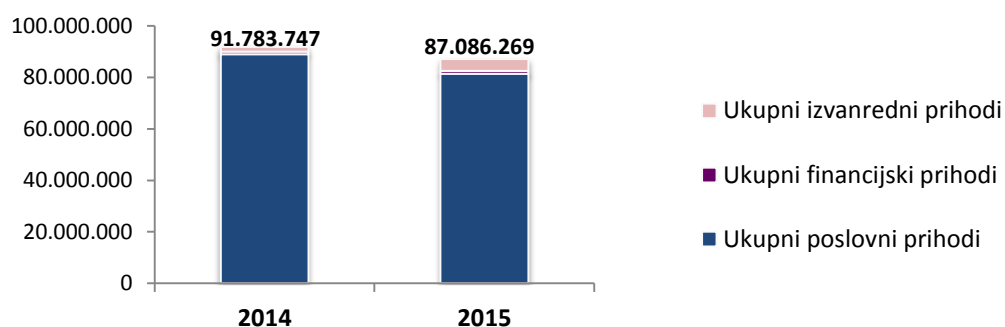


Izvor podataka: FINA, obrada autora.

S druge strane, Varaždinska televizija i Slavonsko-brodska televizija pokazuju najmanje oscilacije u prihodima, iako su zabilježene i negativne stope rasta u promatranom razdoblju. Samo je Dubrovačka televizija u svim godinama ostvarivala isključivo pozitivne stope promjene prihoda.

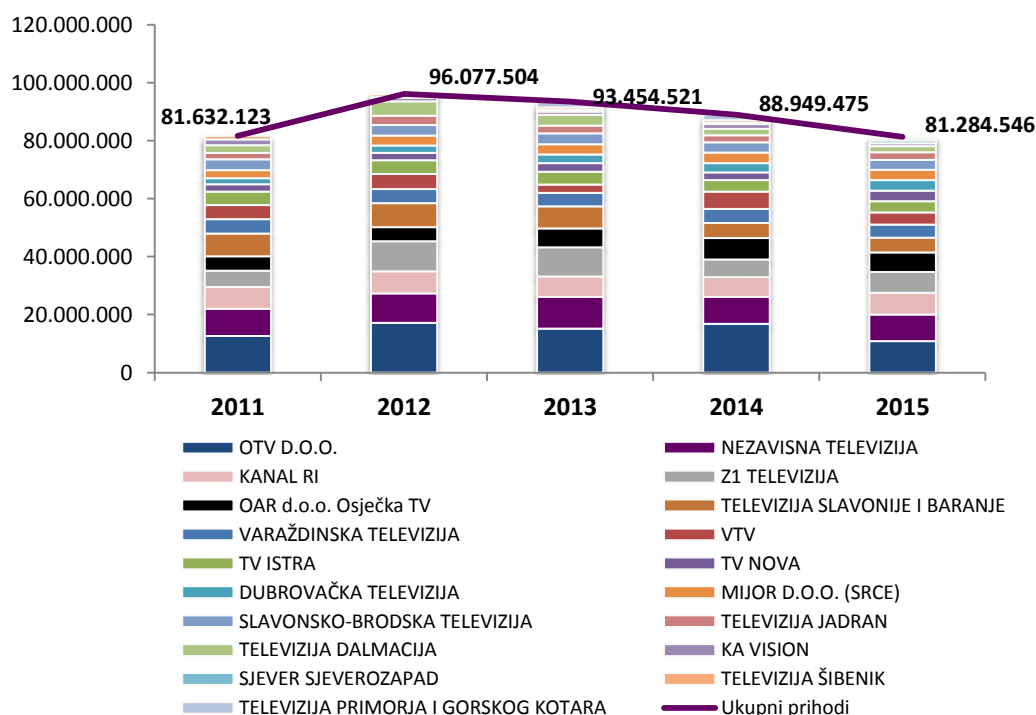
Poslovni prihodi televizijskih nakladnika na lokalnoj razini iznosili su 93,9 posto ukupnih prihoda u 2015. godini, dok su udjeli financijskih i izvanrednih prihoda iznosili 5,4 posto u 2015., odnosno 1,4 posto u 2014. godini (slika 12.). Ukupni poslovni prihodi 19 televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2015. godini dosegli su 81,2 milijuna kuna, te su se smanjili 9 posto u odnosu na prethodnu godinu (slika 13.).

Slika 12. Struktura ukupnih prihoda televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2014. i 2015., u HRK



Izvor podataka: FINA, obrada autora.

Slika 13. Ukupni poslovni prihodi televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u razdoblju 2011.-2015., u HRK

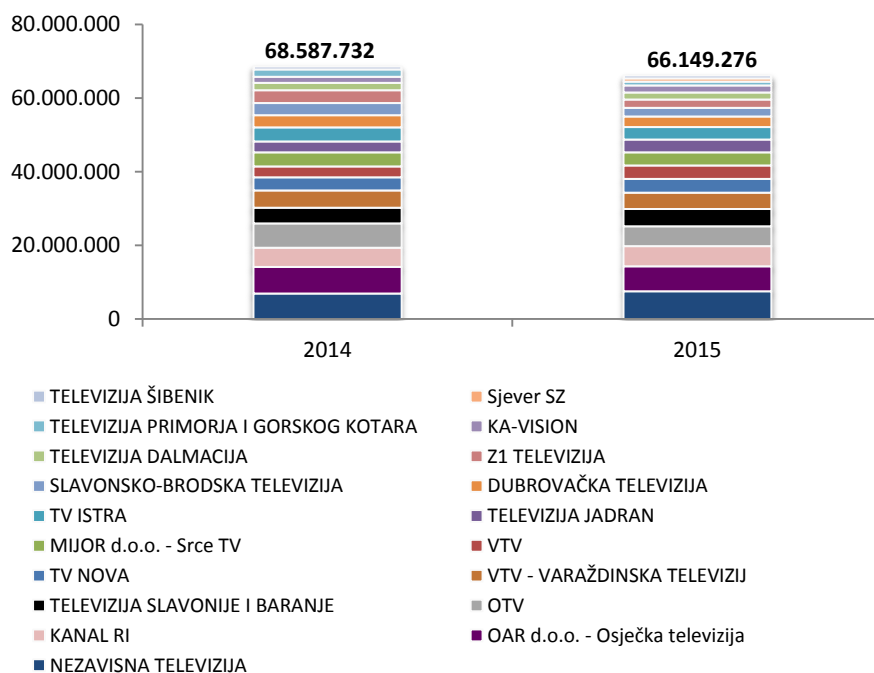


Izvor podataka: FINA, obrada autora.

U 2015. godini 77 posto ukupnih poslovnih prihoda bili su prihodi od prodaje, dok su ostali prihodi doprinosili s 23 posto ukupnim poslovnim prihodima. U 2014. omjer prihoda od prodaje i ostalih prihoda je iznosio 67 prema 33 posto. Gotovo svi prihodi od prodaje u obje godine rezultirali su iz prodaje u zemlji, dok su prihode u inozemstvu ostvarile samo Varaždinska televizija, VTV, Televizija Slavonije i Baranje i Ka Vision, ali u kumulativnom iznosu od 0,1 posto prihoda od prodaje u 2014. i 0,5% u 2015.

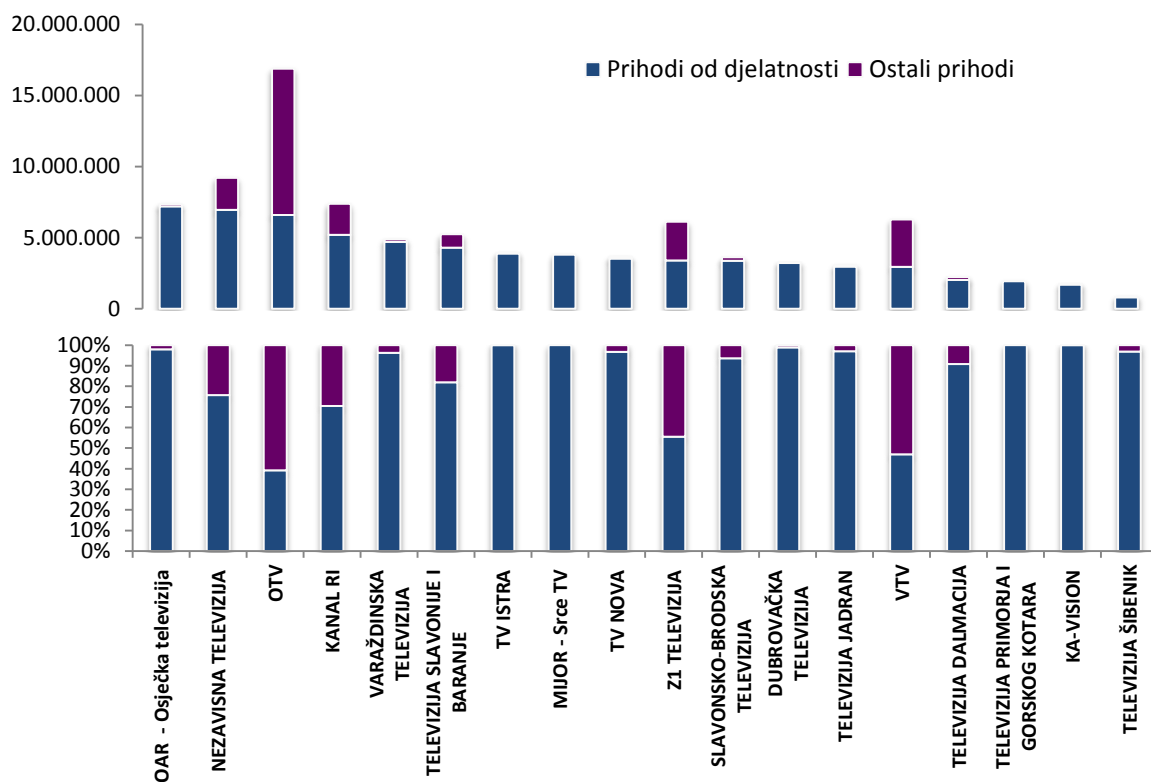
Ukupni prihodi od djelatnosti 19 televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2015. godini dosegli su 66,15 milijuna kuna, te su se smanjili 3,6 posto u odnosu na prethodnu godinu (slika 14.). Dakle, ukupni prihodi od djelatnosti svih televizijskih nakladnika na lokalnoj razini činili su oko tri četvrtine njihovih ukupnih prihoda u promatranom razdoblju. Ukupnim prihodima od djelatnosti u 2015. godini najviše doprinose prihodi televizijskih nakladnika Nezavisna televizija i Osječka televizija, koji su činili petinu ukupnih prihoda. Prihodi navedenih televizijskih nakladnika, uz prihode koje su u 2015. ostvarili Kanal RI, OTV, Televizija Slavonije i Baranje te VTV, iznosili su 52 posto ukupnih prihoda od djelatnosti analiziranih televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u toj godini. Dubrovačka televizija, Slavonsko-brodska televizija, Z1, Televizija Dalmacija, Ka Vision, Sjever sjeverozapad, Televizija Šibenik i Televizija Primorja i Gorskog kotara doprinose ukupnih prihodima od djelatnosti u 2015. godini s manje od 5 posto na pojedinačnoj razini. Zanimljivo je da je doprinos prihoda OTV-a i Z1 televizije značajno manji kad se analiziraju prihodi od djelatnosti u odnosu na ukupne prihode. Naime, dvije spomenute televizije su sudjelovale u prihodima od djelatnosti ukupnog podsektora u 2015. s 8 posto (OTV) i 3 posto (Z1), dok je njihov doprinos u kategoriji ukupnih prihoda značajniji – OTV (12 posto) i Z1 (8 posto).

Slika 14. Ukupni prihodi od djelatnosti televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u r2014. i 2015., u HRK



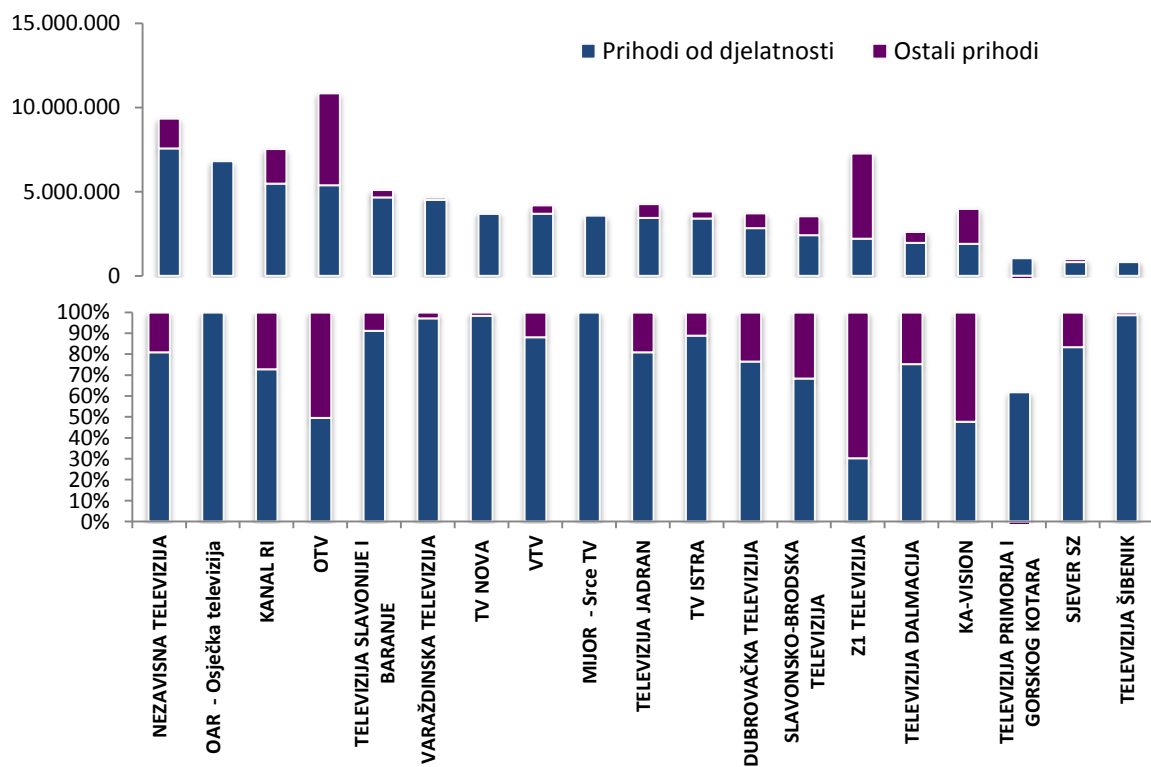
Izvor podataka: AEM, obrada autora.

Slika 15. Udio prihoda od djelatnosti u ukupnih prihodima televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u r2014., u HRK i %



Izvor podataka: FINA i AEM, obrada autora.

Slika 16. Udio prihoda od djelatnosti u ukupnih prihodima televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u r2015., u HRK i %



Izvor podataka: FINA i AEM, obrada autora.

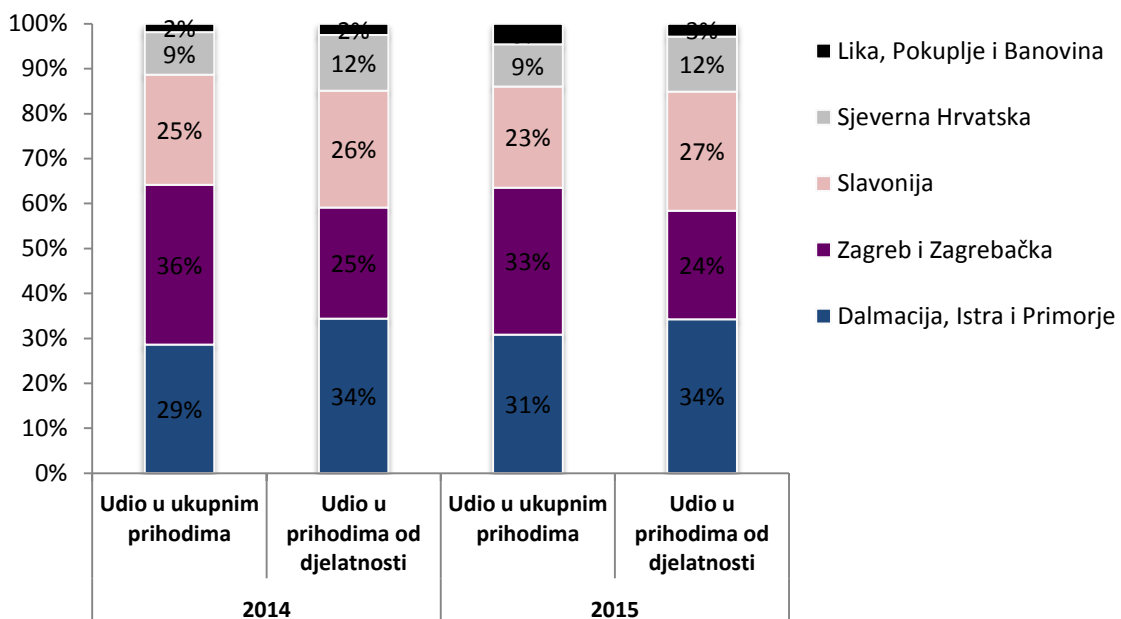
Detaljna analiza strukture ukupnih prihoda televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u apsolutnom i relativnom iznosu u 2014. i 2015. godini prikazana je na slikama 15. i 16.

Udio prihoda od djelatnosti u ukupnim prihodima najniži je u slučajevima OTV-a i Z1 televizije, u odnosu na ostale promatrane televizijske nakladnike na lokalnoj razini u 2014. i 2015. godini (npr. u 2015. prihodi od djelatnosti televizije iznosili su 30% ukupnih prihoda televizije Z1 i polovinu ukupnih prihoda OTV-a). Uz navedene nakladnike, u 2014. nakladnik VTV u 2014. i Ka Vision u 2015. također bilježe ispod polovične udjele prihoda od djelatnosti televizije u ukupnim prihodima. Dok se primijećeni uzorci kod nakladnika OTV, Z1 i VTV (u 2014.) mogu objasniti visokim udjelom ostalih poslovnih prihoda, tj. prihoda od drugih djelatnosti, za nizak udio prihoda od djelatnosti u ukupnim prihodima nakladnika KA Vision u 2015. odgovorni su visoki izvanredni prihodi.

Analiza po regijama (slika 17.) ukazuje da najveći udio u ukupnim prihodima u 2015. imaju televizijski nakladnici na lokalnoj razini koji djeluju na području Zagreba i zagrebačke regije (33 posto). Televizijski nakladnici okupljeni u regiji Dalmacija, Istra i Primorje ostvarili su 31 posto ukupnih prihoda televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2015. godini. Potonji rezultat može se pripisati brojnosti nakladnika koji su uključeni u regiju Dalmacija, Istra i Primorje (8). Televizijski nakladnici u regiji Slavonija ostvarili su 23 posto ukupnih prihoda u 2015. godini. Dvije preostale regije - Sjeverna Hrvatska i Lika, Pokuplje i Banovina su doprinijele ukupnim prihodima u 2015. godini s 14 posto.

Kada se analiziraju doprinosi pojedine regije ukupnim prihodima od djelatnosti, rezultati pokazuju da regija Dalmacija, Istra i Primorje doprinosi najviše ukupnim prihodima od djelatnosti, dok doprinos regije Zagreb i zagrebačka regija pada s trećine ukupnih prihoda na četvrtinu prihoda od djelatnosti u 2015. godini.

Slika 17. Struktura ukupnih prihoda televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u razdoblju 2011.-2015., po regijama, u %



Izvor podataka: FINA, obrada autora

Slika 18. Stopa promjene prihoda po vrstama u 2015., na međugodišnjoj razini, u %



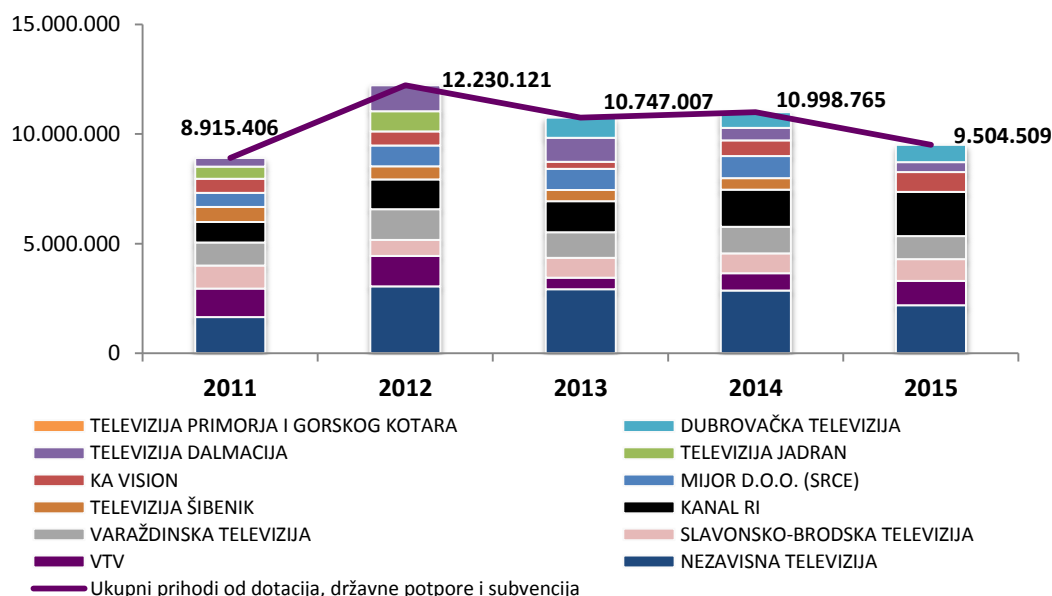
Izvor podataka: FINA i AEM, obrada autora.

Zanimljivo je analizirati promjene prihoda na međugodišnjoj razini u 2015. godini, ovisno o različitim vrstama prihoda, jer takva analiza doprinosi razumijevanju izvora prihoda televizijskih nakladnika na lokalnoj razini (slika 18.). Podaci su prikazani na regionalnoj razini, radi preglednosti, ali detaljnija analiza ukazuje na različite mogućnosti grupiranja nakladnika. Naime, prihodi televizije Šibenik bili su najstabilniji u 2015. u odnosu na prethodnu godinu. Kod dva nakladnika iz regije Slavonija - Televizija

Slavonije i Baranje i VTV, uočava se rast prihoda od djelatnosti unatoč padu ukupnih prihoda, koji je u slučaju VTV-a očito uzrokovan padom prihoda od drugih djelatnosti. Suprotan trend - pada prihoda od djelatnosti, uz rast ukupnih prihoda i vjerojatno prihoda od drugih djelatnosti, uočen je kod nakladnika Dubrovačka televizija i Z1. Kod nakladnika Kanal RI, NET, TV Nova i Televizija Jadran rastu prihodi po svim osnovama u 2015., dok kod nakladnika Srce TV, Varaždinska televizija, Osječka TV, OTV, Slavonsko-Brodsko televizija i Televizija Primorja i Gorskog kotara padaju prihodi po svim vrstama na međugodišnjoj razini. Valja napomenuti da su prihodi od djelatnosti OTV-a padali sporije od ukupnih prihoda, dok su se prihodi od djelatnosti Televizije Slavonija i Baranje smanjili za 29 posto na međugodišnjoj razini, uz relativno stabilne ukupne prihode. Rast ukupnih prihoda na međugodišnjoj razini u 2015. godini kod nakladnika Ka Vision i Televizija Dalmacija dominantno je uzrokovan rastom izvanrednih prihoda. Unatoč rastu svih prihoda, rast ukupnih prihoda nakladnika Televizija Jadran u 2015. je također bio potaknut izvanrednim prihodima.

Podaci Financijske agencije o ukupnim prihodima od dotacija, državne potpore i subvencija su zanimljivi jer ukazuju na određene računovodstvene prakse televizijskih nakladnika na lokalnoj razini. Naime, prema podacima FINA-e prihodi od dotacija, državne potpore i subvencija iznosili su svega 9,5 milijuna kuna u 2015. godini, odnosno 11 posto ukupnih prihoda televizijskih nakladnika na lokalnoj razini (slika 19.). Nadalje, prema navedenim podacima, samo 12 televizijskih nakladnika na lokalnoj razini ostvarilo je ovu vrstu prihoda u razdoblju između 2011. i 2015. godine. S druge strane, Fond za pluralizam dodijelio je ukupno 14,99 milijuna kuna u 2014. i 14,97 milijuna kuna u 2015. godini svim televizijskim nakladnicima na lokalnoj razini⁶, što ukazuje da su brojke dostupne u financijskim izvješćima podcijenjene te ne daju jasan uvid u prihode po svim sličnim osnovama. Moguće objašnjenje je da televizijski nakladnici na lokalnoj razini dio prihoda od potpora i donacija evidentiraju kao izvanredne prihode.

Slika 19. Ukupni prihodi od dotacija, državne potpore i subvencija prema podacima FINA-e



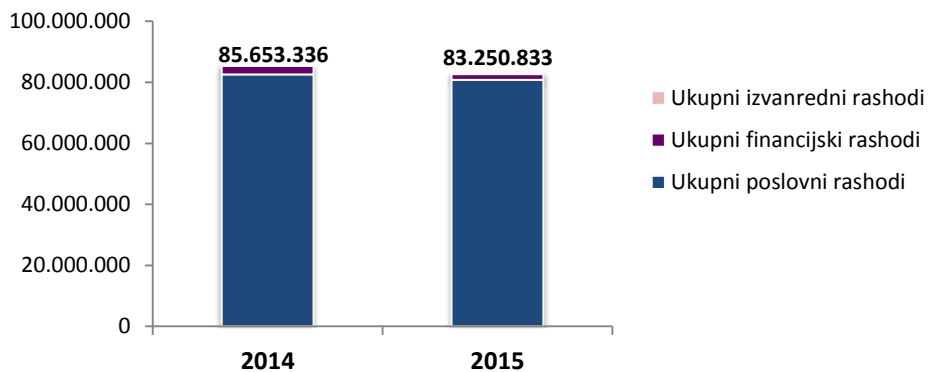
Izvor podataka: FINA, obrada autora.

⁶ Izvješća o radu VEM-a i AEM-a za 2014. i 2015. godinu.

2.3.2. Ukupni rashodi

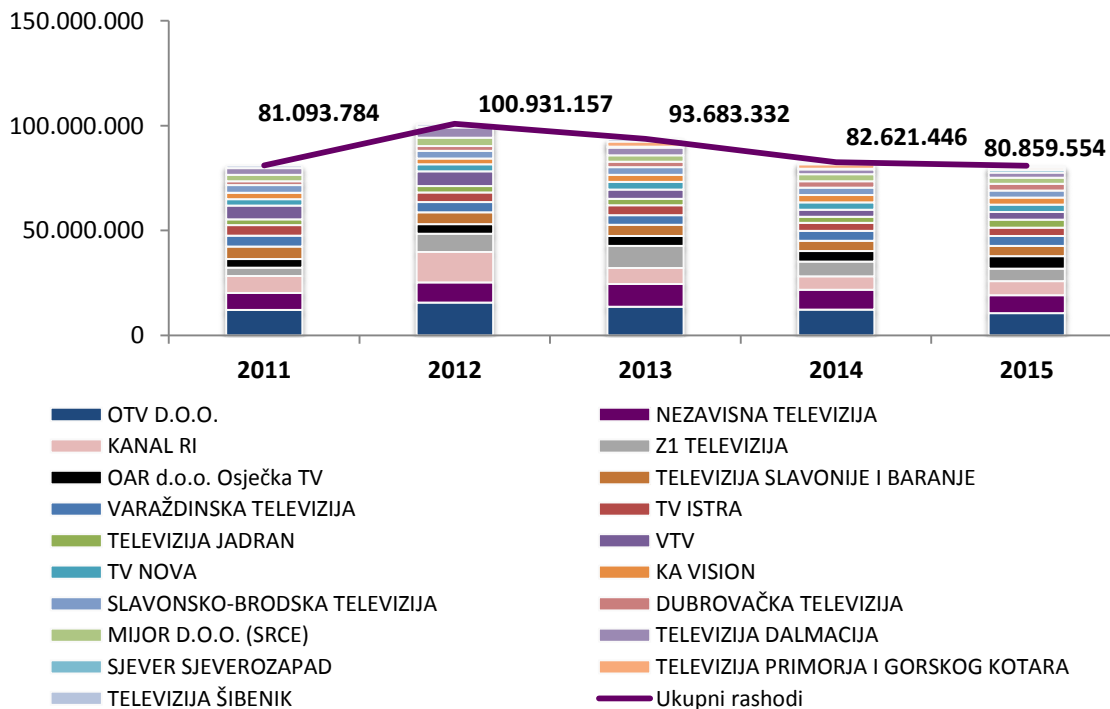
Ukupni rashodi u 2015. godini iznosili su 83,3 milijuna kuna, što je za 2,8 posto manje u odnosu na prethodnu godinu. Poslovni rashodi televizijskih nakladnika na lokalnoj razini iznosili su 97,1 posto ukupnih rashoda u 2015. godini, dok su udjeli financijskih i izvanrednih rashoda iznosili 2,3, odnosno 0,6 posto.

Slika 20. Ukupni rashodi televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u razdoblju 2011.-2015., u HRK



Izvor podataka: FINA, obrada autora.

Slika 21. Ukupni poslovni rashodi televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u razdoblju 2011.-2015., u HRK



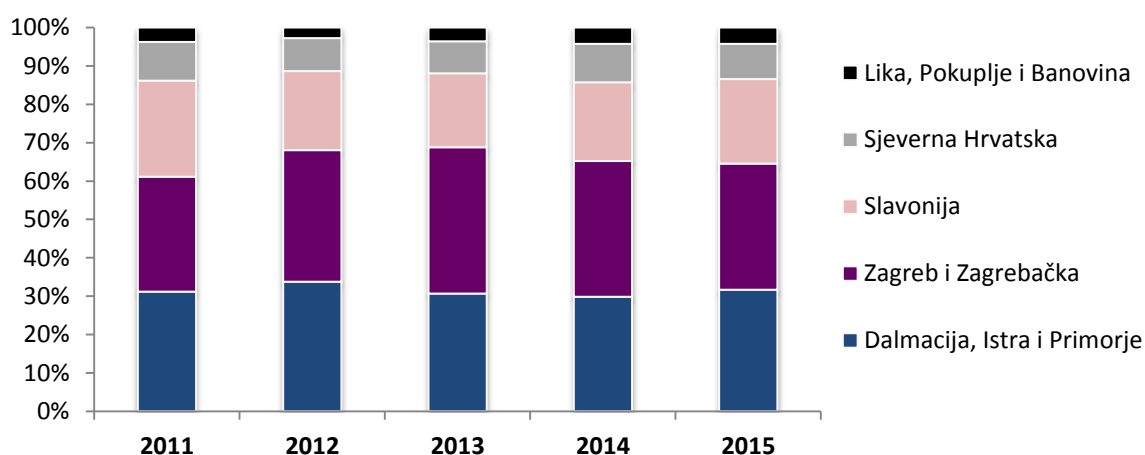
Izvor podataka: FINA, obrada autora.

Ukupni poslovni rashodi 19 televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2015. godini dosegli su 80,9 milijuna kuna, te su se smanjili 2,1 posto u odnosu na prethodnu godinu (slika 21.). Poslovni rashodi su u 2015. dosegli razinu nešto ispod one iz 2011. godine (-0,3 posto). U razdoblju između dvije granične godine rashodi nisu bili stabilni. U 2012. godini prihodi su narasli za 24 posto u odnosu na prethodnu godinu, da bi se u sljedeće dvije godine smanjivali po stopama od 7, odnosno 12 posto na međugodišnjoj razini.

Slično kao i na strani prihoda, ukupnim rashodima u 2015. godini najviše doprinose televizijski nakladnici OTV (13 posto) i Nezavisna televizija (10 posto). Rashodi navedenih televizijskih nakladnika, uz rashode koje su u 2015. ostvarili Kanal RI, Z1 televizija i Osječka televizija, iznosili su gotovo polovicu ukupnih rashoda analiziranih televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u toj godini.

Regionalna distribucija poslovnih rashoda (slika 22.) ukazuje na najveći udio televizijskih nakladnika na lokalnoj razini okupljenih u regiji Zagreb i Zagrebačka (33 posto) te Dalmacija, Istra i Primorje (32 posto). Nakladnici koji djeluju u regiji Slavonija generirali su 22 posto ukupnih poslovnih rashoda. Dvije preostale regije - Sjeverna Hrvatska i Lika, Pokuplje i Banovina su doprinijele ukupnim rashodima u 2015. godini s 13 posto.

Slika 22. Struktura ukupnih rashoda televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u razdoblju 2011.-2015., po regijama, u %



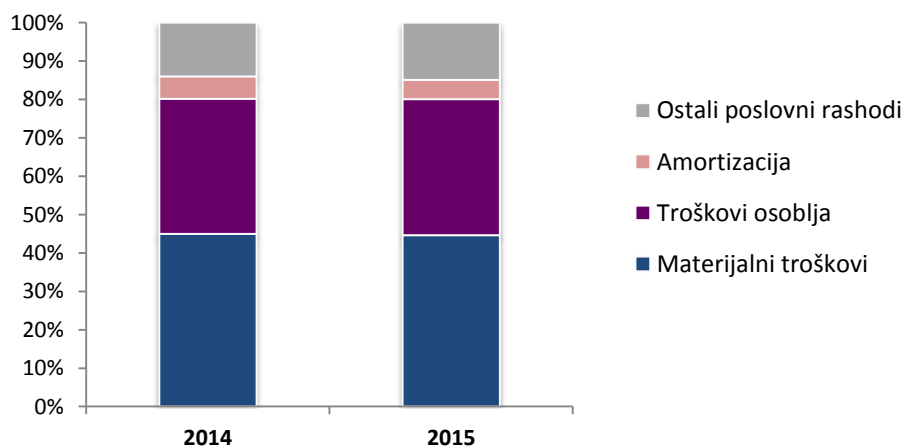
Izvor podataka: FINA, obrada autora.

Materijalni troškovi činili su u prosjeku 45 posto ukupnih poslovnih rashoda svih analiziranih televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2015. godini, dok su troškovi osoblja formirali 35 posto ukupnih poslovnih rashoda (slika 23.). Prosječni udjeli pojedinih kategorija rashoda nisu se značajno mijenjali u odnosu na 2014. godinu.

Valja primijetiti da je struktura rashoda pojedinih televizijskih nakladnika značajno odstupala od prosjeka analiziranog podsektora. Na primjer, materijalni rashodi nakladnika OTV, Televizije Dalmacija, Z1 televizije i Nezavisne televizije u 2015. prelazili su 60 posto ukupnih rashoda, pri čemu su materijalni rashodi nakladnika OTV dosegli 88 posto ukupnih rashoda nakladnika. S druge strane,

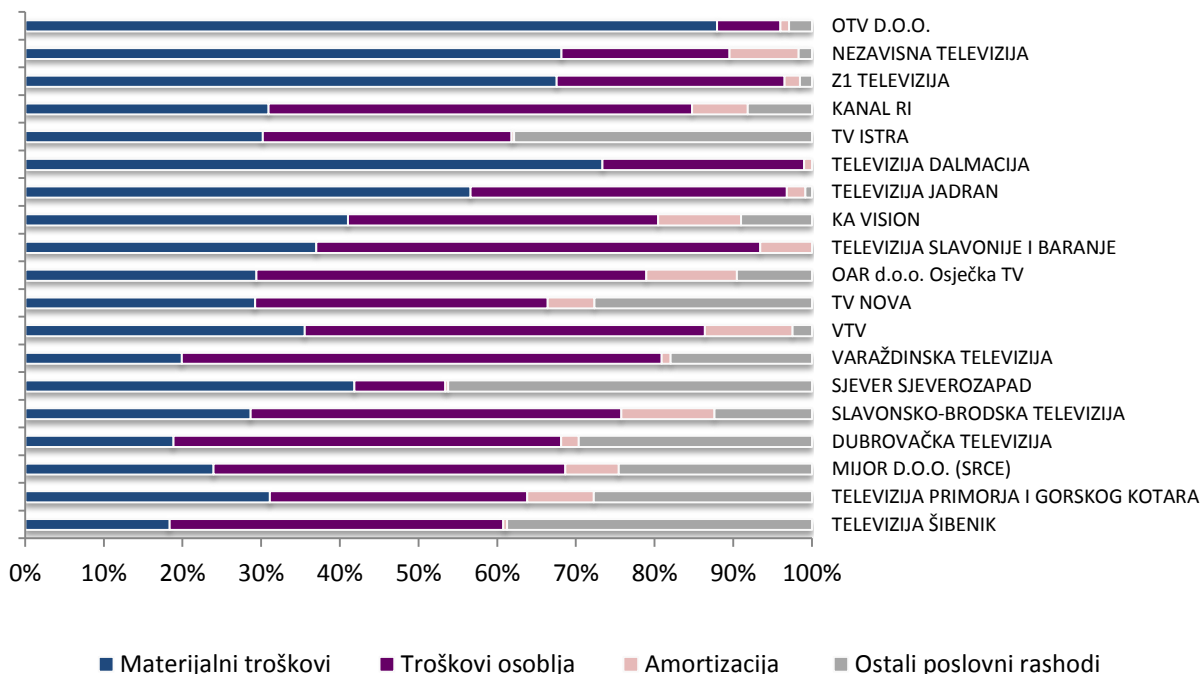
ispod 20 posto ukupnih rashoda pripadalo je kategoriji materijalnih rashoda u slučajevima Televizije Šibenik, Dubrovačke televizije i Varaždinske televizije.

Slika 23. Struktura poslovnih rashoda prema vrstama rashoda u 2014. i 2015. godini, u %



Izvor podataka: FINA, obrada autora.

Slika 24. Struktura poslovnih rashoda televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2015., u %

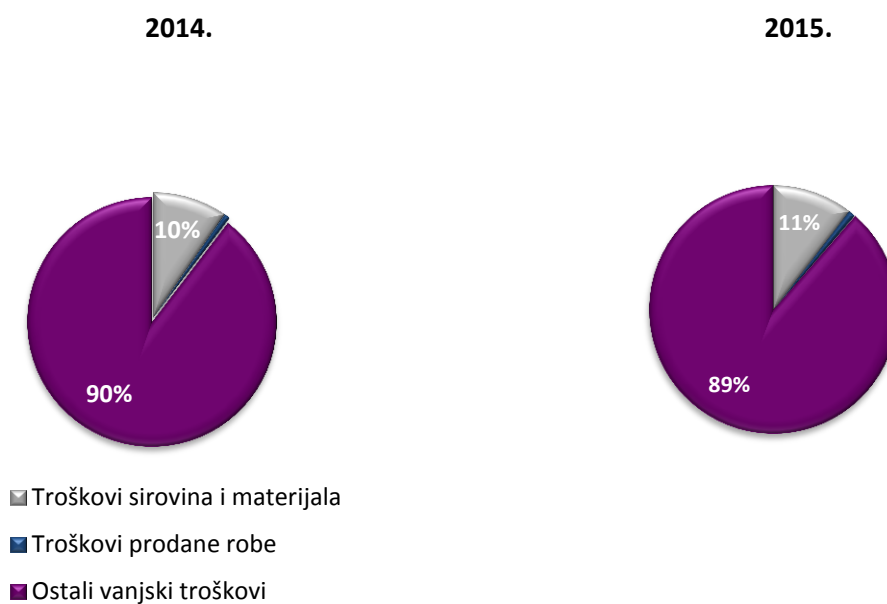


Izvor podataka: FINA, obrada autora.

Televizija Slavonije i Baranje, Kanal RI, VTV i Varaždinska televizija su zabilježile iznadprosječan udio troškova osoblja u ukupnim rashodima u 2015. u odnosu na prosjek svih 19 televizijskih nakladnika na lokalnoj razini. Troškovi osoblja zaposlenih kod nakladnika OTV i Sjever sjeverozapad iznosili su svega 8 posto, odnosno 12 posto ukupnih poslovnih rashoda.

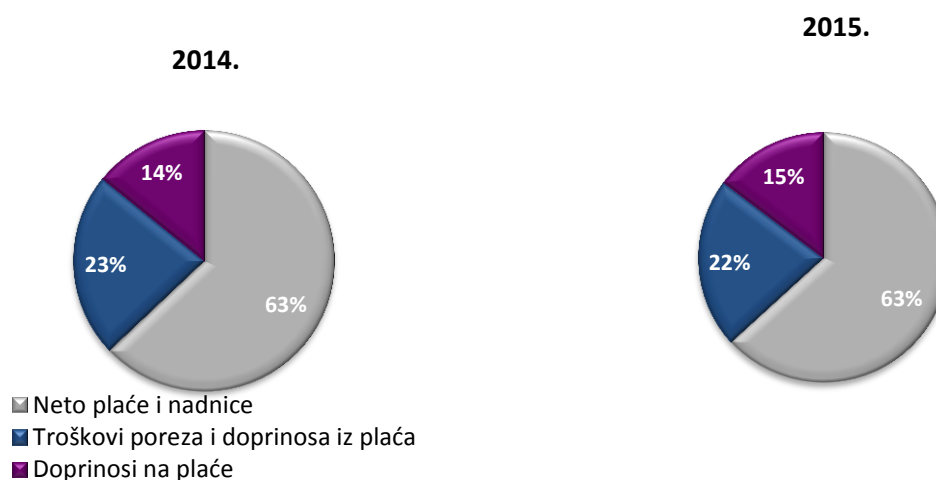
Slike 25. i 26. prikazuju detaljniju strukturu materijalnih troškova i troškova osoblja televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2014. i 2015. godini.

Slika 25. Struktura materijalnih troškova u 2014. i 2015. godini, u %



Izvor podataka: FINA, obrada autora.

Slika 26. Struktura troškova osoblja u 2014. i 2015. godini, u %



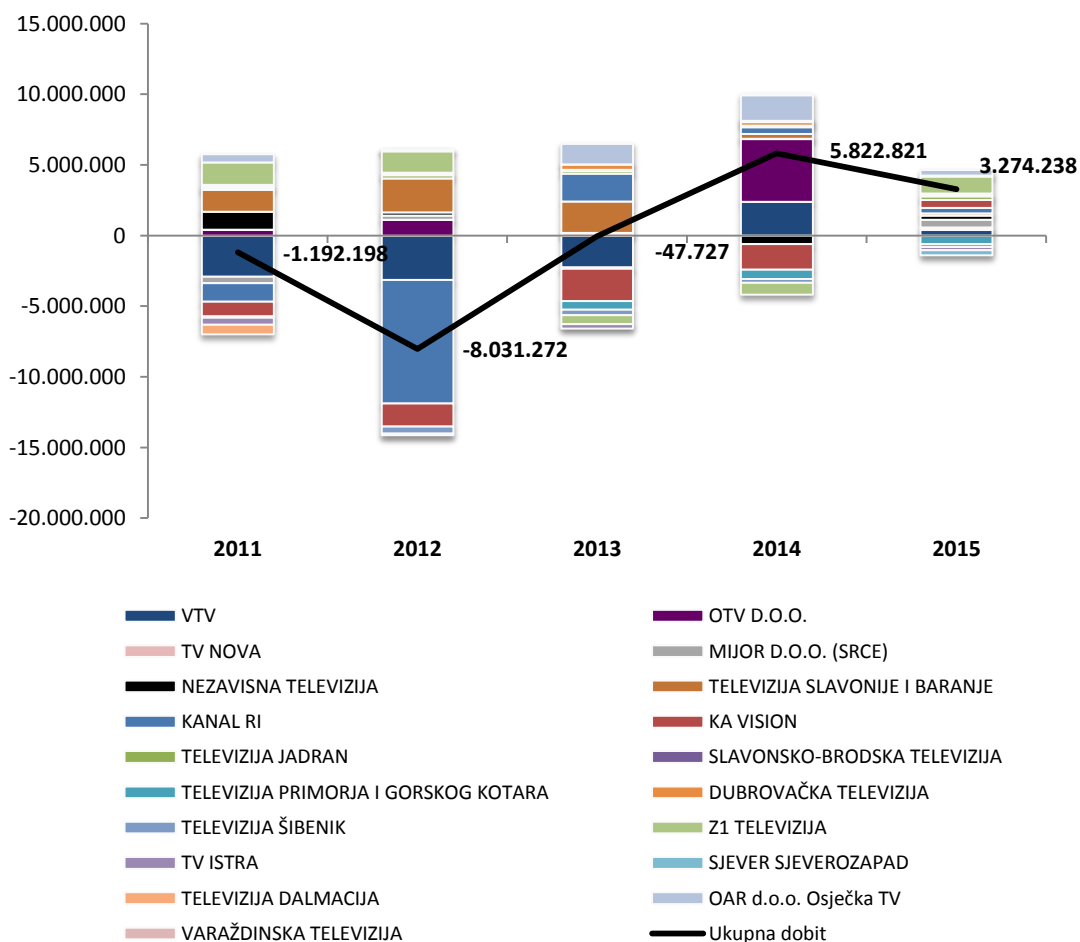
Izvor podataka: FINA, obrada autora.

2.3.3. Analiza dobiti

2.3.3.1. Dobit nakon oporezivanja

Ukupna dobit nakon oporezivanja svih televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2015. godini iznosila je 3,3 milijuna kuna, što je za 44 posto manje u odnosu na prethodnu godinu. Zanimljivo je da su poslovni rezultati televizijskih nakladnika u kumulativnom obliku značajno poboljšani u 2014. godini, s obzirom da su nakladnici u prethodne tri godine generirali značajne gubitke. U 2011. i 2013. sedam televizijskih nakladnika na lokalnoj razini poslovalo je s gubitkom, dok je 2012. bilo 5 „gubitaša“. U 2012. godini ostvaren je najveći kumulativni gubitak koji je uglavnom uzrokovan poslovanjem triju nakladnika koji su ostvarili značajne gubitke - Kanal RI (-8,7 milijuna kuna), VTV (-3,1 milijun kuna) i Ka Vision (-1,65 milijun kuna). U 2014. godini zabilježena je značajna kumulativna dobit televizijskih nakladnika na lokalnoj razini, unatoč realiziranom gubitku od strane 5 nakladnika. Poboljšanju ukupnog poslovnog rezultata promatranog podsektora najviše je doprinijelo uspješno poslovanje nakladnika OTV, VTV i Srce TV u 2014. godini.

Slika 27. Dobit nakon oporezivanja televizijskih nakladnika u 2011.-2015., u HRK



Izvor podataka: FINA, obrada autora.

U 2015. godini četiri televizijska nakladnika na lokalnoj razini (Televizija Primorja i Gorskog kotara, TV Istra, Televizija Šibenik te Sjever sjeverozapad) ostvarili su gubitak, dok su ostali nakladnici zabilježili pozitivan poslovni rezultat. Ukupnoj dobiti nakon oporezivanja u 2015. godini najviše su pridonijeli poslovni rezultati nakladnika Z1 televizija, Ka Vision i Srce TV. Nakladnici Ka Vision i Z1 televizija ostvarili su najveći rast dobiti nakon oporezivanja u 2015. u apsolutnom iznosu u odnosu na prethodnu godinu, dok je najveće smanjenje zabilježeno u slučaju OTV-a (tablica 5.).

Tablica 5. Dobit nakon oporezivanja televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2014. i 2015., u HRK

Televizijski nakladnik na lokalnoj razini	2014.	2015.	Promjena 2015./2014.	
			u HRK	u %
TELEVIZIJA PRIMORJA I GORSKOG KOTARA	-665,771	-606,643	59,128	-9%
SJEVER SJEVEROZAPAD	1,801	-353,798	-355,599	-
TV ISTRA	75,136	-229,033	-304,169	-
TELEVIZIJA ŠIBENIK	-262,515	-195,274	67,241	-26%
VARAŽDINSKA TELEVIZIJA	38,962	6,461	-32,501	-83%
OTV	4,431,428	45,294	-4,386,134	-99%
TELEVIZIJA DALMACIJA	6,279	83,135	76,856	-
SLAVONSKO-BRODSKA TELEVIZIJA	39,260	85,066	45,806	117%
DUBROVAČKA TELEVIZIJA	243,357	120,002	-123,355	-51%
TV NOVA	20,141	132,727	112,586	559%
TELEVIZIJA SLAVONIJE I BARANJE	329,355	162,733	-166,622	-51%
TELEVIZIJA JADRAN	78,600	247,929	169,329	215%
NEZAVISNA TELEVIZIJA	-603,821	289,870	893,691	-
KANAL RI	484,552	389,673	-94,879	-20%
OAR d.o.o. Osječka TV	1,831,938	391,280	-1,440,658	-79%
VTV	2,403,323	411,697	-1,991,626	-83%
MIJOR d.o.o. (SRCE TV)	7,113	542,857	535,744	-
KA VISION	-1,806,880	545,908	2,352,788	-
Z1 TELEVIZIJA	-829,437	1,204,354	2,033,791	-
UKUPNA DOBIT	5,822,821	3,274,238	-2,548,583	-44%
Broj gubitaša	5	4	-1	-

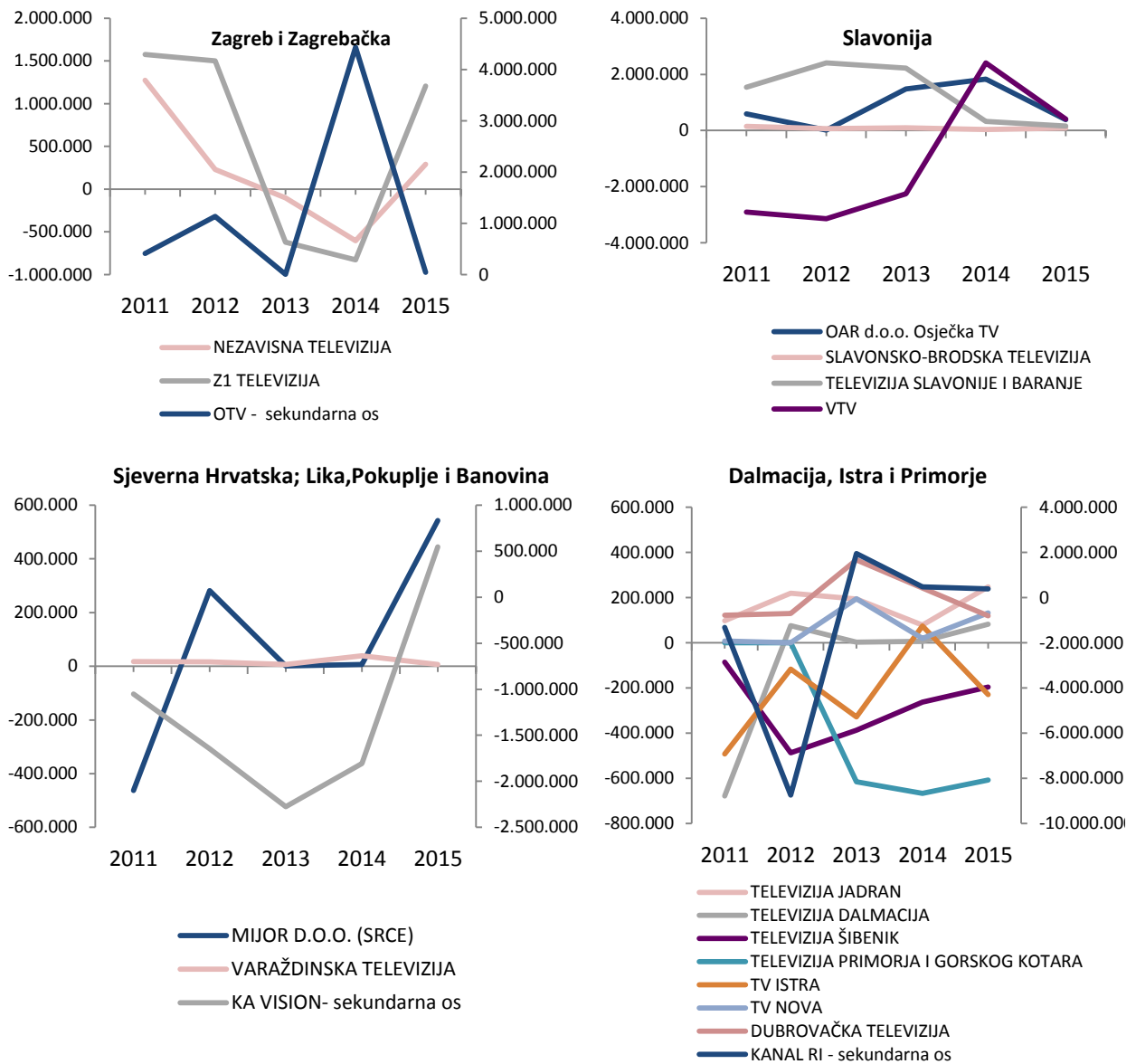
Izvor podataka: FINA, obrada autora.

Zanimljivo je da je samo osam televizijskih nakladnika na lokalnoj razini poslovalo pozitivno u cjelokupnom promatranom razdoblju, dok su ostali barem u jednoj godini unutar razdoblja 2011.-2015. ostvarili gubitak. Promatrano na regionalnoj razini, najstabilniji poslovni rezultat ostvarila je regija Slavonija u kojoj su tri nakladnika ostvarivala neto dobit u cjelokupnom razdoblju (slika 28.).

Tri nakladnika iz regije Dalmacija, Istra i Primorje (TV Nova, Dubrovačka televizija i Televizija Jadran) također su poslovali s dobiti u čitavom razdoblju od 2011. do 2015. godine.

Poslovni rezultati nakladnika OTV bili su volatilni u promatranom razdoblju, iako nije zabilježen gubitak.

Slika 28. Kretanje dobiti nakon oporezivanja po regijama u 2011.-2015., u HRK



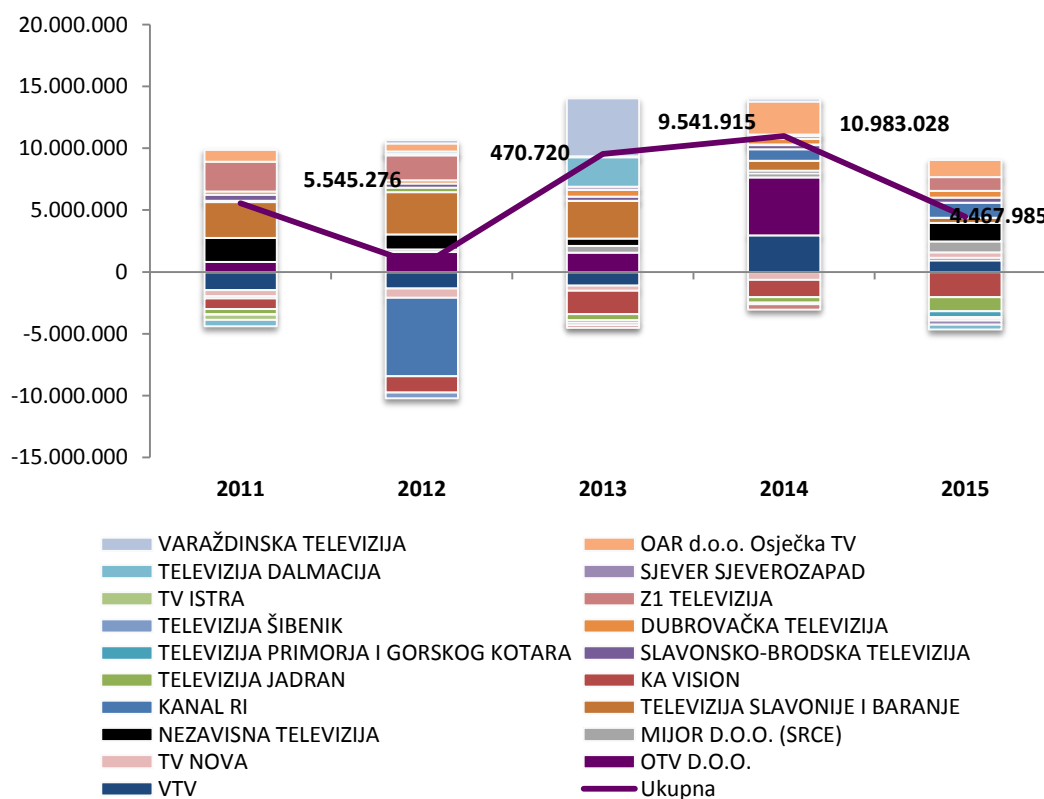
Izvor podataka: FINA, obrada autora.

2.3.3.2. EBITDA

Iako je neto dobit najčešće korištena mjera uspješnosti poslovanja nekog poduzeća, izuzetno je koristan izračun dobiti prije kamata, poreza i amortizacije, koja se računa tako da se operativnoj dobiti doda amortizacija. Ovaj pokazatelj ne uzima u obzir rezultate izvanrednog i financijskog poslovanja te poreze. S obzirom na relativno bolje kumulativne rezultate dobivene ovim pokazateljem u odnosu na neto dobiti, možemo zaključiti da su televizijski nakladnici na lokalnoj razini dosta opterećeni plaćanjem kamata tj. postojećom razinom zaduženosti.

S druge strane, na razini pojedinačnih poduzeća primjetan je i suprotan trend. Naime, TV Nova u 2014. i KA Vision, Televizija Dalmacija i Televizija Jadran u 2015. imaju znatno bolji rezultat poslovanja mjeren neto dobiti u odnosu na onaj mjeren dobiti prije kamata, poreza i amortizacije prvenstveno zbog ostvarenih izvanrednih prihoda koji su poboljšali konačan rezultat.

Slika 29. EBITDA televizijskih nakladnika u 2011.-2015., u HRK



Izvor podataka: FINA, obrada autora.

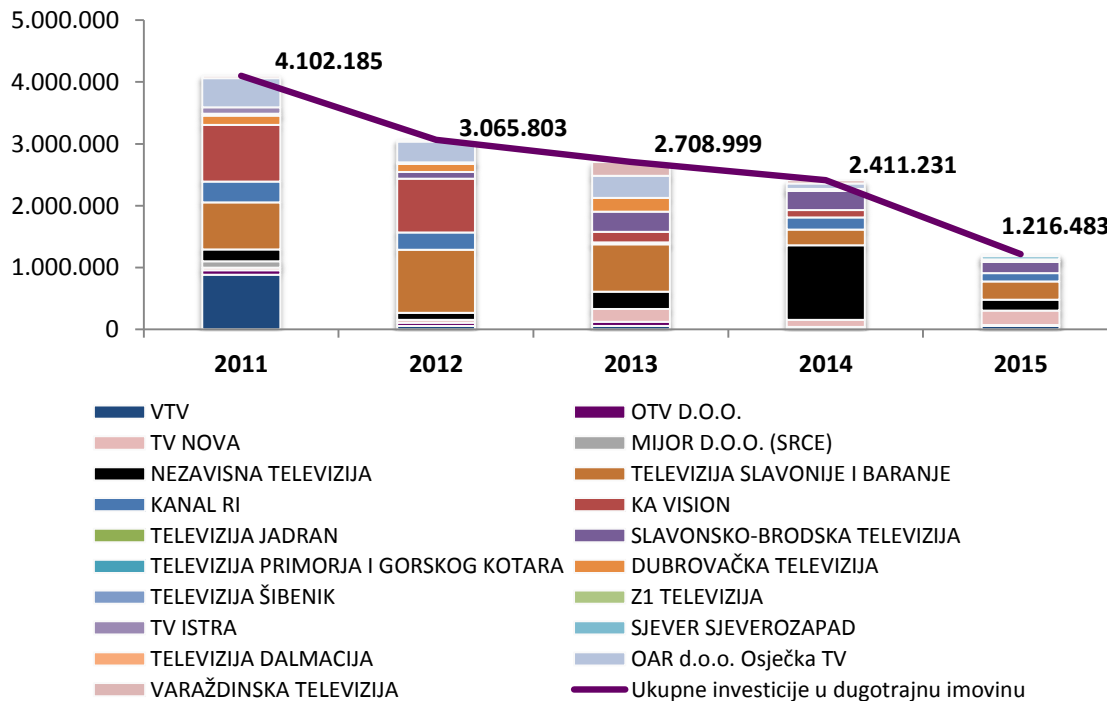
2.4. Ukupne investicije

Ukupne investicije svih televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2015. godini iznosile su 1,22 milijuna kuna, što je upola manje u odnosu na prethodnu godinu. Ukupne investicije u 2015. godini iznosile su svega 1,4 posto ukupnih prihoda ostvarenih u toj godini.

Ukupno je 12 nakladnika imalo investiciju u 2015. godini, a prosječna investicija iznosila je 121.648 kuna (tablica 6.). Investicije nisu zabilježene kod nakladnika Televizija Jadran i Z1 televizija u promatranom razdoblju.

Investicije slijede silazni trend u promatranom razdoblju. U 2015. godini investicije televizijskih nakladnika na lokalnoj razini iznosile su tek 30 posto njihovih investicija iz 2011. godine.

Slika 30. Ukupne investicije televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2011.-2015., u HRK



Izvor podataka: FINA, obrada autora.

Tablica 6. Prosječne investicije televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2011.-2015.

	2011	2012	2013	2014	2015
Broj poduzeća s investicijom	13	13	11	13	12
Udio investicija u ukupnim prihodima (u %)	4,9	3,1	2,7	2,6	1,4
Prosječni iznos investicije (u HRK)	455.798	322.716	270.900	241.123	121.648
Stopa promjene prosječne investicije, na međugodišnjoj razini (u %)		-29%	-16%	-11%	-50%

Izvor podataka: FINA, obrada autora.

Ukupne investicije u razdoblju od 2011. do 2015. godine iznosile su 13,5 milijuna kuna. Prema podacima FINA-e, Televizija Slavonije i Baranje sudjelovala je u kumulativnim investicijama svih televizijskih nakladnika na lokalnoj razini s 24 posto u razdoblju 2011.-2015., a dodatnih 30 posto investicija ravnopravno se raspodijelio na Nezavisnu televiziju i Ka Vision. Prema prikazanim podacima o investicijama, može se zaključiti da poduzeća koja djeluju u djelatnosti emitiranja televizijskog programa na lokalnoj razini nedostatan ulažu u poslovanje.

2.5. Analiza financijskih pokazatelja

U ovom poglavlju analizira se poslovanje televizijskih nakladnika u 2014. i 2015. godini na temelju izračunatih pokazatelja likvidnosti, aktivnosti, profitabilnosti i solventnosti. Slike 31.-36. prikazuju izračunate financijske pokazatelje pojedinačnih televizijskih nakladnika na lokalnoj razini.⁷ Regionalna usporedba poslovanja televizijskih nakladnika prikazana je u tablici 7.

Analiza likvidnosti (slika 31.) ukazuje da su poduzeća koja pružaju medijsku uslugu televizije na lokalnoj razini okupljena u regiju Slavonije među najlikvidnijima. Na pojedinačnoj razini, u obje promatrane godine, Varaždinska, Slavonsko-Brodsko televizija i Televizija Slavonije i Baranje pokazuju iznadprosječnu likvidnost, kako u odnosu na podsektor emitiranja televizijskog programa na lokalnoj razini, tako i u odnosu na ukupnu djelatnost Emitiranje televizijskog programa. Ovaj rezultat valja interpretirati s oprezom, s obzirom da je visoka vrijednost kratkoročne imovine u slučaju Varaždinske televizije i Televizije Slavonije i Baranje posljedica visokih potraživanja i izravna posljedica problema s naplatom potraživanja. Sličan zaključak moguće je izvesti i za nakladnike Televizija Jadran i Ka Vision u 2015. godini. Dubrovačka televizija i Slavonsko-brodsko televizija jedine bilježe iznadprosječnu likvidnost koja nije posljedica problema s naplatom potraživanja. Solidnu likvidnost u 2015. godini ima nakladnik Z1 televizija.

Analiza likvidnosti na regionalnoj razini otežana je činjenicom da najlikvidniji nakladnici u pravilu imaju problema s visokim udjelom potraživanja u kratkoročnoj imovini te se stoga pripisuju neutemeljeno visoka likvidnost regiji Sjeverna HR (zbog Varaždinske televizije).

Televizijskim nakladnicima na lokalnoj razini je u prosjeku trebalo 123 dana kako bi platili prosječno potraživanje u 2015. godini, što je 16 dana duže u odnosu na 2014. godinu. Varaždinska televizija je u 2015. godini imala najviše problema s naplatom potraživanja (slika 32.). Iznadprosječno razdoblje naplate potraživanja u odnosu na prosjek podsektora televizijskih nakladnika na lokalnoj razini zabilježeno je u slučajevima Nezavisne televizije, Televizije Slavonije i Baranje, Televizije Jadran, TV Istre, Televizije Dalmacije i KA Vision u 2015. godini. Valja naglasiti da je 12 nakladnika duže naplaćivalo potraživanja u promatranom razdoblju u odnosu na prosjek naplate potraživanja u ukupnoj djelatnosti Emitiranje televizijskog programa.

Otvorena televizija i TV Nova najbrže su naplaćivali vlastita potraživanja u odnosu na ostale televizijske nakladnike na lokalnoj razini, ali i u odnosu na prosjek sektora u 2015. Analiza na razini regije ukazuje da sve regije, osim regije Dalmacija, Istra i Primorje, u prosjeku duže naplaćuju potraživanja u odnosu na sva poduzeća koja posluju u djelatnosti Emitiranje televizijskog programa. Nakladnik KA Vision i Televizija Dalmacija su značajno unaprijedile naplatu potraživanja u 2015. u odnosu na prethodnu godinu. Najznačajnije pogoršanje u sustavu naplate potraživanja na međugodišnjoj razini zabilježeno je u slučaju nakladnika TV Istra, kod kojeg se naplata potraživanja produljila za otprilike dva mjeseca u 2015. godini.

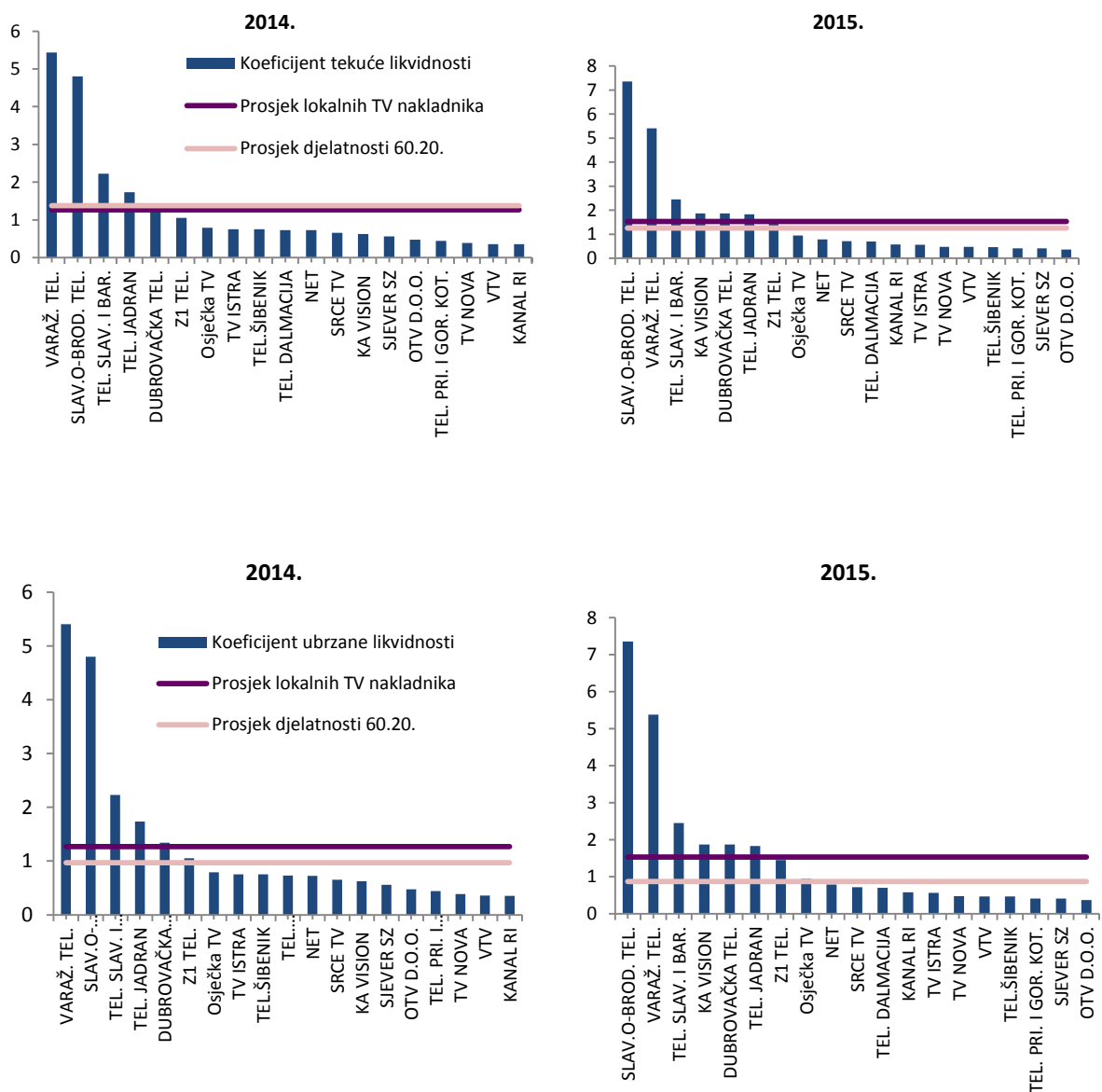
Televizijskim nakladnicima na lokalnoj razini je u prosjeku trebalo nešto više od 4 mjeseca za podmirenje obveza prema dobavljačima u 2015. godini, što je za 12 dana kraće u odnosu na 2014. godinu. Gotovo svim televizijskim nakladnicima na lokalnoj razini treba isto ili duže vremena kako bi

⁷ Detaljne tablice s financijskim pokazateljima likvidnosti, aktivnosti, profitabilnosti i solventnosti prokazane su u Prilozima 3.-6.

podmirili obveze prema dobavljačima u donosu na prosjek sektora. Iznimka su Varaždinska, Slavsko-brodsko i Dubrovačka televizija (u obje godine).

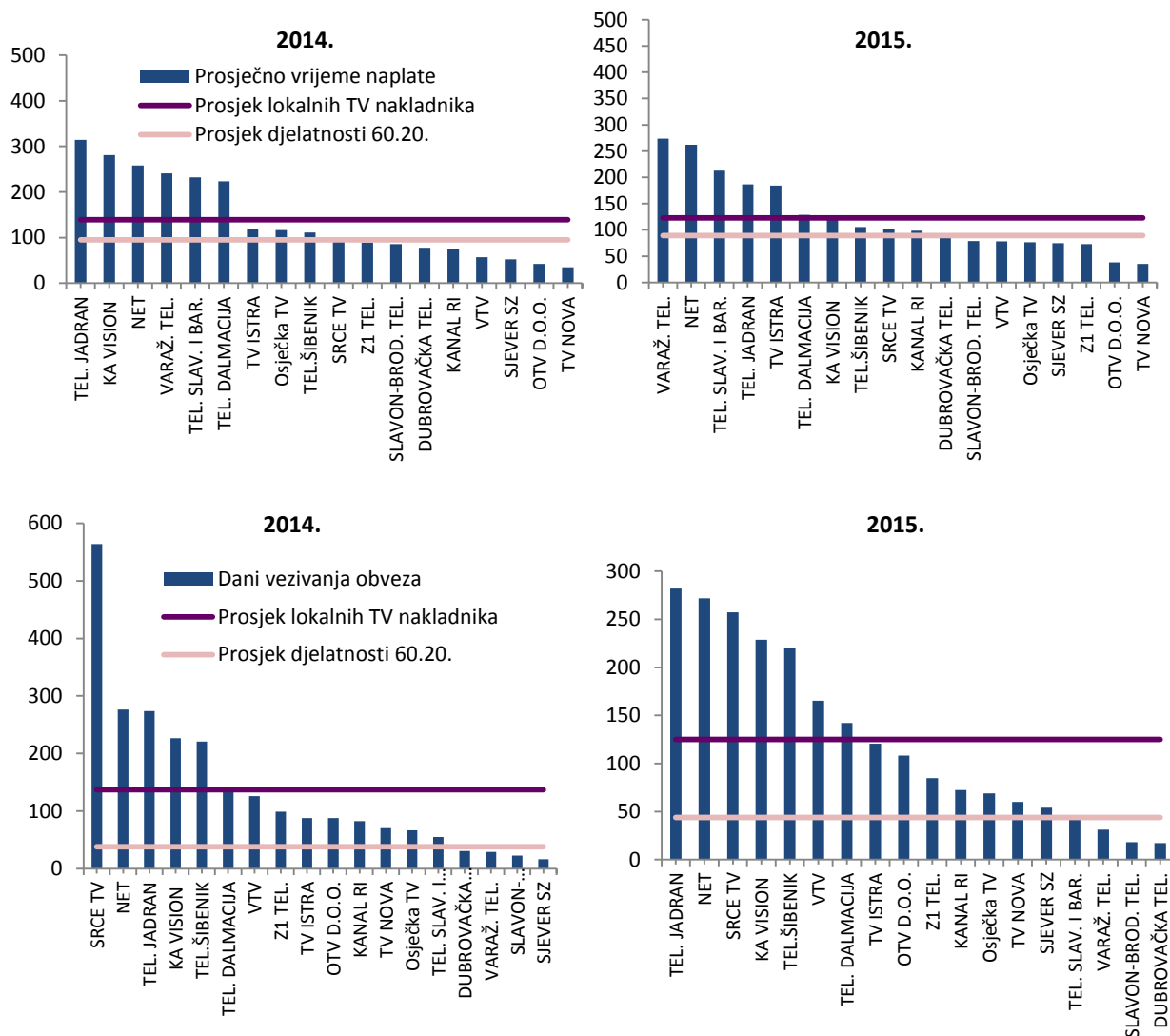
Televizija Jadran, Televizija Šibenik, Srce TV, NET, KA Vision i Televizija Dalmacija imali su duže dane vezivanja obveza u odnosu na prosjek podsektora u obje promatrane godine. Sve regije u prosjeku duže plaćaju obveze prema dobavljačima u odnosu na sva poduzeća koja posluju u djelatnosti Emitiranje televizijskog programa. Nakladnik Srce TV se značajno poboljšao prema pokazatelju vezivanja obveza u 2015. godini u odnosu na prethodnu, skrativši vrijeme plaćanja obveza prema dobavljačima za 8 mjeseci. Do najvećeg pogoršanja navedenog pokazatelja na međugodišnjoj razini došlo je kod televizije VTV (40 dodatnih dana).

Slika 31. Pokazatelji likvidnosti u 2014. i 2015.



Izvor podataka: FINA, obrada autora.

Slika 32. Pokazatelji aktivnosti u 2014. i 2015., u %



Izvor podataka: FINA, obrada autora.

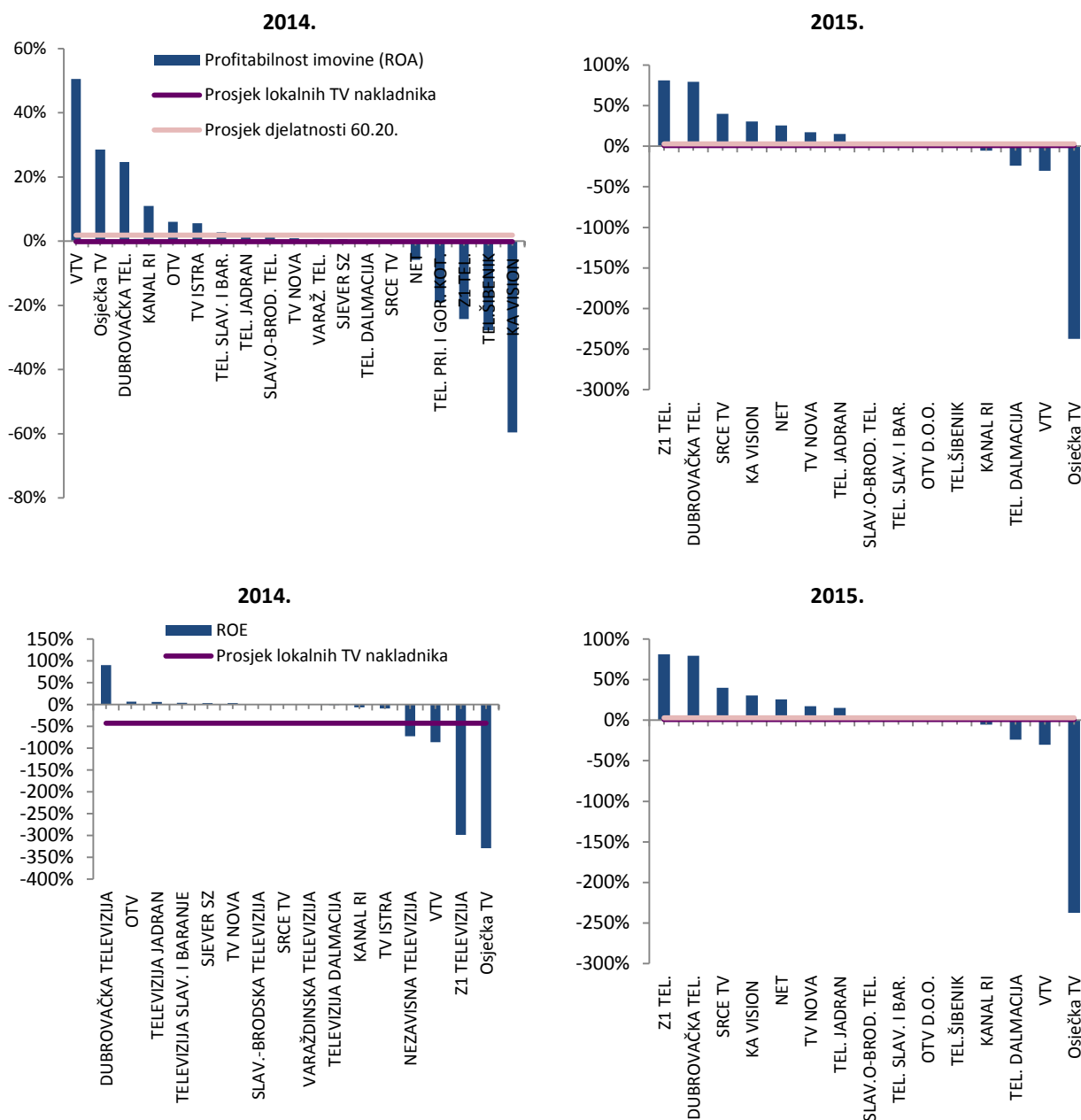
Pokazatelji profitabilnosti prikazani su na slikama 33. i 34. Televizijski nakladnici na lokalnoj razini često su gubitaši, što se osim na poslovni rezultat tekuće godine odražava i na kapital i rezerve, s obzirom na značajne iznose prenesenih gubitaka. Navedene činjenice znatno otežavaju analizu profitabilnosti.⁸

Analiza profitabilnosti ovog podsektora otežana je činjenicom da je pet nakladnika (Televizija Primorja i Gorskog Kotara, Televizija Šibenik, NET, KA Vision i Z1 televizija) u 2014., odnosno četiri (Televizija Primorja i Gorskog Kotara, Sjever Sjeverozapad, TV Istra i Televizija Šibenik) televizijska

⁸ Kod televizijskih nakladnika na lokalnoj razini otežana je interpretacija pokazatelja profitabilnosti dioničkog kapitala, posebno u slučaju kad nakladnici imaju poslovni gubitak i negativan kapital i rezerve zbog gubitaka prenesenih iz prošlih razdoblja. U takvom slučaju, pokazatelj profitabilnosti dioničkog kapitala može biti lažno visok i treba biti oprezan u interpretaciji. Primjeri takvih slučajeva su Televizija Šibenik (2014. i 2015.), Sjever Sjeverozapad (2015.), Televizija Primorja i Gorskog Kotara (2014. i 2015.), TV Istra (2015) i Ka Vision (2014.). Stoga su navedeni nakladnici izuzeti iz izračuna pokazatelja profitabilnosti dioničkog kapitala.

nakladnika na lokalnoj razini u 2015. ostvarilo gubitak. Osim toga, negativan kapital i rezerve zabilježen je kod sedam nakladnika u 2014. i šest nakladnika u 2015. godini. U skladu s tim, negativna profitabilnost vlasničke glavnice može biti posljedica tekućeg gubitka ili negativnog kapitala uslijed nagomilanih prenesenih gubitaka.

Slika 33. Pokazatelji profitabilnosti imovine i kapitala u 2014. i 2015., u %



Izvor podataka: FINA, obrada autora.

Najvišu profitabilnost imovine u 2015. godini ostvarili su televizijski nakladnici Z1 televizija, Ka Vision, Dubrovačka televizija i VTV. Dva potonja nakladnika su pokazala uspješnost u korištenju imovine za

ostvarivanje dobiti i u 2014. godini. Detaljnija analiza koeficijenta obrtaja ukupne imovine (prilog 4.) i neto profitne marže vodi do zaključka da je visoka profitabilnost imovine Dubrovačke televizije više povezana s efikasnom upravljanjem imovinom, nego s visokom neto profitnom maržom u 2015. S druge strane, profitne marže potakle su profitabilnost imovine nakladnika KA Vision, Z1 televizije i VTV u 2015. godini. Valja dodati da je u slučaju nakladnika KA Vision visoka neto profitna marža posljedica ostvarenih izvanrednih prihoda, a ne rasta prihoda od prodaje.

Negativne vrijednosti pokazatelja profitabilnosti imovine ostvarila su poduzeća s gubitkom u 2014. i 2015. godini. S obzirom na raspršenost „gubitaša“ po regijama, samo su regija Dalmacija, Istra i Primorje te Sjeverna Hrvatska imale pozitivne vrijednosti ovog pokazatelja, pri čemu su nakladnici iz regije Dalmacija, Istra i Primorje u prosjeku uspješnije koristi imovinu za ostvarivanje dobiti.

Na razini pojedinačnih poduzeća, u 2015. nakladnici Z1 televizija, Dubrovačka televizija, Srce TV, KA Vision, NET, TV Nova i Televizija Jadran ostvarile su više stope profitabilnosti vlasničkog kapitala od prosjeka ukupne djelatnosti. Ukoliko analiziramo detaljnije izvore profitabilnosti navedenih nakladnika, moguće je donijeti kvalitetnije zaključke. Visoka profitabilnost nakladnika Dubrovačka televizija i TV Nova može biti više pripisana niskim vrijednostima kapitala i rezervi ovih nakladnika, a ne visokoj ostvarenoj dobiti. U odnosu na prethodnu godinu profitabilnost nakladnika Srce TV, Ka Vision, NET i Z1 televizija se značajno poboljšala.

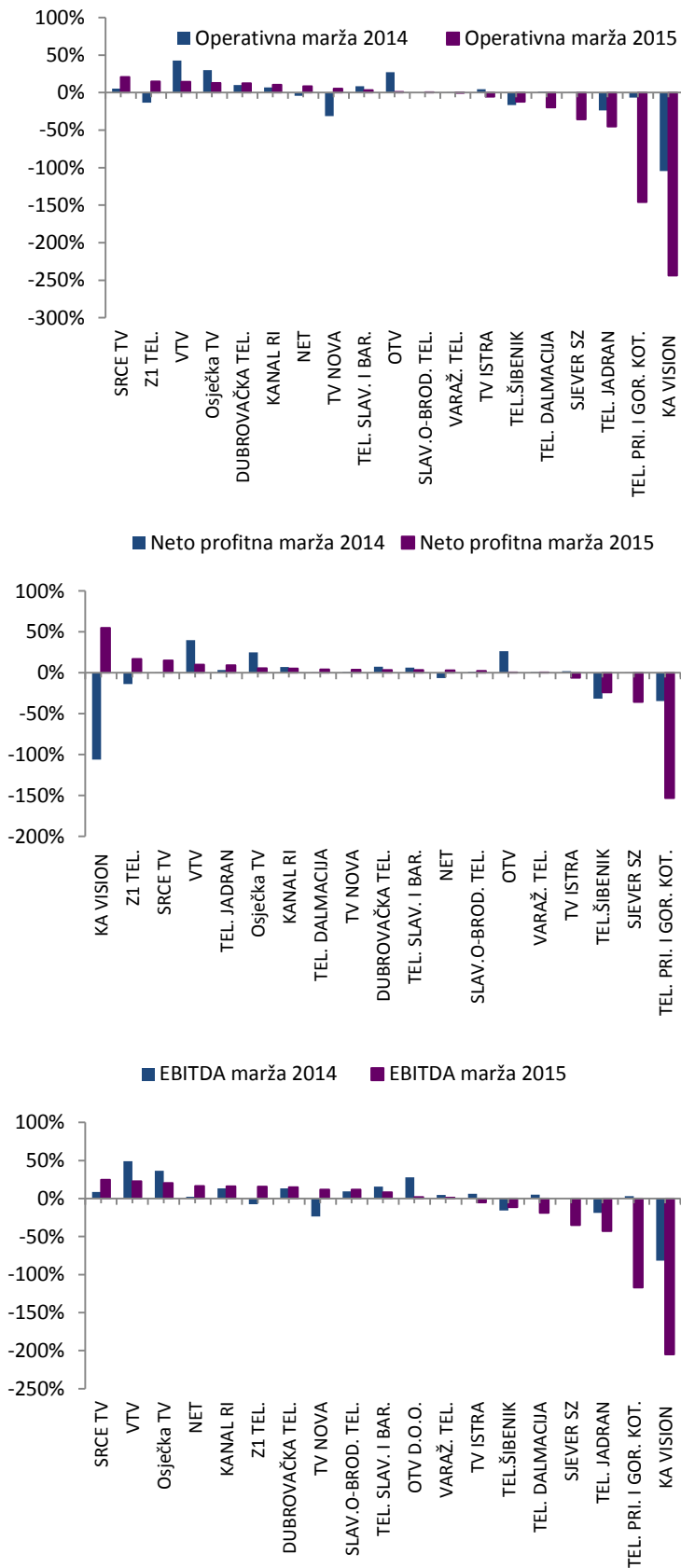
Na regionalnoj razini, u 2015. najveći prosječni prinos na dionički kapital (ROE) zabilježen je kod nakladnika obuhvaćenih Zagrebom i Zagrebačkom regijom, što je očekivano s obzirom na visoku pojedinačnu profitabilnost dioničkog kapitala koju su ostavili Z1 Televizija i NET. Profitabilnost dioničkog kapitala potonje regije poboljšala se u odnosu na prethodnu godinu. Regija Dalmacija, Istra i Primorje ostavila je iznadprosječan prinos na kapital u obje promatrane godine.

Ka Vision, Z1 i Srce TV imale su najvišu neto profitnu maržu u 2015. (slika 34.). Z1 i Srce TV istodobno su ostvarile i visoku operativnu maržu, ukazujući da kamate i porezi nisu imali veliki utjecaj na uspješnost poslovanja. Slično je i s EBITDA maržom. Zanimljiv je rezultat nakladnika Ka Vision, s niskom operativnom maržom i EBITDA maržom i visokom neto profitnom maržom. Naime, nakladnik Ka Vision je ostvario prihode u iznosu nešto manjem od 4 milijuna kuna u 2015., od čega je 75 posto bilo izvanrednih prihoda. Dakle, ostvarena neto dobit tog nakladnika dominantno proizlazi iz ostvarenih izvanrednih prihoda.

Dubrovačka televizija, Kanal RI, VTV i Osječka televizija su ostvarile pozitivne vrijednosti marži, ali s obzirom na relativno nižu neto profitnu maržu u donosu na operativnu maržu, može se zaključiti da su nakladnici opterećeni troškom financiranja i poreza. Zanimljivo je da su nakladnici NET, Osječka TV i Kanal RI ostvarili bolje rezultate mjerene pokazateljem EBITDA marža u usporedbi s ostala dva pokazatelja, što ukazuje da je profitabilnost ovih nakladnika opterećena relativno visokim iznosima amortizacije. Troškovi financiranja nakladnika i stupanj zaduženosti analizira se u nastavku kroz pokazatelje zaduženosti i solventnosti.

Na regionalnoj razini, najvišu operativnu i neto profitnu maržu ostvaruju nakladnici locirani u regijama Zagreb i Zagrebačka i Slavonija.

Slika 34. Dodatni pokazatelji profitabilnosti u 2014. i 2015., u %



Izvor podataka: FINA, obrada autora

Analiza zaduženosti (slika 35.) ukazuje da su poduzeća koja pružaju medijsku uslugu televizije na lokalnoj razini okupljena u regiju Dalmacija, Istra i Primorje među najzaduženijima. Nakladnici iz navedene regije i na pojedinačnoj razini bilježe najvišu ukupnu zaduženost u 2015. - Televizija Šibenik, Kanal RI, Televizija Primorja i Gorskog Kotara i TV Istra. Riječ je o poduzećima koja ujedno imaju nizak pokazatelj pokrića kamata iz operativnih zarada u istoj godini, što dodatno ukazuje na smanjenu financijsku fleksibilnost nakladnika i potencijalne izvore financijskog rizika u budućem poslovanju. Većina nakladnika imala je nisku pokrivenost kamata iz operativnih zarada u 2015. godini.

Odnos duga⁹ i glavnice pokazuje koliko je imovine financirano iz vlastitog kapitala. S obzirom da je preporučana vrijednost ovog pokazatelja 1:1, razvidno je da nakladnici Osječka televizija, NET, Dubrovačka Televizija i Srce TV imaju izrazito nepovoljan odnos duga i glavnice, što ukazuje na moguće poteškoće pri vraćanju posuđenih sredstava i plaćanju kamata. Pogoršanje pokazatelja na međugodišnjoj razini primjetno je kod Osječke televizije. Od navedenih nakladnika, Dubrovačka televizija ima visoku pokrivenost kamata operativnim zaradama, što sugerira da nakladnik ne bi trebao imati poteškoća s vraćanjem zajma. Nakladnici iz Dalmacije, Istre i Primorja te regije Zagreb i Zagrebačka imaju u prosjeku najveću pokrivenost kamata iz operativne dobiti u 2015. godini¹⁰, dok nakladnici iz Sjeverne Hrvatske u prosjeku mogu imati najviše poteškoća s vraćanjem zajmova.

Dubrovačka televizija i Slavenska televizija u obje godine te OTV u 2014. godini bilježe vrijednost omjera ukupnih obveza i EBITDA-e ispod 2, što ukazuje na sposobnost nakladnika da servisiraju vlastite obveze, bilo po zajmovima ili prema dobavljačima. Izrazite probleme sa plaćanjem kamata i drugih rashoda koji proizlaze iz odnosa s nepovezanim osobama imaju manji nakladnici poput Televizije Primorja i Gorskog Kotara, Televizije Šibenik i TV Istra. Iako su vrijednosni ovog pokazatelja još uvijek visoke u 2015. u slučajevima Srce TV, NET i Kanal RI, zabilježeno je poboljšanje u odnosu na prethodnu godinu, što ukazuje na povoljne događaje u obliku isplate dugova ili porasta prihoda. Suprotan trend primjetan je kod nakladnika OTV u 2015. godini uslijed međugodišnjeg pada ukupnih prihoda od 36 posto.

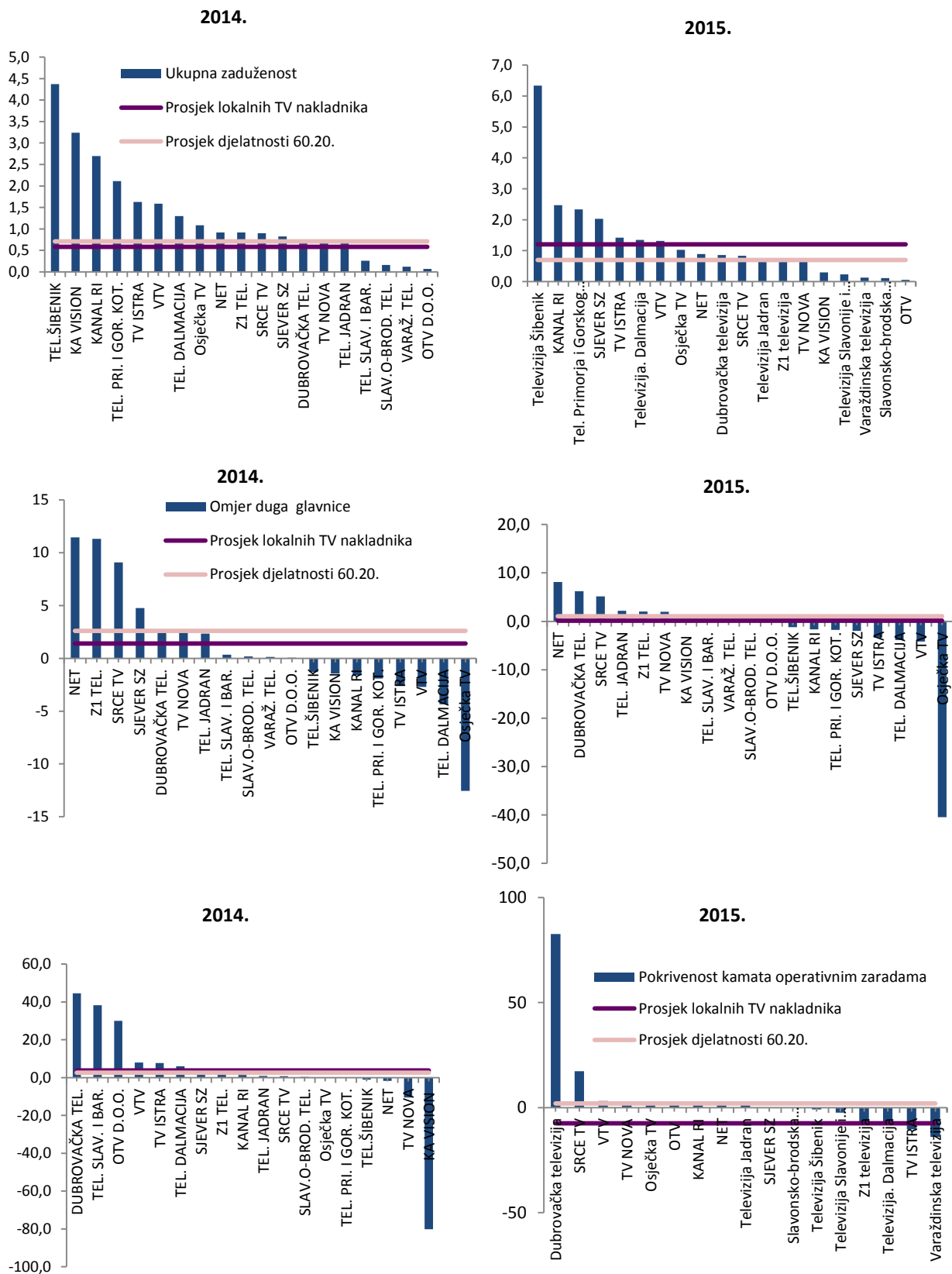
Pokazatelj financijske stabilnosti (slika 36.) pokazuje omjer dugoročnih izvora financiranja i dugotrajne imovine. Potreban je vrijednost minimalno oko 1 da bi mogli zaključiti da je dugotrajna imovina pokrivena dugotrajnim izvorima financiranja. Najvišu vrijednost ovog pokazatelja u 2015. godini imali su nakladnici Z1 televizija, Televizija Jadran, Slavonsko-brodska televizija i Televizija Jadran.

Pokazatelj financijske snage pokazuje zarađuje li poduzeće dovoljno u odnosu na obveze koje ima. Najveći stupanj financijske snage zabilježen je kod Slavonsko-brodske televizije, KA Vision i Z1 televizije u 2015. Valja podsjetiti da su prihodi od djelatnosti pali za aproksimativno trećinu u 2015. na međugodišnjoj razini kod nakladnika Slavonsko-brodska televizija i Z1, dok su ukupni prihodi nakladnika Ka Vision više nego udvostručili u istom razdoblju na temelju izvanrednih prihoda. S obzirom da negativne vrijednosti mogu dovesti u pitanje opstanak poduzeća u dugom roku, valja istaknuti da su nakladnici s negativnom vrijednosti pokazatelja Televizija Šibenik, Televizija Prigorja i Gorskog Kotara te da su potonji nakladnici ostvarili negativnu vrijednost pokazatelja u obje promatrane godine.

⁹ Dug je jednak ukupnim obvezama.

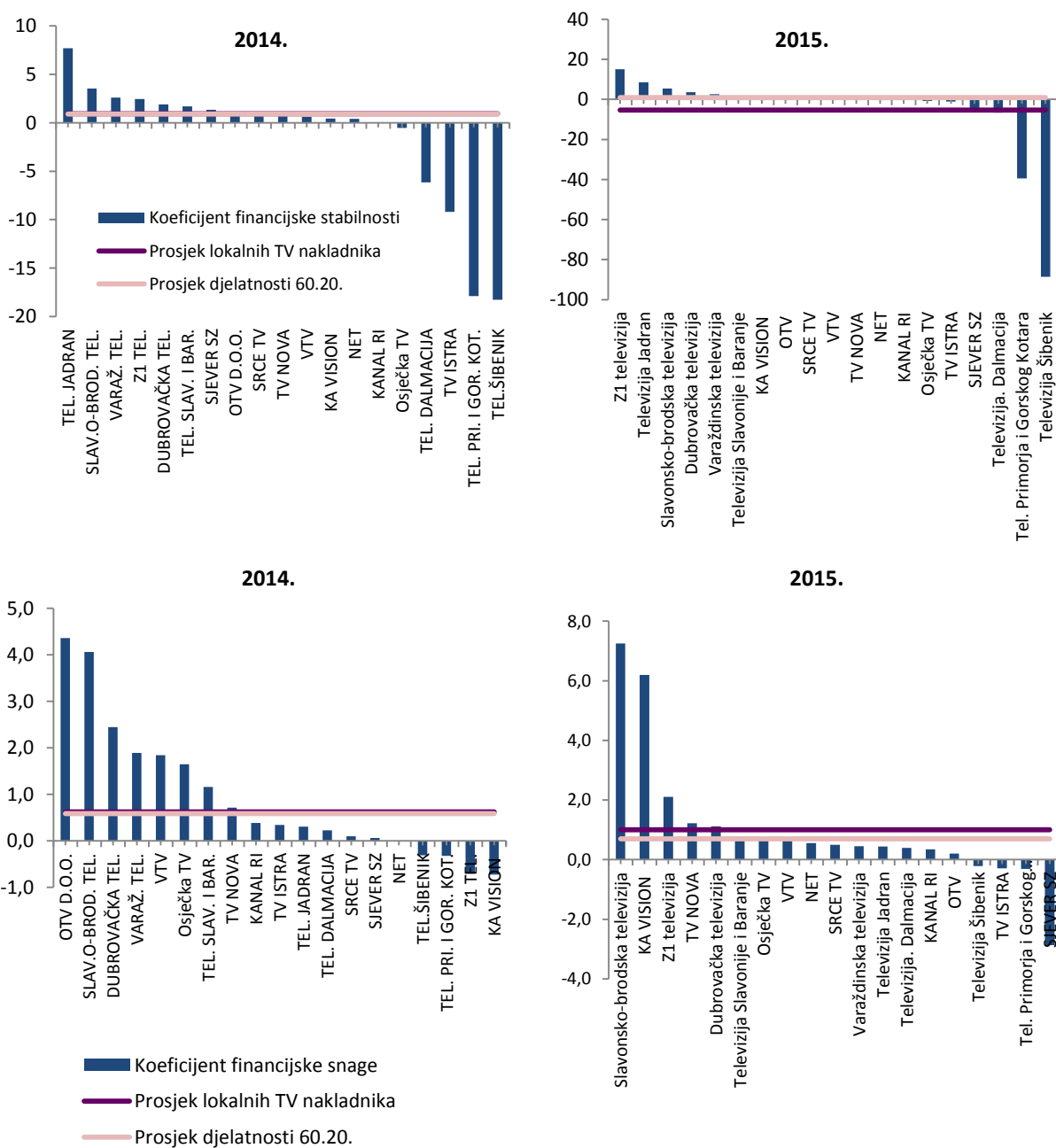
¹⁰ Najveću vrijednost pokazatelja ima regija Dalmacija, Istra i Primorje, ali je rezultat pristran zbog iznadprosječno visokog iznosa pokazatelja za Dubrovačku televiziju.

Slika 35. Pokazatelji zaduženosti u 2014. i 2015., u %



Izvor podataka: FINA, obrada autora.

Slika 36. Pokazatelji financijske snage i stabilnosti u 2014. i 2015., u %



Izvor podataka: FINA, obrada autora.

S obzirom na bolju upoznatost s karakteristikama i razinom zaduženosti televizijskih nakladnika na lokalnoj razini, moguće je kvalitetnije analizirati njihovu profitabilnost.¹¹ Naime, većina nakladnika s iznamsprosječnom profitabilnosti oslanja se na korištenje financijske poluge. Nakladnici Z1 televizija, Dubrovačka televizija, Srce TV, NET, TV Nova i Televizija Jadran profitabilnost dominantno duguju oslanjanju na korištenje duga. Naime, Z1 televizija, TV Nova i Televizija Jadran su financirale oko trećinu svoje imovine u 2015. godini iz kapitala, dok su ostatak financirale iz duga. Ostala tri

¹¹ Jedna od mogućnosti je koristiti Du Pont sustav analize profitabilnosti koji definira ROE kao umnožak profitne marže, pokazatelja iskorištavanja imovine i multiplikatora vlasničke glavnice.

„profitabilna“ poduzeća oslanjaju se još više na dug. Naime, Srce TV, Nezavisna televizija i Dubrovačka televizija financirale su samo 16 (Srce TV), odnosno 11 posto (NET i Dubrovačka televizija) imovine iz kapitala u 2015. Uz postojeće razine duga, valja imati na umu da dodatna zaduživanja mogu predstavljati financijski rizik za navedena poduzeća.¹²

S druge strane, neki nakladnici ostvaruju pozitivnu profitabilnost – Slavonsko-Brodsko televizija i Televizija Slavonije i Baranje u 2015., koja se pripisuje efikasnom korištenju imovine. Istodobno, ta dva nakladnika imaju dosta prostora za zaduživanje, s obzirom da koriste dominantno vlastiti kapital za financiranje vlastite imovine. Varaždinska televizija nije profitabilna uslijed izostanka profitne marže, ali, slično kao i kod spomenutih nakladnika iz regije Slavonija, postoji prostor za unaprjeđenje profitabilnosti, kako poboljšanjem prodaje, tako i boljim korištenjem imovine i duga. Poseban slučaj je analiza profitabilnosti nakladnika OTV, kod kojeg je kapital vrlo visok uslijed računovodstvenog tretmana visokovrijednog zemljišta. Posljedično, ovaj nakladnik ima izuzetno povoljan multiplikator glavnice, ali poslovanje u 2015., bilo da se analizira kroz profitnu maržu, bilo kroz efikasnost korištenja imovine, ne upućuje na mogućnost oblikovanja pozitivnih očekivanja.

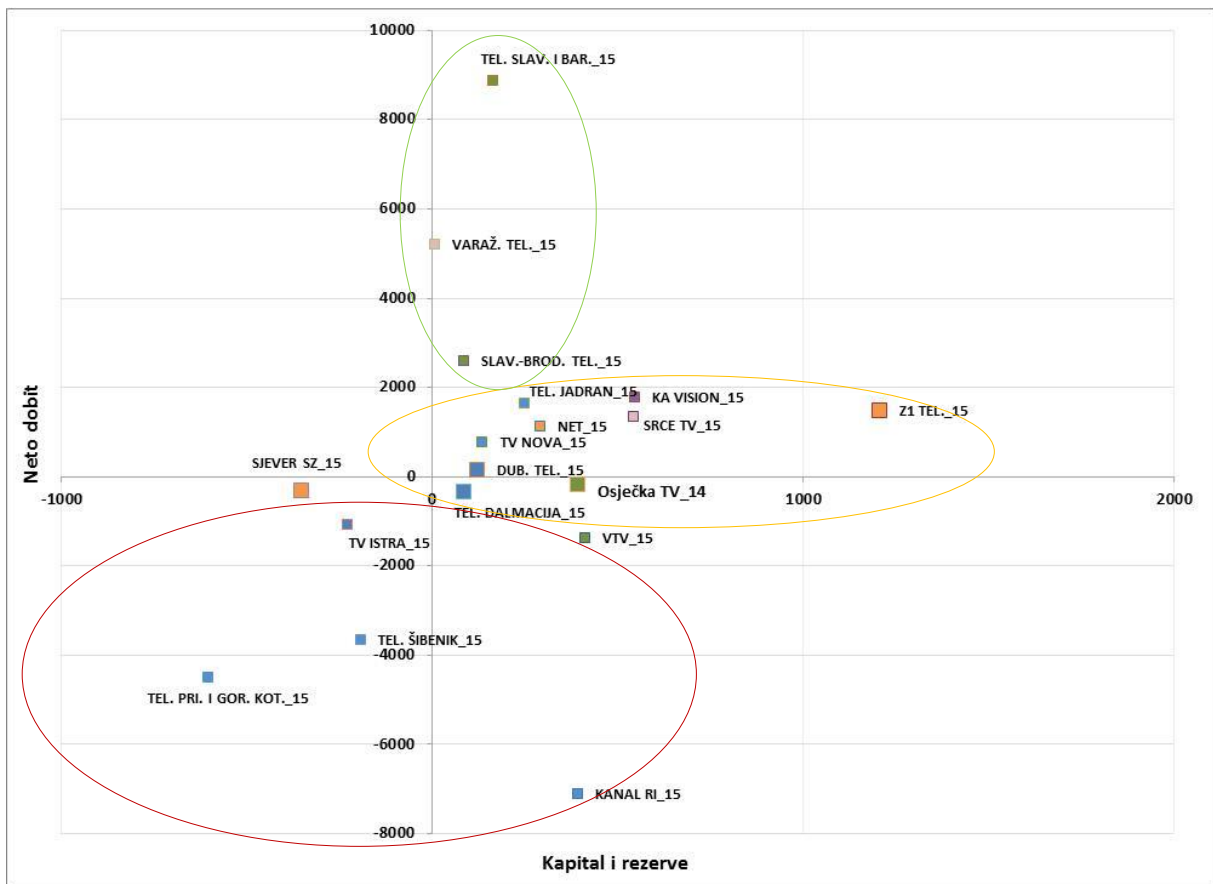
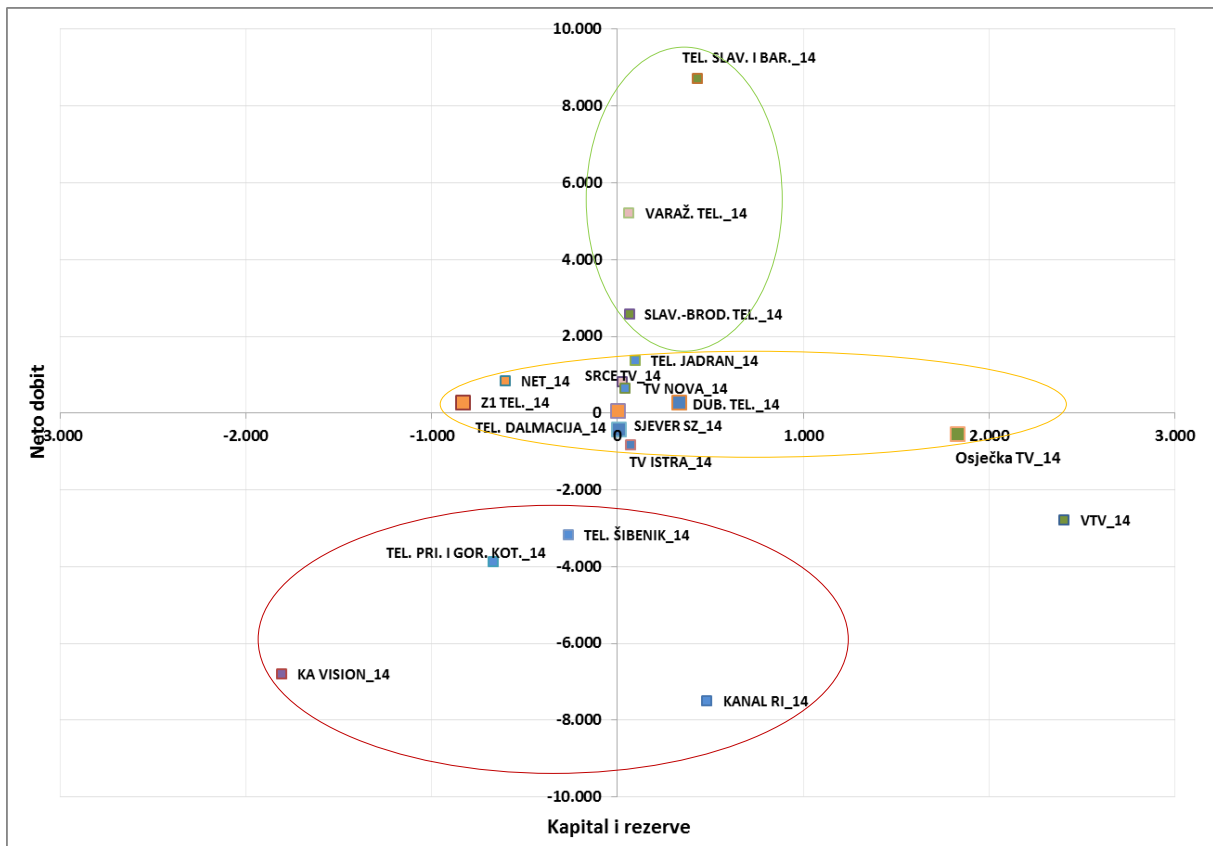
Tablica 7. Dekompozicija profitabilnosti vlasničkog kapitala u 2015.

Televizijski nakladnik na lokalnoj razini	ROE	Profitna marža	Iskorištavanje imovine	Multiplikator glavnice
Z1 TELEVIZIJA	81%	17%	157%	305%
DUBROVAČKA TELEVIZIJA	79%	3%	332%	721%
MIJOR D.O.O. (SRCE TV)	40%	15%	43%	615%
KA VISION	30%	55%	39%	142%
NEZAVISNA TELEVIZIJA	26%	3%	90%	915%
TV NOVA	17%	4%	159%	300%
TELEVIZIJA JADRAN	15%	9%	52%	316%
SLAVONSKO-BRODSKA TELEVIZIJA	3%	2%	116%	113%
TELEVIZIJA SLAVONIJE I BARANJE	2%	3%	44%	130%
VARAŽDINSKA TELEVIZIJA	0%	0%	77%	114%
OTV D.O.O.	0%	0%	15%	106%
KANAL RI	-5%	5%	155%	-68%
TELEVIZIJA DALMACIJA	-24%	4%	204%	-288%
VTV	-30%	10%	97%	-316%
Osječka TV	-238%	6%	105%	-3943%

Izvor podataka: FINA, obrada autora

¹² Iznimka je KA Vision, koji se manje oslanja na dug u 2015., ali to je povezano s nejasnim smanjenjem dugoročnih obveza u 2015. za 7,5 milijuna kuna, te ovaj podatak treba interpretirati s oprezom.

Slika 37. Odnos neto dobiti i kapitala i rezervi u 2014. i 2015., u tisućama kuna



Negativnu vrijednosti pokazatelja profitabilnosti glavnice također valja protumačiti s oprezom. Negativna profitabilnost glavnice u 2015. kod nakladnika Kanal RI, Televizija Dalmacija i VTV uzrokovana je negativnim kapitalom uslijed prenesenih gubitaka iz prethodnih razdoblja, a ne izostankom dobiti u 2015. godini (tablica 7.)¹³. Iako preneseni gubitci svakako povećavaju rizičnost poduzeća i mogućnost negativnog ishoda, relativna opterećenost gubitcima ovih nakladnika nije podjednaka. Naime, u najgoroj poziciji je Kanal RI koji ima visoku razinu prenesenih gubitaka, dok je u najpovoljnijoj Osječka TV, čiji je negativni kapital u 2015. iznosio 165 tisuća kuna.

U 2015. pogoršalo se poslovanje nakladnika TV Istra, koji su našao u grupi nakladnika s tekućim gubitkom i negativnim kapitalom i rezervama. U toj grupi su u obje godine prisutni nakladnici Televizija Šibenik i Televizija Primorja i Gorskog Kotara. Riječ je o grupi najrizičnijih nakladnika na lokalnoj razini, s velikom mogućnosti default-a. Poduzeće Ka Vision našlo se u ovoj grupi u 2014., dok je poslovanja znatno poboljšano u 2015., ali dominantno uslijed smanjenja dugoročnih obveza za 7,5 milijuna kuna.

Zaključno, podsektor Emitiranja televizijskog programa lokalnoj razini ne pokazuje „zdrave“ izvore profitabilnosti, čak ni kod poduzeća koja imaju pozitivne pokazatelje profitabilnosti. Na temelju provedene analize moguće je identificirati tri okvirne grupe nakladnika. Prvu grupa je označena zelenom bojom na slici 37. Riječ je o nakladnicima kod kojih je moguće očekivati poboljšanje profitabilnosti, kako poboljšanjem poslovnih prihoda, tako i boljim korištenjem imovine i duga. Žuto označena grupa nakladnika uključuje one nakladnike čija profitabilnost izvire iz pretjeranog korištenja duga, što može biti rizično za buduće poslovanje te one koji ne posluju profitabilno zbog određene prihvatljive količine prenesenih gubitaka. Poslovanje ovih nakladnika se ocjenjuje rizičnim. Ipak, postoji mogućnost da su poduzeća iz te grupe iskoristila velike količine duga ili nagomilala negativni kapital zbog projekata koji će u budućnosti generirati pozitivne novčane tokove. Kako bi mogli precizno odgovoriti na takva pitanja, potrebno je provesti dubinsku analizu pojedinih nakladnika, što izlazi iz okvira ciljeva ove Studije. Konačno, treća grupa označena je crvenom bojom. Riječ je o najrizičnijoj grupi s velikom mogućnosti defaulta. Pri tom se najveća neizvjesnost povezuje s nakladnicima koji u obje godine bilježe pripadnost ovoj skupini.

Valja primijetiti da većina poduzeća koja se vezuju uz treću grupu pripadaju regiji Dalmacija, Istra i Primorje, dok su u „zelenog“ grupi 50 posto poduzeća iz regije Slavonija te 50 posto poduzeća iz regije Središnja Hrvatska.

¹³ Nakladnici su na slici označeni na način da je ružičastom bojom označena pripadnost regiji HR01, narančastom HR02, plavom HR03, zelenom HR04 i ljubičastom HR05.

Tablica 8. Financijski pokazatelji u 2014.i 2015., po regijama

	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Pokazatelji likvidnosti	Koef. tekuće likvidnosti		Koef. ubrzane likvidnosti		Novčani omjer					
Prosjeak regije HR01	3,04	3,06	3,03	3,05	0,52	0,30				
Prosjeak regije HR02	0,70	0,76	0,70	0,76	0,15	0,15				
Prosjeak regije HR03	0,72	0,77	0,72	0,77	0,02	0,02				
Prosjeak regije HR04	2,04	2,81	2,04	2,81	0,23	0,41				
Prosjeak regije HR05	0,62	1,87	0,62	1,87	0,08	0,09				
Prosjeak lokalnih TV	1,27	1,53	1,27	1,53	0,15	0,16				
Prosjeak djelatnosti 60.20.	1,38	1,26	0,97	0,87	0,09	0,09				
Pokazatelji aktivnosti	Koef. obrtaja ukupne imovine		Koef. obrtaja fiksne imovine		Prosječno vrijeme naplate		Dani vezivanja obveza			
Prosjeak regije HR01	0,63	0,60	1,97	1,93	167	187	297	144		
Prosjeak regije HR02	1,10	1,49	31,59	25,16	110	112	120	130		
Prosjeak regije HR03	1,36	1,22	25,73	21,81	91	87	96	97		
Prosjeak regije HR04	1,00	0,90	3,93	15,06	123	112	67	74		
Prosjeak regije HR05	0,56	0,39	1,41	1,10	281	123	226	229		
Prosjeak lokalnih TV	1,19	1,21	20,26	19,95	139	123	137	125		
Prosjeak djelatnosti 60.20.	0,96	0,95	2,10	2,13	95	89	38	44		
Pokazatelji profitabilnosti	ROA		ROE		Operativna marža		Neto profitna marža			
Prosjeak regije HR01	0,4%	3,3%	0,8%	20,1%	2,5%	10,2%	0,5%	7,7%		
Prosjeak regije HR02	-5,8%	-22,4%	-90,2%	35,7%	2,5%	-2,9%	1,6%	-3,8%		
Prosjeak regije HR03	-0,4%	-3,3%	14%	21,3%	-7,2%	-22,6%	-5,7%	-20,2%		
Prosjeak regije HR04	20,8%	5,0%	-102,6%	-65,7%	20,2%	7,6%	18,1%	5,3%		
Prosjeak regije HR05	-59,6%	21,5%	0,0%	30,5%	-104,6%	-243,7%	-105,9%	55,0%		
Prosjeak lokalnih TV	-0,1%	-3,1%	-42,9%	1,2%	-3,4%	-21,3%	-3,8%	-4,3%		
Prosjeak djelatnosti 60.20.	1,9%	0,8%	7,0%	2,8%	3,2%	2,0%	2,0%	0,9%		
Pokazatelji zaduženosti	Ukupna zaduženost		Omjer uk. obveza i glavnice		Pok. kamata oper. zaradama		Koef. financijske stabilnosti		Koef. financijske snage	
Prosjeak regije HR01	0,51	0,48	4,61	2,65	0,37	1,69	1,70	1,75	0,99	0,47
Prosjeak regije HR02	0,68	0,91	6,91	2,07	8,99	-0,66	1,30	2,59	0,93	0,00
Prosjeak regije HR03	1,62	1,85	0,01	0,30	4,57	7,18	-4,38	-14,53	0,45	0,29
Prosjeak regije HR04	0,77	0,67	-3,68	-11,04	13,12	0,78	1,32	1,78	2,18	2,34
Prosjeak regije HR05	3,24	0,30	-1,45	0,42	-80,25	-187,86	0,42	1,60	-0,72	6,20
Prosjeak lokalnih TV	1,28	1,25	0,87	-1,67	2,64	-7,45	-1,41	-5,28	0,92	1,01
Prosjeak djelatnosti 60.20.	0,71	0,67	2,60	2,28	2,57	1,95	0,91	0,87	0,59	0,69

3. Detaljna analiza televizijskih nakladnika na lokalnoj razini

3.1. Metodologija

U razdoblju od siječanja do ožujaka 2017. godine provedeno je anketno istraživanje pružatelja medijske usluge televizije na lokalnoj razini koji djeluju u Republici Hrvatskoj. Za potrebe anketnog istraživanja, a u suradnji s naručiteljem istraživanja, razvijen je polu-strukturirani anketni upitnik. Upitnik je elektroničkom poštom dostavljen svim televizijskim nakladnicima na lokalnoj razini (njih 19).

Cilj anketnog istraživanja je dobiti detaljniji uvid u strukturu prihoda i troškova od pružanja televizijske djelatnosti na lokalnoj razini, te prikupiti podatke o prodaji programa te investicijama. Anketni upitnik strukturiran je u skladu s ciljevima istraživanja te se sastojao od pet tematskih cjelina i ukupno 11 pitanja.

Popunjene upitnike je dostavilo 8 lokalnih TV postaja, što čini stopu odgovora od 42,2%. Po broju zaposlenih, televizijski nakladnici na lokalnoj razini se mogu svrstati u mala poduzeća, s prosječnim brojem od 34 zaposlenih.

Osim stope odgovora, dodatno ograničenje provedenog anketnog istraživanja je nespremnost nakladnika koji su dostavili popunjeni Upitnik da odgovore na pitanje 7., koje povezuje financijske podatke s konkretnim programskim sadržajem.

Upitnik je sastavni dio ove studije (Prilog 3.).

3.2. Rezultati anketnog istraživanja

S obzirom na vrstu prihoda, prodaja oglasa u prosjeku predstavlja najznačajniji izvor prihoda za analizirane lokalne TV postaje. U 2015. godini, u prosjeku 44,2% prihoda ostvareno je od prodaje oglasa. Valja naglasiti da su prosječni prihodi od prodaje oglasa bili veći za gotovo 5 posto u 2015. u odnosu na prethodnu godinu. Fond za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija doprinio je prosječnim prihodima u 2015. s 14 posto.

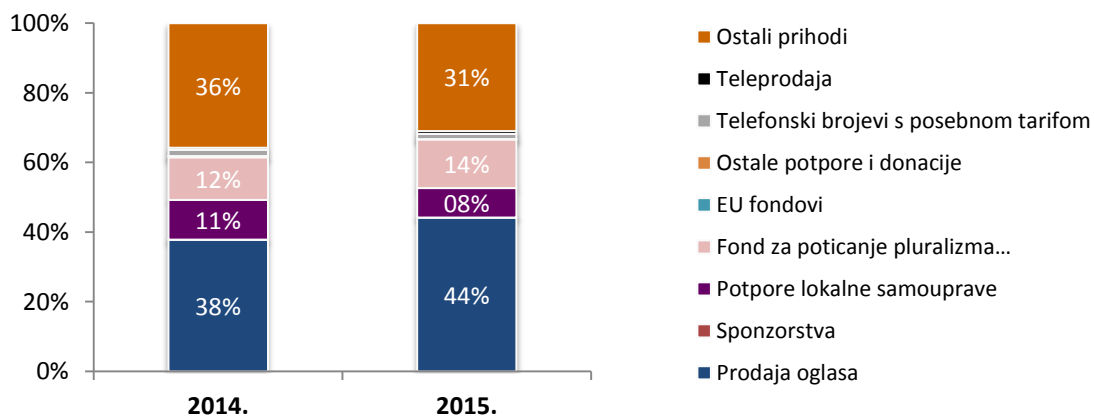
Značajni izvori prihoda predstavljaju i potpore lokalne samouprave, te različiti, nekategorizirani izvori prihoda. Rezultati istraživanja ukazuju da su anketirani televizijski nakladnici na lokalnoj razini raspolagali sa za trećinu manjim prihodima od potpora lokalne samouprave u 2015. u odnosu na 2014. godinu. Zanimljivo je zapaziti da sponzorstva imaju vrlo malu važnost kao izvor prihoda za analizirane lokalne TV postaje. Jasan uvid u strukturu prihoda televizijskih nakladnika na lokalnoj razini otežan je činjenicom da su anketirani nakladnici uvrstili trećinu prihoda u kategoriju ostalih prihoda, ne određivši jasno o kojim prihodima je riječ.

Tablica 9. Prosječne vrijednosti prihoda prema vrstama, n=8

Vrste prihoda	2014.	2015.	Promjena 2015./2014.
Prodaja oglasa	2.231.507	2.335.552	4,7%
Sponzorstva	1.250	2.125	70%
Potpore lokalne samouprave (općina, grad, županija)	672.270	444.728	-33,9%
Fond za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elek. medija	721.774	741.618	2,8%
EU fondovi	18.881	2.522	-86,6%
Ostale potpore i donacije	1.385	1.975	42,6%
Prihodi od upotrebe telefonskih brojeva s posebnom tarifom	100.722	75.335	-25,2%
Prihodi od teleprodaje	39.864	42.379	6,3%
Ostali prihodi	2.107.314	1.639.841	-22,2%

Izvor: Anketno istraživanje EIZ.

Slika 38. Struktura prihoda prema vrstama, %, n=8



Izvor: Anketno istraživanje EIZ.

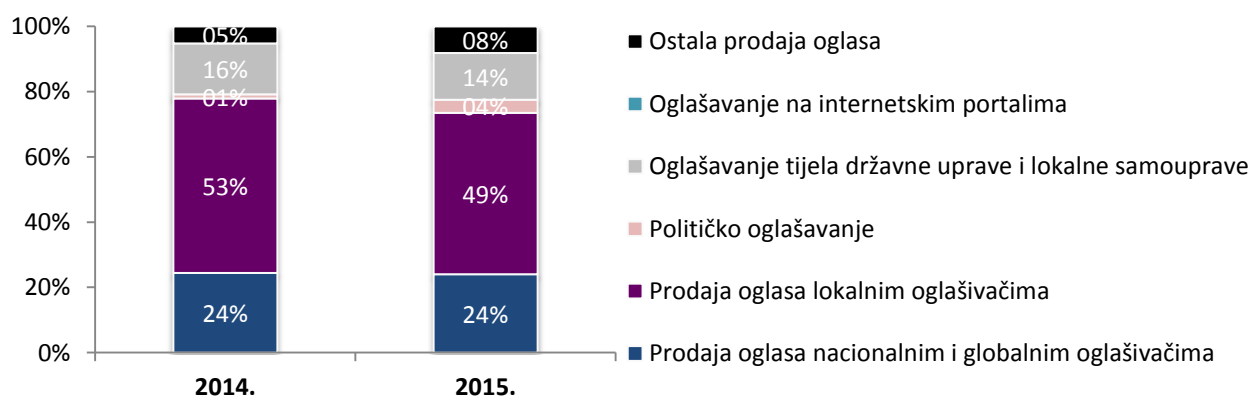
Oko polovine prihoda od oglašavanja analiziranih televizijskih nakladnika na lokalnoj razini se odnosi na oglašavanje lokalnih oglašivača. Po udjelu u prihodima od oglašavanja potom slijede nacionalni i globalni oglašivači (četvrtina prihoda od oglašavanja), te tijela državne uprave i lokalne samouprave.

Tablica 10. Prosječne vrijednosti prihoda od oglašavanja prema vrstama, n=7

Vrste prihoda od oglašavanja	2014.	2015.	Promjena 2015./2014.
Prodaja oglasa nacionalnim i globalnim oglašivačima	514.992	534.008	3,7%
Prodaja oglasa lokalnim oglašivačima	1.124.753	1.096.091	-2,6%
Političko oglašavanje	25.500	88.284	-
Oglašavanje tijela državne uprave i lokalne samouprave	328.936	317.827	3,4%
Prihodi od oglašavanja na internetskim portalima	0	0	-
Ostala prodaja oglasa	109.416	180.453	64,9%

Izvor: Anketno istraživanje EIZ.

Slika 39. Struktura prihoda od oglašavanja prema vrstama oglašavanja, %, n=7



Izvor: Anketno istraživanje EIZ.

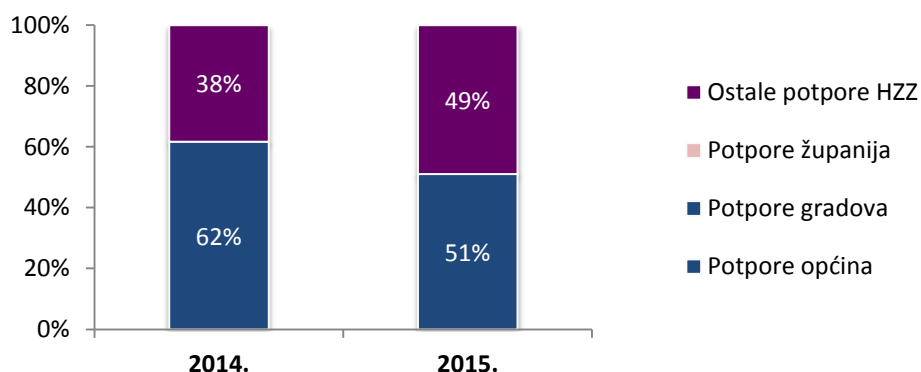
Od ukupno primljenih potpora kod analiziranih televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u prosjeku je najveći udio potpora gradova, te potom slijede potpore iz ostalih izvora. U analiziranom uzorku televizijskih nakladnika na lokalnoj razini nisu zabilježene potpore ostalih razina lokalne vlasti (općine i županije).

Tablica 11. Prosječne vrijednosti potpora prema vrsti potpore, n=8

Vrste potpora	2014.	2015.	Promjena 2015./2014.
Potpore općina	0	0	-
Potpore gradova	672.270	444.728	-33,8%
Potpore županija	0	0	-
Ostale potpore HZZ	417.119	426.317	2,2%

Izvor: Anketno istraživanje EIZ.

Slika 40. Struktura potpora prema vrsti potpore, %, n=8



Izvor: Anketno istraživanje EIZ.

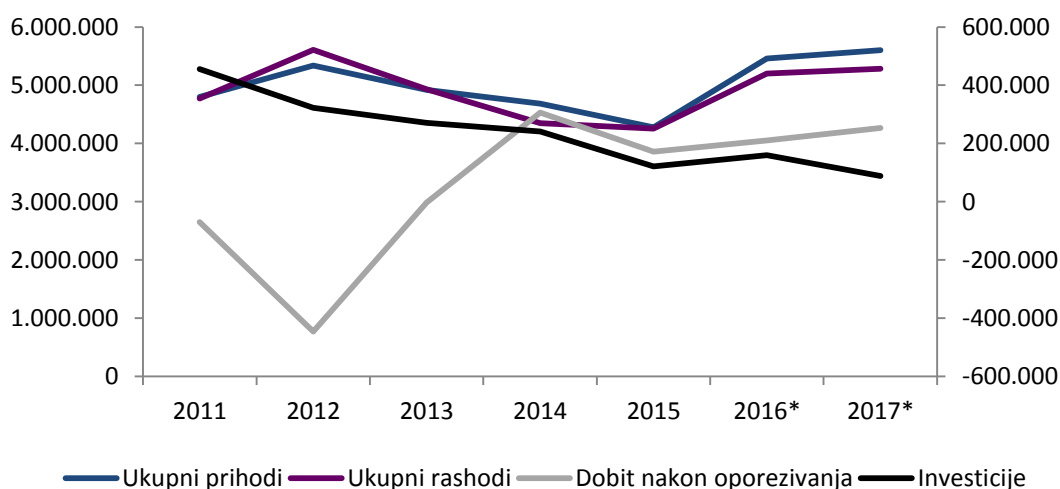
Prosječne vrijednosti očekivanih prihoda i rashoda u uzorku analiziranih lokalnih TV postaja se kreću iznad pet milijuna kuna, s tendencijom blagog rasta u 2017. godini u odnosu na 2016. godinu. Prosječne planirane investicije su niže za 45 posto u 2017. godini u odnosu na 2016. godinu. Zanimljivo je da anketirani televizijski nakladnici na lokalnoj razini iskazuju pozitivna očekivanja vezana uz buduće poslovanje. Istodobno ne planiraju ulaganja u poslovanje.

Tablica 12. Prosječne vrijednosti projekcija prihoda, rashoda i investicija, n=7

Vrste prihoda	2016.	2017.	Promjena 2017./2016.
Očekivani prihodi	5.461.538	5.601.839	2,6%
Očekivani rashodi	5.198.891	5.285.113	1,7%
Planirane investicije	159.950	88.571	-44,6%

Izvor: Anketno istraživanje EIZ.

Slika 41. Prosječni prihodi, rashodi, neto dobit u razdoblju 2011.-2015. i projekcije prihoda, rashoda i investicija u 2016.-2017. (prosječne vrijednosti, n=7) u HRK



Izvor: Fina; Anketno istraživanje EIZ.

Prema strukturi troškova može se uočiti da se, kod analiziranih lokalnih TV postaja, najveći udio troškova u prosjeku odnosi na troškove programskog sadržaja, te troškove zaposlenih, pri čemu su se u 2015. godini ove dvije vrste troškova gotovo izjednačile.

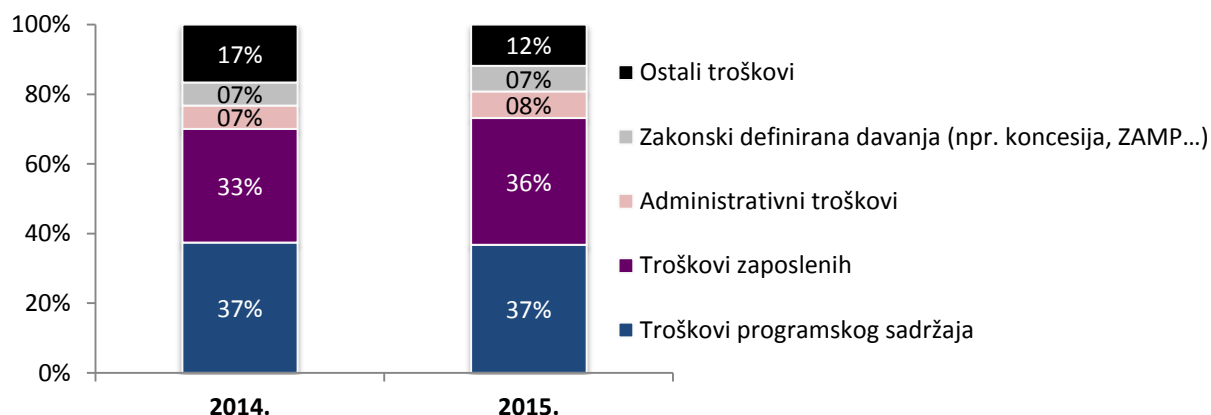
Administrativni troškovi i zakonski definirana davanja se u prosjeku kreću između 7-8 % ukupnih troškova analiziranih televizijskih nakladnika na lokalnoj razini.

Tablica 13. Prosječne vrijednosti troškova prema vrsti troška u HRK, n=8

Vrste troška	2014.	2015.	Promjena 2015./2014.
Troškovi programskog sadržaja	2.021.495	1.879.099	-7%
Troškovi zaposlenih	1.766.270	1.863.172	5,5%
Administrativni troškovi	361.866	392.182	8,4%
Zakonski definirana davanja (npr. koncesija, ZAMP...)	355.991	374.580	5,2%
Ostali troškovi	901.963	606.774	32,7%

Izvor: Anketno istraživanje EIZ.

Slika 42. Struktura troškova prema vrsti troška, %, n=8



Izvor: Anketno istraživanje EIZ.

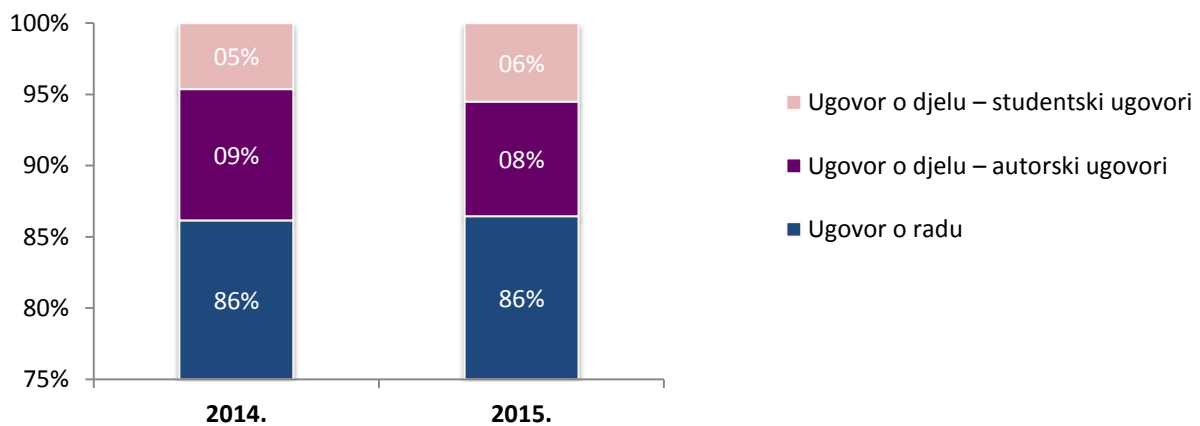
U prosjeku, najveći udio troškova zaposlenih se u analiziranim lokalnim TV postajama odnosi na ugovore o radu. Udio autorskih ugovora i studentskih ugovora je u prosjeku ispod 15% ukupnih troškova zaposlenih, pri čemu su autorski ugovori po vrijednosti gotovo dva puta zastupljeniji od studentskih ugovora.

Tablica 14. Prosječne vrijednosti troškova zaposlenih prema vrsti, n=8

Vrste troškova zaposlenih	2014.	2015.	Promjena 2015./2014.
Ugovor o radu	1.538.741	1.632.592	6,1%
Ugovor o djelu – autorski ugovori	164.160	151.616	-7,6%
Ugovor o djelu – studentski ugovori	82.768	104.105	25,8%

Izvor: Anketno istraživanje EIZ.

Slika 43. Struktura troškova zaposlenih prema vrsti, n=8



Izvor: Anketno istraživanje EIZ.

U analiziranom uzorku televizijskih nakladnika na lokalnoj razini, samo su tri nakladnika imala investiciju u promatranom razdoblju. Investicije se kreću između 10.000 i 300.000 kuna, s prosječnim vrijednostima od oko 105.000 kuna za 2014. godinu, te oko 120.000 kuna za 2015. godinu.

Tablica 15. Investicije, u HRK, n=8

Investicije	2014.	2015.	Promjena 2015./2014.
Broj lokalnih TV postaja s investicijama	3	3	-
Prosječne investicije, cijeli uzorak	39.365	45.259	15%
Prosječne investicije, samo lokalne TV postaje s investicijama	104.975	120.691	15%

Izvor: Anketno istraživanje EIZ.

4. Zaključak

U Republici Hrvatskoj je u 2015. poslovalo ukupno 19 televizijskih nakladnika na lokalnoj razini koji zapošljavaju oko 9 posto ukupno zaposlenih u djelatnosti Emitiranje televizijskog programa (60.20) , generiraju oko 4 posto ukupnih prihoda djelatnost te čine trećinu ukupnih poduzetnika u toj djelatnosti. U Studiji je analizirano poslovanje televizijskih nakladnika na lokalnoj razini na temelju sekundarnih podataka Financijske agencije te primarnih podataka, prikupljenih anketnim istraživanjem. Anketno istraživanje provedeno je s ciljem detaljnijeg uvida u strukturu prihoda i troškova od pružanja televizijske djelatnosti na lokalnoj razini. Anketni upitnik strukturiran je u skladu s ciljevima istraživanja te se sastojao od pet tematskih cjelina i ukupno 11 pitanja. Popunjene upitnike je dostavilo 8 lokalnih TV postaja, što čini stopu odgovora od 42,2%. Provedeno istraživanje ostalo je zaključeno za neke od ciljanih informacija s obzirom na postignutu suradnju s televizijskih nakladnicima na lokalnoj razini.

Televizijski nakladnici na lokalnoj razini se mogu svrstati u mala poduzeća, s prosječno 18 zaposlenih. Najviše zaposlenih je kod televizijskih nakladnika u regiji Dalmacija, Istra i Primorje. Zanimljivo je da je kod televizijskih nakladnika na lokalnoj razini zabilježen rast zaposlenosti od 3,1 posto u 2015., dok se u ukupnoj industriji broj zaposlenih smanjio za 4,4 posto. Analiza kretanja zaposlenosti na regionalnoj razini ukazuje na značajno smanjenje broja zaposlenih u regiji Zagreb i Zagrebačka županija u 2015. u odnosu na prethodnu godinu, prvenstveno zbog smanjena broja zaposlenih u slučaju nakladnika Nezavisna televizija.

Prihodi ovog podsektora su izrazito volatilni. Prema podacima FINA-e, u 2015. ukupni prihodi su iznosili 87,1 milijun kuna, što je za 5,1 posto manje u odnosu na prethodnu godinu. Oko dvije trećine prihoda su prihodi od prodaje, dok su ostali prihodi doprinosili s 23 posto ukupnim poslovnim prihodima. Ukupni prihodi od djelatnosti 19 televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2015. godini dosegli su 66,15 milijuna kuna, te su se smanjili 3,6 posto u odnosu na prethodnu godinu. Ukupni prihodi od djelatnosti svih televizijskih nakladnika na lokalnoj razini činili su oko tri četvrtine njihovih ukupnih prihoda u promatranom razdoblju. Analiza po regijama ukazuje da najveći udio u ukupnim prihodima u 2015. imaju televizijski nakladnici na lokalnoj razini koji djeluju na području Zagreba i zagrebačke regije (33 posto). Osam televizijskih nakladnika okupljenih u regiji Dalmacija, Istra i Primorje ostvarili su 31 posto ukupnih prihoda televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2015. godini. Televizijski nakladnici u regiji Slavonija ostvarili su 23 posto ukupnih prihoda u 2015. godini. Dvije preostale regije - Sjeverna Hrvatska i Lika, Pokuplje i Banovina su doprinijele ukupnim prihodima u 2015. godini s 14 posto. Kada se analiziraju doprinosi pojedine regije ukupnim prihodima od djelatnosti, rezultati pokazuju da regija Dalmacija, Istra i Primorje doprinosi najviše ukupnim prihodima od djelatnosti, dok doprinos regije Zagreb i zagrebačka regija pada s trećine ukupnih prihoda na četvrtinu prihoda od djelatnosti u 2015.

Anketno istraživanje rezultiralo je detaljnijim uvidom u strukturu prihoda. Naime, anketirana poduzeća većinu svojih prihoda ostvaruju od oglašavanja te iz kategorije ostalih prihoda, koji nisu utvrđeni. Ostali prihodi čine gotovo trećinu prihoda, što znači da je značajan dio prihoda još uvijek ostao nepovezan s izvorom. S druge strane, u skladu s očekivanjima, rezultati anketnog istraživanja potvrdili su očekivano oslanjanje analiziranih televizijskih nakladnika na lokalnu samoupravu, kako u tržišnom, tako i u netržišnom smislu. Naime, od tržišno ostvarenih prihoda putem oglašavanja

anketiranih televizijskih nakladnika na lokalnoj razini, oko polovine prihoda se odnosi na oglašavanje lokalnih oglašivača. Razne vrste potpora i donacija čine nešto manje od četvrtine prihoda anketiranih nakladnika. U ukupnim potporama, potpore lokalne samouprave sudjeluju s 48 posto u 2014. i 32% u 2015. godini. Od ukupno primljenih potpora kod analiziranih televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u prosjeku je najveći udio potpora gradova. U analiziranom uzorku televizijskih nakladnika na lokalnoj razini nisu zabilježene potpore ostalih razina lokalne vlasti (općine i županije).

Prema sekundarnim podacima, ukupni rashodi u 2015. godini iznosili su 83,3 milijun kuna, što je za 2,8 posto manje u odnosu na prethodnu godinu. Materijalni troškovi činili su u prosjeku 45 posto ukupnih poslovnih rashoda svih analiziranih televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2015. godini, dok su troškovi osoblja formirali 35 posto ukupnih poslovnih rashoda. Anketno istraživanje pokazalo je da se najveći udio troškova u prosjeku odnosi na troškove programskog sadržaja, te troškovi zaposlenih, pri čemu su se u 2015. godini ove dvije vrste troškova gotovo izjednačile.

Analiza poslovnih rezultata ukazala je da je podsektor Emitiranje televizijskog programa na lokalnoj razini iznimno fragilan sektor s brojnim problemima u poslovanju, što je dovelo do tekućih gubitaka u 2014. (Televizija Primorja i Gorskog Kotara, Televizija Šibenik, NET, KA Vision i Z1 televizija) i 2015. (Televizija Primorja i Gorskog Kotara, Sjever Sjeverozapad, TV Istra i Televizija Šibenik). Samo 8 televizijskih nakladnika na lokalnoj razini je poslovalo pozitivno u razdoblju 2011.-2015., dok su ostali barem u jednoj godini unutar razdoblja 2011.-2015. ostvarili gubitak. Promatrano na regionalnoj razini, najstabilniji poslovni rezultat ostvarila je regija Slavonija u kojoj su tri nakladnika poslovali s neto dobiti u cjelokupnom razdoblju. Tri nakladnika iz regije Dalmacija, Istra i Primorje (TV Nova, Dubrovačka televizija i Televizija Jadran) također su poslovali s dobiti u čitavom razdoblju od 2011. do 2015. godine. Dobit prije kamata i amortizacije pokazala je relativno bolje kumulativne rezultate u donosu na neto dobiti, te možemo zaključiti da su televizijski nakladnici na lokalnoj razini opterećeni plaćanjem kamata tj. postojećom razinom zaduženosti. Na razini pojedinačnih poduzeća primjetan je i suprotan trend, prvenstveno zbog ostvarenih izvanrednih prihoda koji su poboljšali konačan rezultat.

Osim tekućih gubitaka, poslovanje ovog podsektora otežano je nagomilanih gubicima iz prethodnih razdoblja, koji rezultiraju negativnim kapitalom i rezervama. Naime, negativan kapital i rezerve zabilježen je kod sedam nakladnika u 2014. i šest nakladnika u 2015. godini. Do navedenih poslovnih rezultata doveli su utvrđeni problemi u obliku visoke zaduženosti, ograničene likvidnosti uslijed visokog udjela potraživanja u kratkoročnoj imovini, spore naplate potraživanja i dugih roka potrebnih za podmirenje obveza. Lošim poslovnim rezultatima doprinose i nedostatna ulaganja u poslovanje. Prema podacima FINA-e, ukupne investicije u 2015. godini iznosile su svega 1,4 posto ukupnih prihoda ostvarenih u toj godini. Zanimljivo je da su anketirana poduzeća iskazala pozitivna očekivanja vezana uz buduće poslovanje. Istodobno, anketirana poduzeća su u 2017. planirala dvostruko manje investicije u odnosu na prethodnu godinu, što se može objasniti realnim planiranjem u okviru postojećih ograničenja, ali i nedostatnom kulturom ulaganja u ovaj podsektor, što u konačnici negativno utječe na generiranje budućeg rasta.

Poticanje rasta u budućnosti ograničeno je i mogućnostima financiranja s obzirom na visoku zaduženost i nedostatni vlastiti kapital, s čime se suočava većina televizijskih nakladnika na lokalnoj razini. Analiza zaduženosti ukazuje da su poduzeća koja pružaju medijsku uslugu televizije na lokalnoj

razini okupljena u regiju Dalmacija, Istra i Primorje među najzaduženijima. Nakladnici iz navedene regije i na pojedinačnoj razini bilježe najvišu ukupnu zaduženost u 2015. - Televizija Šibenik, Kanal RI, Televizija Primorja i Gorskog Kotara i TV Istra. Riječ je o poduzećima koja ujedno imaju nizak pokazatelj pokrivača kamata iz operativnih zarada u istoj godini, što dodatno ukazuje na smanjenu financijsku fleksibilnost nakladnika i potencijalne izvore financijskog rizika u budućem poslovanju. Većina nakladnika imala je nisku pokrivenost kamata iz operativnih zarada u 2015. godini.

Općenito gledajući, podsektor Emitiranja televizijskog programa lokalnoj razini ne pokazuje zdrave izvore profitabilnosti, čak ni kod poduzeća koja imaju pozitivne pokazatelje profitabilnosti. S obzirom na raspršenost „gubitaša“ po regijama, samo su regija Dalmacija, Istra i Primorje te Sjeverna Hrvatska imale pozitivnu profitabilnost imovine, pri čemu su nakladnici iz regije Dalmacija, Istra i Primorje u prosjeku uspješnije koristili imovinu za ostvarivanje dobiti. Najvišu operativnu i neto profitnu maržu ostvaruju nakladnici locirani u regijama Zagreb i Zagrebačka i Slavonija.

Analiza profitabilnosti, uz uvažavanje svih prethodno utvrđenih rezultata identificira tri grupe televizijskih nakladnika na lokalnoj razini. Prvu grupu čine nakladnicima kod kojih je moguće očekivati poboljšanje profitabilnosti, kako poboljšanjem poslovnih prihoda, tako i boljim korištenjem imovine i duga. Ova grupa uključuje nakladnike Slavonsko Brodska televizija, Televiziju Slavonije i Baranje i Varaždinsku televiziju. Druga grupa uključuje one nakladnike čija profitabilnost izvire iz pretjeranog korištenja duga, što može biti rizično za buduće poslovanje te one koji ne posluju profitabilno zbog određene prihvatljive količine prenesenih gubitaka. Poslovanje ovih nakladnika se ocjenjuje rizičnim. Ipak, postoji mogućnost da su poduzeća iz te grupe iskoristila velike količine duga ili nagomilala negativni kapital zbog projekata koji će u budućnosti generirati pozitivne novčane tokove. Kako bi mogli precizno odgovoriti na takva pitanja, potrebno je provesti dubinsku analizu pojedinih nakladnika, što izlazi iz okvira ciljeva ovog istraživanja. Trećoj grupi pripadaju nakladnici s najrizičnijim poslovanjem, kod kojih postoji najveća mogućnost defaulta. Većina poduzeća koja se vezuju uz treću grupu pripadaju regiji Dalmacija, Istra i Primorje, dok je u prvoj grupi 2 poduzeća iz regije Slavonija te jedno poduzeće iz regije Središnja Hrvatska.

PRILOZI

Prilog 1. Geografska podjela Republike Hrvatske na odabrane regije



Prilog 2. Raspodjela županija po regijama

R.br.	Regionalna podjela	Oznaka	Županija
1	Sjeverna Hrvatska	HR01	XX MEDIMURSKA V VARAŽDINSKA VI KOPRIVNIČKO-KRIŽEVAČKA VII BJELOVARSKO-BILOGORSKA II KRAPINSKO-ZAGORSKA
2	Zagreb i zagrebačka županija	HR02	I ZAGREBAČKA XXI GRAD ZAGREB
3	Dalmacija, Istra i Primorje	HR03	XIX DUBROVAČKO-NERETVANSKA XVII SPLITSKO-DALMATINSKA XV ŠIBENSKO-KNINSKA XIII ZADARSKA XVIII ISTARSKA VIII PRIMORSKO-GORANSKA
4	Slavonija	HR04	X VIROVITIČKO-PODRAVSKA XI POŽEŠKO-SLAVONSKA XII BRODSKO-POSAVSKA XIV OSJEČKO-BARANJSKA XVI VUKOVARSKO-SRIJEMSKA
5	Lika, Pokuplje i Banovina	HR05	III SISAČKO-MOSLAVAČKA IV KARLOVAČKA IX LIČKO-SENJSKA

Prilog 3. Pokazatelji likvidnosti televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2014. i 2015.

Pokazatelji likvidnosti	Koeficijent tekuće likvidnosti		Koeficijent ubrzane likvidnosti		Novčani omjer	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Televizijski nakladnik						
VTV	0,36	0,47	0,36	0,47	0,01	0,00
OTV	0,48	0,37	0,47	0,37	0,03	0,00
TV NOVA	0,39	0,48	0,39	0,48	0,05	0,08
SRCE TV	0,65	0,72	0,65	0,72	0,01	0,00
NET	0,73	0,79	0,73	0,79	0,00	0,01
Televizija Slavonije i Baranje	2,23	2,45	2,23	2,45	0,57	0,67
KANAL RI	0,35	0,58	0,35	0,58	0,00	0,03
KA VISION	0,62	1,87	0,62	1,87	0,08	0,09
Televizija Jadran	1,73	1,83	1,73	1,83	0,03	0,01
Slavonsko-brodsko televizija	4,80	7,36	4,80	7,36	0,32	0,97
Tel. Primorja i Gor. Kotara	0,44	0,41	0,44	0,41	0,00	0,00
Dubrovačka televizija	1,34	1,87	1,34	1,87	0,07	0,01
Televizija Šibenik	0,75	0,47	0,75	0,47	0,00	0,00
Z1 televizija	1,05	1,46	1,05	1,46	0,37	0,57
TV ISTRRA	0,75	0,56	0,75	0,56	0,02	0,01
SJEVER SZ	0,56	0,41	0,56	0,41	0,18	0,04
Televizija. Dalmacija	0,73	0,70	0,73	0,70	0,00	0,01
Osječka TV	0,79	0,94	0,79	0,94	0,04	0,01
Varaždinska televizija	5,43	5,41	5,40	5,38	1,03	0,60
Prosjek regije HR01	3,04	3,06	3,03	3,05	0,52	0,30
Prosjek regije HR02	0,70	0,76	0,70	0,76	0,15	0,15
Prosjek regije HR03	0,72	0,77	0,72	0,77	0,02	0,02
Prosjek regije HR04	2,04	2,81	2,04	2,81	0,23	0,41
Prosjek regije HR05	0,62	1,87	0,62	1,87	0,08	0,09
Prosjek lokalnih TV nakladnika	1,27	1,53	1,27	1,53	0,15	0,16
Prosjek djelatnosti 60.20.	1,38	1,26	0,97	0,87	0,09	0,09

Izvor podataka: FINA, obrada autora.

Prilog 4. Pokazatelji aktivnosti televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2014. i 2015.

Pokazatelji aktivnosti	Koef. obrtaja ukupne imovine		Koef. obrtaja fiksne imovine		Prosječno vrijeme naplate		Dani vezivanja obveza	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Televizijski nakladnik								
VTV	1,27	0,97	1,79	1,36	57	78	126	165
OTV	0,23	0,15	0,24	0,15	42	38	88	108
TV NOVA	1,19	1,59	1,37	1,95	35	35	70	60
SRCE TV	0,45	0,43	1,51	1,50	93	101	564	257
NET	0,89	0,90	4,60	6,00	258	262	276	272
Televizija Slavonije i Baranje	0,45	0,44	1,03	0,98	232	213	55	44
KANAL RI	1,56	1,55	2,38	2,88	75	98	82	72
KA VISION	0,56	0,39	1,41	1,10	281	123	226	229
Televizija Jadran	0,52	0,52	8,75	9,15	314	187	274	282
Slavonsko-brodsko televizija	1,16	1,16	4,87	7,10	86	79	22	18
Tel. Primorja i Gor. Kotara	0,55	0,12	12,05	4,53				
Dubrovačka televizija	3,30	3,32	15,26	25,38	77	88	31	17
Televizija Šibenik	0,88	1,19	53,39	96,58	111	105	221	220
Z1 televizija	1,78	1,57	53,94	74,35	89	73	99	85
TV ISTRRA	2,89	1,50	112,60	34,02	118	184	88	120
SJEVER SZ	1,51	3,33	67,59	20,11	52	75	16	54
Televizija. Dalmacija	1,54	2,04	31,78	38,68	224	129	141	142
Osječka TV	1,14	1,05	8,03	50,81	116	77	67	69
Varaždinska televizija	0,81	0,77	2,43	2,36	240	274	29	31
Prosjek regije HR01	0,63	0,60	1,97	1,93	167	187	297	144
Prosjek regije HR02	1,10	1,49	31,59	25,16	110	112	120	130
Prosjek regije HR03	1,36	1,22	25,73	21,81	91	87	96	97
Prosjek regije HR04	1,00	0,90	3,93	15,06	123	112	67	74
Prosjek regije HR05	0,56	0,39	1,41	1,10	281	123	226	229
Prosjek lokalnih TV nakladnika	1,19	1,21	20,26	19,95	139	123	137	125
Prosjek djelatnosti 60.20.	0,96	0,95	2,10	2,13	95	89	38	44

Izvor podataka: FINA, obrada autora.

Prilog 5. Pokazatelji profitabilnosti televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2014. i 2015.

	Profitabilnost imovine (ROA)		Profitabilnost glavnice (ROE)		EBITDA marža		Operativna marža		Neto profitna marža	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
VTV	50,5%	9,6%	-86,1%	-30,3%	49,2%	22,7%	42,8%	14,5%	39,9%	9,9%
OTV D.O.O.	6,0%	0,1%	6,5%	0,1%	27,9%	1,9%	27,2%	0,8%	26,3%	0,4%
TV NOVA	0,9%	5,7%	3,1%	17,1%	-23,7%	11,8%	-31,5%	5,2%	0,8%	3,6%
SRCE TV	0,1%	6,5%	0,9%	40,1%	8,8%	24,7%	5,1%	20,6%	0,2%	15,2%
NET	-5,8%	2,8%	-72,6%	25,8%	2,3%	16,4%	-4,2%	8,6%	-6,6%	3,1%
TEL. SLAV. I BAR.	2,8%	1,4%	3,8%	1,8%	15,6%	8,1%	8,5%	3,2%	6,3%	3,2%
KANAL RI	11,0%	8,0%	-6,5%	-5,5%	13,3%	16,3%	6,9%	10,3%	7,0%	5,2%
KA VISION	-59,6%	21,5%	0,0%	30,5%	-81,9%	-204,9%	-104,6%	243,7%	-105,9%	55,0%
TEL. JADRAN	1,7%	4,8%	5,8%	15,1%	-18,9%	-42,8%	-23,8%	-45,3%	3,3%	9,3%
SLAV.O-BROD. TEL.	1,3%	2,9%	1,5%	3,3%	9,6%	11,8%	-0,5%	0,0%	1,1%	2,5%
TEL. PRI. I GOR. KOT.	-19,0%	-18,0%	0,0%	0,0%	3,1%	-117,0%	-6,8%	145,8%	-34,5%	-153,0%
DUBROVAČKA TEL.	24,7%	11,0%	90,4%	79,4%	13,4%	15,1%	10,1%	12,6%	7,5%	3,3%
TEL.ŠIBENIK	-27,8%	-28,6%	0,0%	0,0%	-15,6%	-11,5%	-16,7%	-12,3%	-31,6%	-24,1%
Z1 TEL.	-24,2%	26,6%	-298,5%	81,3%	-7,3%	15,8%	-13,6%	14,7%	-13,6%	17,0%
TV ISTRRA	5,6%	-9,0%	-8,9%	21,3%	6,4%	-5,0%	4,5%	-5,5%	1,9%	-6,0%
SJEVER SZ	0,6%	-119,0%	3,7%	0,0%	0,9%	-34,9%	0,6%	-35,8%	0,4%	-35,8%
TEL. DALMACIJA	0,4%	8,3%	-1,5%	-24,0%	5,0%	-18,8%	1,4%	-19,9%	0,3%	4,1%
Osječka TV	28,5%	6,0%	-329,6%	-237,7%	36,3%	20,5%	30,0%	12,6%	24,9%	5,8%
VARAŽ. TEL.	0,7%	0,1%	0,7%	0,1%	4,9%	1,1%	0,0%	-0,2%	0,8%	0,1%
Prosjek regije HR01	0,4%	3,3%	0,8%	20,1%	6,8%	12,9%	2,5%	10,2%	0,5%	7,7%
Prosjek regije HR02	-5,8%	-22,4%	-90,2%	35,7%	5,9%	-0,2%	2,5%	-2,9%	1,6%	-3,8%
Prosjek regije HR03	-0,4%	-3,3%	14,0%	21,3%	-2,7%	-16,6%	-7,2%	-22,6%	-5,7%	-20,2%
Prosjek regije HR04	20,8%	5,0%	-102,6%	-65,7%	27,6%	15,8%	20,2%	7,6%	18,1%	5,3%
Prosjek regije HR05	-59,6%	21,5%	0,0%	30,5%	-81,9%	-204,9%	-104,6%	243,7%	-105,9%	55,0%
Prosjek lokalnih TV nakladnika	-0,1%	-3,1%	-42,9%	1,2%	2,6%	-14,1%	-3,4%	-21,3%	-3,8%	-4,3%
Prosjek djelatnosti 60.20.	1,9%	0,8%	7,0%	2,8%	3,1%	1,9%	3,2%	2,0%	2,0%	0,9%

Izvor podataka: FINA, obrada autora.

Prilog 6. Pokazatelji solventnosti televizijskih nakladnika na lokalnoj razini u 2014. i 2015.

Pokazatelji solventnosti	Ukupna zaduženost		Omjer uk. obveza i glavnice		Pokrivenost kamata oper. zaradama		Koef. financijske stabilnosti		Koef. financijske snage		Omjer duga i EBITDA	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Televizijski nakladnik												
VTV	1,6	1,3	-2,7	-4,2	7,9	3,1	0,6	0,8	1,8	0,7	2,5	6,0
OTV	0,1	0,1	0,1	0,1	30,0	2,2	1,0	1,0	4,4	0,2	1,1	19,8
TV NOVA	0,7	0,7	2,5	2,0	-10,6	2,5	0,8	0,8	0,7	1,2	-2,5	3,6
SRCE TV	0,9	0,8	9,1	5,2	0,7	17,3	0,8	0,8	0,1	0,5	22,9	7,9
NET	0,9	0,9	11,5	8,1	-1,7	1,7	0,4	0,5	0,0	0,6	44,9	6,0
Televizija Slavonije i Baranje	0,3	0,2	0,3	0,3	38,3	-2,4	1,7	1,7	1,2	0,8	3,7	6,6
KANAL RI	2,7	2,5	-1,6	-1,7	1,4	2,0	0,0	0,1	0,4	0,3	13,0	9,8
KA VISION	3,2	0,3	-1,4	0,4	-80,2	-187,9	0,4	1,6	-0,7	6,2	-7,0	-0,4
Televizija Jadran	0,7	0,7	2,4	2,2	0,8	1,6	7,7	8,6	0,3	0,4	-7,1	-3,1
Slavonsko-brodsko televizija	0,2	0,1	0,2	0,1	0,4	0,0	3,5	5,4	4,1	7,2	1,4	0,8
Tel. Primorja i Gorskog Kotara	2,1	2,3	-1,9	-1,8	-0,2	-20,1	-17,9	-39,5	-0,3	-0,3	124,5	-17,0
Dubrovačka televizija	0,7	0,9	2,7	6,2	44,5	82,6	1,9	3,6	2,4	1,1	1,6	1,7
Televizija Šibenik	4,4	6,3	-1,3	-1,2	-1,1	-0,9	-18,3	-88,6	-0,3	-0,2	-32,0	-46,6
Z1 televizija	0,9	0,7	11,3	2,1		-6,5	2,5	15,1	-0,7	2,1	-7,1	2,7
TV ISTRRA	1,6	1,4	-2,6	-3,4	1,8	-10,3	-9,2	-1,1	0,3	-0,3	8,8	-19,1
SJEVER SZ	0,8	2,0	4,8	-2,0	7,7	0,0	1,3	-6,2	0,1	-2,9	63,7	-1,7
Televizija. Dalmacija	1,3	1,3	-4,3	-3,9	1,9	-7,5	-6,2	-6,6	0,2	0,4	16,9	-3,5
Osječka TV	1,1	1,0	-12,6	-40,4	6,0	2,4	-0,5	-0,8	1,6	0,7	2,6	4,8
Varaždinska televizija	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	-14,0	2,6	2,6	1,9	0,4	3,1	15,3
Prosjek regije HR01	0,5	0,5	4,6	2,6	0,4	1,7	1,7	1,7	1,0	0,5	13,0	11,6
Prosjek regije HR02	0,7	0,9	6,9	2,1	9,0	-0,7	1,3	2,6	0,9	0,0	25,7	6,7
Prosjek regije HR03	1,6	1,8	0,0	0,3	4,6	7,2	-4,4	-14,5	0,4	0,3	13,3	-8,8
Prosjek regije HR04	0,8	0,7	-3,7	-11,0	13,1	0,8	1,3	1,8	2,2	2,3	2,6	4,5
Prosjek regije HR05	3,2	0,3	-1,4	0,4	-80,2	-187,9	0,4	1,6	-0,7	6,2	-7,0	-0,4
Prosjek lokalnih TV nakladnika	1,3	1,2	0,9	-1,7	2,6	-7,4	-1,4	-5,3	0,9	1,0	13,4	-0,3
Prosjek djelatnosti 60.20.	0,7	0,7	2,6	2,3	2,6	1,9	0,9	0,9	0,6	0,7	0,3	1,7

Izvor podataka: FINA, obrada autora.

Prilog 7. Anketni upitnik

UPITNIK

I. OPĆE INFORMACIJE O TELEVIZIJSKOM NAKLADNIKU

1. Naziv poduzeća: _____
2. Glavna djelatnost poduzeća prema klasifikaciji NKD 2007: _____
3. Županija: _____
4. Matični broj poduzeća: _____
5. OIB poduzeća: _____
6. Godina osnivanja poduzeća : _____
7. Broj zaposlenih u Vašem poduzeću na dan 31.12.2015: _____

INFORMACIJE O OSOBI KOJA POPUNJAVA ANKETNI UPITNIK

Osoba 1.

1. Ime i prezime odgovorne osobe: _____
2. Radno mjesto odgovorne osobe: _____
3. Kontakt odgovorne osobe: _____

Osoba 2.

4. Ime i prezime odgovorne osobe: _____
5. Radno mjesto odgovorne osobe: _____
6. Kontakt odgovorne osobe: _____

II. STRUKTURA PRIHODA

1. Navedite iznose Vaših prihoda od pružanja medijske djelatnosti televizije prema vrstama u 2014. i 2015. godini.

Vrsta prihoda	Iznos prihoda (u HRK)	
	2014.	2015.
Prodaja oglasa		
Sponzorstva		
Potpore lokalne samouprave (općina, grad, županija)		
Fonda za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elek. medija		
EU fondovi		
Ostale potpore i donacije		
Prihodi od upotrebe telefonskih brojeva s posebnom tarifom		
Prihodi od teleprodaje		
Ostali prihodi (navedite koji)		

2. Navedite vrstu i iznos Vaših prihoda od oglašavanja u 2014. i 2015. godini. Napomena: na ovo pitanje odgovorite samo ukoliko raspoložete podacima o vrsti prihoda od oglašavanja.

Vrsta prihoda od oglašavanja	Iznos prihoda od oglašavanja (u HRK)	
	2014.	2015.
Prodaja oglasa nacionalnim i globalnim oglašivačima		
Prodaja oglasa lokalnim oglašivačima		
Političko oglašavanje		
Oglašavanje tijela državne uprave i lokalne samouprave		
Prihodi od oglašavanja na internetskim portalima*		
Ostala prodaja oglasa		

Napomena: *Navedite prihode od oglašavanja na internetskim portalima koji su u Vašem vlasništvu, ako takvi postoje.

3. Navedite strukturu i iznos potpora lokalne samouprave (općina, grad, županija) i ostalih vrsta potpora koje ste primili u 2014. i 2015. godini.

Vrsta potpore	Iznos prihoda od potpora (u HRK)	
	2014.	2015.
Potpore općina		
Potpore gradova		
Potpore županija		
Ostale potpore		

4. Navedite projekcije prihoda i rashoda te planirane investicije u 2016. i 2017. godini.

Projekcije financijskih kategorija (u HRK)	2016.	2017.
Očekivani prihodi		
Očekivani rashodi		
Planirane investicije		

Napomena: Podatke o očekivanim prihodima i rashodima i planiranim investicijama u 2016. i 2017. godini možete navesti iz Financijskih planova za 2016. i 2017., te drugih financijskih ili strateških planova koje Vaše poduzeće izrađuje.

III. STRUKTURA TROŠKOVA OD PRUŽANJA MEDIJSKE DJELATNOSTI TELEVIZIJE

5. Navedite vrstu i iznos Vaših troškova u 2014. i 2015. godini.

Vrsta troškova	Iznos troškova (HRK)	
	2014.	2015.
Troškovi programskog sadržaja		
Troškovi zaposlenih		
Administrativni troškovi		
Zakonski definirana davanja (npr. koncesija, ZAMP...)		
Ostali troškovi		

Napomena: Administrativni troškovi uključuju npr. troškove pravnih usluga (javni bilježnik, odvjetnik), troškove uredskog materijala, kopiranja, telefona, faksa, poštarine, troškove najma ureda, režijske troškove.

6. Navedite strukturu i iznos troškova zaposlenih prema vrsti ugovora u 2014. i 2015. godini.

Troškovi zaposlenih	Iznos troškova (u HRK)	
	2014.	2015.
Ugovor o radu		
Ugovor o djelu – autorski ugovori		
Ugovor o djelu – studentski ugovori		

IV. PRODAJA PROGRAMA

7. Navedite vrste programa koje se prodali u 2014. i 2015. godini i iznose prihoda.

Zasebno navedite podatke o prodaji u Hrvatskoj i inozemstvu. Ukoliko niste ostvarili prodaju programa u promatranom razdoblju, ovo se pitanje ne odnosi na vas.

Prodaja programa u Hrvatskoj				
Vrsta programa	2014.		2015.	
	Iznos prihoda (u HRK)	Broj sati	Iznos prihoda (u HRK)	Broj sati
Informativni program				
Zabavni program				
Glazbeni program				
Obrazovni i program za djecu i mlade				
Umjetnost i kultura				

Sportski program				
Dokumentarni program				
Kulturni program				
Vjerski program				
Audiovizualna komercijalna komunikacija				
Ostali programski sadržaj				

Prodaja programa u inozemstvu				
Vrsta programa	2014.		2015.	
	Iznos prihoda (u HRK)	Broj sati	Iznos prihoda (u HRK)	Broj sati
Informativni program				
Zabavni program				
Glazbeni program				
Obrazovni i program za djecu i mlade				
Umjetnost i kultura				
Sportski program				
Dokumentarni program				
Kulturni program				
Vjerski program				
Audiovizualna komercijalna komunikacija				
Ostali programski sadržaj				

V. INVESTICIJE

8. Navedite iznos reinvestirane dobiti (u HRK) Vašeg poduzeća u 2014. _____ i 2015. _____ godini.

9. Navedite iznos investicija (u HRK) Vašeg poduzeća u 2014. _____ i 2015. _____ godini.

10. Navedite opis i iznos investicije Vašeg poduzeća u 2014. i 2015. godini.

	Opis investicije	Iznos ulaganja (u HRK)	Izvori financiranja*
2014.			
	Investicija 1		
	Investicija 2		
2015.			
	Investicija 1		
	Investicija 2		

Napomena: Izvori financiranja mogu biti npr. vlastita sredstva, bankovni kredit, EU fondovi, neki oblik poticaja itd.

11. Kolika je vrijednost kupljene opreme za proizvodnju programskog sadržaja u 2014. i 2015. godini?

Oprema	Iznos ulaganja (HRK)		Izvori financiranja*
	2014.	2015.	
Oprema 1			
Oprema 2			

Napomena: Izvori financiranja mogu biti npr. vlastita sredstva, bankovni kredit, EU fondovi, neki oblik poticaja itd.