



**FINANSIJSKI PLAN
RADIO TELEVIZIJE BUDVA
ZA 2015. GODINU**

Budva, mart 2015.

SADRŽAJ:

1. UVOD	3
2. CILJEVI I ODNOS PREMA KONKURENCIJI	3
3. STRUKTURA ZAPOSLENIH	4
4. PRODAJA I MARKETING	5
5. PRIHODI I RASHODI	5
5.1. TROŠKOVI MATERIJALA I ENERGIJE	6
5.2. TROŠKOVI RADA	7
5.3. TROŠKOVI USLUGA	8
5.4. TROŠAK AMORTIZACIJE	9
5.5. OSTALI TROŠKOVI	9
5.6. ULAGANJA	9

1. UVOD

Nakon upisa u Centralni registar privrednih subjekata septembra 2013. godine, a na osnovu Odluke Skupštine opštine Budva br. 0101-215/1 od 10. IV 2012, formirano je društvo sa ograničenom odgovornošću Lokalni javni emiter „Radio Televizija Budva“. Sagledavanjem poslovanja na kraju 2014. godine nameće se zaključak da se Odluka o formiranju Radio Televizije Budva kao jedinstvenog lokalnog javnog emitera pokazala kao vizionarska ideja. Radio Televizija Budva uspjela je da pronađe svoje mjesto na probirljivoj medijskoj sceni Crne Gore na kojoj program emituju čak 43 komercijalne radio stanice. Pretežan broj komercijalnih radio stanica formiran je u Podgorici, glavnom gradu, i na Crnogorskom primorju, tj. u sredinama koje su ekonomski snažnije od ostalog dijela Crne Gore. U 15 crnogorskih opština formirani su lokalni radio emiteri, dok u opštinama Budva, Pljevlja i Nikšić u sklopu javnih servisa egzistiraju i lokalne televizije. S obzirom na veličinu zemlje i broj stanovnika riječ je o respektabilnom broju medija.

Trenutno građani Crne Gore mogu putem kablovskih operatera da gledaju skoro sve televizije koje u Srbiji, Hrvatskoj, te Bosni i Hercegovini imaju dozvolu za nacionalnu pokrivenost. Osim toga, pojedinačni televizijski programi se redovno emituju na privremeno kupljenim frekvencijama ili su dio programa crnogorskih televizijskih stanica. Zakon o elektronskim medijima Crne Gore, koji je, jula 2010, donijela Skupština Crne Gore, jasno je definisao način osnivanja i finansiranja lokalnih javnih emitera, pa shodno tome i RTB.

U skladu sa pomenutim zakonom RTB je inicirala proizvodnju i emitovanje programa koji između ostalog afirmiše ostvarivanje prava manjinskih naroda, ostvarivanje ljudskih i političkih prava građana, očuvanje crnogorskog nacionalnog i kulturnog identiteta, podsticanje kulturnog stvaralaštva, informisanje lica oštećenog sluha i vida.

2. CILJEVI I ODNOS PREMA KONKURENCIJI

Obavljanje funkcije javnog servisa na lokalnom nivou, osim što po definiciji predstavlja odgovoran posao, u vremenu krize dodatno je otežan. Na tržištu na kome novac caruje, mali sistemi, poput lokalnih javnih emitera, nemaju šta da traže. Njihovi prihodi u odnosu na komercijalne emitere mogu se smatrati statističkom greškom. Nelojalna borba na tržištu sa komercijalnim medijima čiji programi su namijenjeni sticanju profita dodatno otežava poslovanje RTB.

Ekonomski problemi sa kojima se susreće, a sasvim je izvjesno da će se i u 2015. godini susretati RTB, uočljivi su na najmanje dva nivoa. Prvi je nelojalna borba na tržištu sa komercijalnim medijima čiji su programi namijenjeni sticanju profita, kao i ne manje važan problem - loša ekonomska situacija osnivača, to jest lokalne uprave. Iako zakonsko rješenje ide na ruku RTB, u stvarnosti je situacija sasvim drugačija. Okolnosti u

kojima se nalazi Opština Budva u minulim godinama bile su izuzetno loše, što nije omogućavalo ispunjenje preuzetih obaveza prema našoj medijskoj kući.

3. STRUKTURA ZAPOSLENIH

Adekvatna kadrovska, stručna i školska popunjenost radnih mjesta, hronični je problem Radio Televizije Budva.

U septembru 2014. godine, uzimanjem otpremnine, RTB je napustio jedan računovodstveni radnik, a u januaru 2015. godine to je uradio i novinar.

Tabela 3.1: Planirani prosječan broj zaposlenih u 2015.

Segment Društva	2014. ostv.	2015. plan	Indeks
Radio – proizvodnja i emitovanje	9	9	100
Televizija – proizvodnja i emitovanje	24	27	113
Tehnička služba	1	1	100
Marketing i prodaja	4	4	100
Opšte i administrativne službe	10	10	100
Ukupno:	48	51	

Tabela 3.2: Planirani stepen obrazovanja zaposlenih

Stepen obrazovanja	2014.	2015. PLAN
I stepen obrazovanja	2	2
II stepen obrazovanja	0	0
III stepen obrazovanja	5	3
IV stepen obrazovanja	24	22
V stepen obrazovanja	5	5
VI stepen obrazovanja	2	2
VII stepen obrazovanja	9	16
VIII stepen obrazovanja	1	1
UKUPNO:	48	51

Tabela 3.3: Planirani broj usavršavanja zaposlenih

Sektor	Broj polaznika
Proizvodnja programa	25
Emitovanje programa	4
Stručne službe	3
Ukupno:	32

4. PRODAJA I MARKETING

Medijsko tržište, koje je postalo sve nemilosrdnije, je prostor gdje Radio Televizija Budva treba da izbori svoje mjesto. Kvalitet programa u svakom slučaju je odlučujući faktor u tom pozicioniranju, ali svakako ne treba zanemariti ni rad Službe marketinga. U 2015. godini poseban akcenat biće stavljen upravo na unapređenje rada ove Službe, a sve u cilju obezbjeđivanja finansijskih sredstava neophodnih za održavanje tekuće likvidnosti i unapređenje sopstvene produkcije.

5. PRIHODI I RASHODI

Pri planiranju iznosa prihoda i rashoda za poslovnu 2015.godinu, osnovno polazište bila su salda konta iskaza ukupnog rezultata i promet na kontima iskaza o finansijskoj poziciji, u 2014. godini, kao i procjene budućih poslovnih promjena, od strane stručnih službi Društva

Odlukom o budžetu SO Budva je, za RTB, opredjelila iznos od 630.000 €, izražen kroz dvije budžetske pozicije: iznos od 580.000 € za finansiranje programskih sadržaja u klasifikaciji 'ostale usluge', te iznos od 50.000 € striktno opredeljen za nabavku digitalne opreme.

Čak i letimičan pogled na rekapitulaciju ostvarenih troškova u 2014. godini, koji su poslužili kao polazna osnova za planiranje, dovoljan je da se shvati da je, uprkos manirima dobrog domaćina, nemoguće finansirati visok stepen kvaliteta pruženih usluga i uslova rada, kao i nagrađivanja zaposlenih.

Prihodi koje očekujemo finansijskim planom iznose 830.000 €, sa pripadajućom strukturom:

Tabela 5.1: Rekapitulacija prihoda

Vrsta prihoda	Iznos	Učešće u ukupnim prihodima
Prihodi za osnovnu djelatnost, iz dijela opštih prihoda budžeta Opštine Budva (Čl.17 tačka 1 Odluke o osnivanju društva) - BUDŽETSKA POZICIJA "OSTALE USLUGE" Ek.klasif.4149	580.000	69,88 %
Prihodi za osnovnu djelatnost, iz dijela opštih prihoda budžeta Opštine Budva (Čl.17 tačka 1 Odluke o osnivanju društva) - BUDŽETSKA POZICIJA "IZDACI ZA OPREMU" Ek.klasif.4415	50.000	6,02 %
Prihodi po osnovu programskih sadržaja (Čl.19 Odluke o osnivanju društva)	0,00	0,00 %
Prihodi od proizvodnje i emitovanja reklamnih sadržaja (čl.17 tačka 2 Odluke o osnivanju Društva)	200.000	24,10 %
Ukupno:	830.000	100,00 %

Projekcije su, uglavnom, nastale na osnovu visine ostvarenih troškova u 2014. godini i na osnovu procjene budućih poslovnih promjena.

Tabela 5.2: Rekapitulacija troškova

Vrsta troškovne grupe	Iznos	Učešće u ukupnim troškovima
Troškovi materijala i energije	35.900 €	4,33%
Troškovi rada, naknada i ostali lični rashodi	658.100 €	79,29%
Troškovi usluga	67.600 €	8,14%
Troškovi amortizacije	2.000 €	0,24%
Ostali troškovi	16.400 €	1,98%
Investiciono održavanje i ulaganja	50.000 €	6,02%
U k u p n o:	830.000 €	100,00%

5.1. TROŠKOVI MATERIJALA I ENERGIJE

Troškovi materijala i energije su, od stavki koje je bilo lako moguće financirati iz tekućih priliva, dostigli značajno učešće u ukupnim troškovima poslovanja. Ako se uporedi sa prošlogodišnjih 26.100, odnosno 2,67 % učešća u ukupnim troškovima, lako se zaključuje iznimno veliko povećanje ovih troškova od 37,55 %. U okviru ove grupe planirani su iznosi u skladu sa ostvarenom visinom troškova u 2014. godine, kako slijedi:

Tabela 5.3:

Konto	Naziv	Iznos	Učešće u ukupnim troškovima
511000	KOMUNALNE USLUGE - VODA	1.500	0,18 %
511010	KOMUNALNE USLUGE - SMEĆE	1.400	0,17 %
512001	TROŠKOVI KANCELARIJSKOG MATERIJALA	2.000	0,24 %
512002	TROŠKOVI OSTALOG POTROŠNOG MATERIJALA	3.500	0,42 %
512003	TROŠKOVI MATERIJALA ZA ODRŽAVANJE OSN.SR.	3.000	0,36 %
512501	TROŠKOVI INVENTARA KOJI SE U CJEL. OTPISUJU	3.000	0,36 %
513001	TROŠKOVI ELEKTRIČNE ENERGIJE	17.000	2,05 %
513101	TROŠKOVI GORIVA I MAZIVA	4.500	0,54 %
		35.900	4,33 %

U odnosu na plan za prethodnu godinu, troškovi komunalnih usluga i energije ostvareni su u, gotovo, 100% većem iznosu. Troškovi vode, smeća i električne energije odnose se na dvije lokacije na kojima se odvija proces rada, i to: proizvodnja i emitovanje TV programa u zgradi koja se nalazi u Starom budvanskom gradu, te prostor za proizvodnju i emitovanje radio programa u kome su smještene i stručne službe RTB, na adresi 13. jul b.b.

Najveći dio troškova kancelarijskog materijala predstavljaju toneri za laserske printere. U ostali potrošni materijal spadaju sredstva za čišćenje, papirnata konfekcija, baterije i slično.

Pod stavkom troškova materijala za održavanje osnovnih sredstava ubrajaju se svi kablovi, rezervni djelovi i ostali materijal manje vrijednosti za opravku opreme za vršenje djelatnosti, kao i materijal na tekućem održavanju vozila, a inventar koji se u cjelosti otpisuje na teret rashoda predstavljaju nosači zvuka i slike, scenski materijal i rekviziti, kao i oprema čija je pojedinačna vrijednost manja od 300 (poreski nepriznata kao rashod amortizacije).

5.2. TROŠKOVI RADA

Pri sadašnjem broju zaposlenih, iz, Budžetom opredeljenih, 580.000 €, ne može se ostvariti ravnoteža prihoda i rashoda, čak ni nakon desetoprocjntnog umanjnja zarada i naknada zarada po Ugovorima o radu, kao i naknada po Posebnim ugovorima o dodatnom angažovanju. Stoga su troškovi rada umanjnjeni za cca 15%, a ostale naknade zaposlenima se - ukidaju. U odnosu na plan za 2014. godinu, ova grupa troškova umanjnena je za 111 hiljada eura.

Troškove rada čine, kao što je navedeno u tabeli koja slijedi, neto zarade sa obaveznim porezima i doprinosima, naknade po osnovu posebnih ugovora za povremene i privremene poslove saradnika u programu, marketingu, računovodstvu i slično. Takođe, u okviru ove grupe troškova prikazani su i troškovi naknada za članstvo u organima upravljanja RTB. Savjet RTB-a broji pet članova koje je, uz procedure definisane Zakonom, imenovala opštinska skupština.

Tabela 5.4:

Konto	Naziv	Iznos	Učešće u ukupnim troškovima
520000	TROŠKOVI NETO ZARADA	320.630	38,63 %
520100	TROŠKOVI POREZA NA BRUTO ZARADE	49.824	6,00 %
520200	TROŠKOVI DOPRINOSA IZ BRUTO ZARADA	116.987	14,09 %
521001	TROŠKOVI DOPRINOSA NA BRUTO ZARADE	51.377	6,19 %
522001	TROŠKOVI POVR. POSLOVA: PROGRAM, MARKETING I RAČ.	98.000	11,81 %
526002	NAKNADE ČLANOVIMA SAVJETA	13.600	1,64 %
529102	PRIREZ POREZU NA DOHODAK	4.982	0,60 %
529301	OSTALE NAKNADE ZAPOSLENIMA	0	0,00 %
529400	TROŠKOVI DNEVNICA I SLUŽBENIH PUTOVANJA	2.700	0,33 %
529501	TROŠKOVI OTPREMNINA ZA SPOR. RASKID RADN	0	0,00 %
		658.100	79,29 %

Na kraju poslovne 2014. godine u Društvu je, po Ugovoru o radu, zaposleno 49 radnika (od toga žena: 31).

5.3. TROŠKOVI USLUGA

Troškovi usluga, ne računajući troškove rada, predstavljaju najznačajniju rashodnu stavku u Društvu. U najvećoj mjeri, korišćenje ovih usluga direktno je u službi proizvodnje sopstvenog ili reemitovanja drugih programa.

Tabela 5.5:

Konto	Naziv	Iznos	Učešće u ukupnim troškovima
531200	TROŠKOVI MOBILNE TELEFONIJE	8.000	0,96 %
531250	TROŠKOVI FIKSNE TELEFONIJE	5.500	0,66 %
531260	TROŠKOVI EKSPEDICIJE POŠTE	400	0,05 %
532100	TROŠKOVI TEKUĆEG ODRŽAVANJA OPREME	4.000	0,48 %
532101	TROŠKOVI TEKUĆEG ODRŽAVANJA INVENTARA	700	0,08 %
535100	TROŠKOVI REKLAME I PROPAGANDE	4.000	0,48 %
539900	TROŠKOVI AGENCIJSKIH VIJESTI	1.200	0,14 %
539910	TROŠKOVI USLUGA NA PROIZVODNJI PROGRAMA	10.000	1,20 %
539911	TROŠKOVI SOPSTVENE PRODUKCIJE	20.000	2,41 %
550400	TROŠKOVI REVIZIJE	1.000	0,12 %
550702	TROŠKOVI STRUČNOG USAVRŠAVANJA	1.000	0,12 %
550900	TROŠKOVI ODRŽAVANJA SOFTVERA	1.000	0,12 %
550910	TROŠKOVI IZBORA SPORTISTE GODINE	2.500	0,30 %
550920	NAKNADE ZA USLUGE ODRŽAVANJA ČISTOĆE	800	0,10 %
550930	TROŠKOVI OSTALIH NEPOMENUTIH USLUGA	1.000	0,12 %
551000	TROŠKOVI REPREZENTACIJE U ZEMLJI	6.500	0,78 %
		67.600	8,14 %

Troškovi telefonije (fiksne i mobilne) planirani su u nešto većem iznosu (13%) u odnosu na prethodnu godinu, a projekcija je napravljena na osnovu potrošnje u 2014. Troškovi održavanja opreme i inventara podrazumijevaju redovne i intervencije po potrebi na repertorima Spas i Velji Grad, kao i kompletnoj emisionoj i računarskoj tehnici radija i televizije.

Troškovi reklame i propagande RTB-a prevashodno čine troškovi billboarda na udarnim mjestima u gradu u vrijeme prikazivanja ljetnjeg programa, kao i troškovi web prezentacija ili usluge štampanja.

U okviru usluga na proizvodnji programa planirana je nabavka kvalitetnog snimljenog materijala kompetentnih pravnih i fizičkih lica za emitovanje u radio ili televizijskom programu.

Troškovi reprezentacije: gosti u radio programu (kao i stranke u stručnim službama) poslužuju se kafom, čajem ili sirupima prirodnih sokova iz bifea u poslovnoj zgradi radija. Takođe, i zaposlenima je omogućeno umjereno konzumiranje navedenih proizvoda. Za tu svrhu, planiran je prosječan dnevni iznos troška u visini od cca 20 .

5.4. TROŠAK AMORTIZACIJE

S obzirom da je, zbog nedostatka sredstava, u 2014. izostala nabavka nove opreme, a osim digitalizacije, ni u 2015. godini neće biti značajnijih investiranja u opremu, troškovi amortizacije ne opterećuju bilans uspjeha u značajnijoj mjeri.

Tabela 5.6:

Konto	Naziv	Iznos	Učešće u uk. troškovima
540010	TROŠKOVI AMORTIZACIJE	2.000	0,24%
		2.000	0,24%

5.5. OSTALI TROŠKOVI

Tabela 5.7:

Konto	Naziv	Iznos	Učešće u uk. troškovima
552400	TROŠKOVI OSIGURANJA ZAPOSLENIH U TOKU RADA	3.000	0,36 %
553000	TROŠKOVI PLATNOG PROMETA	2.000	0,24 %
559301	PRETPLATA NA SL.NOVINE I DRUGE STRUČNE PUBLIKACIJE	700	0,08 %
559500	ADMINISTRATIVNE I SUDSKE TAKSE	100	0,01 %
559950	TROŠKOVI AGENCIJE ZA ZAŠTITU AUTORSKIH PRAVA	4.500	0,54 %
559600	AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE - DUG PRETHODNIH PERIODA	6.100	0,73 %
		16.400	1,98 %

5.6. ULAGANJA

Tabela 5.8:

Naziv	Iznos	Učešće u uk. troškovima
OPREMA I INV. NA DIGITALIZACIJI PROGRAMA	50.000	6,02%
	50.000	6,02%

Proces digitalizacije zemaljskog prenosa TV signala gotovo je završen, te sada ulazimo u kraći, prelazni, period paralelnog rada analogne i digitalne televizije. Sa tehničkog aspekta o tom procesu gotovo je sve rečeno. Sa stanovišta potrošača takve usluge - gledaoca, neće se desiti revolucionarne promjene jer preko 70% građana Crne Gore prati već nekoliko godina digitalne programe preko jednog od kabel operatora, ali proizvođač programa, Radio Televizija Budva, u sam finiš ovog procesa ulazi sa neizvjesnošću. Stiče se utisak da su Lokalni javni emiteri nekako ostavljeni po strani i da polako postaju neka vrsta problema čitavog procesa digitalizacije. Situacija je ozbiljnija kada se uzme u obzir da se rokovi približavaju a vrijeme nezaustavljivo prolazi.



Finansijski plan RTB za 2015.

Čini se da je poslije višegodišnje muke sa tehničkim pitanjima ovog procesa potpuno zanemarena praktična realizacija i da smo danas, takoreći pred samim startom tog sistema, u situaciji da razgovaramo o elementarnim stvarima koje se tiču sticanja uslova ulaska u multiplex, cijenama i sl.

Budva, 31. III 2015.

Predsjednik Savjeta Radio Televizije Budva
Miodrag Vučinić