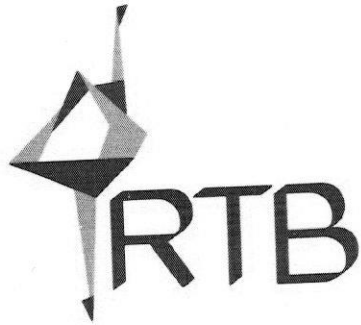


SAVJET RADIO TELEVIZIJE BUDVA D.O.O.

Broj: 35
Budva, 28.06. 2019 god.

RADIO TELEVIZIJA BUDVA d.o.o.

Broj: 725
Budva, 25.06 2019 god.



IZVJEŠTAJO RADU
RADIO TELEVIZIJE BUDVA
ZA 2018. GODINU

Budva, jun 2019.

1. TELEVIZIJA BUDVA

Kalendarsku 2018 godinu smo započeli radno. Tokom trajanja programa na trgu, tokom svih večeri smo imali živi program, uključanja, i prenos koncerata. I ovo je prvi put da smo radili u samostalnoj režiji takav program. Sa velikim zadovoljstvom mogu da kažem da je upravo naš kanal tih večeri bio najgledaniji, da smo napravili lijepu rekapitulaciju prethodne godine, da smo radili i popdnevni program sa različitih lokacija – koliko nam je vrijeme omogućavalo te da su svi zaposleni jošjednom dokazali da imamo kapaciteta da radimo i mnogo složenije poduhvate od onih koji se vezuju za rad lokalne televizije.

Januar mjesec je i inače mjesec kada padaju aktivnosti, tako da smo veći dio januara bili fokusirani na održavanje informativnog programa odnosno POLISA i Jutrom iz Budve, dok su ostale emisije bile na jednoj manjoj pauzi, koja je završena u februaru.

Februar mjesec nas vraća u uobičajen radni ritam. Emisija Jutrom iz Budve traje puna dva sata, i emituje se od 7 do 9 i popodne reprizno od 14.00 – 16.00. Prije nego li nastavim, jedna mala napomena – naime, iako se ponekad čuje da je besmisleno reprizirati jutarnji program, mi to radimo iz vrlo praktičnih razloga – naime zbog određenih smetnji, ne kačimo je na Youtube – a neka istraživanja su pokazala da nas puno ljudi pogleda upravo u tom terminu i van Budve, što opet govori o tome da mi možemo ako se potrudimo, da prebacimo okvire lokalnog javnog emitera.

Od ostalih emisija tu je Pregled – kratka informativna emisija, koja se emituje 5 puta dnevno. Popodne nam idu Čakule, zabavni program – polusatni TALK SHOW u trajanju do 45 minuta. Zabavno i opušteno, namijenjeno ljudima koji žele da čuju i neki drugačiji sadržaj kada se vrate kući sa posla. To je ujedno emisija koja je zbog svoje gledanosti u kontinuitetu imala sponzore i velikog oglašivača – poput elektroprivrede.

Čakule su emitovane svakog radnog dana od 17.00 časova i to je ustaljen termin za taj programski sadržaj.

Od večernjih emisija emitovane su: SPORT TIME – emisija o sportu koja standardno ide ponedjeljkom od 20.00 časova. U pitanju je emisija koja prati najaktuelnija dešavanja iz svijeta sporta, kako u Budvi, tako u regionu i šire.

Utorkom od 20.00 časova emituje se emisija sa najdužimo stažom poslije POLISA – Mediteraneo. Emisija o turizmu reportažnog tipa u trajanju od 50 minuta.

Tokom sezone januar – jun srijedom su se smijenjivale dvije emisije "Problem" i "Naša prava". Odnosno, svake druge srijede je išao Problem, a Naša prava su emitovana svake druge srijede – znači naizmjenično. Problem je pratio najaktuelnija pitanja iz našeg grada, dok su Naša prava bila posvećena temama i problemima savremenog sindikalizma.

Četvrtak je bio rezervisan za emisiju Dijalog, koja je kasnije pomjerena da ide petkom zbog preklapanja sa emisijama sličnog karaktera na drugim televizijama, a bavila se političkim pitanjima kako lokalno tako i na nivou države.

Tokom 2018 godine odradili smo seriju okruglih stolova i predstavljanje predsjedničkih kandidata. Tako da smo tokom trajanja predsjedničke kampanje na adekvatan način bili uključeni shodno Zakonu o predstavljanju političkih partija i predsjedničkih kandidata u sredstvima javnog informisanja.

Četvrtkom u 20.00 časova emituje se Amfiteatar, emisija o popularnoj kulturi namijenjena mlađim gledaocima, drugačijeg senzibiliteta.

Subota – Dječiji val, emisija za najmlađe koju radim u saradnji sa našim vrtićima i mališanima koji učestvuju u radu ove vaspitno – obrazovne ustanove.

Program u martu i aprilu se odvijao na sličan način kao i u februaru, sa tom razlikom što smo krajem aprila ušli u projekat prenosa majskih karnevalskih svečanosti – prvi put smo radili tako zahtjevan projekat.

Svečanosti koje su 2018 trajale punih 7 dana, pratila je i karnevalska hronika koja je emitovana u terminima odmah nakon POLISA u trajanju od nekih desetak do petnaest minuta.

Veliki karneval smo prenosili uživo, cio program sa više lokacija, trudili smo se da prenesemo atmosferu koja je vladala toga dana i nadam se da smo uspjeli i ostvarili zacrtani cilj, a to je prije svega turistička afirmacija karnevala – a zatim i medijska promocija ovog veoma važnog događaja za sve nas u Budvi koji živimo od turizma.

Uveli smo jedni novu emisiju Feral koja je zamišljena da se bavi morem, ribolovom ali i nostalgичnim pričama iz Budve. Termin emitovanja je nedjelja u 11.00 h

Maj je bio u znaku velikih karnevalskih svečanosti nakon kojih smo se vratili na uobičajenu programsku šemu.

Naša prolječna šema se obično završava 15. juna, ali smo morali ranije da je završimo zbog ugradnje nove digitalne opreme što je zahtijevalo obustavu svih emisija – osim POLISA koji mora da se emituje. 2018 godina je ujedno bila i jubilarna godina za našu televiziju. Podsjetili smo se našeg minulog rada ali i napravili prigodnu emisiju tim povodom. Taj datum je ujedno označen i prvim eksperimentalnim emitovanjem našeg signala u HD rezoluciji.

Iako eksperimentalno emitovan – trebalo nam je još dvije dodatne sedmice da završimo sve radove, tako da nam je jun prošao uglavnom u radovima ali i obuci ljudi da rade sa novom opremom.

"NAŠE LJETO" je obilježilo ljetnju sezonu. Emisija po kojoj je TV Budva postala prepoznatljiva i u regionu radili smo od 15.07 do 1.09 što je bio naporan tempo za sve zaposlene. Tokom skoro 50 dana – svakodnevno smo emitovali priloge sa naše rivijere, ugostili puno kulturnih i javnih radnika ali i prošetali Crnom Gorom i prikazali sve njene ljepote. Ono što izdvaja sezonu 2018 od svih prethodnih je to što smo je radili u saradnji sa BN televizijom ali oslonjeni isključivo na vlastite tehničke i kadrovske resurse što je usložnjavalo čitavu priču, ali nam pružalo satisfakciju jer smo imali kontrolu nad čitavim procesom od snimanja do montaže i emitovanja. Osim što je program bio dostupan na

teritoriji Crne Gore, emitovan je na sve tri platforme BN: satelitskoj, zemaljskoj i kablovskoj te je na taj način bio prisutan od Amerike do Australije. Možemo slobodno reći da smo ideju: radi lokalno, misli globalno pretočili u stvarnost. Smatramo taj ljetnji program zaista godišnjom krunom svih naših napora.

Svakoga radnog dana standardno nakon POLISA, emituje se HRONIKA GRAD TEATRA. Pregled najznačajnijih dešavanja u okviru ove najznačajnije kulturne manifestacije u našem gradu koji ima tradiciju preko trideset godina.

Uveli smo i novu emisiju namijenjenu mladima Zvezdani talas koja je emitovana do 31.12, emitovana radnim danima u više termina (po ugledu na slične formate)

Pošto ljeti TV Budva ima povećan obim posla – septembar je mjesec kada se proizvodnja programa odvija otežano zbog odmora, te smo prinuđeni taj period da iskoristimo da pripremamo jesenju šemu koja je počela da se primjenjuje sa nekim izmjenama od oktobra.

Do kraja godine šema je malo inovirana a određeni sadržaji su se uveli postupno.

Jutrom iz Budve – od 7.00 do 9.00 u novom studiju

Pregled u tri termina – 12, 18.00 i 21.00

Vremenska prognoza i Stanje na putevima idu kao zasebne forme nakon Pregleda Sport fleš – kratka forma koja prati Pregled – 3X dnevno – najaktuelnija dešavanja iz svijeta sporta.

Problem se od oktobra emituje svake srijede, od 20.00 časova

Litera – kratka forma o književnosti i čitanju, radnim danima prije Polisa a nakon crtanog filma

Bokeljski đir – emisija koja svakog drugog petka prati dešavanja iz Boke, Herceg Novi, Tivat i Kotor u trajanju od trideset minuta.

Moja profesija – emisija o ljudima koji su uspješni u svojim zanimanjima i koji svoju ljubav prema poslu dijele i sa našim gledaocima.

ZAKLJUČAK

Televizija Budva je u sklopu sistema RT Budva završila uspješno, posebno imajući u vidu činjenicu da smo prešli na digitalni signal. Ono što vidimo i dalje kao veliki problem jeste nemogućnost zapošljavanja novinara i saradnika – kako bi na taj način sadržajno obogatili program. Televizija je specifičan medij jer je prije svega i audio i vizuelno sredstvo komunikacije i ima svoje pravila u načinu predstavljanja određenih sadržaja.

Nova oprema koju treba da nabavimo u 2019 godini će nam pomoći da više pažnje obratimo na dokumentarne sadržaje koji su ujedno i najteži za rad zbog svoje višeslojnosti i kompleksnosti.

Osim navedenih problema, možemo slobodno reći da je TV Budva iza sebe imala jednu jako uspješnu godinu. Osim navedenih sadržaja, proizveli smo i niz posebnih emisija – a to su; Skupštinske hronike, debatne emisije, reportaže, posebni intervjui i tome slično.

Iz priloženog izvještaja se može vidjeti da je većina emisija iz godišnjeg plana realizovana i u skladu sa programskom šemom, od koje se odstupalo u slučajevima navedenih radova i prilagođavanja na rad sa novom tehnikom.

2. RADIO BUDVA

Radio Budva je lokalna radio stanica u okviru RTB, koja se svakodnevno, tokom jedanaest sati sopstvene produkcije tj. programa uživo, bavi aktuelnim društveno-političkim, kulturnim, sportskim i dugim lokalnim temama.

Program je kolažnog tipa i čine ga: informativni, jutarnji, dnevni i večernji program, /vijesti, gostovanja u studiju, telefonska uključanja sa terena, snimljeni prilozi, centralne dnevno informativna emisija Budvanska Hronike i autorske emisije/. Shodno aktuelnostima realizovani su okrugli stolovi i posebne emisije iz turizma, medicine, obrazovanja, kulture sa redovnim obilježavanjem svih datuma posvećenih invalidnim licima i civilnom sektoru.

Tokom 2018.god. saradjivali smo sa RCG kroz emisije "Zajednički talas" i "Radoznalica", po potrebi sa lokalnim radio stanicama sa Crnogorskog primorja i tokom ljeta kroz telefonska uključanja u Radio Novi Sad, Radio Beograd, Radio B92, Radio Kragujevac, Radio Niš i druge.

Tokom programa reemitovali smo svakodnevno Vijesti Slobodna Evropa u 13,30h i Novosti dana RTV CG u 15,30h

Tokom 2018.godine, realizovan je usvojeni predlog programa od strane Savjeta RTB, te je emitovan iz studija od 8 do 20h, dnevni program: jutarnji servisni blok, AMSCG, pregled štampe, tema jutra, aktuelnosti dana, gostovanja u studiju, reportaže sa terena, hit dana, nagradne igre, tematski blokovi iz sporta, kulture, medicine, obrazovanja, za NVO, za osobe sa posebnim potrebama i sl., vijesti, mali oglasi, Budvanska hronika i od 20 do 08 h iz režije Radio Budve, muzičko, ekonomsko propagandni program.

Tokom 11-satnog programa sopstvene produkcije, tematski su bile pokrivena sve ključne oblasti: politika, društvo, turizam, ekonomija, obrazovanje, medicina, kultura, sport, zabava i dr., obilježeni svi značajni datumi iz ovih oblasti, emitovani prilozi sa skupova, seminara, kongresa i manifestacija, realizovana telefonska uključanja sa terena, tematski obrađivane aktuelne teme, praćene i direktno prenošene sjednice SO Budva, u studiju realizovani razgovori sa čelnicima lokalne samouprave, sekretarima Sekretarijata, direktorima i stručnjacima ustanova i preduzeća, poslanicima turističkih i privrednih subjekata, sportistima, prosvetnim radnicima, talentovanim učenicima, glumcima, rediteljima, slikarima, književnicima i svima onima koji svojim radom, angažovanjem i djelovanjem doprinose društvenoj zajednici, kao i sa drugima za čije gostovanje bi postojao aktuelan i opravdan povod.

Tokom 2018 godine održano je **5 sjednica SO Budva**, tokom sedam dana direktnog prenosa u programu Radio Budve i putem portala Radio Budva Live a trajale su u prosjeku od 8 do 10 sati:

12.marta – I dio 16 sjednice, 17.jula –II dio 16 sjednice,

03. avgusta - 17. sjednica,
04. septembra - I dio 18. sjednice, 28. septembra - II dio 18. sjednice,
06. novembra - 19. sjednica i
27. decembra - 20. sjednica Skupštine opštine Budva

Od programskih sadržaja, koncipiranih po emisijama, najslušaniji segment je dnevno informativna emisija Radio Budve "Budvanska hronika", zatim jutarnji i prijepodnevni program kao i autorske emisije.

BUDVANSKA HRONIKA – radnim danima od 14,30 i repriza u 17,30h

NAŠIM GRADOM – radnim danima od 10 do 12h

TEMA DANA – aktuelna tema lokalnog nivoa, otvoreni telefoni, pitanja slušalaca

GOST PROGRAMA – opravdanim povodom, gostovanje jednog ili više sagovornika

Autorske emisije su realizovane, tačno u 12h /u podne/ i reprizno od 18,30h.

ponedeljak **"ZAPOČNIMO SEMICU –TURIZMOM"** urednica i voditeljka Danijela Benić,

utorak **"RADIO ORDINACIJA"** medicina, urednica i voditeljka Branka Čvorović,

srijeda, **"OTVOREN O...NVO"** urednica i voditeljka Aleksandra Pavićević,

četvrtak **"PET PLUS"** / mladi + obrazovanje/ urednica i voditeljka Milijana Mijušković,

petak **"SVE BOJE KULTURE"** urednica i voditeljka Jasna Bezarević.

Emisije muzičkog programa: **CARSTVO LJUBAVI** – muzika za djecu subotom i za tinejdžere nedeljom i **Emisija TOP 44** – muzička emisija sa emitovanjem najnovijih hitova inostrane i zabavne muzike uz najave i obrazloženje za ulazak u top 44. Emituje se nedeljom od 14h u trajanju 4 sata i reprizno subotom od 14h.

Jednom mjesečno smo realizovali „Otvoreni studio“ tj. okrugle stolove na aktuelne teme, komunalne teme iz mjesnih zajednica, emisije za osobe sa smetnjama u razvoju, za manjine i drugo.

Tokom prve polovine 2018.g program je emitovan po ustaljenoj šemi dok smo kao i svake godine od 1. jula do 1. septembra 2018.g ljetnji program, prilagodili turističkoj sezoni uz dodatne emisije: **"Ljeto uz Radio"** /emisija kolažnog tipa/, **"Hronike Grada teatra"**, **"Kuda večeras"** i u saradnji sa RTV Crne Gore **"Zajednički talas"** i **"Kulturni matine"**. Nakon ljetnjeg programa, posljednja četiri mjeseca 2018 godine su realizovane kao tokom prvih pola godine.

Statistički sumirano, tokom dnevnog programa od 10 do 14h realizovali smo u prosjeku: po 2 gostovanja u studiju, 3 telefonska uključanja, 2 priloga sa terena i po 2 montirana priloga. Tokom poslijepodnevnog programa smo realizovali po 2 gostovanja ili telefonska uključanja i u dnevno informativnoj emisiji „Budvanska hronika“ od 5 do 7 priloga, što u prosjeku iznosi **dnevno** od 9 do 11, **sedmično** oko 80, **mjesečno** oko 250 **i godišnje** oko 4 000 **novinarskih priloga**.

S obzirom da su telefonske linije otvorena tokom svih gostovanja u studiju, imamo kvalitetnu saradnju sa slušaocima a sve sugestije, kritike i pohvale koje stižu



mejlom ili telefonom, prihvatamo i prilagodjavamo potrebama onih, zbog kojih i radimo a to su slušaoci koji su nam vjerni od 1. juna 1997.godine, 32 godine.

3. PORTAL RTVBUDVA.ME

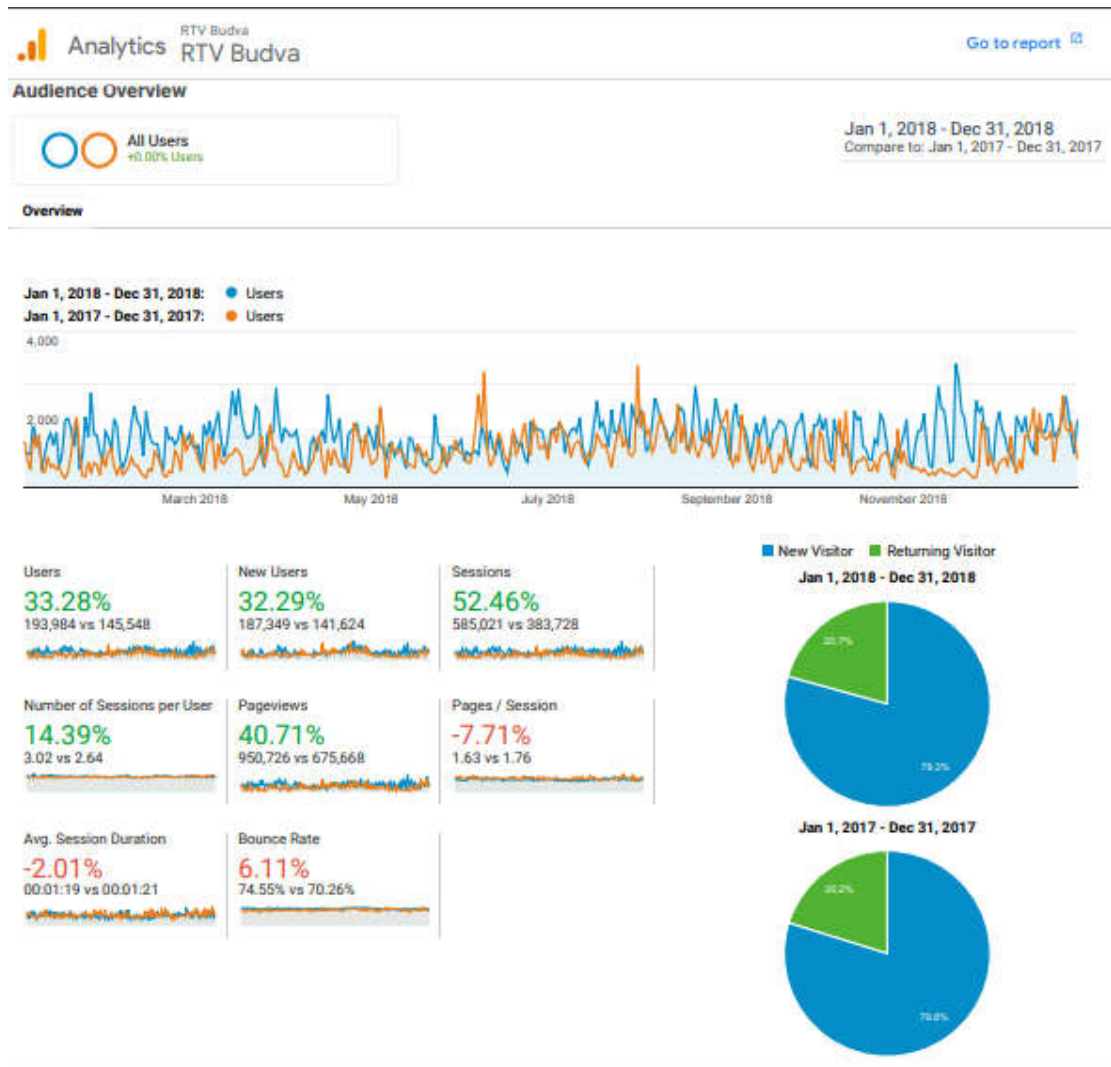
Puno vremena i truda uloženo je u dodatno informisanje putem sajta "Radio Televizija Budva". Na zadovoljstvo zainteresovanih lica diljem svijeta, portal je ponudio 24 sata audio programa Radio Budve, snimke emisija TV Budva i aktuelne informacije praćene galerijom fotografija.

S obzirom na multimedijalnost portala ovaj sadržaj je obogaćen i inoviran, budući da dnevna informativna produkcija iznosi između dvadeset i četrdeset informacija iz svih oblasti života grada i regiona, sa akcentom na lokalne vijesti.

Potvrdu čitanosti sajt ima u zabilježenim rekordnim posjetama korisnika internet usluga tokom protekle godine.

U 2018. sajt Radio Televizije Budva imao je 585.021 posjeta od 193.184 različitih korisnika. Ukupno je pregledano 950.726 članaka na sajtu. To je za **33,28% bolja posjećenost** i za **52,46% više otvorenih članaka** u odnosu na prethodnu godinu.

Najviše posjeta zabilježeno je iz Crne Gore – 65,01%. Slijede Srbija 16,65%, BiH 3,73%, SAD 2,13%, Hrvatska 1,78%. Sajt najviše otvaraju sa mobilnih uređaja – 74,95%, što navodi na razmišljanje o izradi i specijalizovane aplikacije.



Zahvaljujući društvenim mrežama (Facebook, YouTube, Twitter i Instagram) preko kojih se postavljaju svi članci, emisije ali i zanimljivosti sa snimanja, uspostavlja se lični odnos sa pratiocima. Potvrda dobrog rada stiže u vidu komentara i poruka na ovim mrežama. Ovaj pokazatelj je obavezujući, jer će se administratori RTB portala u 2019. godini potruditi da obezbijede bolju, osavremenjenu tehničku podršku za kvalitetnije prispeće informacija do naših čitalaca, gledalaca i slušalaca.

Sajt rtvbudva.me će i u toku 2019. godine nastaviti sa emitovanjem 24-satnog audio programa Radio Budva, kao i sa prenosima emisija TV Budva uživo preko YouTube kanala, kao i snimcima emisija i priloga televizije.

Planirano je i kadrovsko pojačanje redakcije sajta pa bi nove, zabavne sekcije na sajtu, sa novostima iz muzike, filma, mode i zanimljivostima približile nas mlađoj populaciji i doprinijelo većoj posjeti.

Vođeni dobrim iskustvom kada preko društvenih mreža dobijamo razne probleme i u gradu, planirano je i uvođenje sekciju radnog naziva „Grad vašim okom“ u kojem bi posjetioci sajta slali fotografije i video materijal sa dobrim i lošim stvarima u gradu, a novinari Radio Televizije Budva bi se potrudili da sve objave i pokušaju, sa nadležnim službama, da riješe eventualne probleme na obostrano zadovoljstvo.

Česte poruke prosljeđene portalu "Radio Televizija Budva" iz grada i sa raznih svjetskih destinacija potvrđuju su dobrog rada redakcije sajta i RTB i potrebe ovakvog načina informisanja.

4. PRODAJA I MARKETING

Prihodi (neto realizacija) ostvareni prodajom sopstvenih usluga u 2018. godini iznose 132.971,00 EUR što iznosi cca 90% planiranog. Fakturisana realizacija ostvarena u 2018. godini iznosila je 160.930,84 EUR.

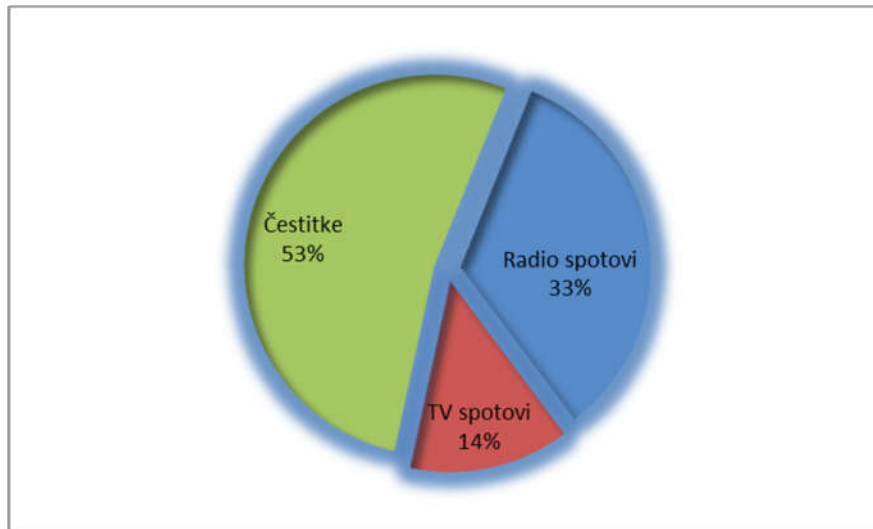
Tabela 1: Prihodi Službe marketinga u 2018.godini izraženi po kvartalima

Mjesec	Fakturisana realizacija	Kvartalno bruto	Neto prihodi	Kvartalno neto
Januar	14.771,84		12.208,14	
Februar	8.034,20		6.639,84	
Mart	7.737,49	30.543,53	6.394,62	25.242,60
April	9.779,63		8.082,34	
Maj	11.358,54		9.387,23	
Jun	9.300,44	30.438.61	7.686,32	25.155,89
Jul	17.145,68		14.169,99	
Avgust	19.306,27		15.955,60	
Septembar	18.202,82	54.654,77	15.043,66	45.169,25
Oktobar	7.758,30		6.411,82	
Novembar	11.015,51		9.103,73	
Decembar	26.484,12	45293.93	21.887.71	37.403,26
Ukupno		160.930,84		132.971,00

Izvor: Podaci Službe računovodstva RTB

Ako pažljivo analiziramo podatke iz tabele 1. primjetićemo da je najveći prihod ostvaren u trećem i u četvrtom kvartalu. U trećem kvartalu se prihodovalo od Ljetnjeg programa cca 20.000,00 €. U četvrtom kvartalu prihodovalo se od novogodišnjih čestitki iznosa cca 5.000,00 €, a ostali prihodi od emitovanja reklamnih spotova na radiju, televiziji, portalu i od produkcije RTB.

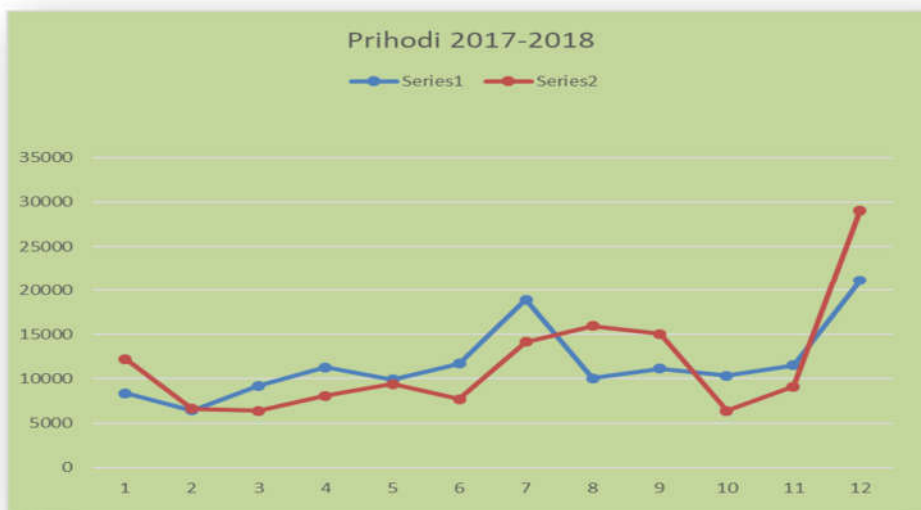
Grafikon 1: Nominalni prikaz pruženih marketinških usluga u decembru 2018.godine



Izvor: Autor

Što se tiče naturalnih pokazatelja u decembru mjesecu ostvareno je oko 50% više usluga u fizičkom obimu, zahvaljujući tome što u ovom periodu imamo dodatnu ponudu, novogodišnje čestitke, pa je očekivan i porast finansijskih efekata.

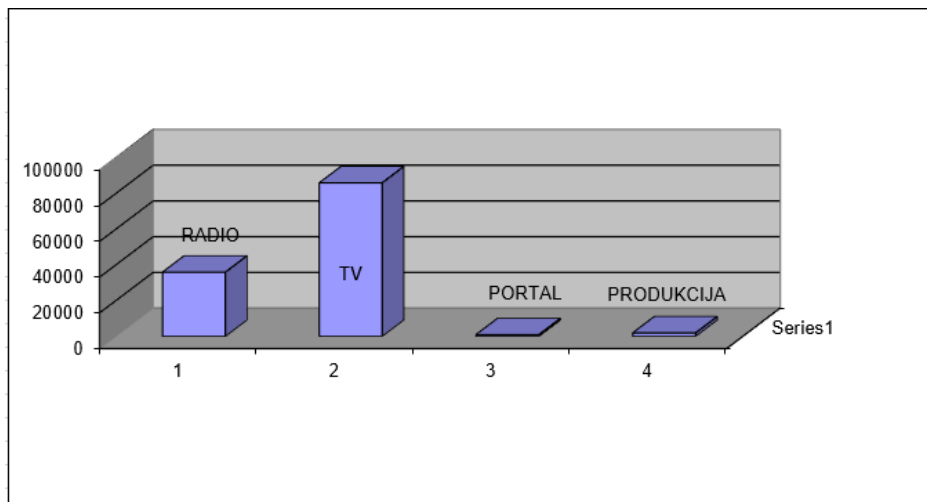
Grafikon 2: Prikaz kretanja marketinških prihoda u 2018.godini u odnosu na 2017



Izvor: Autor

Prihodi u 2018.godini bilježe tendenciju rasta u periodu ljetnjih mjeseci. U oktobaru dolazi do pada prihoda što je posledica eksternih faktora u poslovanju a vezani su za opšte uslove privređivanja , dok decembar prati veliki rast prihoda. Shodno činjenici da je Marketing služba prihodovala u periodu od 01.01.2018. godine do 31.12.2018.god. 160.930,84€, ostavariili smo natprosječne uspjehe u naplati potraživanja iznosa cca 124.000 € (EPP blokovi, sponzorstva, portal, produkcija) i kompenzacionim putem realizovali potraživanja u iznosu cca 40.000 € (uključujući i kompenzacije nerealizovane prethodnih godina). U 2018.godini Služba marketinga je zaključila ukupno 80 ugovora o poslovnoj saradnji i sponzorstvu.

Grafikon 3: Struktura ukupnih prihoda ostvarenih u 2018.godini



Izvor: Autor

U strukturi ukupnih prihoda, reklamne poruke emitovane na Radio Budvi iznosile su cca 37.000,00€, na Televiziji Budva ostvaren je prihod od cca 84.000,00€, prihodi od portala cca 4.000,00€, prihodi od produkcije cca 3.000,00€. Prihodi ostvareni putem marketinških agencija iznose cca 6.000,00€, što ukazuje da je neophodno izvršiti istraživanje slušanosti i gledanosti našeg medija.

Služba marketinga obavlja poslove, koji se odnose na nabavku robe i usluga za potrebe organizacionih cjelina u RTB .Izveštaj o radu Službe marketinga bio bi nepotpun ukoliko ne bi bili prikazani i mnogobrojni poslovi koje je ova služba obavljala u cilju nesmetanog realizovanja radio i televizijskog programa. Tu u prvom redu mislimo na obezbjeđivanje smještaja, večera za poslovne partnere, obezbjeđivanje tehničke opreme, scenografije... Služba marketinga aktivno učestvuje u kreiranju i organizaciji pojedinih događaja, poput 8. Martovskog druženja, novogodišnje druženje, i slično.

Služba marketinga poseban akcenat stavila je na promociju i jačanje imidža RTB sa zadatkom da doprinese kvalitetnijoj programskoj ponudi Radija i Televizije Budva kao i Portala RTB, stvaranju pozitivnog imidža kuće i unapređenju interaktivnosti izmedju naše

kuće i korisnika usluga. U tom smislu ističemo projekte „Naše ljeto“ „Izbor za najljepše dvorište“ i „Izbor za najljepši novogodišnji izlog“. Vođeni konceptom društveno odgovornog poslovanja – ovaj koncept podrazumjeva odgovornost prema privrednim subjektima, lokalnoj zajednici od kojih se dobija profit i postavljanje prema njima na socijalno odgovoran i etičan način organizovali smo navedene projekte.

1. „Naše ljeto“ - Projekat „Naše ljeto“ Radio Televizija Budva je realizovala u saradnji sa Radio Televizijom Bijeljina u periodu od 15. jula do 31. avgusta. Za realizaciju ovako zahtjevnog projekta moramo pomenuti da nije izostala pomoć naših vjernih partnera, u prvom redu ističemo Turističku organizaciju opštine Budva kao generalnog sponzora, zatim HG Budvanska rivijera, Mega promet, Morsko dobro, Jadranski sajam, Black& White, Restoran Porto, Opština Tivat koji su podržali projekat. Projektom „Naše ljeto“ dodatno je afirmisana turistička ponuda Crnogorskog primorja i gledaocima u regionu dodatno približila turistički proizvod i sve ljepote Crne Gore. Radio Televizija Budva će i u budućnosti svoju programsku orijentaciju usmjeriti na afirmaciju turističkih i kulturnih potencijala naše zemlje.
2. „Izbor za najljepše dvorište“ - Bitno je napomenuti da realizacijom ove aktivnosti RTB daje doprinos dodatnom jačanju Budve metropole turizma, opštine ekološke svijesti, čistoće i uređenje ambijenta ekskluzivne turističke destinacije. Radio Televizija Budva iskazuje iskrenu zahvalnost na doprinosu u projektu *„Izbor za najljepše dvorište 2018.g.“* Turističkoj oragnzaciji opštine Budva, „Komunalno“d.o.o. i firmi „Mondo Verde“.
3. „Izbor za najljepši novogodišnji izlog“- Cilj akcije je podsticanje preduzetništva, animiranje vlasnika radnji i poslovnih prostora da ukrašavanjem izloga svojih lokala daju doprinos prazničnoj atmosferi u gradu . Važna je i zbog očuvanja imidža grada jer je Budva metropola po svim karakteristikama, kako turističkim tako i kulturnim. Dugujemo zahvalnost preduzeću Mediteran reklame , Turističkoj organizaciji opštine Budve za pruženu podršku u realizaciji ovog projekta.

U svrhu promocije programa RTB, konstantno komuniciramo sa ostalim medijima, u prvom redu štampanim, u smislu preporuka sadržaja kao i svakodnevno objavljivanje programske šeme u dnevnim novinama.

Marketing plan za 2019.godine

Imajući u vidu opštu finansijsku situaciju u regionu, sve veću i agresivniju konkurenciju na medijskoj sceni Crne Gore, sa posebnom pažnjom Služba marketinga planirala je prihode i aktivnosti u 2019.godini.

Tabela 2: Projekcija marketinških prihoda za 2018.godinu

Mjesec	Prihodi RTB	Kvartalno
Januar	10.000,00	
Februar	7.500,00	
Mart	7.500,00	25.000,00
April	10.000,00	
Maj	10.000,00	
Jun	10.000,00	30.000,00
Jul	18.000,00	
Avgust	16.000,00	
Septembar	16.000,00	50.000,00
Oktobar	10.000,00	
Novembar	10.000,00	
Decembar	25.000,00	45.000,00
Ukupno	150.000,00	150.000,00

Izvor: Autor

Marketinški prihodi u 2019.godini projektovani su u iznosu od 150.000€, što je na nivou prošlogodišnjeg plana, prioritet će nam biti realizacija planiranog .

Strategija marketinga i godišnji plan aktivnosti

Dosadašnji način organizovanja i rada Službe marketinga je dao određene rezultate koje je potrebno unaprijediti u 2019.godini. Da bi unaprijedili rad i postigli još značajnije finansijske efekte i u 2019.godini nastavićemo sa razvijanjem marketinga kao poslovne funkcije u RTB. Putem stvaranja kvalitetnijeg programa RTB, marketinški orjentisanog, obezbjediće se zadovoljenje potreba naših gledalaca, samim tim stvoriti veću potrebu oglašivača za oglašavanje na našim programima. Navedena orjentacija će biti ostvarena pod uslovom da se rad svih poslovnih funkcija integriše i da jedinstveno djeluju u tom pravcu.

Služba marketinga će u 2019.godini nastaviti sa započetim aktivnostima:

1. Planiranje i realizacija marketinških aktivnosti sa ciljem povećanja prihoda
2. Kontaktiranje svih značajnijih marketinških agencija i potencijalnih partnera
3. Afirmisanje naše gledanosti, slušanosti, multimedilajnost
4. Podizanje ugleda RTB kroz jačanje imidža
5. Prodaja programa iz produkcije RTB
6. Uspostavljanje kvalitetnijih kontakata sa distributerima i ovlašćenim predstavnicima nezavisnih produkcija

7. Ispitivanje tržišta
8. Plasiranje RTB programa , brendiranje
9. Nabavka filmskog i serijskog programa
10. Društveno odgovorno poslovanje

Marketinški prihodi u 2019.godini projektovani su u iznosu od 150.000€, što je na nivou prošlogodišnjeg plana. Planirani prihodi od oglašavanja zasnovani su na projekciji prodaje reklamnog prostora uz programske sadržaje kao što su, informativni program, sportski program, emisije o turizmu, dječji program, filmski i serijski program itd. Budući da u proteklih par godina održavamo trend rasta, kako u prihodima, tako i u prilivima, Služba marketinga će nastojati da taj trend zadrži i u 2019. godini.

Da bi se nastavio trend uspjeha neophodno je kadrovski ojačati Službu marketinga, inovirati organizaciju. Radićemo na sinergijskoj povezanosti aktivnosti Službe sa uređivačkom politikom što će doprinijeti atraktivnosti radio i televizijskog programa. Posebnu pažnju posvetićemo marketinškim aktivnostima na prezentaciji sopstvenog programa, organizaciji marketinških kampanja, prevashodno širenju marketinških aktivnosti na ostale gradove Crne Gore.

Aktivnosti Službe marketinga u 2019. godini biće usmjerena i na neposrednoj komunikaciji sa našim gledaocima i slušaocima. Na taj način ćemo sagledati primjedbe i sugestije građana i o istima obavijestiti urednike programa. Ipak, osnovni zadatak Marketing službe je da putem konstantnog poboljšanja rada sa oglašivačima i inovacijama pridobijemo nove, zadrži lojalne i povratimo oglašivače koji su nas napustili.

Posebnu pažnju posvetićemo sređivanju baze podataka i evidentiranja ciljnih grupa potencijalnih kupaca. Pravilno korišćenje, baze podataka pomoći će nam da odaberemo najbolje kupce, izračunamo vrijednost vremena života njihovog posla i uspostavimo dijalog koji stvara trajnu lojalnost. Imajući tu činjenicu u vidu potreba za nabavkom nove kompjuterske opreme je neophodna. Pozitivan pravac razvoja takodje planiramo da nastavimo i kada je u pitanju afirmacija marketinške produkcije: priprema reklamnog programa za emitovanje, kao i njegovo arhiviranje, izrada promotivnih spotova vlastitog programa, izrada spotova, reportaža i sl. za potrebe trećih lica.

5. ULAGANJA U TEHNIKU

Radui Televizija Budva je u 2018. godini na ime kapitalnog budžeta Opštine Budva uložila u obnovu svoje tehnike značajna sredstva. U junu 2018. godine započeli smo prvu fazu digitalizacije tehničke opreme Televizije Budva. Uložen su sredstva u adaptaciju televizijske režije (građevinski iradovi, zamjena plafona, rasvjete, poda, akustična izolacija itd.) i na nabavku digitalne tehničke opreme za snimanje, realizaciju i emitovanje programa RT Budva u HD rezoluciji. Nakon izrade plana digitalizacije i realizacije tendera u saradnji sa Opštinom Budva, pristupilo se demontaži zastarjele analogne opreme i montaži nabavljene digitalne opreme. Pomenuti radovi završeni su u roku od 15 dana nakon pristizanja nove opreme, a za to vrijeme RT Budva emitovala je samo informativni program.

Za potrebe digitalizacije nabavljena je i puštena u rad sledeća oprema:

Sony	PXW-X200	Camcorder	2
Cartoni	KFG8-1AG	Stativi	1
Cartoni	D734	kolica za KF12-1AG	1
Cartoni	KF12-1AG	stativ za camcorder satelepromterom	1
Cartoni	D733	kolica za stativ	1
Manfrotto	RC Pan bar	rucicasa zoom I focus kontrolom	2
For a	HVS-100	Video mikser: 8in, 4out, multiview, redundant power supply	1
Playbox	Channel-in-box	HD Turnkey playout, ingest and branding solution, 4TB local storage, RAID 10	1
AJA	KUMO CP	control panel	3
AJA	Kumo 3232	Video matrica: 32in, 32out saKumo CP kontrolnim panelomi TP-4 port network switch	1
Lynx technik	R FR 5018 EU	Frame with redundant power supply	1
Lynx technik	PDM 5340	3G/HD/SD 4 Channel Analog Audio Embedder / De embedder	3
Lynx technik	DVD 5810	3Gbit 1>8 SDI/ASI Distribution Amplifier	2
Lynx technik	SPG 1707	Sync generator	1
Lynx technik	RCT 5023-G	Rack controlers	1
Personus	1818VSL	AudioBox 1818VSL	1
Blackmagic	HDL-SMTWSCOPEDU04 K2	SmartSope Duo 4K 2	1

Blackmagic	Blackmagic Audio Monitor	Audio monitor	1
Sachtler	ACE M MS	Stativi za camcorderesamid levelpaukom	2
Sachtler	SC306	Rančevi za kamere	2
Sennheiser	EW112 P G3	Bežičnebubice	4
Sony	SRG-300SEW	Full HD remotely controlled PTZ colour video camera	3
Sony	RM-IP 10	IP remote control for camera	1
Sony	MCS-8M	Video mixer sa 8 ulaza	1
Blackmagic	HyperDeck Studio Mini	Recorder	1
Lynx technik	PEC 1864	kabloviikonektori	1
PSP		Kofer za mikser I monitor	1
Sony	LED televizor		2

Budva, 21. VI 2019.



Izvršni direktor
Rade Tabaš, s.r.

Tabaš R