

სსიპ საზოგადოებრივი მაუწყებლის
აჭარის ტელევიზია და რადიო

2019 წლის III კვარტლის ანგარიში

ბათუმი

სარჩევი

1. შესავალი;
2. ჩვენი წინასწარი დაგეგმვა;
3. კვარტლის მიღწევა;
4. კვარტლის გამოწვევა;
5. „პროგრამა=პრიოტიტეტს“-შეფასების სისტემა და ჩვენი პლატფორმები:
ტელევიზია - შედეგები და საჭიროებები;
რადიო - შედეგები და საჭიროებები;
ინტერნეტი-შედეგები და საჭიროებები;
მონიტორინგის ანგარიშები.
6. იურიდიული მხარდაჭერა;
7. კვარტლის ტენდერები;
8. ადამიანური რესურსების მართვა, თანამშრომელთა შერჩევა, კონკურსები, სწავლება და ახალი უნარ-ჩვევების შეძენა;
9. „შემდეგი თაობა“-სტაჟირების პროგრამის მიმოხილვა;
10. საზოგადოებრივი არხი და პარტნიორები;
11. მატერიალურ-ტექნიკური მხარდაჭერა;
12. მოუსმინე აუდიტორიას - საზოგადოებრივი უკუკავშირი;
13. ჩვენი სხვა აქტივობები;
14. სამომავლო რისკები და გამოწვევები;
15. გეგმები შემდეგი ანგარიშისთვის;

შესავალი

წარმოგიდგენთ 2019 წლის მესამე კვარტლის (ივლისი, აგვისტო, სექტემბერი) შედეგებს.

მაუწყებლის ვალდებულებებია:

- უზრუნველყოს პროგრამების სარედაქციო დამოუკიდებლობა, სამართლიანობა და მიუკერძოებლობა, სახელისუფლებო, პოლიტიკური, რელიგიური და კომერციული გავლენისაგან თავისუფლება;
- უზრუნველყოს საზოგადოებრივი ინტერესის შესაბამისი თანასწორობა ახალი ამბების, საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ, საგანმანათლებლო-შემეცნებით, კულტურულ და სპორტულ პროგრამებს შორის;
- უზრუნველყოს აუდიტორიის დროული და ყოველმხრივი ინფორმირება საქართველოში, მის რეგიონებსა და მსოფლიოში მიმდინარე მნიშვნელოვანი მოვლენების შესახებ;
- საუკეთესო დროს გადასცეს ახალი ამბებისა და საზოგადოებრივ-პოლიტიკური პროგრამები, ხოლო საარჩევნო კამპანიის მსვლელობისას - აგრეთვე, წინასაარჩევნო დებატები;
- პროგრამებში არ გამოხატოს თავისი აზრი;
- ასახოს საზოგადოებაში არსებულ მოსაზრებათა პლურალიზმი;
- ეთერის არანაკლებ 25%-ისა დაუთმოს დამოუკიდებელი კერძო სამართლის იურიდიული პირების მიერ მომზადებულ პროგრამებს, რომელთა შესყიდვა განხორციელდება „სახელმწიფო შესყიდვების შესახებ“ და „მაუწყებლობის შესახებ“ კანონების შესაბამისად;
- პროგრამებში ასახოს საზოგადოებაში არსებული ეთნიკური, კულტურული, ენობრივი, რელიგიური, ასაკობრივი და გენდერული მრავალფეროვნება;
- ბავშვთა და მოზარდთა ინტერესების შესაბამისი პროპორციით განათავსოს საბავშვო პროგრამები;
- გაითვალისწინოს შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირთა ინტერესები, საარჩევნო კამპანიის პერიოდში და რეფერენდუმის/პლემბისციტის გამართვის დროს ეთერში გაშვებულ არჩევნებთან/რეფერენდუმთან/პლემბისციტთან დაკავშირებულ თავის გადაცემებში უზრუნველყოს სურდოთარგმანი;
- ხელი შეუწყოს ქვეყნის თვითმყოფადობის, სულიერი ფასეულობებისა და კულტურული მრავალფეროვნების განვითარებას;
- სათანადო პროპორციით განათავსოს უმცირესობების ენაზე, უმცირესობების შესახებ და უმცირესობების მიერ მომზადებული პროგრამები;
- უზრუნველყოს საქართველოს საგარეო პოლიტიკის ძირითადი მიმართულებების, მათ შორის, ჩრდილოატლანტიკური ხელშეკრულების ორგანიზაციაში (შემდგომ – ნატო) და ევროკავშირში ინტეგრაციის პოპულარიზაცია;
- უზრუნველყოს აუდიტორიის დროული და ყოველმხრივი ინფორმირება საქართველოს ოკუპირებულ ტერიტორიებთან დაკავშირებული მოვლენების შესახებ.

ჩვენი წინასწარი დაგეგმვა

2019 წლის მესამე კვარტლის მთავარი გამოწვევა იყო ტექნიკური პრობლემების მოგვარება და ახალი სეზონისთვის მზადება.

ამოცანები:

ახალი ვებ-გვერდის გამართვა;

ახალი სეზონისთვის საინფორმაციო და შემოქმედებითი სამსახურის გადაცემებისთვის პრომოების მომზადება;

პრომუშენის ჯგუფის ფორმირება;

ტექნიკური გადახარისხება;

რადიო გადაცემების მოწყობა აჭარის ფარგლებს გარეთ;

ბიუჯეტის მართვა;

დონორებთან კომუნიკაცია;

გაყიდვების მართვა.

კვარტლის მიღწევა

ინტერნეტი შედეგები:

გუგლანალიტიკის მიხედვით - (იხ. სქრინი ქვემოთ) ბოლო სამ თვეში, 2 ივლისიდან 7 ოქტომბრის ჩათვლით, საიტზე სულ დაფიქსირდა 630 806 (გასული კვარტალი 478 864) მომხმარებელი, რომელიც შემოვიდა საიტზე. მათგან 515 548 (გასული კვარტალი 395 569) - უნიკალური მომხმარებელი, ვინც პირველად შემოვიდა.

საერთო ჯამში თითოეული მათგანი საშუალოდ 3.02 მასალას ათვალიერებდა (გასულ კვარტალში, თითო მომხმარებელი 3 მასალას კითხულობდა).

შესაბამისად, საერთო ჯამში, ყველა სტატია და მასალა ერთად - 1 902 360 მომხმარებელმა ნახა. გასულ კვარტალში 1 427 193 იყო.

ტელევიზია:

ყველაზე თვალნათლივი ზრდა ფიქსირდება საინფორმაციო ჟანრის გადაცემებში, რომლებშიც პირველ კვარტალში 0,5% ფიქსირდებოდა, ხოლო უკვე მესამე კვარტალში 1,3%. არხის ტოპ 15 გადაცემაში პირველ პოზიციებზე 9 საინფორმაციო გამოშვებაა.

- გასული კვარტლებისგან განსხვავებით მნიშვნელოვნად გაუმჯობესდა საინფორმაციო გამოშვების მიმართ აუდიტორიის ინტერესი, პირველ და მეორე კვარტალში თუ საინფორმაციო გადაცემების ყველაზე მაღალი საშუალო მაჩვენებელი იყო (რაოდენობა ათასებში: 2,223 მაყურებელი წუთში, ამ კვარტლის მიხედვით ეს ციფრი არის დაახლოებით - 4,500-მდე. ასევე მნიშვნელოვნად გაუმჯობესებულია Share (0,5% იყო საინფორმაციო გამოშვებების ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი, ახლა არის 1,3%). თუ გასული კვარტლების მიხედვით მაყურებლის საშუალო ოდენობა ყოველდღიური გადაცემების მიხედვით 3,500-მდე წუთში, მესამე კვარტალში მთავარი 21-ზე, მთავარი 20-ზე, მთავარი 17-ზე, მთავარი 14 -ზე დაფიქსირდა 14 000, 16 000 მაყურებელი წუთში.
- მაუწყებელმა მაყურებელს შესთავაზა საინფორმაციო გამოშვებების გაზრდილი რაოდენობა. ახალი სეზონიდან დაემატა ახალი ამბების მოკლე გამოშვებები. კანტარ მედიის მიერ ჩატარებული ყოველდღიური მონიტორინგის შედეგები აჩვენებს, რომ მოკლე დროში საკმაოდ მაღალია დაინტერესება და მაყურებელი ჰყავს მოკლე საინფორმაციო გამოშვებებს 10:00 ; 14:00 და 17:00 საათზე. ასევე, „მთავარი“ გამოშვების დროის ცვლილებამ ამ დროისთვის არსებული მონიტორინგით და დაკვირვებით, მაყურებელზე უარყოფითად არ იმოქმედა და 20 საათიანმა მთავარმა ამბებმა უკვე მოიპოვა სტაბილური მაყურებელი.
- მთავარი გამოწვევა, რომელიც გადაიჭრა, თბილისის ბიუროს გაძლიერებაა. კომისიამ უკვე გამოავლინა გამარჯვებულები და ბიურო გაძლიერებული ადამიანური რესურსით სრულყოფილ მუშაობას რამდენიმე დღეში დაიწყებს.
- საინფორმაციო გადაცემების თემები აუდიტორიასა თუ სოციალურ ქსელებში რამდენჯერმე გახდა დისკუსიის, განსჯისა და შეფასების საგანი.

ქართველ კომპოზიტორ-შემსრულებლების მონოკონცერტების ჩაწერის პროექტის ფარგლებში განხორციელდა პირველი გადაცემის ჩაწერა მანანა მენაბდის მონაწილეობით.

კვარტლის გამოწვევა

მაუწყებლის მთავარი გამოწვევა ამ ეტაპზე არასაკმარისი რესურსი და ტექნიკურ პრობლემებთან გამკვლავებაა. სამწუხაროდ, ტექნიკური ხარვეზების და წუნის მქონე გადაცემები ეთერში ხვდება. ეს პრობლემები ერთნაირად შეინიშნება როგორც საინფორმაციო-საზოგადოებრივ, ასევე შემოქმედებით გადაცემებში.

არ ხდება შემოქმედებითი გადაცემების სცენარების განხილვა წინასწარი დაგეგმარების მიზნით, ასევე, ტელევიზია ვერ უზრუნველყოფს შემოქმედებითი ჯგუფების ტექნიკურ გამართულობას, არ გააჩნიათ, ან წყობიდან გამოსულია სამონტაჟო კომპიუტერები.

ზოგიერთ შემოქმედებით გადაცემაში არ არის გამოკვეთილი ავტორის მიზანი.

შემოქმედებითი გადაცემების გუნდი არის გასაძლიერებელი, ანონსების და პრომოების სისტემა არის მთავარი გამოწვევა.

ახალი ამბების მიერ მომზადებული რეპორტაჟების ხარისხი ცალკეულ შემთხვევაში მხოლოდ დამაკმაყოფილებლად შეიძლება შეფასდეს. აუცილებელია ახალი ამბების სამსახურის რეორგანიზაცია დირექტორის არჩევის და მისი უფლებამოსილების პირობებში. გასაძლიერებელია არსებული შემადგენლობის პროფესიული უნარების სტანდარტი, მათ შორის, რეგიონული ბიუროებისაც. საჭიროა ანალიტიკური გუნდის გაძლიერება დამატებით ორი რეპორტიორის ჩართულობით.

მნიშვნელოვან პრობლემას ქმნის ცალკეული სამსახურის მხრიდან „სატელევიზიო დისციპლინის“ არადაკმაყოფილებელი დონე. არის შემთხვევები, როცა ეს უკავშირდება თანამშრომლებისთვის სამუშაო სივრცის არქონას. სფეროების მიხედვით აუცილებელია ტექნიკური საჭიროებებით უზრუნველყოფა, რეგიონული ბიუროების გაძლიერება, ახალი სატელევიზიო სეზონის მომზადება.

ჩაშლილი ტენდერები: საანგარიშო პერიოდში კვლავ უარყოფითი შედეგით დასრულდა მოძრავი სატელევიზიო სადგურის და პირდაპირი ჩართვის აპარატების შესაძენად გამოცხადებული ტენდერი, რაც უარყოფითად აისახა საზოგადოებრივი მაუწყებლის გამართულად მუშაობაზე.

სამსახურების კოორდინირებულად მუშაობა არის ერთ-ერთი გამოწვევა. მცდელობის მიუხედავად, ერთი მიზნისკენ აუდიტორიის სასარგებლოდ გაერთიანება ხშირ შემთხვევაში ვერ ხერხდება.

აღიარებული სტანდარტია - ონლაინ მედია მინიმუმ 18 საათიან რეჟიმში მუშაობს, ეს ნიშნავს, რომ ერთი თანამშრომლის კანონით განსაზღვრული სამუშაო დღე არ ყოფნის ვების სამუშაო გრაფიკს (ორ ცვლას). ამბები ხდება საღამოს 8-9 საათის შემდეგაც, კონკურენტები გრაფიკით

ფარავენ ამ პრობლემას. ჩვენს შემთხვევაში, თანამშრომლის ზეგანაკვეთურის ხარჯზე, ამასთან, მონიტორინგის ან სისწრაფის ნაწილში, ნაკლებეფექტურობები გამოვდივართ.

1. გამოწვევად რჩება კოორდინირებული მუშაობა სამსახურებს შორის;
2. აჭარის საზოგადოებრივ მაუწყებელს აკლია განსაკუთრებული, მისი მოძიებული ამბები - ადგილობრივი, ეროვნული თუ მსოფლიო მნიშვნელობის.
3. ხარისხი - მაუწყებლის ვებ-გვერდს არ ჰყავს სტილისტი. ეს აისახება ჩვენს რეპუტაციაზე.
4. სათაურები - ყველა მასალა, რომელიც გადის მაუწყებლის ეთერში - აქვს მისი დასათაურება ეთერშივე. ხშირად გაუმართავია და რეპორტაჟის კონტენტს არ შეესაბამება.
5. აუცილებელია, ტელევიზიის მასალები, რომლებიც თავსდება ვებზე, იყოს საინტერესო, გასაგები და მარტივი.
6. საიტზე დადებულ ამბებს აკლია გამომსახველობა, საინტერესო დეტალები, რადგან წერს არა უშუალოდ მოვლენების ეპიცენტრში მყოფი ჟურნალისტი, არამედ ვების თანამშრომელი, რომელიც ვერ გადის გარეთ.
7. ამიტომ სხვა მედიასაშუალებების მონიტორინგის და მიმდინარე ამბების ძიების გარდა აუცილებელი ხდება საკუთარი არხის მონიტორინგიც, რაც პრაქტიკულად, ვების არსებული რესურსით რთული ამოცანაა და მიზნის მიღწევას ართულებს.

საინფორმაციო მიმართულება:

აჭარის ტელევიზიის მთავარ გამოწვევად რჩება სიღრმისეული სიუჟეტების მომზადება. წინა კვარტლებთან შედარებით ვითარება უკეთესობისკენ შეცვლილია, თუმცა დადამკმაყოფილებელ სტანდარტს ჯერ ვერ მივუახლოვდით. ახალი ამბების სამსახურის პრიორიტეტი სტრატეგიის დოკუმენტის შემუშავება და ახალი ამბების სამსახურის ჟურნალისტების გადამზადებაა სფეროების მიხედვით, რაც სიღრმისეული მასალების მომზადების აუცილებელი წინაპირობაა.

8. გამოწვევად რჩება ანალიტიკური გუნდის გაძლიერება.
9. ასევე მთავარ გამოწვევად შეიძლება ჩაითვალოს ტექნიკური გადაიარაღება და გაუმართაობა.

„პროგრამა=პრიორიტეტს“-შეფასების სისტემა და ჩვენი პლატფორმები:

ტელევიზია-შედეგები და საჭიროებები:

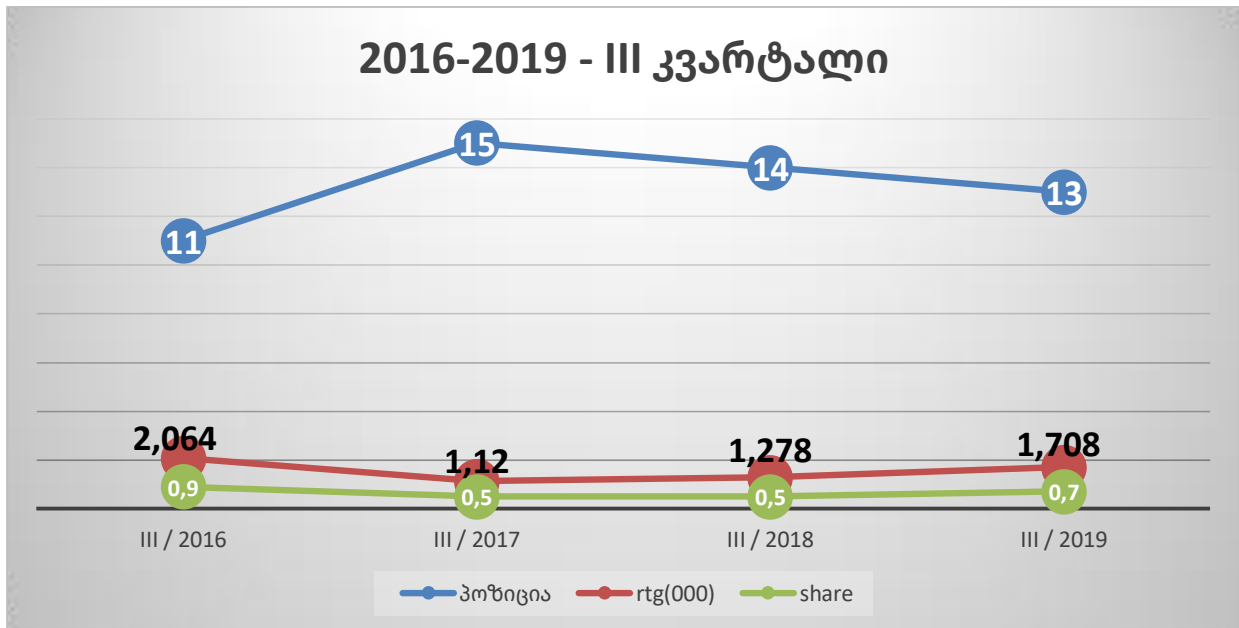
საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია მაყურებლის ქცევას უკვე წლებია შპს ტრი მედია ინტელიჯენსის სარეიტინგო პროგრამის საშუალებით ახორციელებს. შესაბამისად, ანგარიშში წარმოდგენილი მონაცემები რელევანტურია შესადარისობის თვალსაზრისით, რადგანაც მოიცავს ერთი და იმავე საკვლევი ბაზის მონაცემებს.

ანგარიშში წარმოდგენილი იქნება მაყურებლის ქცევის რამდენიმე მიმართულება, მათ შორის:

1. 2016-2019 წლების მე-3 კვარტლების მიხედვით და 2019 წლის პირველი, მეორე და მესამე კვარტლების მიხედვით სხვადასხვა სარეიტინგო პოზიცია, კერძოდ:
 - ა. არხის პოზიცია,
 - ბ. მაყურებლის საშუალო რაოდენობა (rtg(000)),
 - გ. Share (წილი ჩართულ ტელევიზორებში),
 - დ. Reach (მოსახლეობის %-ის წვდომა არხზე მინიმუმ 1 წუთის ოდენობით),
 - ე. მაყურებლის საშუალო ასაკი,
 - ვ. მაქსიმალური ინდივიდუალური წერტილები.
2. 2019 წლის პირველი, მეორე, მესამე კვარტლებში აჭარის ტელევიზიაზე გასული გადაცემების ჟანრობრივი კვლევა, კერძოდ:
 - ა. გასვლების რაოდენობა დინამიკაში,
 - ბ. ჟანრების Share (წილი ჩართულ ტელევიზორებში) ცვლადი დინამიკაში.
3. 2019 წლის პირველი, მეორე, მესამე კვარტლებში აჭარის ტელევიზიის სეგმენტების კვლევა (მონაცემები გამოსახულია ცვლადში - **rtg(000) - მაყურებლის საშუალო რაოდენობა წუთში**), კერძოდ:
 - ა. სქესის მიხედვით,
 - ბ. ასაკის მიხედვით,
 - გ. ადგილმდებარეობის მიხედვით.

კვლევა მოიცავს არხის ზოგად მაჩვენებლებს, შესაბამისად, არ განიხილავს არცერთ სატელევიზიო გადაცემას ინდივიდუალურად.

ზოგადი სარეიტინგო ცვლადები აჭარის ტელევიზიასთან მიმართებით



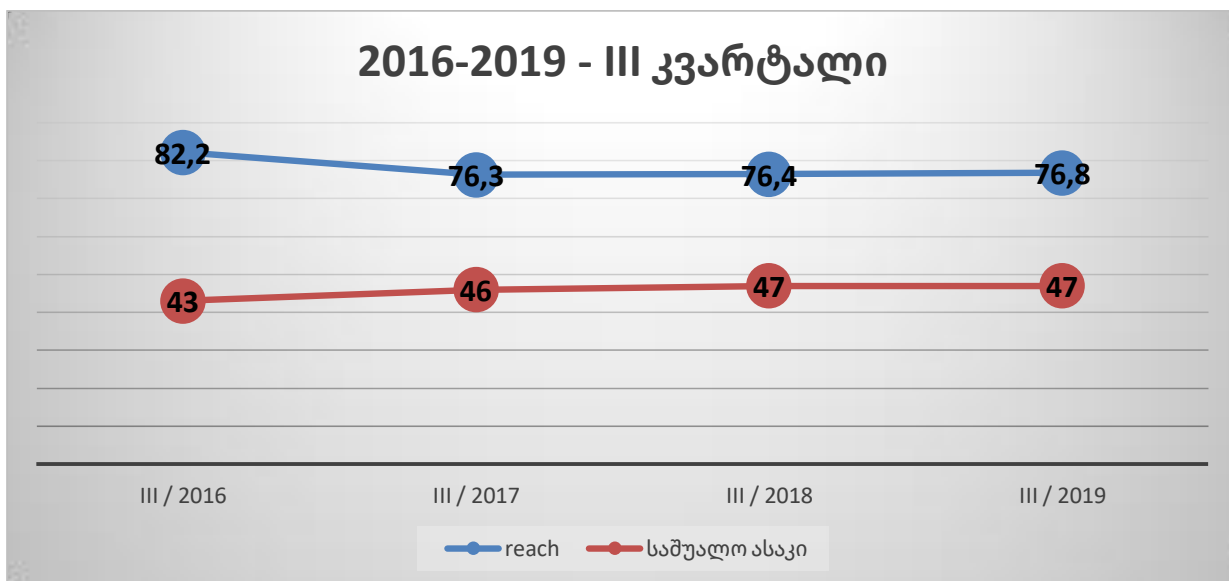
აღნიშნულ გრაფიკში მოცემულია 2016-2019 წლების მესამე კვარტლები აჭარის ტელევიზიის პოზიციის, rtg(000) და Share - ცვლადების მიხედვით.

აჭარის ტელევიზია **2016 წელს** მე-11 პოზიციას იკავებდა სატელევიზიო ბაზარზე, **2017 წელს** სიტუაცია გაუარესდა და მე-15 პოზიციაზე გადაინაცვლა. გაუმჯობესებული პოზიცია დაფიქსირდა (+1 ადგილი) **2018 წელს**, ხოლო **2019 წელს** არხმა სატელევიზიო ბაზარზე მესამე კვარტალში მე-13 პოზიცია დააფიქსირა. მართალია, არხი 2016 წელთან შედარებით გაუარესებულ (-2 ადგილი) პოზიციას ფლობს, თუმცა დადებითია.

ზევით აღნიშნულ მოსაზრებას ადასტურებს ამავე გრაფიკზე წარმოდგენილი სხვა სარეიტინგო პოზიციებიც. ტრენდი შეინიშნება 2017-2018 წლებთან შედარებით. მაგალითად, **2016 წლის** მესამე კვარტალში არხის საშუალო მაყურებელი წუთში 2064 ადამიანს ითვლიდა, რაც **2017 წელს** ფაქტობრივად 50%-ით შემცირდა და 1120 ადამიანი შეადგინა. სიტუაცია გაუმჯობესდა **2018 წლის** მესამე კვარტალში (რაც ასევე სატელევიზიო პოზიციის კვლევიდანაც ჩანს) და საშუალოდ წუთში აჭარის ტელევიზიას 1278 მაყურებელი ჰყავდა. დადებითი ტრენდი ნარჩუნდება **2019 წლის** მესამე კვარტალთან მიმართებითაც და არხის მაყურებლის რაოდენობა გაზრდილია 430 ერთეულით და შეადგინა 1708 მაყურებელი საშუალოდ წუთში.

წინა ორ აბზაცში გამოთქმულ მოსაზრებებს ადასტურებს ამავე გრაფიკზე წარმოდგენილი მესამე ცვლადის შინაარსიც. **2016 წლის** მესამე კვარტალში აჭარის ტელევიზიას აქტიური მაყურებლის 0,9% უყურებდა, შემცირება გვაქვს **2017 და 2018 წლების** მესამე კვარტლებში და 0,5 % შეადგინა. დადებითი ტრენდი აქაც ნარჩუნდება **2019 წლის** მესამე კვარტლის შემთხვევაშიც და აქტიური მაყურებლის 0,7% ფიქსირდება.

აღნიშნული სამი პოზიციის კვლევის მიხედვით, აჭარის ტელევიზიის მესამე კვარტლის მონაცემები გაზრდილია 2017-2018 წლების იმავე მაჩვენებლებთან.



აღნიშნულ გრაფიკში მოცემულია ორი სარეიტინგო ცვლადი: ა. Reach (მოცვა) - საკვლევი პერიოდის განმავლობაში აჭარის ტელევიზიაზე მინიმუმ 1 წუთით გაჩერებული მაყურებლის % საერთო მოსახლეობაში; ბ. საკვლევი პერიოდის განმავლობაში აჭარის ტელევიზიის მაყურებელთა საშუალო ასაკი.

ამ შემთხვევაში პირველი სარეიტინგო პოზიცია (როგორც სხვა ბევრი) მაქსიმალური იყო **2016 წლის** მესამე კვარტალში და 82,2% შეადგინა. ამ შემთხვევაშიც სინქრონული (სხვა სარეიტინგო ცვლადებთან მიმართებით) კვლების ტენდენცია გვაქვს **2017 და 2018 წლების** მესამე კვარტლებში, შესაბამისად, დაფიქსირდა 76,3% და 76,4%. ანალოგიურად, თუმცა უმნიშვნელო, ზრდის ტემპი ფიქსირდება **2019 წლის** მესამე კვარტალში, 0,4 პუნქტით. აღნიშნულიდან გამომდინარე, თამამად შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ერთი მხრივ, მართალია, არ გაზრდილა აჭარის ტელევიზიის არეალი მაყურებელთან მიმართებით 2017-დან 2019-მდე (მესამე კვარტლები), თუმცა გაზრდილია (იხ. გრაფიკი პირველი) მაყურებლის რაოდენობა, რაც ნიშნავს იმას, რომ **აჭარის ტელევიზიას ამ პერიოდში ახალი მაყურებელი კი არ მოუზიდავს, არამედ ფაქტობრივად, იბრუნებს ძველს.** (აღნიშნული მოსაზრება ვერ მოიცავს მაყურებლის როტაციის გარემოებებს, რაც უფრო მოგვიანებით, სეგმენტების კვლევის დროს გამოჩნდება ნაწილობრივ).

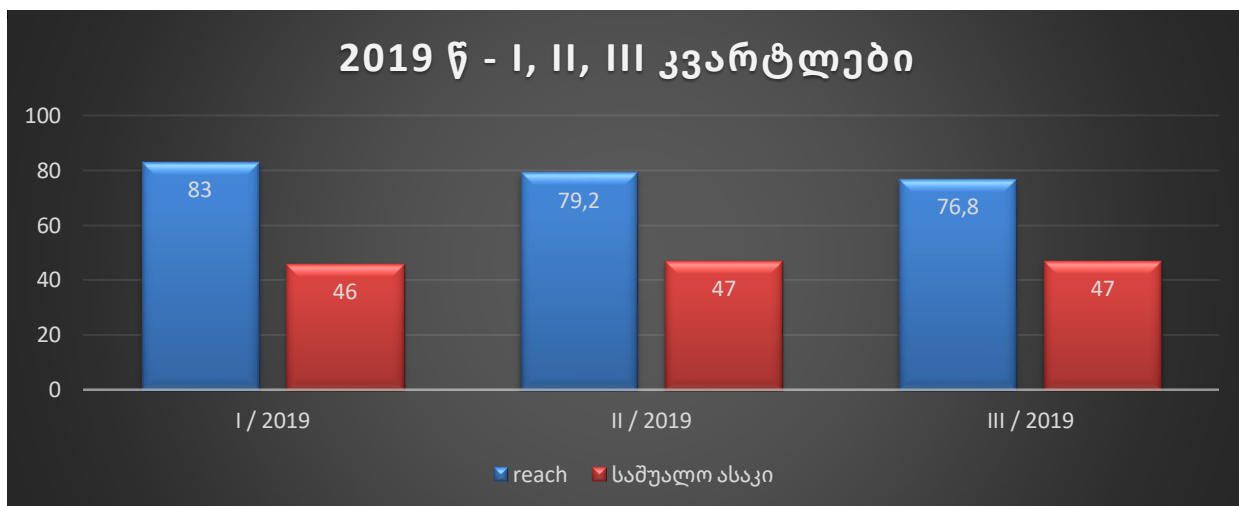
ჯერ-ჯერობით ერთადერთი პუნქტი, რომელიც არ გვაქვს ზრდის ტენდენცია - მაყურებლის საშუალო ასაკია. **2016 წლის** მესამე კვარტალში არხის მაყურებელთა საშუალო ასაკი 43 წელი იყო, **2017 წლის** ანალოგიური მაჩვენებელი - 46 წელი იყო, ანუ მაყურებელი დაბერდა 3 წლით (სწორედ 2017 წლის ამ პერიოდში გვექონდა მაყურებლის კატასტროფული კლება, რამაც ბუნებრივად გაზარდა საშუალო ასაკი). **2018-2019 წლების** მესამე კვარტალში მაყურებლის საშუალო ასაკი 47 წელია. ყველაზე პოზიტიური ვარაუდით, ეს სწორედ ის მაყურებელია, რომელიც 2016 წელს 43 წლის იყო, ხოლო მიმდინარე პერიოდში, მცირედი გადახრით, 47 წლის გახდა.

ჩვენი მოსაზრებით, აჭარის ტელევიზია მიმდინარე პერიოდში ძველი ლოიალური მაყურებლის დაბრუნების ფაზაშია (რაც არ გამორიცხავს ახალი მაყურებლის მოსვლის ფაქტორებსაც, რასაც უკვე სეგმენტების გაანალიზებისას დავინახავთ უკეთ).

2019 წლის პირველი სამი კვარტლის მონაცემების მიხედვით მაყურებლის საშუალო რაოდენობა და Share გაზრდილია.

აჭარის ტელევიზიის მაყურებელმა 2019 წლის პირველ კვარტალში საშუალოდ წუთში 1603 ერთეული შეადგინა, კლება გვქონდა მეორე კვარტალში და მაყურებლის რაოდენობა 1302 ერთეულამდე დაეცა, ხოლო 2019 წლის მესამე კვარტალი შესადარისად გაზრდილია წინა ორ კვარტალთან მიმართებით და 1708 ერთეულს აფიქსირებს.

აღნიშნული ფაქტორები ასახულია Share (ჩართულ ტელევიზორებში %) ცვლადშიც. თუ 2019 წლის პირველ და მეორე კვარტალში აჭარის ტელევიზიას აქტიური მაყურებლის 0,5% უყურებდა, მესამე კვარტალში ეს მონაცემი 0,2 პუნქტით არის გაზრდილი და 0,7%-ს შეადგენს.



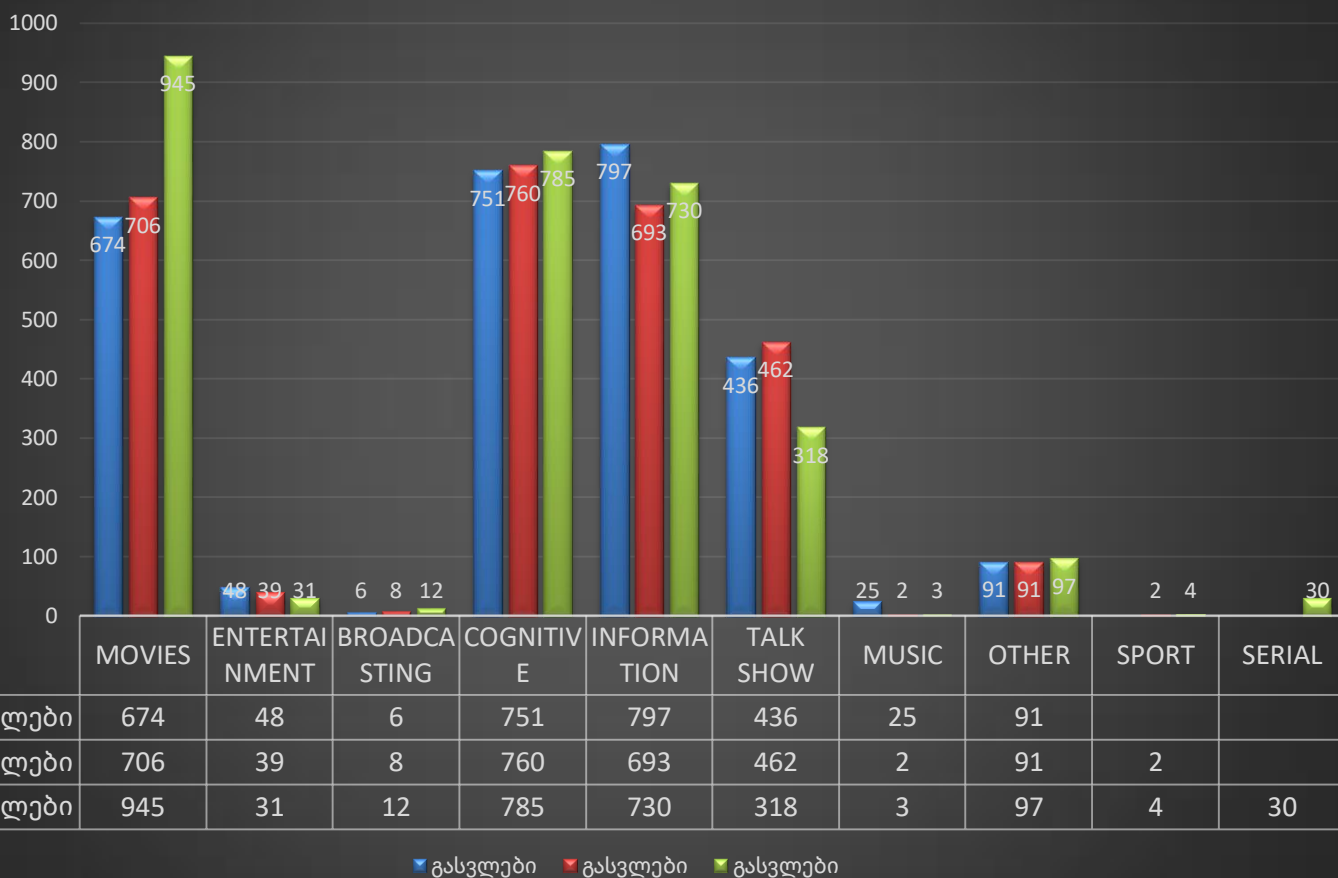
2019 წლის პირველიდან მესამე კვარტალამდე შემცირებულია არხზე წვდომა (reach). თუ პირველ კვარტალში ეს ცვლადი 83% იყო, მეორე კვარტალში შემცირდა თითქმის 4 %-ით, ხოლო მესამე კვარტალში კიდევ 2,2%-ით შემცირდა 76,8% შეადგინა. იმის მიუხედავად, რომ აჭარის ტელევიზიის მაყურებელი გაზრდილია, შემცირებულია მოცვა (არეალი), რაც ნიშნავს იმას, რომ არხს მაყურებლის გაზრდის უფრო დიდი პოტენციალი გააჩნდა.

რაც შეეხება საშუალო ასაკს, ფაქტობრივად იდენტურია სამივე კვარტალში, მათ შორის მცირედი სხვაობაა.

ჟანრების კვლევა

I, II, III - 2019 წ კვარტლები

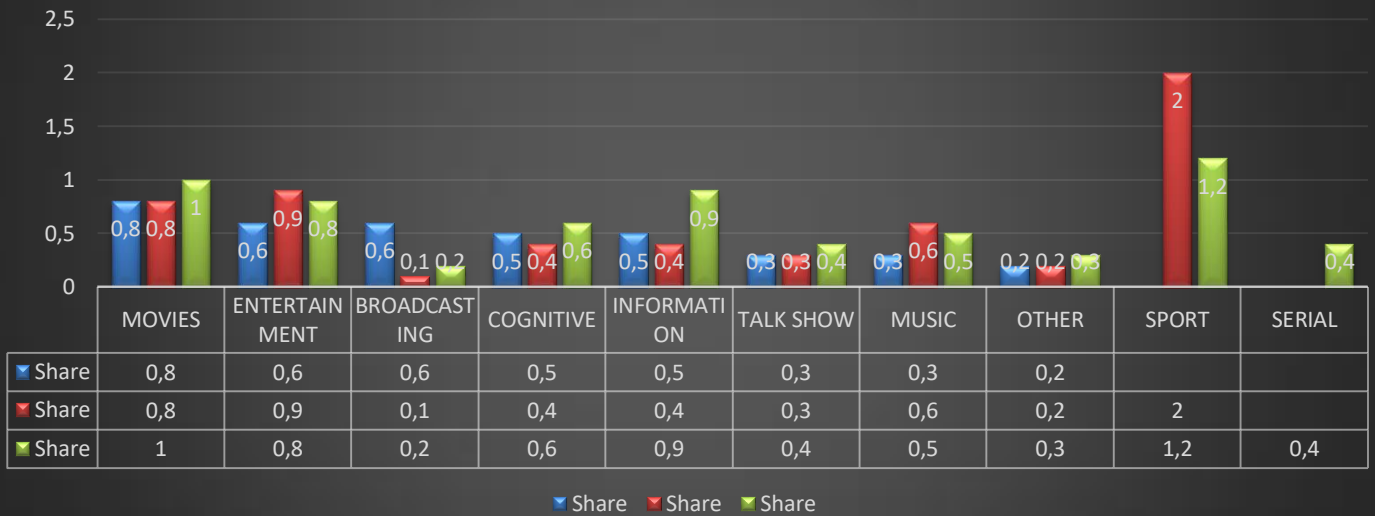
ჟანრები გასვლების მიხედვით



აღნიშნულ ჩარტზე მოცემულია ჟანრები თავისი გასვლების მიხედვით. რამდენიმე ხელშესახები ცვლილებაა გასვლების მიხედვით. მაგალითად, ფილმების ნაწილში, გასვლების რაოდენობა ფაქტობრივად გაზრდილია 250 ერთეულით. თუ 2019 წლის პირველ კვარტალში 674 გასვლა ჰქონდა ამ ჟანრს, მესამე კვარტალში უკვე 945 ერთეულს აფიქსირებს. ამასთანავე, მესამე კვარტალში გაზრდილია სერიალების რაოდენობა 0-დან 30-მდე. ასევე 0-დან 4 (ერთი თამაში დაყოფილია 2 ტაიმად, ანუ 2 გასვლად ფიქსირდება) ერთეულამდე გაზრდილია სპორტული რეპორტაჟების რაოდენობა, რაც პირდაპირპროპორციული აღმოჩნდა არხის რეიტინგის ზრდისა. ამავე გრაფიკიდან ჩანს პირველ კვარტალთან შედარებით საინფორმაციო და თოქ-შოუს ჟანრების გადაცემების შემცირება, თუმცა, ეს არ ასახულა ამ ჟანრების ყურებადობაზე ნეგატიურად, პირიქით, გაზრდილია შემეცნებითი გადაცემების გასვლების რაოდენობა. ხოლო რამდენიმე ერთეულით არის შემცირებული გასართობი გადაცემების რაოდენობა.

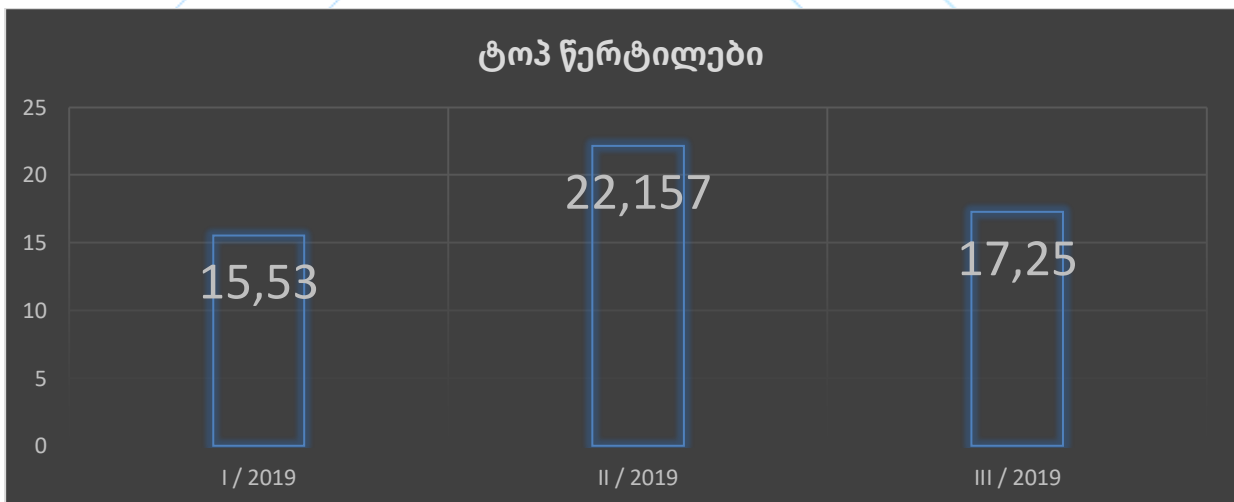
I, II, III - 2019 წ კვარტლები

ჟანრები Share-ის მიხედვით



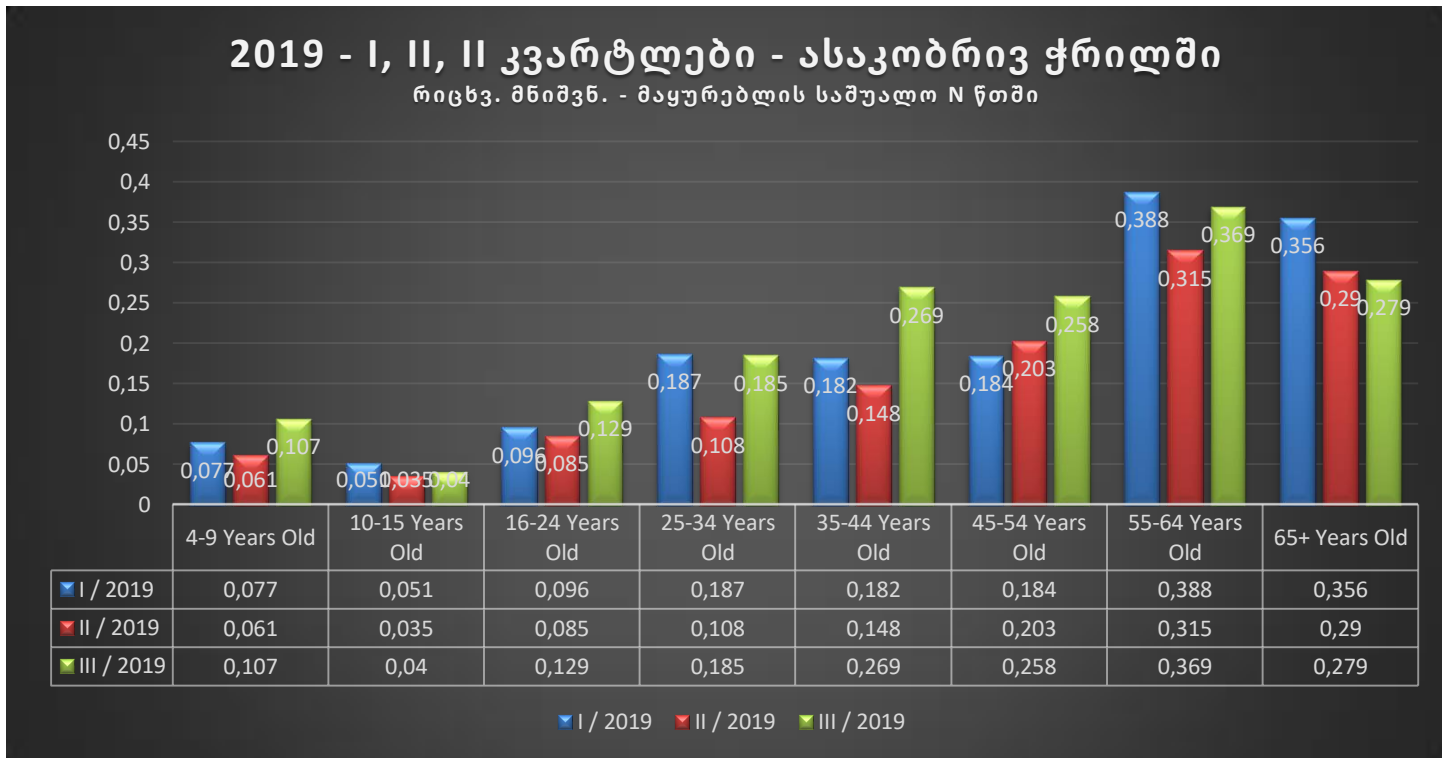
ამ ჩარტში წარმოდგენილია 2019 წლის პირველი, მეორე, მესამე კვარტლები ჟანრების ყურებადობის (share ცვლადი) მიხედვით. ყველაზე თვალნათლივი ზრდა ფიქსირდება საინფორმაციო ჟანრის გადაცემებში, რომლებშიც პირველ კვარტალში 0,5% ფიქსირდებოდა, ხოლო უკვე მესამე კვარტალში 0,9%. ასევე ზრდაა ფილმების ნაწილშიც, წინა პერიოდთან შედარებით, მესამე კვარტალში ამ მიმართულებით გაუმჯობესებულია 0,2 ერთეულით და 1% შეადგინა. შემცნებითი გადაცემები 0,1 პუნქტით იზრდებოდა კვარტალ-კვარტალ ფაქტობრივად, კლება არ ფიქსირდება არცერთ ჟანრში.

ტოპ წერტილები

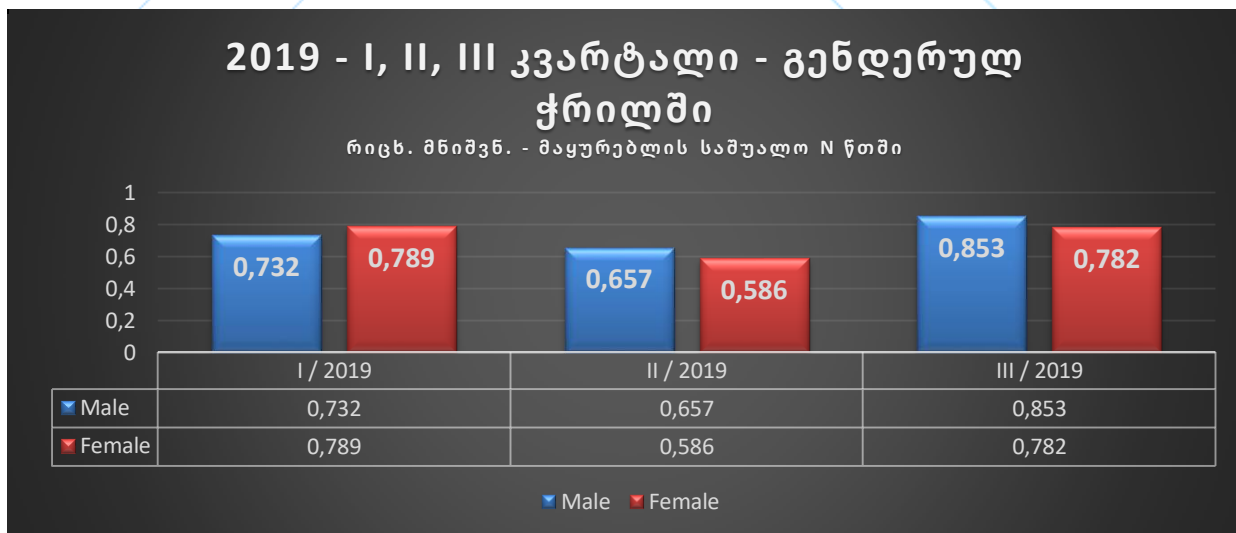


2019 წლის პირველ კვარტალში მაქსიმალური ყურებადობა პირველ იანვარს ფილმზე „რაც გინახავს ვეღარ ნახავ“ მოდის და 15 530 მაყურებელი შეადგინა საშუალოდ წუთში. მეორე კვარტალში მაქსიმალური ყურებადობა ფიქსირდება 13 ივნისს სიუჟეტზე „რატომ ევროპა?“ და 22 157 მაყურებელს ითვლის საშუალოდ წუთში. რაც შეეხება მესამე კვარტალს, მაქსიმალური წერტილი ამ შემთხვევაში 17 250 მაყურებელს ითვლის საშუალოდ წუთში და ეს მაჩვენებელი 25 სექტემბრის 14:00 საინფორმაციო დაიჯესტზე მოდის.

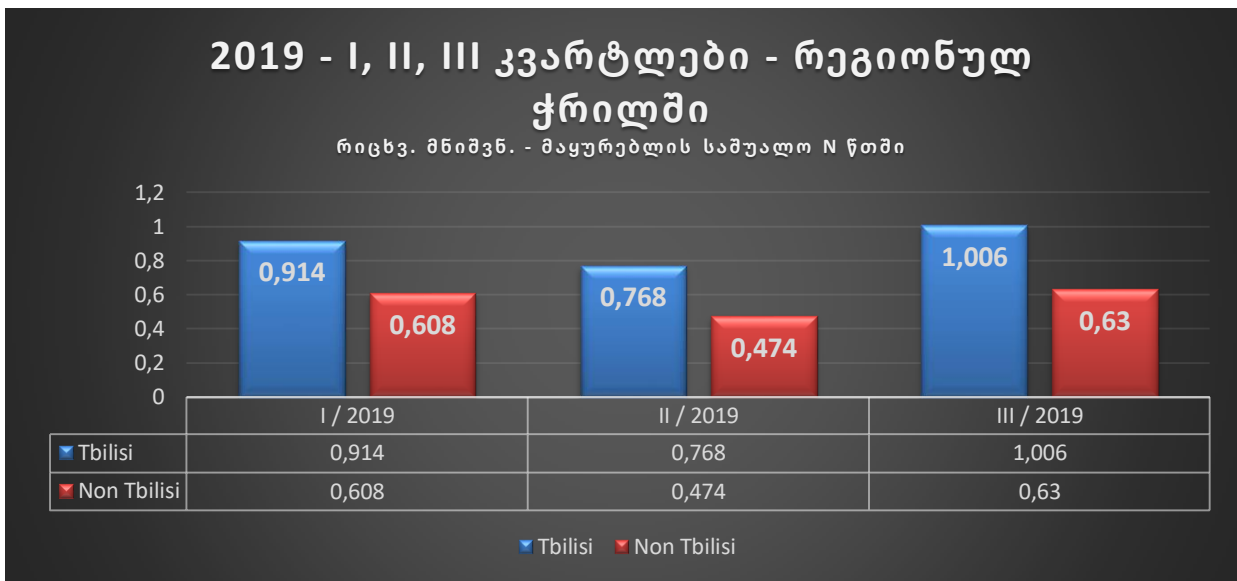
სეგმენტების კვლევა



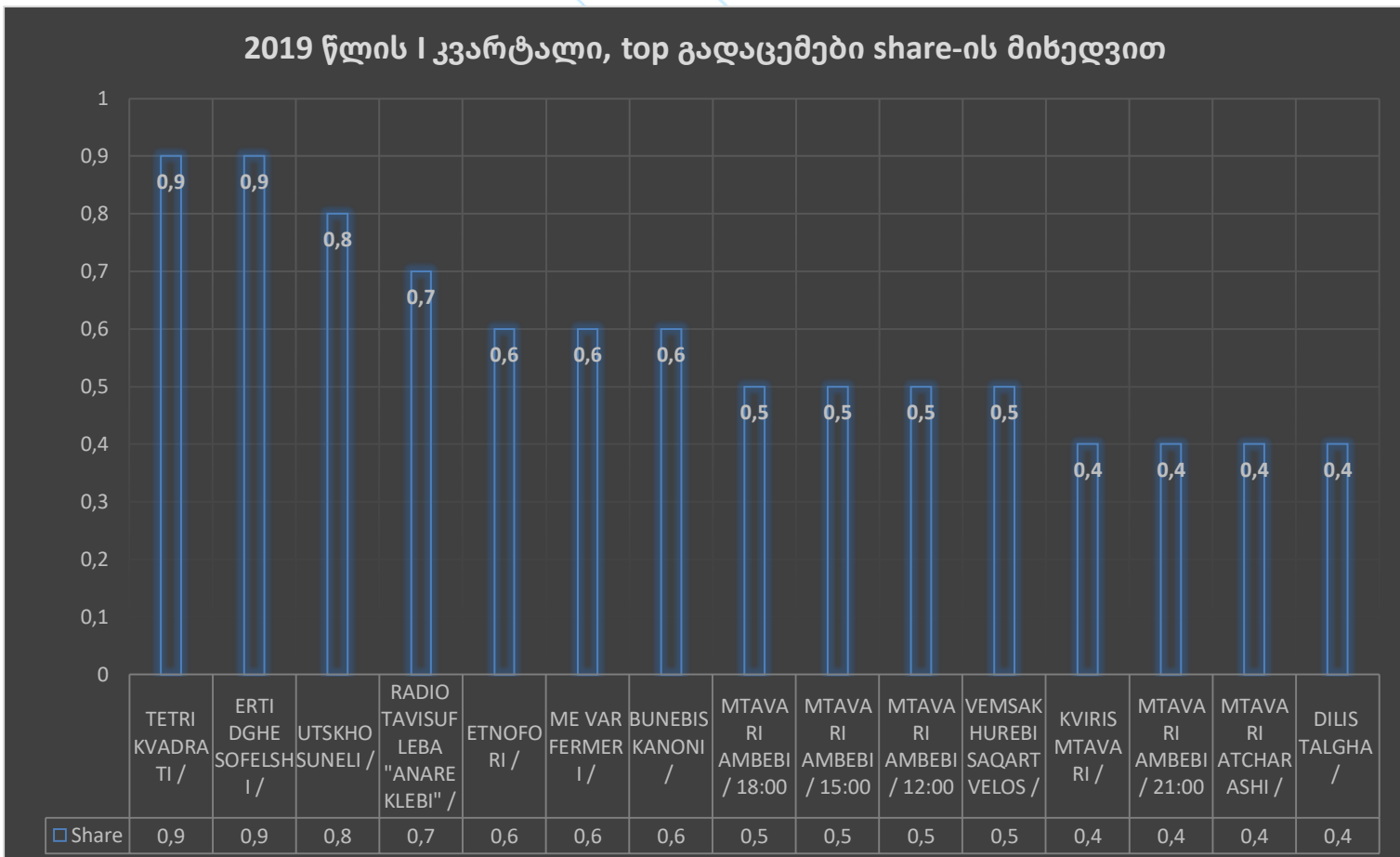
ასაკობრივი სეგმენტების კვარტლების მიხედვით ზრდა შეინიშნება 4-9 წწ (+ 30 ერთეულით), 16-24 წწ (+ 40 ერთეულით), 35-44 წწ (+ 90 ერთეულით), 45-54წწ (+70 ერთეულით), სეგმენტებში. ფაქტობრივად, უცვლელია 10-15 წწ, 25-34 წწ, 55-64 წწ სეგმენტები, ხოლო მცირედი კლებაა +65 წ სეგმენტში.



გენდერულ ჯგუფში პირველიდან მესამე კვარტლამდე ზრდა გვაქვს კაცებში თითქმის 120 ერთეულით, ხოლო ქალების ყურებადობა იმავე პერიოდით ანალოგიური რჩება. ფაქტი ერთია, პირველ და მეორე კვარტლებთან შედარებით მესამე კვარტალში არხის ყურებადობა გაზრდილია.



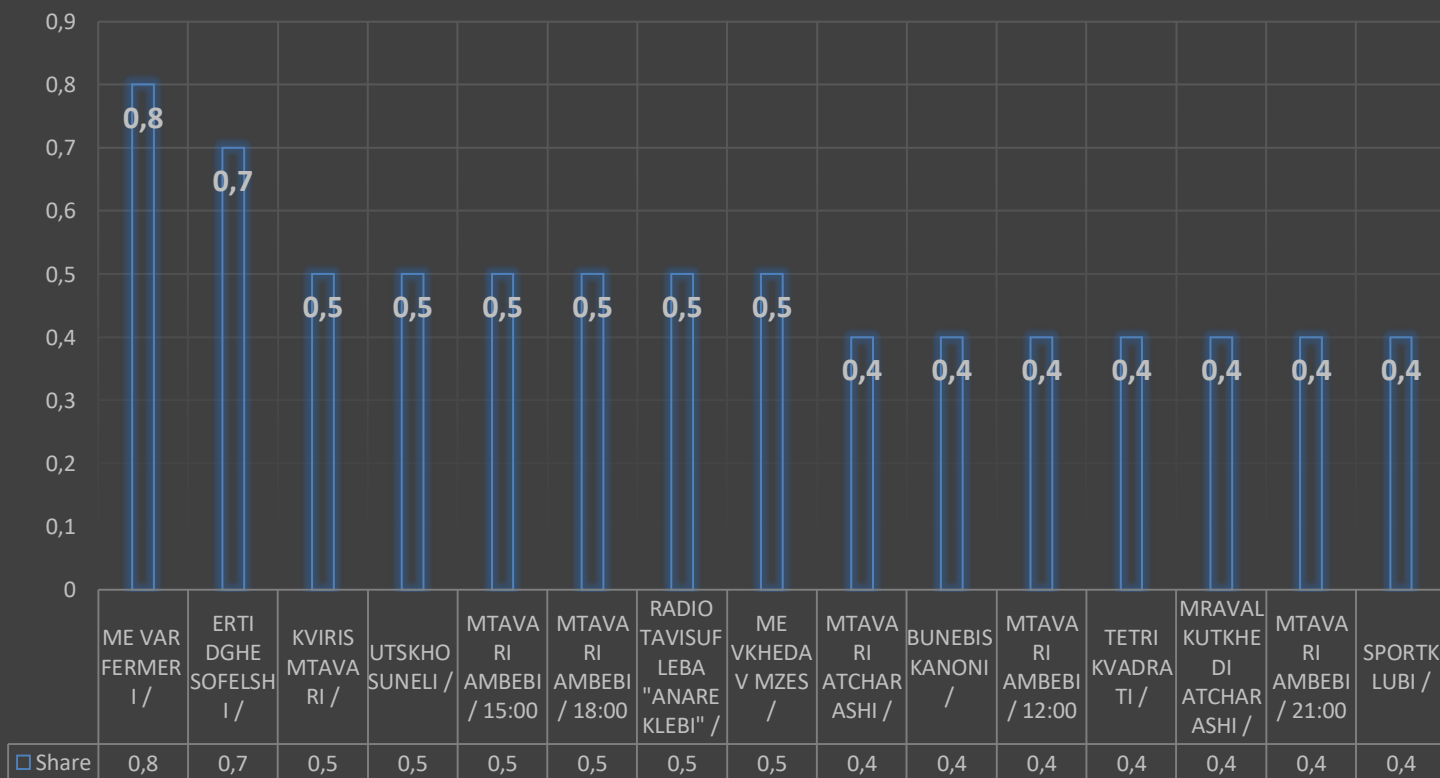
პირველიდან მეორე კვარტლამდე თითქმის უცვლელია რეგიონების ყურებადობა, ხოლო თბილისში იმავე პერიოდზე მაყურებელთა რაოდენობა გაზრდილია თითქმის 100 ერთეულით.



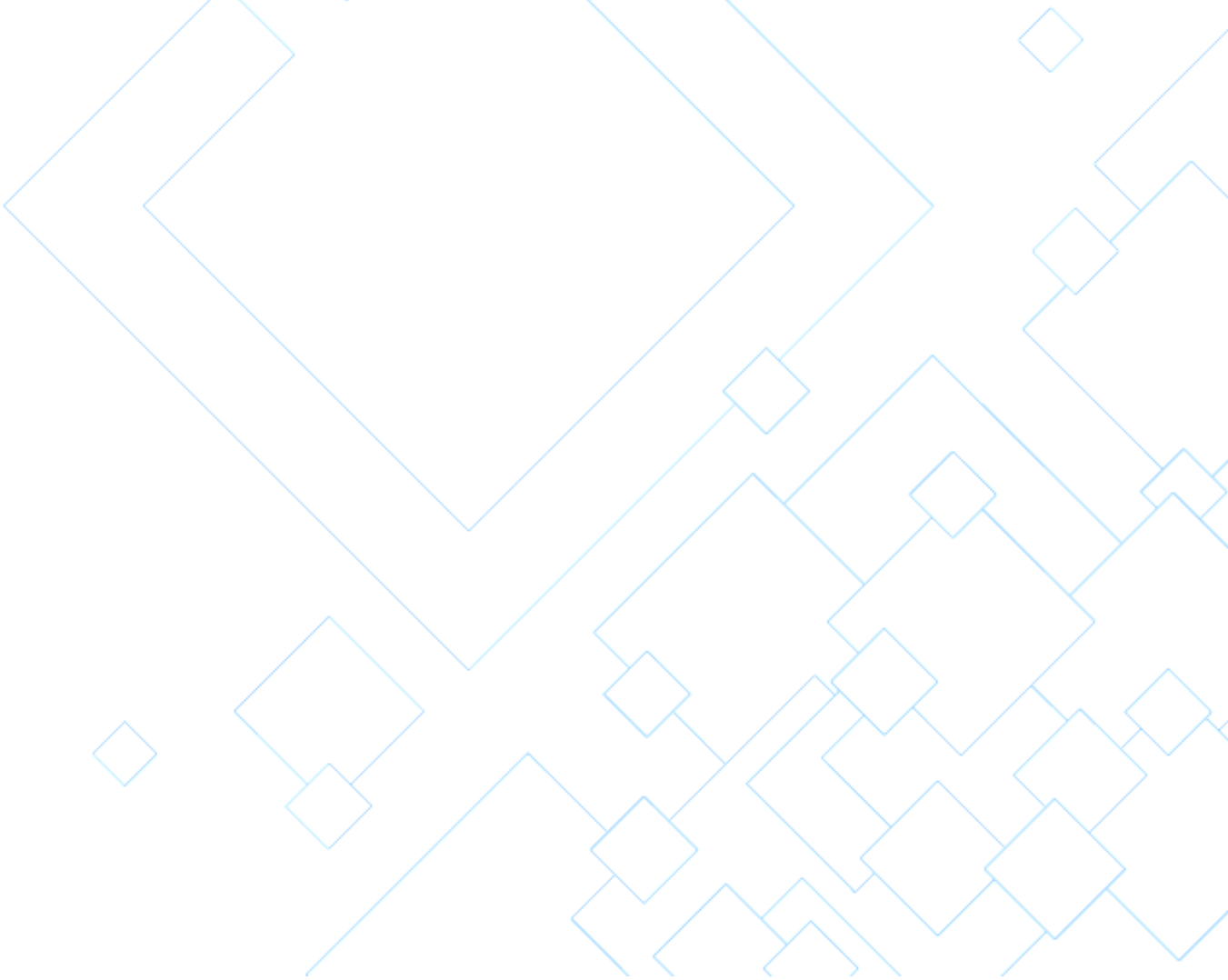
2019 წ, I კვარტალი - ტოპ გადაცემები საშუალო მაყურებლის მიხედვით



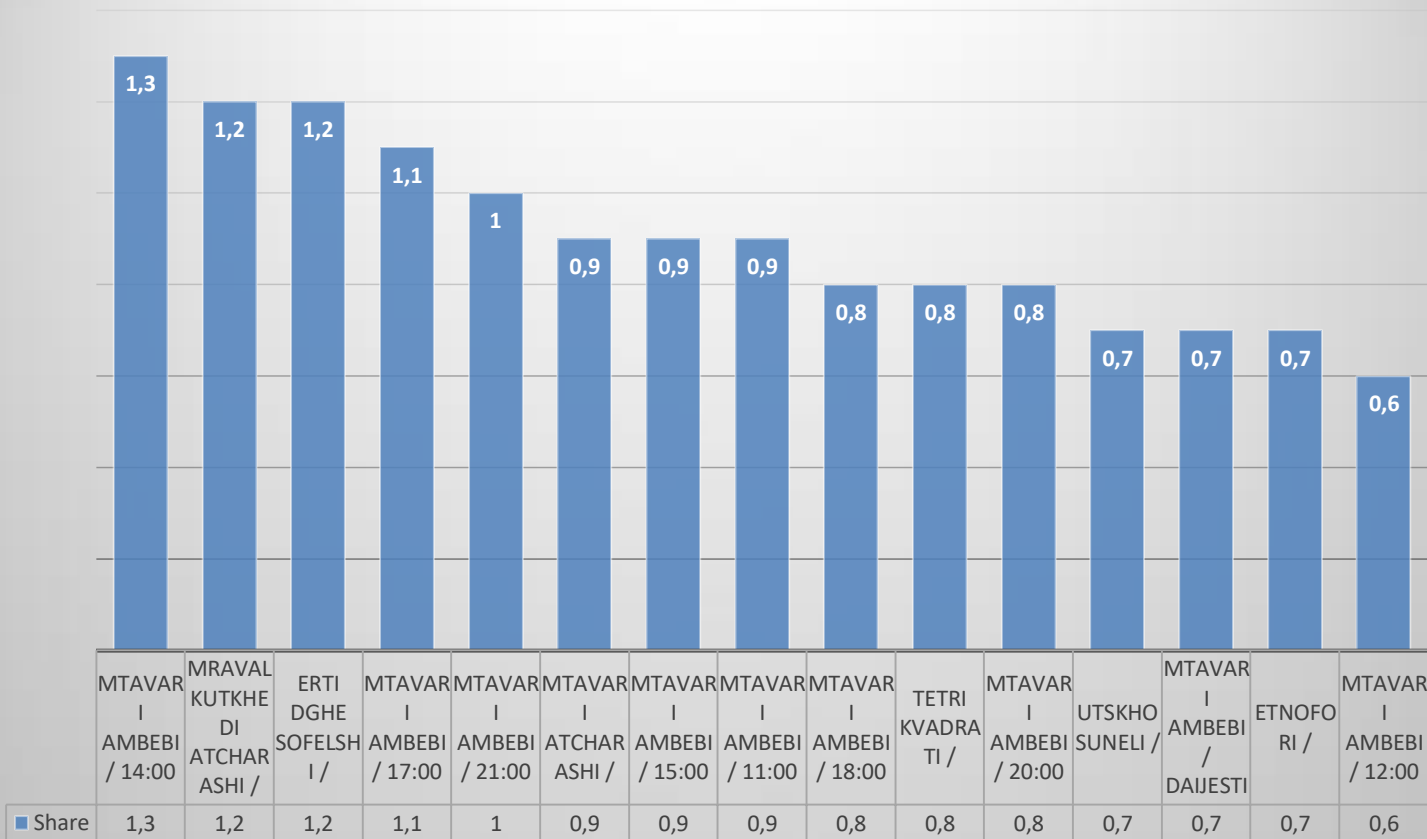
2019 წ II კვარტალი - ტოპ გადაცემები share-ის მიხედვით



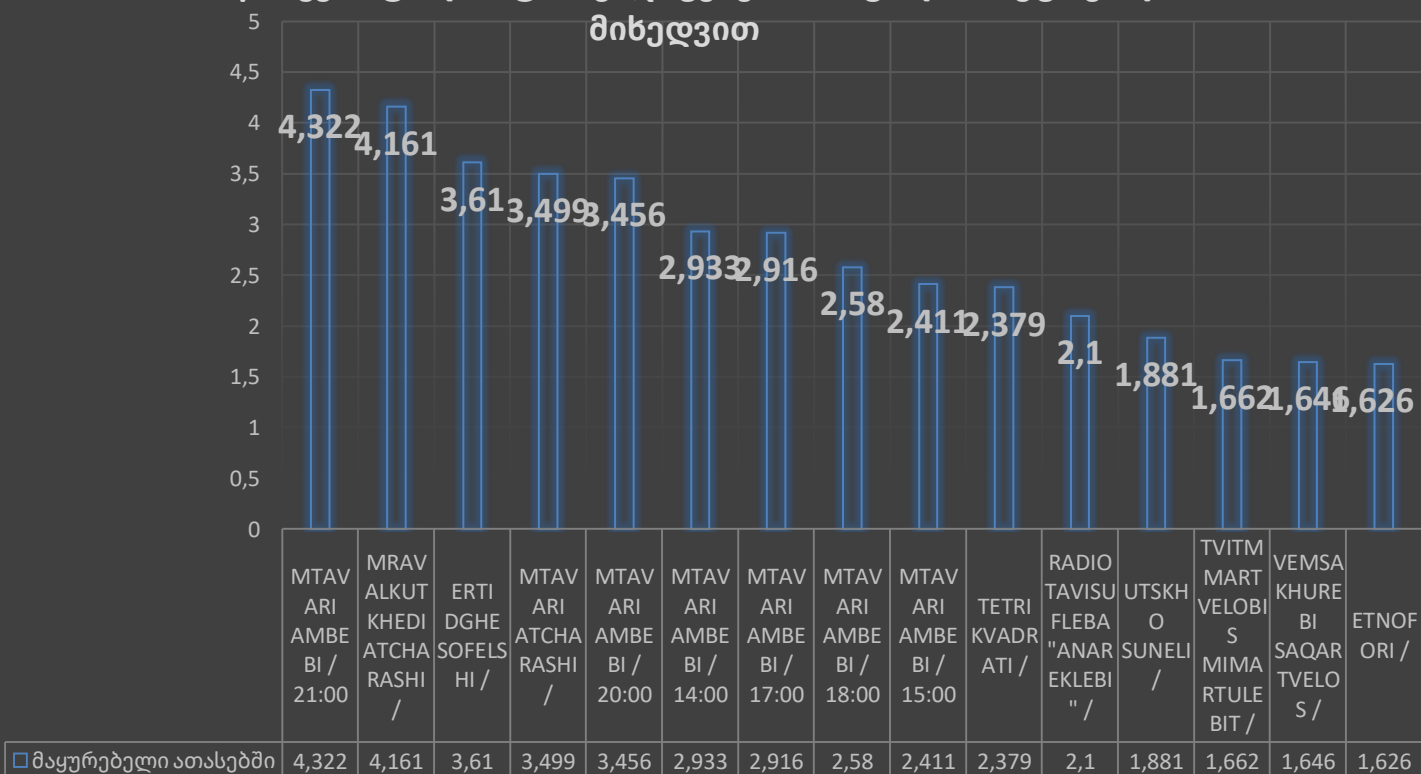
2019 წ - II კვარტალი, ტოპ გადაცემები საშუალო
მაყურებლის მიხედვით



2019 წ - III კვარტალი, ტოპ-გადაცემები Share-ის მიხედვით



2019 წ III კვარტალი - ტოპ გადაცემები საშუალო მაყურებლის მიხედვით



შემოქმედებითი მიმართულებით მესამე კვარტალში შემოქმედებითმა ჯგუფებმა გადაცემები მოამზადეს წინასწარი გეგმის მიხედვით

შემოქმედებითი მიმართულებით დაემატა ახალი პროექტები, პროგრამათაშორისი მოკლე (short) ვიდეო არტები ზღვის თემატიკით. აგრეთვე, პროგრამათაშორისი პროექტი „მონო“, რომელიც ერთი არტისტის მონო კონცერტს გვთავაზობს, (ამ პროექტის ეგიდით შესაძლებელია ერთი არტისტის მონაწილეობით სპექტაკლიც ჩავწეროთ). პირველ მონო კონცერტში ჩაწერილია მანანა მენაბდე.

შეიცვალა ახალი სეზონისთვის გადაცემების ქუდები, პრომოები და ტიხრები, „ერთი დღე სოფელში“, „ეთნოფორი“, „პროექცია“, „სცენა“, „ბუნების კანონი“, ასევე შეიცვალა და განახლდა გადაცემების ფორმატები „დილის ტალღა“ და „აკვარიუმი“.

შემოქმედებითი ჯგუფის მიერ გადაღებულ იქნა და შეიფუთა საინფორმაციო გამოშვების ქუდი, პრომო, ტიხრები, საინფორმაციო გამოშვების წამყვანებისა და ჟურნალისტების მოკლე პრომოები.

დაიგეგმა და განხორციელდა არაერთი მივლინება საქართველოს სხვადასხვა კუთხეში და საზღვარგარეთ. საზღვარგარეთის მივლინებაში იმყოფებოდნენ ავტორები შემდეგი გადაცემების: „ვემსახურები საქართველოს“- უკრაინა, „ერთი დღე სოფელში“ - თურქეთი, „ეთნოფორი“ - თურქეთი.

საერთაშორისო კინო ფესტივალის მიმდინარეობის დროს შემოქმედებითი გადაცემა „თეთრი კვადრატი“ ერთი კვირის განმავლობაში ამზადებდა ყოველდღიურ ტელეჟურნალს.

დოკუმენტური კინოს მიმართულებით - მეოთხე კვარტალში მივიღებთ ორ დოკუმენტურ ფილმს.

შემოქმედებითი მიმართულებით დაიწყო მუშაობა საახალწლო იდეების განხორციელებაზე, შეიცვლება არხის შეფუთვა საახალწლო ატრიბუტებით, შეიქმნება ახალი ტიხრები და პრომოები. ცალკეული გადაცემის შემოქმედებითი გუნდები იმუშავენ საახალწლო მილოცვებზე და დაამზადებენ საახალწლო ვიდეო არტებს. გადაცემების შინაარსი კი იქნება საახალწლო თემატიკით გაჯერებული.

მესამე კვარტალში გადაღებულ იქნა შემოქმედებითი გუნდის მიერ ერთი საერთაშორისო პოლონეთ-საქართველოს კორპორატივის სპექტაკლი, ორი კონცერტი - ლიანა ისაკაძე და ნუგზარ ერგემლიძე, რაც დამონტაჟდა და მზადაა ეთერში განსათავსებლად.

სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს“ სატელევიზიო მაუწყებლობის განვითარების სამსახურის მიერ განხორციელდა აქტივობები:

- საზაფხულო სეზონისთვის ბადის მორგება, თოქ-შოუების ჩანაცვლება მექანიკური პროდუქციით;
- ახალი სეზონის განახლებული პრომო/ქუდი - ახალი ამბების შეფუთვა; პრომო - პროექცია, ეთნოფორი, სცენა; ქუდი - ერთი დღე სოფელში;
- სერიალების მიღება-განთავსება;
- ქართული ფილმების შეძენა-გაშვება;
- სოციალური და კომერციული რეკლამების მიღება-განთავსება; 4 კომპანიის რეკლამა იქნა მოზიდული, რეკლამით შემოსული თანხა შეადგენს 13367 ლარს;
- ჩვენი და სხვა არხების რეიტინგების და ყოველდღიური მონიტორინგის შედეგების მომზადება/მიწოდება შესაბამისი პირებისთვის;
- მენეჯმენტის და შემოქმედებითი ჯგუფების შეხვედრა კანტარ მედიის წარმომადგენელთან;
- ფეხბურთის პირდაპირი ტრანსლაცია (მეორე ლიგა);
- საზღვაო თემის არტების (6 არტი) მიღება-განთავსება;
- მუსიკალური ნომრების გადაღება;
- DW ტრენინგი სარეკლამო საკითხებთან დაკავშირებით.

რადიო-შედეგები და საჭიროებები;

მესამე კვარტლის საანგარიშო პერიოდში რადიო აჭარის სამაუწყებლო ბადეში განთავსებული იყო ცხრა გადაცემა: „სპორტი გოგი მურვანიძესთან ერთად“, „ეკოსამყარო“, „კონტაქტი“,

„ ჩვენ და თვითმართველობა“, „კომპეტენტური პასუხი“, „ღია ეთერი“, „საღამო მშვიდობისა“, „შუადღის ზოლი“ და „რადიოვიზია“. ჩამოთვლილი გადაცემებიდან მხოლოდ ერთი (ეკოსამყარო) გადის ჩანაწერის სახით. სხვა დანარჩენი 8 გადაცემა ღია ეთერშია.

ცვლილება მოხდა საეთერო სტუდიებში. რადიოს ვიზუალიზაციისთვის განკუთვნილი ყველა კამერა დაბრუნდა პირვანდელ პოზიციაზე. გადაცემა აკვარიუმი გადმოვიდა მთავარ საეთეროში. რითაც მოიხსნა გადაცემის გასვლასთან დაკავშირებული ბევრი ტექნიკური პრობლემა.

გამოვასწორეთ ვიზუალიზაციის ფუნქციონირებასთან დაკავშირებული პრობლემები. ამჯერად აღდგენილი და განახლებულია სამაუწყებლო პროგრამის ტექნიკური მახასიათებლები. უპრობლემოდ ხდება გადაცემის სტრუქტურული როგორც ტელევიზიით, ასევე სოციალური ქსელებითაც.

საანგარიშო პერიოდში, რადიოვიზიის ჯგუფს დაემატა ორი კორესპონდენტი, რითაც ნაწილობრივ გამოსწორდა ადამიანური რესურსის დეფიციტით გამოწვეული პრობლემები.

თუმცა, ისევ აქტუალური რჩება ტექნიკური რესურსის დეფიციტის პრობლემა. არ არის საკმარისი რაოდენობის სამონიტაჟო კომპიუტერები.

სეზონის განახლებასთან ერთად რადიო აჭარის მუსიკალურმა წამყვანებმა დაიწყეს საავტორო რუბრიკების ჩაწერაც. რუბრიკები იწერება წინმსწრებად და სათანადო რაოდენობის დაგროვების შემდეგ განთავსდება სამაუწყებლო ბადეში.

მოცემულ საანგარიშო პერიოდში თავი იჩინა ასევე სხვა ტექნიკურმა პრობლემამაც. მწყობრიდან გამოვიდა ტექნიკური ოთახის კონდინციონერი, რის გამოც ვერ ხერხდება სათანადო ტემპერატურის შენარჩუნება.

სისტემატურად ხდება სამაუწყებლო ბადის მუსიკალური პროგრამის განახლება და შევსება. იცვლება ტიხრებისა და არტების შეფუთვებიც.

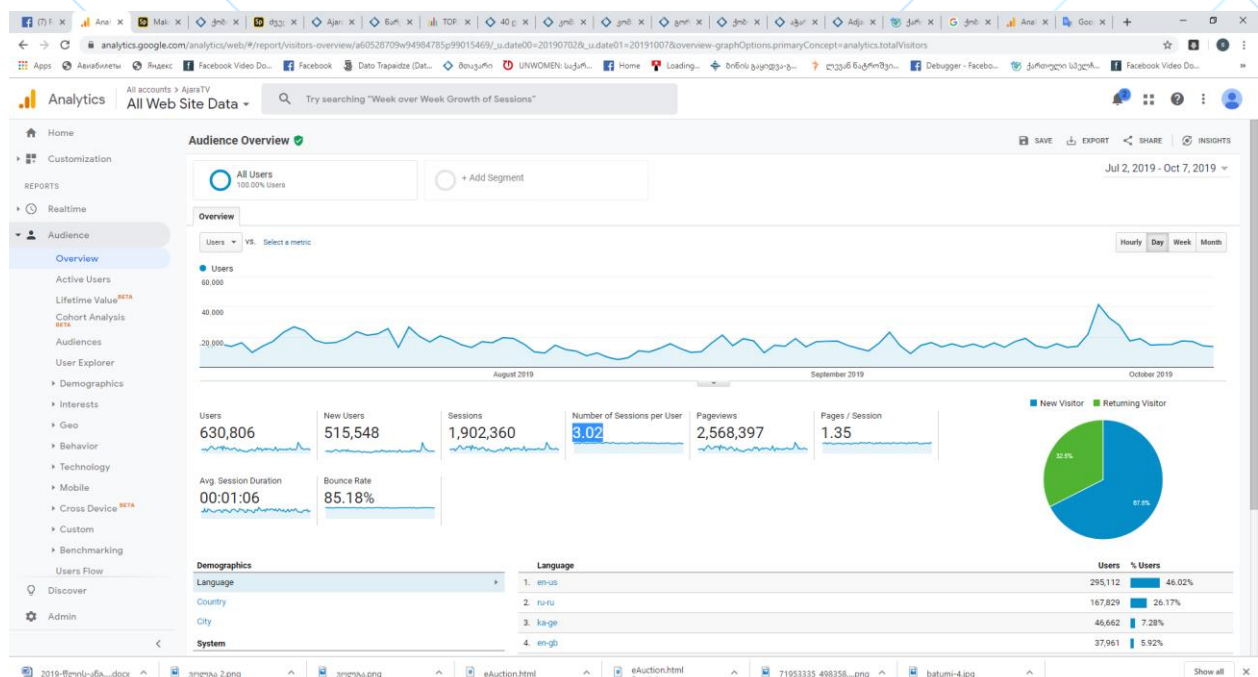
ინტერნეტი-შედეგები და საჭიროებები:

გუგლანალიტიკის მიხედვით - (იხ. სქრინი ქვემოთ) ბოლო სამ თვეში, 2 ივლისიდან 7 ოქტომბრის ჩათვლით, საიტზე სულ დაფიქსირდა 630 806 (გასული კვარტალი 478 864) მომხმარებელი, რომელიც შემოვიდა საიტზე. მათგან 515 548 (გასული კვარტალი 395 569) - უნიკალური მომხმარებელი, ვინც პირველად შემოვიდა.

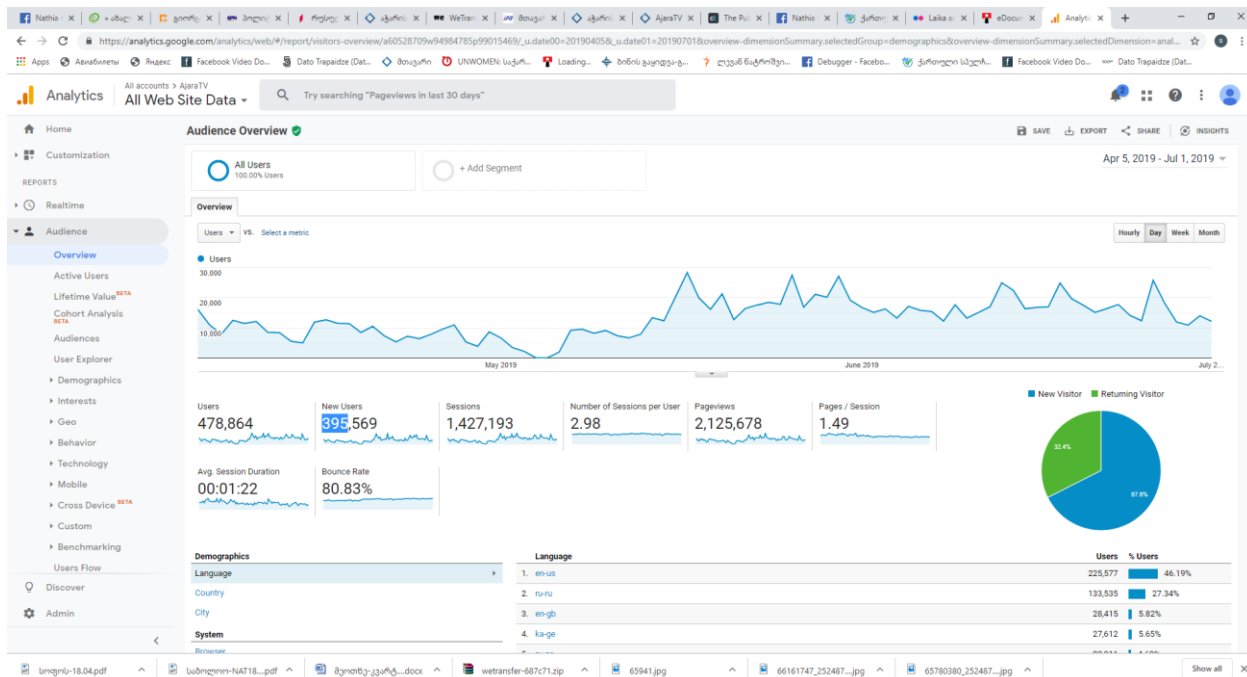
საერთო ჯამში თითოეული მათგანი საშუალოდ 3.02 მასალას ათვალიერებდა (გასულ კვარტალში, თითო მომხმარებელი 3 მასალას კითხულობდა).

შესაბამისად, საერთო ჯამში, ყველა სტატია და მასალა ერთად - 1 902 360 მომხმარებელმა ნახა. გასულ კვარტალში 1 427 193 იყო.

მიმდინარე კვარტალი (2 ივლისი - 7 ოქტომბრის ჩათვლით)



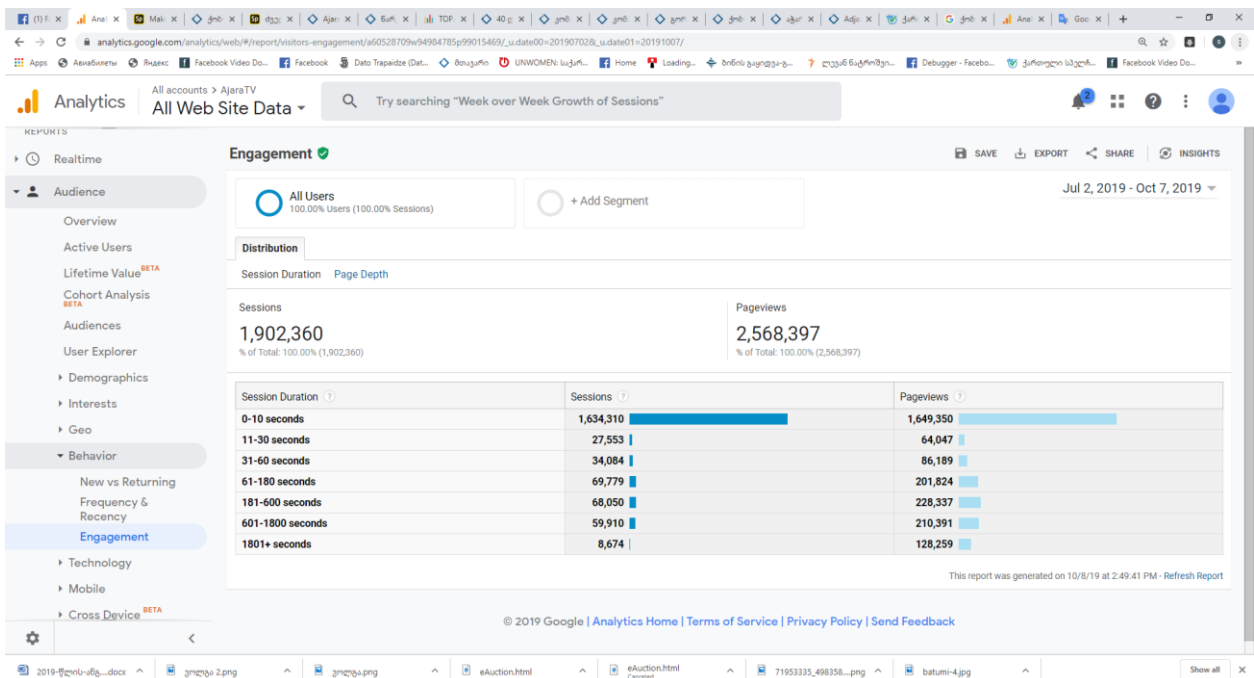
გასული კვარტალი 5 აპრილიდან 2 ივლისის ჩათვლით)



საერთო მონაცემებში, აშკარაა მონაცემების მატება. არსებული მასალების ანალიზიდან ჩანს, რომ უნიკალური შემომსვლელი იზრდება, მათ შორის გაზრდილია უკან დაბრუნებული მომხმარებლების რაოდენობა. ამ კვარტალში 115 000 ადამიანი დაბრუნდა უკან, გასულ კვარტალში 83 029.

სპორტის რედაქცია სისტემატურად აწვდის ვებს მასალებს. მნიშვნელოვანია უკეთესი შედეგის მისაღებად, სპორტული ღონისძიებებიდან ირთვებოდეს ლაივები (ექსკლუზიური კადრებით და მასალებით და არა მხოლოდ მატჩი). დღეს ეს შესაძლებლობები გამოუყენებელია. ადგილობრივი სპორტული ღონისძიებების და პრობლემების გაშუქება არ ხდება ეფექტიანად მთლიანად მაუწყებელში და ვებსაიტზეც, ამიტომ ამ მიმართულებით სასურველია დაიგეგმოს უფრო ქმედითი ნაბიჯები ერთობლივად. ვფიქრობთ, ეს გაზრდის საიტის მონაცემებს.

დრო - მომხმარებლთა დიდი ნაწილი საიტზე ძალიან მცირე დროით შემოდის. 1 902 ათასიდან 1 634 ათასი 10 წამით შემოვიდა, 27 553 - ნახევარი წუთით, 34 ათასი - წუთზე მეტით, ხოლო 135 ათასამდე - 3 დან 7 წუთამდე, თითქმის 60 000 მომხმარებელი - 10 წუთზე მეტით (იხილეთ სქრინი).



მომხმარებელთა 84.09% შემოდის მობილური ტელეფონით.

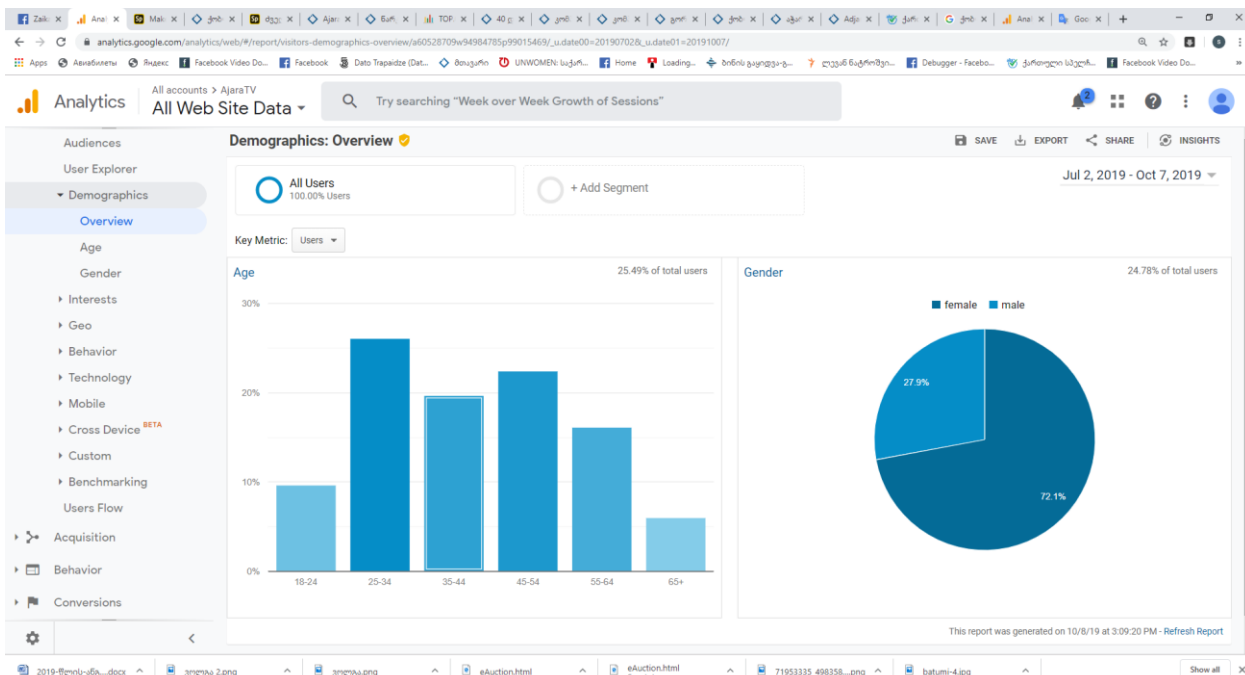
დემოგრაფია

მომხმარებელთა დიდი ნაწილი 25-დან 34 წლამდე პირებია. 26% (გასულ კვარტალში 30% იყო).

გაზრდილია 45 და 54 წლამდე ასაკის მომხმარებელთა რაოდენობა. თუ გასულ კვარტალში 20% იყო, ამ კვარტალში 22.44%-ია.

35-დან 44 წლამდე ასაკის 19.20 % შემოვიდა, გასულ კვარტალში 20% იყო.

55 წლიდან 64 წლამდე 13% -დან 16%-მდე გაიზარდა, ახალგაზრდების რაოდენობა კი (18-დან 24 წლამდე პირები) 10%-დან 9.66%-მდე შემცირდა.



მაუწყებელს უფრო მეტი მამაკაცი კითხულობს ამ კვარტალში - 72%

ძირითადი შემომსვლელები - თბილისიდან და ბათუმიდან არიან. 630 ათასიდან 327 658 დედაქალაქიდან შემოვიდა, ხოლო ბათუმიდან 212 426 .

იხილეთ ქვეყნები, სადაც გახსნეს ჩვენი საიტი:

Geo
Primary Dimension: Country
Secondary dimension: City, Continent, Sub Continent

Country	Acquisition			Behavior			Conversions		
	Users	New Users	Sessions	Bounce Rate	Pages / Session	Avg. Session Duration	Goal Conversion Rate	Goal Completions	Goal Value
Total	630,806 (100.00%)	515,851 (100.00%)	1,902,360 (100.00%)	85.18% (85.18%)	1.35 (1.35)	00:01:06 (00:01:06)	0.00% (0.00%)	0 (0)	\$0.00 (0.00)
1. Georgia	563,826 (89.67%)	453,203 (87.86%)	1,735,431 (91.23%)	85.03%	1.36	00:01:08	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
2. Turkey	17,365 (2.76%)	11,604 (2.25%)	46,415 (2.44%)	86.25%	1.24	00:00:59	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
3. United States	10,545 (1.64%)	9,760 (1.89%)	14,011 (0.74%)	92.35%	1.16	00:00:25	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
4. France	9,182 (1.43%)	8,702 (1.69%)	12,010 (0.63%)	94.00%	1.13	00:00:28	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
5. Russia	6,348 (0.99%)	4,903 (0.95%)	16,901 (0.89%)	82.09%	1.42	00:01:10	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
6. Italy	6,005 (0.93%)	4,624 (0.90%)	11,995 (0.63%)	88.88%	1.20	00:00:39	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
7. Greece	5,629 (0.88%)	4,634 (0.90%)	12,772 (0.67%)	87.50%	1.22	00:00:47	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
8. Germany	4,072 (0.63%)	3,198 (0.62%)	8,423 (0.44%)	85.59%	1.32	00:00:48	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
9. Spain	2,021 (0.31%)	1,610 (0.31%)	4,300 (0.23%)	86.37%	1.26	00:00:50	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
10. Ukraine	1,942 (0.30%)	1,368 (0.27%)	4,880 (0.26%)	84.69%	1.31	00:01:02	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)

პირველ კვარტალში უნიკალური ვიზიტორის რაოდენობა მაქსიმუმი (25 მარტს) 23 959 - იყო, მეორე კვარტალში 26 000, ხოლო მესამე კვარტალში - მაქსიმალური 41 600.

უნიკალური შემომსვლელების საერთო დინამიკა, ამ კვარტალშიც 13 000-დან 20 000-მდეა.

სოციალური მიმართულება - აჭარის მაუწყებლის ტელევიზიისა და რადიოს გვერდები.

სოციალური მიმართულებით დინამიკა სტაბილურია და კვარტალურად 5-6 ათასით იზრდება.

86 000 ლაიკერი და 93 000 ფოლოუერი გვყავს.

საქართველოს მასშტაბით პოზიციონირება

Channel	Average Total	Engagement Rate	Views	Followers	Change
ბიჭვინძე არხი • Mtsavi Arshi	337,762	0.200%	21.85	444,194.12	123,818.02 +0.4%
TV imedi	129,697	0.036%	85.86	2,680	596,225 +0.22%
Rustavi 2	127,749	0.032%	79.71	3,820	715,215 +0.24%
მსოფლიო კინოს კლუბი • შოქოლიაძის Show	90,795	1.404%	2.57	1,280	354,795 +3.87%
საქართველო	77,368	0.941%	94.43	1,540	283,293 +0.47%
თუქ შოუ • შოქოლიაძის	74,999	0.778%	5.43	1,770	251,562 +0.89%
ჩვენი თეატრები	65,429	0.067%	51.29	1,080	270,879 +0.70%
საბავშვო • PrimeShow	62,021	1.289%	3.14	1,290	219,233 +0.49%
Katka Katsiaze ვაზაძის კლუბი	57,034	1.052%	2	576,327	388,781 +0.82%
TV Pirveli • ტელეკომპანია პირველი	55,736	0.04%	87.14	2,990	219,867 +0.41%
POSTV	39,385	2.601%	1.71	789,120	128,645 +0.84%
POSTV - განხილვა	30,826	0.532%	2.57	1,800	322,631 +1.28%
amboski.ge • ამბოსკი	27,345	0.027%	39.57	34,694	357,714 +0.38%
netgazeti.ge	23,891	0.083%	44.71	45,063	91,968 +0.81%
ტელე • Tabula	21,655	0.026%	58.86	106,767	201,538 +0.14%
NEWS.On.ge	20,873	0.079%	35.57	107,170	194,694 +0.28%
InterPressNews.ge	15,084	0.076%	26.71		105,632 +0.17%
აჭარის ტელევიზია • Ajara TV	13,375	0.949%	45.43	135,616	86,087 +0.28%
patrivision.ge	11,577	0.022%	32.29	103,084	232,896 +0.08%

მეორე კვარტალში მე-15 ადგილზე ვიყავით ცენტრალური მედიასაშუალებების, პოპულარული გადაცემების ან გვერდების რეიტინგში, მედიაში არსებული ცვლილებების და ახალი არხების დამატების შემდეგ, მესამე კვარტალში მე-18 ადგილზე გადმოვინაცვლეთ.

რეიტინგი დეგრა - ემოციების, კომენტარებისა და მასალების გაზიარების გათვალისწინებით.

აღსანიშნავია, რომ პირველი სამეული ყოველთვის უცვლელია - მათი ლაიკერების რაოდენობა 5-ჯერ აღემატება ჩვენს რესურსს.

მხოლოდ მედიაორგანიზაციებს თუ დათვლით, ჩვენი პოზიციონირება ძალიან კარგია სოციალურ მედიაში - თუ არ გავითვალისწინებთ (კახა კალაძის გვერდს, მიხეილ უკრაინოლოგის გვერდს, ნანუკას შოუს და ა.შ.). მხოლოდ მედია საშუალებებს დავთვლით მე-15 პოზიციამდე ვართ.

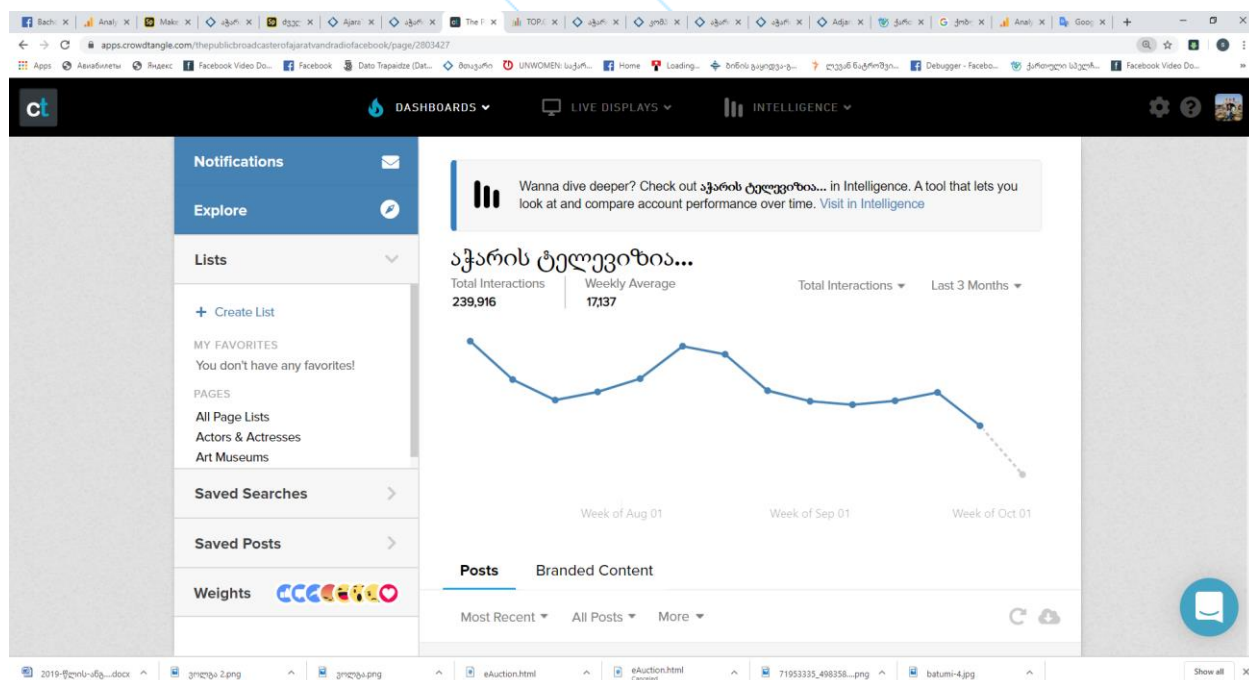
დავიწყეთ ინსტაგრამზე პოზიციონირება, ამ ეტაპზე სთორებით შემოვიფარგლებით, ეტაპობრივად ვფიქრობთ ახალი პროდუქტების მოფიქრებას.

ასევე, დავამატეთ ე.წ. სთორები და ტიტრებიანი ვიდეოები (სხვა ფორმატით) ფეისბუქზეც.

ვფიქრობთ, რომ ფეისბუქზე პოზიციონირება (არ ვვითარდებით) ბევრი ფაქტორის გამო რთულდება. ყველა ჯერზე, როცა ონლაინ სამსახურის ჯგუფი მოახერხებს და ზრდის ჩართულობის გაზრდას, გვერდის ადმინისტრაცია გვიბლოკავს და გვიმცირებს ნახვებს - ლაივების დაბლოკვის გამო. უფრო მეტიც, მაუწყებლის ფეისბუქ გვერდი ვერ გადის ვერიფიკაციას, რადგან მრავალჯერ გვაქვს გაფრთხილება მიღებული საავტორო უფლებების დარღვევის გამო.

ლაივები - მაუწყებლის ლაიკერები თიშავენ ფოლოვინგის ფუნქციას იმის გამო, რომ ხშირი სატელევიზო ლაივები აწუხებთ, ამიტომ ჩვენი აქტივობები მხოლოდ იმ შემთხვევაში მისდით, თუ ის ძალიან ბევრმა ადამიანმა გაიზიარა და ძალიან პოპულარული გახდა. ჩვენს პოსტებს ფეისბუქი არ უგდებს თანამშრომლებსაც კი.

თუ სტატისტიკით ვიხეიძღვანელებთ, საიტზე ძირითადი გადმომსვლელები ფეისბუქიდან გვყავს.



ამ თვეში ფეისბუქზე 39 000 ადამიანს ჰქონდა რეაქცია სხვადასხვა მასალაზე. ამ კვარტალში, მაუწყებელმა თვეში 4660 პოსტი დადო.

2017 წელს ჩვენი ამოცანა იყო, რომ მაუწყებლის საიტი განახლებად საინფორმაციო წყაროდ დაფიქსირებულიყო, რომელშიც უახლესი ამბები თავსდება. პირველი ამოცანა შესრულებულია და მაუწყებლის საიტი ონლაინ მედიაბაზარზე სხვა მედიასაშუალებებთან ერთად პოზიციონირებს.

შედეგები არის მზარდი, თუმცა, არადამაკმაყოფილებელი.

მონიტორინგის ანგარიშები

საანგარიშოპერიოდის განმავლობაში თვითრეგულირების ფარგლებში მაუწყებელში საჩივარი არ შემოსულა.

იურიდიული მხარდაჭერა

2019 წლის მესამე კვარტლის მონაცემებით, მაუწყებელში შემოსულია შემდეგი რაოდენობის დოკუმენტაცია:

შიდა დოკუმენტი - 2344;

გარედან შემოსული - 339.

კანცელარიიდან გაიგზავნა 437 წერილი.

მაუწყებელში შეიქმნა და რეგისტრაციაში გატარდა:

ძირითადი საქმიანობის შესახებ (02-03) - 11 ბრძანება;

პირადი შემადგენლობის შესახებ (02-07) (მივლინება) – 339 ბრძანება;

ადმინისტრაციულ-სამეურნეო საკითხების შესახებ (02-09) - 139 ბრძანება.

რეგისტრაციაში გატარდა - 426 მიღება-ჩაბარებისა და სხვა აქტი.

კვარტლის ტენდერები

2019 წლის ბიუჯეტის ფარგლებში სსიპ საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზიისა და რადიოს მიერ მესამე კვარტალში გამოცხადდა 14 ტენდერი, მათ შორის: შერჩევა/შეფასების ეტაპზეა 1, შეწყდა - 2, უარყოფითი შედეგით დასრულდა - 2, არ შედგა - 2, ხოლო 7 შემთხვევაში გამარჯვებულ კომპანიებთან გაფორმდა საქონლისა და მომსახურების მიწოდების შესახებ შესაბამისი ხელშეკრულებები.

ინფორმაცია გაფორმებული ხელშეკრულებების შესახებ:

2019 წლის მესამე კვარტალში გაფორმდა 62 ხელშეკრულება, მათ შორის:

1. 17 გამარტივებული შესყიდვა საკუთარი (არასაბიუჯეტო) შემოსავლებით;
2. 38 გამარტივებული შესყიდვა სახელმწიფო ბიუჯეტით;
3. კონსოლიდირებული ტენდერის ფარგლებში გაფორმდა 2 ხელშეკრულება.
4. შესყიდვების გეგმის გარეშე გაფორმდა 5 ხელშეკრულება (ფილმების შესყიდვა, გარე წარმოება, საიჯარო და სხვა მომსახურებები).

ადამიანური რესურსების მართვა, თანამშრომელთა შერჩევა, კონკურსები, სწავლება და ახალი უნარ-ჩვევების შექმნა

2019 წლის მესამე კვარტლის განმავლობაში მაუწყებელში შრომის უსაფრთხოების მიმართულებით გადაამზადა 4 თანამშრომელი, მათ შორის, 1 პროფესიული კავშირების დაფინანსებით. ასევე, ტრენინგი ჩაუტარდათ ონლაინ მედიის სამსახურის თანამშრომლებს.

გამოცხადდა 3 კონკურსი თბილისის ბიუროს ოპერატორებისა და რეპორტიორის, დილის გადაცემის მემონტაჟე-ოპერატორის და ლაგოდების გამამცემი სადგურის გუშაგი-ტექნიკოსის შესარჩევად.

„შემდეგი თაობა“ - სტაჟირების პროგრამის მიმოხილვა

საანგარიშო პერიოდში მაუწყებლის სხვადასხვა სტრუქტურულ ერთეულში სტაჟირების პროგრამით შერჩეული სტაჟიორებიდან 6 მათგანი დასაქმდა ტელევიზიასა და რადიოში გამოსაცდელი ვადით.

საზოგადოებრივი არხი და პარტნიორები

აქტიურად ვთანამშრომლობთ „ამერიკის ხმასთან“, დოიჩე ველესთან.

„დოიჩე ველე“ გვცხმარება მაუწყებლის განვითარების სტრატეგიული დოკუმენტის შექმნაში, ასევე, ჩვენმა თანამშრომლებმა გაიარეს სწავლებები, რომლებსაც ხელმძღვანელობდნენ ორგანიზაციის ტრენერები.

ევროკავშირის საქართველოს წარმომადგენლობამ გამოხატა ინტერესი ჩვენი გადაცემების მიმართ და სავარაუდოდ თანამშრომლობა დაიწყება მომავალი წლიდან.

რადიო „თავისუფლების“ გადაცემა „ანარეკლების“ ჩვენება მიმდინარე წლის სექტემბერში შეწყდა სამწუხაროდ, საუბარია გადაცემის ჩანაცვლებაზე.

მატერიალურ-ტექნიკური მხარდაჭერა

2019 წლის მესამე კვარტალში განხორციელდა შემდეგი სამუშაოები:

1. ახალი ამაღების და საავტორო-შემოქმედებითი გადაცემების სამსახურების კამერებს და მიკროფონებს ჩაუტარდა პროფილაქტიკური სამუშაოები.
2. ტენდერის საშუალებით შევისყიდეთ დრონი, ბოჭკოვანი მინი კონვერტორი, მიკროფონები და შტატივები რადიოსთვის, ცენტრალური სააპარატოსთვის მიკროფონები, რადიო ყურსასმენები და აქსესუარები.

IT მიმართულებით განხორციელებული სამუშაოები:

- ფაერვოლისა და როუტერის კონფიგურირება, გამართული მუშაობის უზრუნველყოფა, მონიტორინგი;
- დეტალები (დაზიანებული და ფიზიკურად მოძველებული დეტალების გამოვლენა, ფასთა მოკვლევა, სატენდერო ტექნიკური დოკუმენტაციის მომზადება);
- ქსელური სამუშაოები: ახალი მიერთებები, დაზიანებული წერტილების გამოვლენა და აღმოფხვრა, ქსელის გამანაწილებელი (switch) და უკაბელო ინტერნეტის (AP) მოწყობილობების გამართვა, პრიორიტეტებისა და უსაფრთხოების განსაზღვრა, მონიტორინგი;
- გრაფიკული კომპიუტერების ფასების მოკვლევა, სატენდერო ტექნიკური დოკუმენტაციის მომზადება;
- ანტივირუსისთვის სატენდერო ტექნიკური დოკუმენტაციის მომზადება;
- პროფესიონალური დინამიკების შეძენისთვის სატენდერო ტექნიკური დოკუმენტაციის მომზადება;
- პრინტერების შესაძენად სატენდერო ტექნიკური დოკუმენტაციის მომზადება.
- ფოტო აპარატის შესაძენად სატენდერო ტექნიკური დოკუმენტაციის მომზადება.

- კომპიუტერული ტექნიკის ოპერაციული სისტემის განახლება, დრავერების, ანტივირუსული და სხვა პროგრამების ინსტალაცია, მონიტორინგი.
- სერვერების (FTP სერვერები, რადიო სტრიმინგი, მონაცემთა ბაზა) გამართული მუშაობის უზრუნველყოფა, მონიტორინგი.
- რადიოს მონაცემთა ბაზის, სამაუწყებლო, სამონტაჟო, დამგეგმავი და სტრიმერი კომპიუტერების შეკეთება, პროგრამული გამართვა და მონიტორინგი.
- ეთერის გრაფიკული გაფორმების სადგურები (ტიტროვშიკი), პროექტების მომზადება, პროგრამული და აპარატურული ნაწილის გამართული მუშაობის უზრუნველყოფა.

გადამცემ საშუალებათა ექსპლუატაციის განყოფილების

მიერ ჩატარებული სამუშაოები:

ომბალაურის აჭარის რადიოს გადამცემ სადგურზე ჩატარდა პროფილაქტიკური სამუშაოები. (ორ კვირაში ერთხელ ტარდება გეგმიური პროფილაქტიკური სამუშაოები). FM გადამცემ სადგურს ჩაუტარდა პროფილაქტიკური სამუშაოები: აჭარის რადიოს FM გადამცემ ანტენებზე. დენის უწყვეტ წყაროზე, დიზელ - გენერატორზე. გამოიცვალა დაზიანებული სატელიტური რესივერი. გადამცემი მუშაობს 104,5 მეგაჰერცის სიხშირეზე.

ქედის(ზენდიდი) აჭარის რადიოს FM გადამცემ სადგურზე ჩატარდა პროფილაქტიკური სამუშაოები. (თვეში ერთხელ ტარდება გეგმიური პროფილაქტიკური სამუშაოები). პროფილაქტიკა ჩაუტარდა აჭარის რადიოს FM გადამცემ სადგურს. გამოიცვალა დაზიანებული სატელიტური რესივერი. გადამცემი მუშაობს 106,1 მეგაჰერცის სიხშირეზე.

შუახევის (ოროქეთის) აჭარის რადიოს FM გადამცემ სადგურზე ჩატარდა პროფილაქტიკური სამუშაოები. (თვეში ერთხელ ტარდება გეგმიური პროფილაქტიკური სამუშაოები), პროფილაქტიკა ჩაუტარდა გადამცემ ანტენებს და მიმღებ რესივერს. გადამცემი მუშაობს 106,0 სიხშირით.

შუახევის მუნიციპალიტეტის სოფელ ოქროპილაურას აჭარის რადიოს FM გადამცემ სადგურზე ჩატარდა პროფილაქტიკური სამუშაოები (თვეში ერთხელ ტარდება გეგმიური პროფილაქტიკური სამუშაოები). პროფილაქტიკა ჩაუტარდა გადამცემ სადგურს და გადამცემ ანტენებს. გამოიცვალა დაზიანებული სატელიტური თავაკი. გადამცემი მუშაობს 104,5 სიხშირით.

ხულოს მუნიციპალიტეტის არგინეთის აჭარის რადიოს FM გადამცემ სადგურზე დამთავრდა ტენდერით გათვალისწინებული ანძის გამაგრებითი სამუშაოები. ჩატარდა პროფილაქტიკური სამუშაოები. (თვეში ერთხელ ტარდება გეგმიური პროფილაქტიკური სამუშაოები). შეიცვალა სატელიტური რესივერი და სატელიტური თავაკი. გადამცემი მუშაობს 104,1 სიხშირით.

ქობულეთის მუნიციპალიტეტის ლელვას აჭარის რადიოს FM გადამცემ სადგურზე ჩატარდა პროფილაქტიკური სამუშაოები. (თვეში ერთხელ ტარდება გეგმიური პროფილაქტიკური სამუშაოები). გამოიცვალა მიმღები რესივერი, გადამცემი მუშაობს 96,1 სიხშირით.

ხელვაჩაურის მუნიციპალიტეტის სოფელ სარფის აჭარის რადიოს FM გადამცემ სადგურზე ჩატარდა პროფილაქტიკური სამუშაოები. (თვეში ერთხელ ტარდება გეგმიური პროფილაქტიკური სამუშაოები). პროფილაქტიკა ჩაუტარდა გადამცემ სადგურს, გარემონტდა მიმღები რესივერი. გადამცემი მუშაობს 104,5 სიხშირით.

სექტემბრის ბოლოს მოხდა ქალაქებში თბილისსა და ზუგდიდში აჭარის რადიოს გადამცემი სადგურების და ანტენების მონტაჟი და დაიწყო აჭარის რადიოს მაუწყებლობა აღნიშნულ რეგიონებში, შესაბამისად 90,2 და 97,1 სიხშირეებზე. უახლოეს დღეებში დამთავრდება სამონტაჟო სამუშაოები, ქალაქებში ქუთაისსა და ფოთში. ხოლო თვის ბოლომდე დასრულდება სამონტაჟო სამუშაოები ქალაქებში გორსა და ლაგოდეხში.

მაუწყებლის ბალანსზე რიცხული ავტომობილების ტექნიკური მდგომარეობა:

	ა/შ ნომერი	ა/შ მდგომარეობა	ა/შ მდგომარეობა	GPS
1	XYX 418	გაჩერებულია	გაფუჭებული	არა
2	CBC 513	ექსპლუატაციაში	მუშა მდგომარეობაში	კი
3	BBC 937	ექსპლუატაციაში	მუშა მდგომარეობაში	კი
4	BBC 938	ექსპლუატაციაში	მუშა მდგომარეობაში	კი
5	TX-995-XT	ექსპლუატაციაში	მუშა მდგომარეობაში	კი
6	SSG - 554	ექსპლუატაციაში	მუშა მდგომარეობაში	კი
7	SSG - 552	ექსპლუატაციაში	მუშა მდგომარეობაში	კი
8	SSG - 553	ექსპლუატაციაში	მუშა მდგომარეობაში	კი
9	SSG - 494	ექსპლუატაციაში	მუშა მდგომარეობაში	კი
10	BC-727-BF	ექსპლუატაციაში	მუშა მდგომარეობაში	კი
11	CL-377-LC	ექსპლუატაციაში	მუშა მდგომარეობაში	კი
12	LT-774-TL	ექსპლუატაციაში	მუშა მდგომარეობაში	კი
13	TT-355-ZZ	ექსპლუატაციაში	მუშა მდგომარეობაში	კი
14	OO-047-NO	ექსპლუატაციაში (საგარანტიო შემოწმებაზე ყავთ წაყვანილი	მუშა მდგომარეობაში	კი

		მომწოდებელს (ფრანს ავტო) თბილისში, (ძრავში ზეთი იკლებს ნორმაზე მეტს)		
15	OO-048-NO	ექსპლუატაციაში	მუშა მდგომარეობაში	კი
16	XY-223-YX	ექსპლუატაციაში	მუშა მდგომარეობაში	კი
17	XY-224-YX	ექსპლუატაციაში	მუშა მდგომარეობაში	კი
18	QQ-822-BB	ექსპლუატაციაში	მუშა მდგომარეობაში	კი

მოუსმინე აუდიტორიას - საზოგადოებრივი უკუკავშირი

მოქალაქეები უმეტესად მოგვმართავდნენ შემდეგი პრობლემებით: სამედიცინო მომსახურება, მოუწესრიგებელი ინფრასტრუქტურა; დაბინძურებული გარემო; დასაქმება; სოციალური მდგომარეობა; ასევე წერილები მივიღეთ ციხიდან. ყველა საკითხი გაშუქდა საინფორმაციო გამოშვებებსა და ანალიტიკურ გადაცემებში.

სამომავლო რისკები და გამოწვევები

საზოგადოებრივი მაუწყებელი მუშაობა რომ გახდეს მდგრადი, აუცილებელია არხს გააჩნდეს სტრატეგიული განვითარების დოკუმენტი, რომელშიც მოცემული იქნება არხის მრავალწლიანი და მოკლევადიანი განვითარების გეგმა.

აუცილებელია გაიმართოს მაუწყებლის სტრუქტურა და მოწესრიგდეს სახელფასო კალათა.

მომდევნო კვარტალში უნდა შედგეს დაგეგმილი ტენდერები და გამართული ფუნქციონირებისთვის შევიძინოთ ტექნიკა.

გეგმები შემდეგი ანგარიშისთვის

მომდევნო თვეების განმავლობაში საზოგადოებრივ მაუწყებლის ამოცანებია:

- აუდიტორიის შენარჩუნება და შემდგომში გაზრდის ღონისძიებების დაგეგმვა, ყოველდღიური რეიტინგების, უკუკავშირის ანალიზის საფუძველზე;
- ბიუჯეტის დოკუმენტზე მუშაობა და მიღება;

- ორი დოკუმენტური ფილმის დამზადება;
- პროგრამული პრიორიტეტების შესაბამისი ღონისძიებების დაგეგმვა გათვალისწინება;
- მომავალ წელს დასამატებელი გადაცემებისთვის “მთავარი ეკონომიკაში” მომზადება;
- გადაცემა „ეპიზოდის“ - მომზადება;
- საახალწლო მოკლე არტების დამზადება, განთავსება;
- საახალწლო კონცერტის ჩაწერის ღონისძიებების გატარება და დაგეგმვა;
- თანამშრომელთა დისციპლინის ჩამოყალიბება;
- ექსკლუზიური და სიღრმისეული მასალების მომზადება საზოგადოებისთვის მნიშვნელოვან საკითხებზე, პროფესიული სტანდარტის დაცვით;
- სარედაქციო საბჭოს ამოქმედება - სარედაქციო გადაწყვეტილებების მიღება უნდა ხდებოდეს ყოველდღიურ და ღია დისკუსიის რეჟიმში.
- ღირებულებებზე დაფუძნებული ერთიანი გუნდის შექმნა;
- ტელევიზიის ინსტიტუციური განვითარებისთვის ხელშეწყობა;
- მარკეტინგის ჯგუფის გაძლიერება და ხელშეწყობა;
- მაუწყებლის ტექნიკური გადახარისხების ხელშეწყობა;
- ტელე-რადიო ოქროს ფონდის გამოყენება პროგრამათაშორისების მოსამზადებლად.

