



REPUBLIKA HRVATSKA
PRIMORSKO-GORANSKA ŽUPANIJA
Ž u p a n

**IZVJEŠĆE
O POSLOVANJU TRGOVAČKOG DRUŠTVA KANAL RI d.o.o.
ZA 2023. GODINU**

Ž u p a n

Zlatko Komadina, dipl. ing., v.r.



REPUBLIKA HRVATSKA
PRIMORSKO–GORANSKA ŽUPANIJA
Županijska skupština
Predsjednik

članovima Županijske skupštine

Na temelju članka 97. Poslovnika Županijske skupštine Primorsko-goranske županije („Službene novine“ broj 26/09, 16/13, 25/13-pročišćeni tekst i 4/21), u prilogu upućujem **Izvešće o poslovanju trgovačkog društva KANAL RI d.o.o. za 2023. godinu.**

Predsjednik

Marko Boras Mandić, v.r.



REPUBLIKA HRVATSKA
PRIMORSKO-GORANSKA ŽUPANIJA
Ž u p a n

Županijska skupština
Primorsko-goranske županije
n/r predsjednika Marka Borasa Mandića

Na temelju članka 96. Poslovnika Županijske skupštine Primorsko-goranske županije („Službene novine“ broj 26/09, 16/13, 25/13-pročišćeni tekst i 4/21) upućujem **Izvešće o poslovanju trgovačkog društva KANAL RI d.o.o. za 2023. godinu.**

Za svoje predstavnice, koje će sudjelovati u radu Županijske skupštine Primorsko-goranske županije i njenih radnih tijela, određujem **IZABELU LINČIĆ MUŽIĆ**, pročelnicu Upravnog odjela za pomorsko dobro, promet i veze i **GORDANU ŠIMIĆ DRENIK**, direktoricu Kanala RI d.o.o.

Ž u p a n

Zlatko Komadina, dipl.ing., v.r.

I. PRAVNI OSNOV

Županijska skupština Primorsko-goranske županije je Zaključkom od 5. svibnja 2022. godine (KLASA: 024-04/22-01/3, URBROJ: 2170-01-01/5-22-21) pozvala trgovačko društvo Kanal RI d.o.o., odnosno direktoricu Društva, na podnošenje izvještaja o poslovanju za proteklu godinu Županijskoj skupštini Primorsko-goranske županije najmanje jednom godišnje.

Člankom 108. stavkom 1. Poslovnika Županijske skupštine Primorsko-goranske županije („Službene novine“ broj 26/09, 16/13, 25/13 – pročišćeni tekst i 4/21; dalje u tekstu - Poslovnik), propisano je da Županijska skupština u okviru svojeg djelokruga razmatra informacije, izvješća, analize i uputstva, a člankom 109. Poslovnika propisano je kako pravo podnositi informaciju, izvješće, analizu i uputstvo Skupštini ima Župan, kao jedan od ovlaštenih predlagatelja.

Člankom 84. Poslovnika, propisano je kako Županijska skupština u okviru svog djelokruga donosi Statut, Poslovnik, Proračun, polugodišnji i godišnji izvještaj o izvršenju Proračuna, odluke, pravilnike, rješenja, druge opće i pojedinačne akte i zaključke.

Člankom 28. stavkom 1. točkom 23. Statuta Primorsko-goranske županije („Službene novine“ broj 23/09, 9/13, 25/13 – pročišćeni tekst, 5/18, 8/18 – pročišćeni tekst, 2/20 i 4/21), propisano je da Županijska skupština obavlja i druge poslove koji su zakonom, drugim propisom ili Statutom sastavljeni u njezin djelokrug.

II. OBRAZLOŽENJE

Primorsko-goranska županija jedna je od 37 suvlasnika trgovačkog društva Kanal RI d.o.o. (dalje u tekstu: Društvo) te zastupa 31,212% temeljnog kapitala Društva, čija ukupna vrijednost iznosi 1.649.877,23 eura.

Tijela upravljanja Društva za izvještajno razdoblje su:

- Skupština Društva:
 - Marko Filipović, predsjednik
 - Vojko Braut, potpredsjednik
- Nadzorni odbor Društva:
 - Doris Šajn, predsjednica – predložena od Grada Rijeke
 - Goran Petrc, zamjenik predsjednika – predložen od Primorsko-goranske županije
 - Ivo Usmiani, član – predložen iz redova fizičkih osoba vlasnika poslovnih udjela Društva
 - Sanja Pošćić, članica – predložena iz redova fizičkih osoba vlasnika poslovnih udjela Društva
 - Radivoje Bošnjaković, član – predložen iz redova fizičkih osoba vlasnika poslovnih udjela Društva
- Uprava Društva:
 - Gordana Šimić Drenik

Direktorica Društva dana 20. studenog 2024. godine dostavila je Izvješće o radu uprave za 2023. godinu (dalje u tekstu: Izvješće), koje u cijelosti prilažemo u prilogu ovog materijala. Iz Izvješća posebno izdvajamo sljedeće:

Prihodi

Iz Izvješća je vidljivo da u ukupnim приходima (Tablica 1.), najveći udio čine poslovni prihodi (97,89%), koji čine prihodi od prodaje usluga (83,19%) i ostali prihodi – prihodi od refundacija (14,70%). Financijski prihodi čine preostali udio u приходima (2,11%).

Tablica1.

R.B.	PRIHODI	2022.	2023.	INDEKS (4/3)
1	2	3	4	5
1	POSLOVNI PRIHODI	950.767,80	850.458,07	89,45
1.1.	Prihodi od prodaje usluga	788.041,41	722.692,87	91,71
1.2.	Ostali prihodi – prihodi od refundacija	162.726,39	127.765,20	78,52
2.	FINANCIJSKI PRIHODI	4.787,31	18.325,93	382,80
2.1.	Kamate, tečajne razlike i drugi prihodi	4.787,31	18.325,93	382,80
	UKUPNO	955.555,11	868.784,00	90,92

Poslovni prihodi u 2023. godini u odnosu na isto razdoblje prethodne godine bilježe smanjenje za 10,55%.

Prihodi od prodaje usluga bilježe smanjenje od 8,29% u odnosu na prethodnu poslovnu godinu, dok prihodi od refundacija bilježe smanjenje za 21,48%. U komercijalnom dijelu poslovanja Društva u 2023. godini došlo je do pada udjela komercijalnih prihoda iz marketinga (komercijalno poslovanje) uslijed brojnih razloga koji se tiču poslovnog i ekonomskog okruženja:

- pada medijskog utjecaja tzv. „klasičnih“ medija poput televizije
- smanjenja potpora za televizijsko i radijsko djelovanje iz Fonda za poticanje pluralizma i raznovrsnosti medija
- pojave novih i jeftinijih oblika oglašavanja na internetu – negativna kretanja na tržištu oglašavanja.

Društvo je iz refundacija ostvarilo prihode od 127.765,20 eura i to 40.000,00 eura od Primorsko-goranske županije za nabavu opreme potrebne za prijelaz na DVB-T2 sustav odašiljanja televizijskog programa i sredstva Agencije za elektroničke medije – sredstva Fonda za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija – nakladnika televizije i radija na lokalnoj i regionalnoj razini za 2023. godinu, u iznosu od 87.765,20 eura.

Rashodi

Iz Izvješća je vidljivo da najveći udio u ukupnim rashodima (Tablica 2.), čine poslovni rashodi (97,91%), koji obuhvaćaju materijalne troškove (5,16%), ostale vanjske troškove (22,53%), troškove osoblja (52,61%), amortizaciju (6,34%), ostale troškove poslovanja (10,38%) i ostale poslovne rashode (0,88%).

Iz navedenog je vidljivo kako najveći dio rashoda, odnosno 52,61%, čine troškovi osoblja (na dan 31. prosinca 2023. godine je broj stalno zaposlenih djelatnika bio 27) te ostali vanjski troškovi (HT usluge, usluge odašiljanja TV signala – OIV, usluge kooperanata, tekućeg održavanja, zakupa, itd.).

Financijski rashodi čine preostali udio u rashodima (2,09%).

Tablica 2.

R.B.	RASHODI	2022.	2023.	INDEKS (4/3)
1	2	3	4	5
1	POSLOVNI RASHODI	832.383,69	812.243,56	97,58
1.1.	Materijalni troškovi, energija	45.906,83	42.848,01	93,34
1.2.	Troškovi prodane robe	842,79	0,00	0,00
1.3.	Ostali vanjski troškovi	168.275,67	186.930,27	111,09
1.4.	Troškovi osoblja	409.057,40	436.461,04	106,70
1.5.	Amortizacija	103.281,44	52.574,48	50,90
1.6.	Ostali troškovi poslovanja	95.892,49	86.136,39	89,83
1.7.	Ostali poslovni rashodi	9.127,07	7.293,37	79,91
2.	FINANCIJSKI RASHODI	16.192,45	17.342,37	107,10
2.1.	Kamate, tečajne razlike i drugi rashodi	16.192,45	17.342,37	107,10
	UKUPNO	848.576,14	829.585,93	97,76

Financijski rezultat poslovanja

Usporedbom rezultata prihoda i rashoda (Tablica 3.), utvrđena je pozitivna razlika prihoda nad rashodima (dobitak), koji prije oporezivanja iznosi 39.198,07 eura.

Tablica 3.

PRIHODI/RASHODI	GODINA		INDEKS
	2022	2023	
UKUPNI PRIHODI	955.555,11	868.784,00	90,92
UKUPNI RASHODI	848.576,14	829.585,93	97,76
DOBITAK PRIJE OPOREZIVANJA	106.978,97	39.198,07	36,64
POREZ NA DOBITAK	13.012,30	5.348,14	41,10
DOBITAK RAZDOBLJA	93.966,67	33.849,93	36,02

Iz Tablice 3. vidljivo je da su ukupni prihodi u odnosu na isto razdoblje prethodne godine smanjeni za 9,08% a ukupni rashodi za 2,24%, da je u 2023. godini ostvarena dobit u iznosu 39.198,07 eura prije oporezivanja, odnosno 33.849,93 eura nakon oporezivanja te bilježi smanjenje u odnosu na prethodnu godinu za 63,98%.

Krajem 2023. godine, Društvo je pretrpilo dva neplanirana gubitka financijskih sredstava iz naslijeđenih poslovnih ugovora i sudskih sporova.

Iz Izvješća Društva izdvajamo neka od zacrtanih poboljšanja u poslovanju tijekom 2023. godine, a koja se odnose na:

- finaliziranje prelaska i implementacije Kanala Ri na DVBT 2 signal
- nastavak razvoja web stranice Kanala Ri i ostalih digitalnih platformi (Facebook, Instagram, YouTube) te povećanje gledanosti putem društvenih mreža
- intenziviranje razvoja i širenja web redakcije Kanala Ri
- optimizaciju sustava režije i terenske režije – zamjena zastarjelih tehničkih komponenti novima
- nastavak razvoja programa i poboljšanje kvalitete postojećih
- razvoj produkcije i komercijale – intenziviranje korištenja vanjskih produkcija programa.

Osvrt na Bilancu

Zbroj aktive i pasive na dan 31.12.2023. godine iznosi 209.673,21 eura te bilježi smanjenje za 42,18%.

Po pitanju aktive, Društvo je nabavilo materijalne i nematerijalne imovine u iznosu od 54.035,13 eura – nabavljena je oprema napredne tehnologije za unapređenje video produkcije i streama, radi nadogradnje neophodne za proizvodnju programa koja zadovoljava DVB-T2 standarde u režiji i studiju te potpuno emitiranje u HD rezoluciji.

Po pitanju pasive, Društvo ima dugoročne obveze za kredit te kratkoročne obveze, koje bilježe smanjenje u odnosu na prethodnu godinu za 23,80%.

Temeljni kapital Društva iznosi 1.649.877,23 eura, a gubitak iznad visine kapitala iznosi 216.105,51 eura, što je u odnosu na prošlu godinu smanjenje za 13,54%.

Od kratkoročnih obveza, Društvo ima obveze prema financijskim institucijama za pozajmice, obveze prema dobavljačima, obveze za bruto plaće i poreze te bilježe smanjenje za 23,80% u odnosu na prethodnu godinu.

Društvo je sukladno dostavljenom Izvješću u 2023. godini ostvarilo ukupne prihode u iznosu od 868.784,00 eura, ukupne rashode u visini od 829.585,93 eura te je ostvarilo dobit prije oporezivanja u iznosu od 39.198,07 eura. Porez na dobit iznosi 5.348,14 eura, što podrazumijeva da konačna dobit razdoblja iznosi 33.849,93 eura. Također se navodi da u odnosu na ostvarenje u 2022. godini, ukupni prihodi bilježe smanjenje od 9,08%, ukupni rashodi smanjenje za 2,24% te je ostvarena dobit razdoblja.

U odnosu na Plan poslovanja za 2023. godinu, ukupni prihodi bilježe smanjenje od 1,84%, a ukupni rashodi su povećani za 2,56%.

III. ZAKLJUČNO RAZMATRANJE

Zacrtana strategija razvoja poslovanja Društva temelji se i dalje na povećanju prihoda od prodaje usluga (marketinške usluge) i daljnjoj racionalizaciji poslovanja u cilju održavanja likvidnosti i solventnosti Društva.

Društvo je, neovisno o smanjenju poslovnih prihoda u 2023. godini u odnosu na 2022. godinu te smanjenju prihoda od prodaje usluga, ostvarilo pozitivno poslovanje.

Održala se stabilnost kadra te se, zahvaljujući racionalizaciji troškova, uspjela osigurati redovitost isplata davanja prema zaposlenicima.

Dovršeni su interni akti potrebni za redovno poslovanje Društva te ostvaren cilj ulaska u ravnopravno društvo ostalih digitalnih medijskih kuća i postajanja relevantnim članom digitalnih platformi.

IV. POPIS PRILOGA:

1. Izvješće o poslovanju društva za 2023. godinu – Kanal RI d.o.o. Rijeka

V. PRIJEDLOG ZAKLJUČKA

Dana 25. studenog 2024. godine Župan Primorsko-goranske županije razmotrio je Izvješće, te predlaže Županijskoj skupštini da donese zaključak u tekstu kako slijedi:

Na temelju Zaključka Županijske skupštine Primorsko-goranske županije od 5. svibnja 2022. godine (KLASA: 024-04/22-01/3, URBROJ: 2170-01-01/5-22-21), članka 28. stavka 1. točke 23. Statuta Primorsko-goranske županije („Službene novine“ broj 23/09, 9/13, 25/13 – pročišćeni tekst, 5/18, 8/18 – pročišćeni tekst, 2/20 i 4/21) i članka 84. Poslovnika Županijske skupštine Primorsko-goranske županije („Službene novine“ broj 26/09, 16/13, 25/13 – pročišćeni tekst i 4/21), Županijska skupština Primorsko-goranske županije na ____ sjednici održanoj _____ 2025. godine, donijela je

Z a k l j u č a k

Prihvata se Izvješće o poslovanju trgovačkog društva KANAL RI d.o.o. za 2023. godinu.

KANAL RI d.o.o. RIJEKA
Trg Riječke rezolucije 3
51000 Rijeka

IZVJEŠĆE O POSLOVANJU DRUŠTVA ZA 2023. GODINU

U Rijeci, lipanj 2024.

Poslovno okruženje

Prethodna, 2023. godina nastavila je sa trendom vidljivog pada priliva sredstava od oglašavanja uzrokovanog sljedećim okolnostima:

1. Značajan pad medijskog utjecaja tzv. "klasičnih" medija poput tiska, televizije i u nešto manjoj mjeri radija te sve veća dominacija digitalnih medija, poput portala kojih samo na području PGŽ, ima više od 10, a unazad godinu, dvije i velika pojava malih lokalnih produkcija tzv. "niskobudgetnih" oblika elektroničkih medija. Digitalni mediji su tijekom 2023. značajno povećali preuzimanje velikog dijela budžeta za oglašavanje klijenata, kako nacionalnih tako i lokalnih. Uzroke treba tražiti u značajno manjim troškovima oglašavanja i brzini izvještavanja.

2. Nastavak trenda povećanja marketinškog udjela nacionalnih televizija u odnosu na lokalne i regionalne televizijske kuće;

3. Dugoročne posljedice negativnih gospodarskih posljedica globalne pandemije Covida 19 na poslovanje većine lokalnih gospodarskih subjekata (brojni mali lokalni poslovni subjekti su ugašeni, a neki su razinu oglašavanja drastično smanjili ili u potpunosti ukinuli);

4. U skladu sa novim zakonom o elektroničkim medijima koji je na snazi je od 22. listopada 2021. godine propisan je način dodjele sredstava iz tijela državne uprave i javnih ustanova kojima je osnivač Republika Hrvatska, kao i pravnih osoba u vlasništvu ili pretežitom vlasništvu Republike Hrvatske te proračuna jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave. Financijska sredstva za elektroničke medije dodjeljuju se putem javnog poziva, a na temelju javno objavljenih kriterija. Navedeni zakon omogućio je iznimno velikom broju portala i sličnih "niskobudgetnih" oblika elektroničkih medija da dobiju dio financijskih sredstava prijašnjih godina usmjerenih između ostalog i na našu televizijsku kuću.

Ekonomsko okruženje

Nakladnici radija i televizije u Republici Hrvatskoj ostvaruju prihode oglašavanjem, uključujući oglašavanje tijela državne uprave i pravnih osoba u pretežitom vlasništvu Republike Hrvatske, potporama iz Fonda za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija te iz proračuna jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave. Hrvatska radiotelevizija financira se mješovitim modelom, koji kombinira javno i komercijalno financiranje i koji je najčešće primjenjivani model u Europi. U tom mješovitom modelu financiranje javnim prihodima iznosi 92,10 %, a u preostalih 7,90 % komercijalnim prihodima.

AEM potiče zaštitu pluralizma, medijsku raznovrsnost, medijsku pismenost, organizira javna savjetovanja i stručne skupove te provodi istraživanja. Jedna od posebnih poticajnih funkcija AEM-a jesu i potpore iz Fonda za poticanje pluralizma i raznovrsnost medija, a osobito se odnose na sadržaje od javnog interesa (informiranje, kulturnu raznolikost, odgoj, obrazovanje, znanost, umjetnost itd.), medijsku pismenost te zapošljavanje visokoobrazovanih stručnih radnika u elektroničkim medijima. Kanal Ri svake godine kroz Fond za poticanje pluralizma i raznovrsnost medija osigurava značajan dio sredstava za svoj rad. Na žalost, vidljivo je smanjenje ukupnog iznosa navedenih potpora svake godine od oko 15% iz razloga značajnog povećanja digitalnih medija (portala) koji preuzimaju dio sredstava prethodnih godina namijenjenih isključivo za televizijsko i radijsko djelovanje.

Napominjemo da znatan iznos financijskih sredstava koja su bila dodjeljena brojnim portalima nisu iskorištena jer isti nisu bili u mogućnosti realizirati programe za koje su se prijavili.

Pad oglašavanja uzrokovan gospodarskom recesijom i pojavom novih, jeftinijih oblika oglašavanja na internetu doveo je u pitanje financijsku održivost, odnosno dugoročnu profitabilnost dijela radijskih i televizijskih koncesionara. Osobito su ugroženi lokalni radiji i lokalne, regionalne televizijske kuće, posebno ako se nalaze na gospodarski nerazvijenim ili slabo razvijenim područjima. Televizijski mediji u Hrvatskoj suočeni su s ekonomskim izazovima kao i u drugim zemljama EU-a i svijeta općenito. Stagnacija ili pad prihoda od televizijskog oglašavanja imaju izravne utjecaje na kvalitetu sadržaja, čime je utjecaj tržišnih kretanja ovdje presudan. U takvim uvjetima, uz druga negativna kretanja na tržištu oglašavanja, problemi održivog financiranja dominantan su uzrok teškog stanja ovog medijskog sektora.

Svi mali regionalni i lokalni mediji bilježe višegodišnji pad prihoda od oglašavanja te su suočeni s negativnim ekonomskim trendovima i pitanjem opstanka vezano uz mogućnosti ostvarivanja prihoda na ovako malom tržištu, prisiljeni na promjenu poslovnih modela i značajna ulaganja u digitalizaciju svojih medijskih aktivnosti. Kod medijskih kuća pojavljuje se problem sustavnog pokušaja naplate digitalnog sadržaja. Do promjene dolazi 2021. godine, kada određeni nakladnici elektroničkih publikacija uvode pretplatu na pristup sadržaju na način da samo pretplatnici mogu pristupiti cijelom sadržaju elektroničke publikacije i/ili neograničenoj količini sadržaja u određenom vremenskom razdoblju. Navedeno će se svakako trebati pokušati primijeniti i na sadržaj lokalnih, regionalnih medija.

Napominjemo da su se, usprkos znatnom rastu prihoda od internetskog oglašavanja, oglasni prihodi pokazali nedovoljnima većini internetskih izdavača osim nekolicini najjačih po doseg.

Financijski pokazatelji

U 2023. godini Društvo je ostvarilo ukupne prihode u iznosu od 868.784,00 EUR, te ukupne rashode u iznosu od 829.585,93 EUR, te je ostvarilo dobitak prije oporezivanja u iznosu od 39.198,07 EUR. Ukupni prihodi, u odnosu na prethodnu godinu, smanjeni su za 9,08%, a ukupni rashodi bilježe smanjenje od 2,24%.

U odnosu na plan poslovanja za 2023. godinu, ukupni prihodi bilježe smanjenje od 1,81%, dok su ukupni rashodi povećani za 2,62%,

Dugoročne obveze Društva smanjene su za 51,76%, a kratkoročne obveze bilježe smanjenje u odnosu na prethodnu godinu za 23,80%. Obveze prema dobavljačima smanjene su za 11,00%.

I dalje je prisutno otežano podmirivanje tekućih obveza i nedostatak tekućih likvidnih sredstava.

Krajem 2023. godine Društvo je pretrpilo dva velika neplanirana gubitka financijskih sredstava iz naslijeđenih nepovoljnih poslovnih Ugovora i naslijeđenih sudskih sporova koji su značajno utjecali na tekuću likvidnost Društva:

1. NetCom d.o.o. (sredstvima od dokapitalizacije od grada Rijeke i županije PGŽ u iznosu od 52.848,77 EUR jednokratno je podmiren cjelokupni iznos dugovanja prema tvrtki NetCom d.o.o. (dug za iznajmljivanje poslovnog prostora, hosting, server podršku i slične dogovorene usluge) uz verbalni dogovor (sa financijskom direktoricom) da se, ukoliko se odjednom isplati cijeli iznos duga, neće naplatiti zatezne kamate na spomenuto dugovanje, no 14.11.2023. god, ovrha tvrtke NetCom d.o.o. u punom iznosu zateznih kamata od 8.117,35 EUR-a.

2. Filina d.o.o. - Leha j.d.o.o. - 20.11.2023. g. blokada žiro-računa tvrtke - ovrha po naslijeđenoj sudskoj presudi u iznosu od 23.992,44 EURa.

Navedene ovrhe dovele su do nemogućnosti normalnog poslovanja Društva te su se poduzele izvanredne akcije za saniranje posljedica (kratkoročni kredit Erste banke u iznosu od 50.000,00 Eura i pozajmica u iznosu od 20.000,00 Eura od tvrtke Infracat d.o.o. Zagreb).

Poslovanje i gledanost

Strategija poslovanja u 2023. godini temeljila se na slijedećim postavkama:

- finaliziranje prijelaska i implementacije Kanala Ri na DVBT 2 signal
- nastavak razvoja web stranice Kanala Ri i ostalih digitalnih platformi (facebook, instagram, youtube); posljedično povećanje gledanosti putem društvenih mreža i interneta za promociju programa
- jačanje digitalnog dijela televizije - intenziviranje razvoja i širenja web redakcije Kanala RI (uključivanje većeg broja ljudi u digitalno poslovanje televizije – udruge, studenti, škole i sl.; proširenje sadržaja na web stranici (kratke "blic" informacije, blog sadržaji, maksimalna marketinška eksploatacija web stranice i svih digitalnih platformi)
- prijenosi uživo (ponude gradovima, općinama, TZ-ma)
- optimizacija sustava režije i terenske režije - zamjena zastarjelih tehničkih komponenti novima radi poboljšane učinkovitosti
- optimizacija organizacije ljudskih resursa u tehnici sa finalnim ciljem realizacije cjelodnevnog programa (kreiranje jutarnjeg programa)
- nastavak započetih suradnji kroz velike projekte (RTL, suradnja sa Sveučilištem u Rijeci)
- nastavak razvoja programa, osmišljavanje novih sadržaja i poboljšanje kvalitete postojećih (osmišljavanje kulinarske emisije, sportske emisije, lifestyle priloga)
- razvoj produkcije i komercijale - intenziviranje korištenja vanjskih produkcija programa
- nastavak i intenziviranje suradnje s Riportalom (ugovor)
- suradnja s ministarstvima i državnim institucijama, posebice u promociji strateških projekata i projekata financiranih iz EU fondova
- suradnja s određenim lokalnim televizijskim kućama (TV Nova Pula – razmjena programskog sadržaja)

- razvoj i unaprjeđenje komercijalnoga segmenta rada Društva
- Od postavljenih strategija poslovanja realizirano je sljedeće:

NASTAVAK DIGITALIZACIJE KANALA RI

nastavak razvoja web stranice kao i ostalih digitalnih platformi (facebook, instagram, Youtube)

Digitalna transformacija započela je krajem 90-ih godina prošlog stoljeća i još uvijek nije dovršena. Globalni trendovi potvrđuju usku povezanost medija i tehnologije, pri čemu tehnologija nastavlja mijenjati medije. Ljudi koriste društvene medije u sve većem broju i dulje vremena tijekom dana, započnu na mobitelu, a nastavljaju na računalu u uredu i kod kuće u slobodno vrijeme. Iz godine u godinu primjetni su pomaci u načinu korištenja multimedijskog sadržaja tako da danas 56% korisnika pametnih mobilnih uređaja isti koristi za gledanje video sadržaja, dok za 82%, on predstavlja prvi izvor vijesti. U takvoj konvergenciji medija najveći gubitnik je tiskani medij, zatim slijedi televizija i to posebno regionalna, dok je najmanje pogođen radio. Trend „neaktivnog“ (istovremeno je fokus slušatelja usmjeren na neku drugu aktivnost) slušanja radija se nastavlja, a takav trend sve je izraženiji i kod gledanja televizije.

Tiskovine (dnevne novine, tjednici i magazini) sve se manje čitaju u „papirnoj“ verziji, a radio i televizija manje se slušaju i gledaju putem namjenskih prijemnika. U ovom je kontekstu zanimljivo spomenuti i stagnaciju stolnog računala kao uređaja za konzumaciju medijskih sadržaja. Kod populacije ispod 40 godina starosti dominantno mjesto u konzumaciji svih vrsta sadržaja, pa tako i medijskih, zauzima pametni telefon. I na kraju treba napomenuti da se trend istovremene konzumacije medijskih sadržaja putem različitih uređaja nastavlja.

Nove navike publike, a osobito očekivanja, predstavljaju izazove za klasične medijske organizacije. Predviđanja da će „digital native“ organizacije (npr. Google, Amazon, Facebook, Netflix i sl.) u budućnosti biti i dominantne medijske kuće moguće je nazrijeti kroz odrastanje Generacije Z. Ekonomske prognoze predviđaju nastavak stabilnog rasta investicija u marketing od 4.1 % na godišnjoj razini s uočljivom koncentracijom na velike zemlje i gradove gdje su nova ulaganja najveća. SAD, Kina, Japan, Velika Britanija i Njemačka doprinose globalnom rastu s udjelom od čak 57 %. Istovremeno, kao rezultat profilacije digitalne tehnologije koja je promijenila način kako publika pronalazi i konzumira sadržaj te kako brendovi komuniciraju s potrošačima, sve veći dio marketinškog kolača odlazi u ruke nekoliko velikih internetskih tvrtki.

Primjerice, Google kao najveći prodavač reklama na internetu prihoduje skoro polovicu od ukupne svjetske potrošnje na internetski marketing. PAY-TV je telekom industriji još nedavno bio glavna ulaznica u medije, a danas je suočen s OTTproblemom (eng. over the top). Riječ je o „zaobilaženju“ posrednika, odnosno mogućnosti izravne dostave medijskih sadržaja krajnjim korisnicima, što PAY-TV-operatere suočava s trendom gubitka korisnika.

Slijedom ovakvih pomaka u navikama publike, nužna posljedica, transformacija je sadržaja koji se teži prilagoditi načinu upotrebe. Tako se npr. pojavljuju sasvim novi formati profesionalnih video uradaka za mobilne uređaje i računala, koji sadržajno pokrivaju od vijesti do igranog programa i dokumentaraca kratkih formi. Zamjetan je i

trend istovremenog gledanja televizije i surfanja Internetom, što prema posljednjim pokazateljima jednom mjesečno radi čak 85% vlasnika pametnih telefona ili tableta, dok njih 40% to čini svakodnevno. Klasične medijske kuće bit će suočene s još brojnijom i kvalitetnijom ponudom multimedijskog sadržaja na Internetu. Ovakav razvoj brzog Interneta stvorio je tehničke i komercijalne pretpostavke za pojavu novih oblika medijskih usluga u kojima vlasnici sadržaja mogu ostvariti izravni pristup do krajnjeg korisnika na globalnoj razini putem Interneta. Pri tome, tehnička kvaliteta i doživljaj gledanja ili slušanja ponekad nadilazi tradicionalne distributivne platforme radija i televizije, a dodatna vrijednost za korisnika je interaktivnost, mobilnost i mogućnost korištenja na bilo kojem uređaju s pristupom Internetu i u bilo koje vrijeme. Da bi televizija kao medij preživjela nužno je agresivnije prelaženje na digitalne platforme (kreiranje materijala prilagodljivog za prikazivanje na mobilnim telefonima, tabletima i sl.) kao i jačanje prikazivanja lokalnih vijesti i događanja koja postaju upravo njihov ekskluzivitet i jakost u odnosu na nacionalne tv kuće. Nikako se ne smije zanemariti dio starije populacije koja je još uvijek "vjerna" gledanju klasične tv slike na televizijskom ekranu.

Uzimajući u obzir sve navedeno od početka 2021. i tijekom cijele 2022. i 2023. godine dedikirana je jedna djelatnica kao urednica web portala i društvenih mreža te još tri djelatnika koji su, uz svoje redovne televizijske poslove, radili intenzivno na web portalu i svim društvenim mrežama televizije. U rujnu 2022. godini finaliziran je redizajn logotipa i web stranice Kanala Ri i televizija je tijekom cijele 2023. godine velikom brzinom počela stvarati "novu" gledateljsku populaciju na digitalnim platformama. U nešto više od godine dana podignuli smo razinu digitalne prisutnosti, kvalitete digitalnog sadržaja televizije, brzinu objave informacija kao i svoju digitalnu prisutnost u medijskom prostoru prvenstveno Grada Rijeke i prostora šireg Riječkog prstena, a u slijedećoj fazi plan je proširenje na područje cijele Primorsko-goranske županije. Naša nova, redizajnirana **Web stranica** danas ima oko 70.000 pregleda i prosječno mjesečno oko 37.000 posjetitelja.

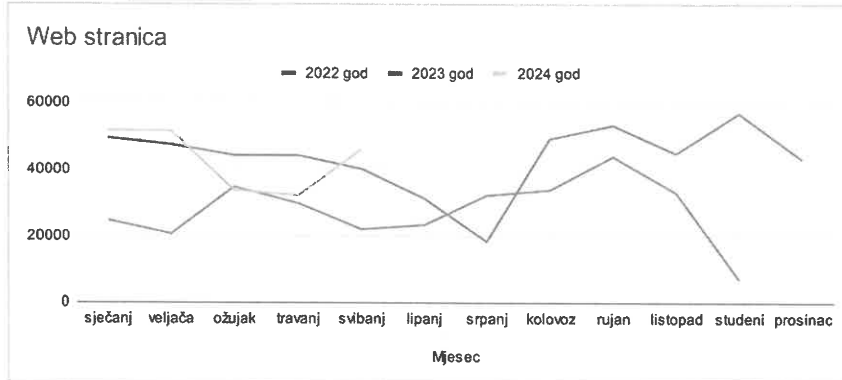
Sve naše emisije neposredno nakon emitiranja u redovnom programu plasiraju se na sve naše digitalne platforme: **Web stranica, Youtube, Facebook, Instagram.** Sve spomenute digitalne platforme unazad godinu dana zabilježile su eksponencijalan rast kako u broju novih pratitelja tako i u broju posjeta na istima.

PRILOG 1. – GRAFIČKI PRIKAZ POSJETA NA WEB STRANICI ZA 2022./2023. i 2024. god.

Web Stranica - Korisnika

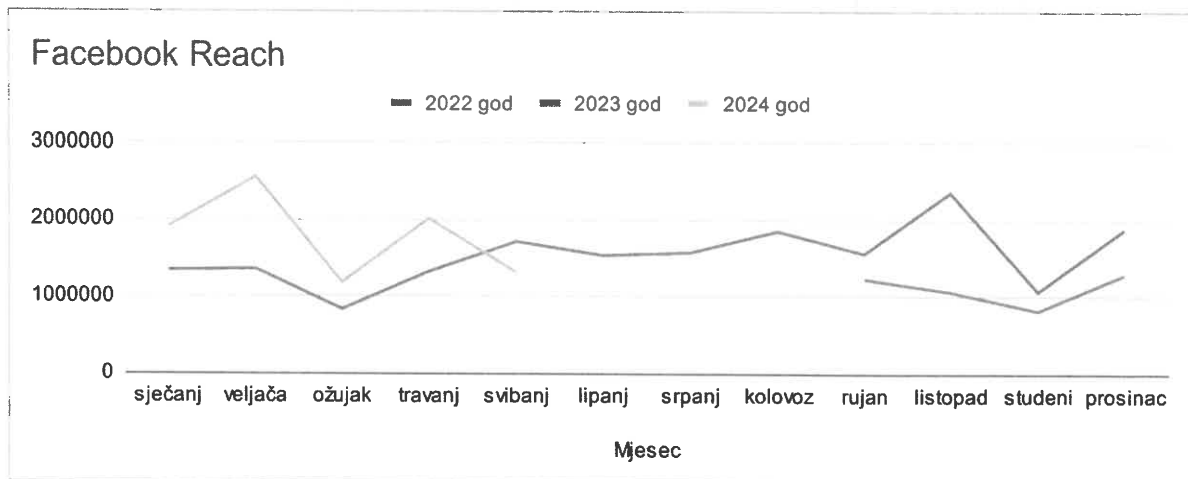
Mjesec	2022 god	2023 god	2024 god
sječanj	24616	49329	51594
veljača	20555	47335	51387
ožujak	34659	44117	33634
travanj	29734	44085	32139
svibanj	21934	40064	45912
lipanj	23249	31224	
srpanj	32115	18289	
kolovoz	33720	49042	
rujan	43725	53113	
listopad	32931	44690	
studen	6840	56729	
prosinac		42948	

Napomena: U studenom i prosincu 2022. smo redizajnirali stranicu i u tom periodu nije bio instaliran alat za praćenje posjećenosti



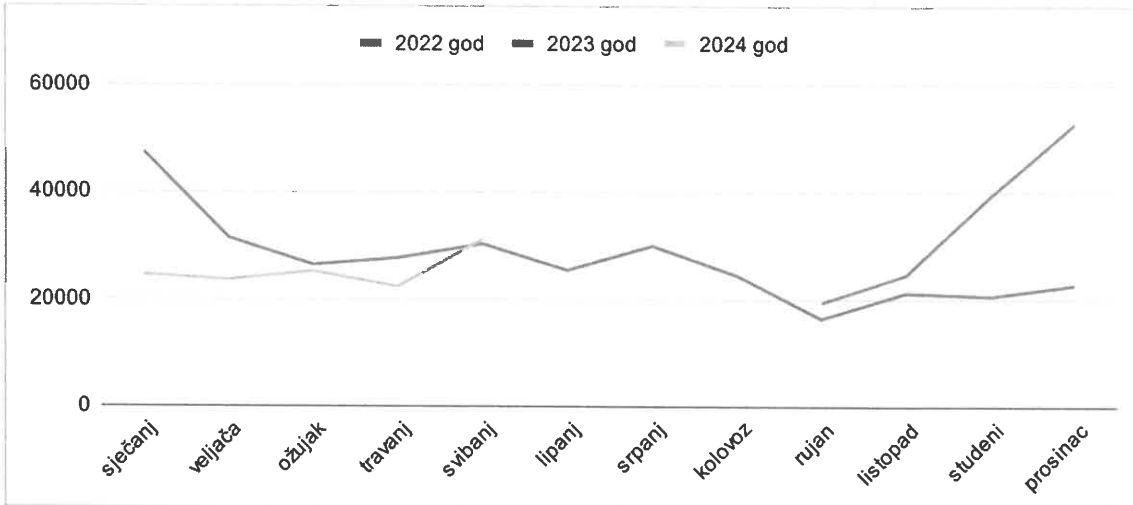
Facebook - Reach

Mjesec	2022 god	2023 god	2024 god
sječanj		1338134	1901952
veljača		1351920	2550862
ožujak		830193	1179187
travanj		1321358	2010312
svibanj		1711071	1311509
lipanj		1533238	
srpanj		1571666	
kolovoz		1849779	
rujan	1230924	1560320	
listopad	1064186	2356404	
studen	815181	1067977	
prosinac	1287913	1877605	



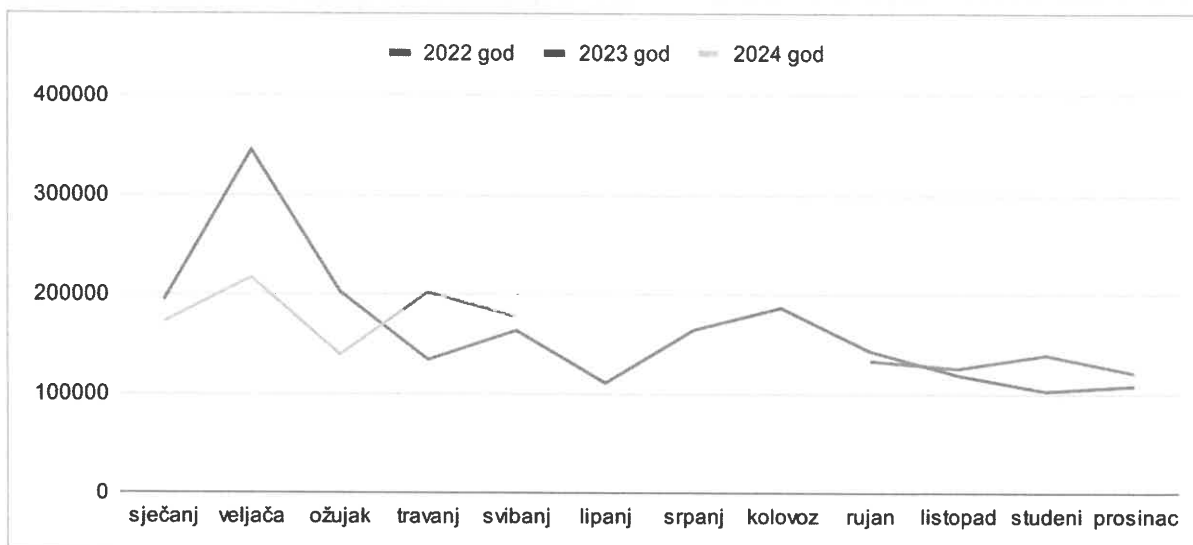
Instagram - Reach

Mjesec	2022 god	2023 god	2024 god
sječanj		47369	24520
veljača		31360	23590
ožujak		26361	25145
travanj		27625	22337
svibanj		30258	31103
lipanj		25392	
srpanj		29933	
kolovoz		24414	
rujan	19378	16417	
listopad	24541	21215	
studeni	39311	20613	
prosinac	52724	22716	



Youtube - Pregleda

Mjesec	2022 god	2023 god	2024 god
sječanj		193798	172234
veljača		345125	216867
ožujak		202647	139169
travanj		134259	202309
svibanj		163580	177700
lipanj		110919	
srpanj		164346	
kolovoz		186613	
rujan	133350	143096	
listopad	125516	118979	
studen	139260	102967	
prosinac	120880	108085	



Naš **Youtube kanal** ima 12.500 pretplatnika sa svakodnevnim pregledima svih postavljenih snimljenih materijala. Brojne emisije iz naše produkcije imaju od minimalno 250 do nekoliko tisuća pregleda samo na youtube kanalu, realnu gledanost je teško procjeniti obzirom da dio populacije gleda ili direktno emisije ili koristi snimalice ili mogućnost naknadnog gledanja na televiziji. Dnevno naš youtube kanal ima prosječno 5.675 pregleda.

Naša **Facebook stranica** imala je reach u proteklih šest mjeseci preko 2.500.000,00 korisnika, sa najvećim dosezima od preko 277.000 posjetitelja u jednom danu, dok je prosječno na dnevnoj bazi reach od 20.000 narastao na 59,633 posjetitelja dnevno. Naš **Instagram profil** ima doseg od prosječno oko 850 posjetitelja tjedno.

Nastavak suradnje sa tvrtkom za google pozicioniranje- tvrtka "234 D.O.O"

Nastavljena je suradnja za google pozicioniranje naše web stranice sa tvrtkom "234 D.O.O.". Djelatnici ove tvrtke vrhunski su stručnjaci za SEO optimizaciju i google oglase (suradnja s HANZA mediom, STIRIA grupom, RTL televizijom i televizijskom kućom NOVATV).

Na ovaj način putem adekvatnog pozicioniranja google oglasa počeli smo uprihodovati značajnija financijska sredstva putem samih digitalnih platformi sa ciljem ponovnog ulaganja zarađenih sredstava u unapređivanje istih.

Nakon redizajna web stranice fokusirali smo se unapređivanje iste kao i na ozbiljniju nadopunu naših postojećih društvenih mreža (Facebook stranica i Instagramski profil) te je na tim platformama vrlo jasno vidljiva promjena. Naime, broj pratitelja na Facebook platformi bilježi značajan rast tijekom posljednjih godina - s 18.744 u 2020.godini narastao je u 2021. godini na 22.860, u 2023. godini imamo 27.000 pratitelja, a u 2024. godini taj broj je narastao na 31.000 pratitelja. Isto tako, broj pratitelja na Instagramu sa zanemarivih 100-njak u 2020. godini, u 2021.godini narastao je na 1.796 pratitelja u 2023. godini imali smo ih 2.339, a danas u 2024. godini imamo ih 3.234.

KREIRANJE NOVOG PRAVILNIKA O RADU

Racionalizacija poslovanja s naglaskom na multitasking poslove i izmjenju postojećih ugovora

Kako je postojeći Pravilnik o sistematizaciji i ustroju radnih mjesta datirao iz 2013. godine nužno je bilo revidirati isti. U suradnji sa Odborničkim društvom Stanić i partneri krenulo se u kompletnu izmjenju postojećeg Pravilnika te je isti zgotovljen krajem kolovoza 2021. godine. Kako se čekalo na korekcije u Zakonu o radu, finalna verzija Pravilnika o radu zgotovljena je u svibnju 2023. godine te je predana na pregled i očitovanje Sindikatu novinara Kanala Ri. Novi Pravilnik kreiran je maksimalno poštujući sve zakonske odredbe, uvažavajući prava djelatnika i optimizirajući poslovanje Društva na najbolji mogući način. U isto vrijeme Organizacijskom shemom i opisom poslova pokušalo se kreirati novu, moderniju regionalnu televiziju spremnu da "preživi" nadolazeća iscrpljujuća i zahtjevna gospodarska vremena.

Kako je prethodno navedeno, postojeća sistematizacija i organizacija poslovanja Kanala RI zastarjela je i kao takva preuzeta je iz sistematizacije i organizacije poslovanja HRT-a kao velike nacionalne televizijske kuće sa stalnim, sigurnim i neupitno velikim prihodima. Tijekom proteka godina, Kanal RI je održavao kvalitetu programa održavajući taj cijeli, relativno veliki sustav živim, no na uštrb visina plaća zaposlenika i nepodmirivanja tekućih troškova.

Nova sistematizacija radnih mjesta bazirala se na maksimalnoj modernizaciji radnih mjesta u skladu sa iskustvom iz realnog sektora na način da se za svako radno mjesto pokušala osigurati osoba spremna i sposobna obavljati tzv "multitasking". Isto tako, prilikom selekcije postojećih zaposlenika, svakome se ponudila adekvatna nadgradnja njihovih radnih mjesta (npr. svaki snimatelj educirao se za montažere; djelatnik iz marketinga koristio se za pripremanje scenarija emisija i priloga, a novinari su odrađivati i segment privlačenja klijenata za marketinški odjel i sl.). Neki od djelatnika prihvatili su nadopunu svojih poslova, a neki su ih odbili te se sa istima sporazumno raskinula suradnja. Radno mjesto pomoćnice direktorice za financije ukida se odlaskom djelatnice u

penziju krajem 2024. godine kada će se povremeno (prema potrebi) angažirati osoba za navedeni posao ili će se uzeti usluge vanjskog računovodstvenog servisa za segment navedenog poslovanja.

Nastavak razvoja programa, osmišljavanje novih sadržaja i poboljšanje kvalitete postojećih:

Vlastita produkcija - izrada komercijalnih emisija i propagandnih spotova iznimne produkcijske kvalitete te izravni prijenosi najvažnijih manifestacija i događanja na području PGŽa:

- emisije od brojnih Gradova i Općina (Grad Opatija, Grad Bakar, Grad Kastav, Općina Lovran, Općina Viškovo, Grad Crikvenica, Općina Čavle, Grad Novi Vinodolski)
- PP reportaže: PP Energo (3 reportaže); KOMPENTENTNOST (EU PROJEKT), Halu book; RCK recept – reportaža
- PP spotovi: PP spot za "Jadroliniju" ; PP spot za PIK; PP spot za KD Kozalu; PP spot Gospoja; PP spot Dezinsekcija Rijeka; PP spot Rijeka plus; PP spot za manifestaciju Riječke stepenice
- izravni prijenosi : Dječje karnevalske povorke u Rijeci; Međunarodne karnevalske povorke u Rijeci, Riječke stepenice

Zapošljavanje novih kadrova:

Na zadnji natječaj za novinare/voditelje koji je objavljen u svibnju 2023. godine, prijavilo se samo 6 kandidata. Potencijalni problem sa zapošljavanjem novinarskih/voditeljskih kadrova trenutačno je , uz nezavidna financijska primanja na Kanalu Ri i generalna situacija sa deficitom kadrova u svim segmentima gospodarskog poslovanja na razini cijele Primorsko-goranske županije pa i šire. Isto se, uz klasične modele traženja zaposlenika, nastojalo riješiti i suradnjom sa Sveučilištem u Rijeci, konkretno Filozofskim fakultetom – Uredom za karijere u čijoj su organizaciji održana dva predstavljanja Kanala Ri (jedno za studente, a jedno za profesore) te jedno sudjelovanje na njihovom Sajmu poslova.

Vanjska produkcija:

Nastavljena je suradnja sa bivšim zaštitnim licem Kanala Ri, voditeljicom i urednicom Barbarom Udovičić Papeš kroz emisije "**Bilanca uspjeha**" realizirane većinski u vanjskoj produkciji (emisije sufinanciraju Primorsko-goranska županija i Grad Rijeka).

Pet emisija u potpunosti je realizirano sa produkcijskim troškovima Kanala Ri obzirom da sredstva PGŽa i Grada Rijeke nisu pokrivala dinamiku za cijelu godinu.

Nastavak započetih suradnji kroz velike projekte (RTL, suradnja sa Sveučilištem u Rijeci)

Nastavak započetih suradnji kroz velike projekte (RTL - novi Ugovor potpisan je 01. lipnja 2023. godine na razdoblje od godinu dana), suradnja sa Sveučilištem u Rijeci; Ugovor sa Akademijom primijenjenih umjetnosti iz Rijeke - edukacijska smo baza za brojne studente (uređivanje scenografije studija); aktivna suradnja sa Filozofskim fakultetom u Rijeci –

Uredom za karijere; u planu je projekt kreiranja zajedničke emisije Kanala Ri i studija Filozofskog fakulteta (neki odsjeci su pokazali zainteresiranost).

Razvoj produkcije i komercijale/marketinga

Najveći dio sredstava za poslovanje Kanala RI dobiva se iz proračunskih sredstava Grada Rijeke i Primorsko-goranske županije dok je u komercijalnom dijelu poslovanja Kanala Ri u 2023. godini došlo do značajnog pada udjela komercijalnih prihoda iz marketinga (komercijalno poslovanje) uslijed brojnih prethodno navedenih razloga (Poslovno okruženje i Ekonomsko okruženje). Svi značajniji komercijalni/marketingški poslovi dogovaraju se u najvećem dijelu preko Uprave društva, dok se marketinški odjel fokusira na realizaciju istih.

Napominjemo i da je rad marketinškog odjela znatno otežan uslijed nedovoljne i neadekvatne kapacitiranosti odjela. Naime, do prosinca 2023. godine u marketingu je radila jedna osoba., u prosincu je primljen djelatnik koji uz marketinške poslove 1 radni dan radi i kao novinar/voditelj.

Kontaktirane su i brojne lokalne marketinške agencije kojima se ponudila mogućnost suradnje sa Društvom (rad na postotak prihoda od komercijalno donesenih sadržaja), na žalost nismo naišli na prihvaćanje ponuda.

Suradnja s ministarstvima i državnim institucijama, posebice u promociji strateških projekata i projekata financiranih iz EU fondova

Suradnja s ministarstvima i državnim institucijama nastavljena je u istom obimu kao i prethodnih godina. Imamo ugovoreno praćenje velikih projekata (Aglomeracija Novi Vinodolski, Crikvenica, Selce).

Suradnja s određenim lokalnim televizijskim kućama

Sa svim lokalnim televizijama nastavljena je suradnja u smislu zajedničkog nastupa prema državnim institucijama i AEM-u, kao i razmjena određenog programskog sadržaja. Najintenzivnija je suradnja sa TV Novom iz Pule (razmjenjujemo programski sadržaj).

Razvoj i unaprjeđenje komercijalnoga segmenta rada Društva

Veliki komercijalni poslovi dolaze isključivo od strane Uprave Društva, a onda se realizacija istih spušta na odjel marketinga ili redakcije. Dok se ne proširi marketinški odjel, razvoj i unaprjeđenje komercijalnog sektora ovisi isključivo o Upravi Društva.

Gledanost Kanala Ri porasla je u odnosu na prošlu godinu s prosječno 60.000 na 66.189 gledatelja dnevno te s tjednim dosegom koji je sa 100.000 gledatelja porastao na 103.435. Došlo je do porasta broja posjetitelja na web stranici i reacha na svim društvenim mrežama.

Zaključno, postavljena strategija poslovanja i povećanja gledanosti tijekom 2023. godine obzirom na objektivne okolnosti nedostatka likvidnih sredstava, nedostatka adekvatnih kadrova, iznimnim trudom, snalažljivošću i doslovno "gerlia" poslovanjem svih djelatnika Kanala Ri, a uz iznimno veliku pomoć vlasnika, Grada Rijeke, županije Primorsko-

goranske i tvrtke JGL, ipak je dala očekivane rezultate. Najbitniji strateški ciljevi su realizirani ili su u fazi realizacije; Kanal Ri je tijekom cijele 2023. godine svaki mjesec uredno isplaćivao plaće djelatnicima (nije bilo kašnjenja plaća niti isplaćivanja u segmentima); u 2023. godini konačno smo ušli u ravnopravno u društvo svih ostalih digitalnih medijskih kuća i postao relevantan član digitalnih platformi; dovršen je Pravilnik Društva i počelo se sa realizacijom istoga; Redizajniran je logotip Kanala Ri kao i web stranica; Razvoj posebnog tima za rad na web stranici i društvenim mrežama; Nastavak suradnje sa Sveučilištem (potpisan ugovor sa Akademijom primijenjenih umjetnosti; suradnja sa Filozofskim fakultetom – Uredom za karijere); intenziviran je produkcijski segment poslovanja Društva u komercijalnom sektoru.

Na dan 31.12.2023. godine Kanal Ri zapošljava 27 stalno zaposlenih djelatnika te 11 honorarnih djelatnika. Prosječna neto plaća je povećana nešto više od 11%, s prošlogodišnjih 768,53 EUR na ovogodišnjih 857,75 EUR.

Gordana Šimić Drenik, mag.spec.
Direktorica Društva
Kanal Ri d.o.o.

KANAL RI
d.o.o. za proizvodnju, prijenos i
emitiranje televizijskog programa
RIJEKA, Trg Riječke Rezolucije

