

Izvještaj o poslovanju TD KANAL RI d.o.o. za 2024. godinu



REPUBLIKA HRVATSKA
PRIMORSKO-GORANSKA ŽUPANIJA

GRAD RIJEKA

Gradonačelnica

Rijeka, 17. 11. 2025.

Gradsko vijeće Grada Rijeke
N/r predsjednika Vijeća
Roberta Kurelića

*Na temelju članka 58. Statuta Grada Rijeke („Službene novine Primorsko-goranske županije“ broj 24/09, 11/10 i 5/13 i „Službene novine Grada Rijeke“ broj 7/14, 12/17, 9/18, 11/18-pročišćeni tekst, 2/20, 3/21 i 4/25) prosljeđujem Gradskom vijeću Grada Rijeke na razmatranje i usvajanje **Izvještaj o poslovanju TD KANAL RI d.o.o. za 2024. godinu.***

Na temelju članka 66. stavka 3. Poslovnika Gradskog vijeća Grada Rijeke („Službene novine Primorsko-goranske županije“ broj 29/09, 14/13 i 22/13-ispr. i „Službene novine Grada Rijeke“ broj 10/17, 14/18, 2/19-pročišćeni tekst, 2/20, 3/21 i 4/25) za izjaviteljicu na sjednici Gradskog vijeća Grada Rijeke određujem Gordanu Šimić Drenik, direktoricu TD KANAL RI d.o.o.



GRADONAČELNICA

Iva RINČIĆ

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

IZVJEŠĆE O RADU UPRAVE ZA 2024. GODINU

U Rijeci, lipanj 2025.

1. POSLOVNO OKRUŽENJE

Poslovno okruženje za oglašavanje na regionalnim i lokalnim televizijskim kućama u Republici Hrvatskoj karakterizira se nizom specifičnosti koje proizlaze iz medijske regulative, tržišnih uvjeta, navika gledatelja te digitalne transformacije. U nastavku je detaljna analiza ključnih elemenata tog okruženja:

1.1 REGULATORNI OKVIRI I OGRANIČENJA

- Agencija za elektroničke medije (AEM) nadzire rad televizijskih nakladnika i oglašavanje.
- Oglasni sadržaji moraju biti u skladu sa Zakonom o elektroničkim medijima, uključujući:
 - Ograničenje trajanja oglašavanja (najčešće 12 minuta po satu)
 - Zabrana prikrivenog oglašavanja i lažnog oglašavanja
 - Posebna pravila za oglašavanje dječjih sadržaja, alkohola, lijekova itd

1.2 TRŽIŠNA STRUKTURA

- Nacionalne kuće (HRT, Nova TV, RTL) dominiraju oglašivačkim tržištem.
- Regionalne i lokalne televizije (na području cijele Republike Hrvatske ima ih ukupno 18, a na području Primorsko-goranske županije djeluju dvije regionalne tv kuće: Kanal Ri i Nova TV Pula) imaju manji doseg, ali pružaju:
 - Ciljano oglašavanje prema specifičnim regijama
 - Veću fleksibilnost u oglasnim paketima
 - Povoljnije cijene oglašavanja
- Konkurencija sve više dolazi i od digitalnih medija, društvenih mreža te streaming servisa

1.3 CILJANA PUBLIKA I DOSEG

- Program regionalnih i lokalnih TV kuća uglavnom prati starija populacija i publika u ruralnim područjima
- Vjernost gledatelja i povjerenje u lokalne medije daju veću težinu oglasima
- Oglasi su učinkovitiji za lokalne proizvode i usluge, političke kampanje, komunalne obavijesti, lokalne kulturne i sportske događaje

1.4 CIJENE I MODELI OGLAŠAVANJA

- Znatno niže cijene oglašavanja nego kod nacionalnih televizija
- Oglasi često uključuju i izradu same video reklame

1.5 IZAZOVI POSLOVANJA

1.5.1 Fragmentirano medijsko tržište - postoji veliki broj malih medijskih aktera koji se bore za ograničen broj oglašivača i publiku. U kontekstu regionalnih televizija, to podrazumijeva:

Mali broj gledatelja: gledatelji su raspodijeljeni između nacionalnih, regionalnih i lokalnih tv kuća, kao i digitalnih platformi (YouTube, streaming servisi).

Ograničeni reklamni prihodi: regionalne televizije često imaju problem da privuku velike oglašivače jer nemaju dovoljnu gledanost ni doseg.

Nepovoljna tržišna pozicija: televizije koje pokrivaju manja geografska područja teško konkuriraju nacionalnim mrežama koje imaju veću pokrivenost i jaču pregovaračku moć.

1.5.2 Ograničen doseg i gledanost - mali udio regionalnih i lokalnih tv kuća u ukupnoj gledanosti: Većina regionalnih i lokalnih televizija ima nisku gledanost, što ograničava broj potencijalnih oglasnih impresija za komercijalni ulazak većih klijenata

1.5.3 Nepokrivenost cijele regije - neke regionalne i lokalne tv kuće ne pokrivaju adekvatno cijela područja na kojima imaju koncesiju zbog tehničkih, finansijskih ili kadrovskih ograničenja

1.5.4 Ograničeni kadrovski kapaciteti - mali broj zaposlenih na regionalnim i lokalnim tv kućama (najčešće od 7- 15 osoba) onemogućuje adekvatno pokrivanje svih segmenata programa (obično je zabavni segment programa potpuno zanemaren). Isto tako, plaćeni udio programa ne nudi profesionalnu podršku klijentima (npr. u pripremi kampanja, kreativnom razvoju, postprodukciji) te se na taj način gubi segment mogućnosti dodatnog stvaranja prihoda

1.5.5 Slaba digitalna integracija - mnoge regionalne i lokalne TV kuće nemaju adekvatno razvijene online platforme, YouTube kanale, društvene mreže ni mogućnosti za multichannel oglašavanje. Oglašivači sve više preusmjeravaju budžete prema Googleu, Facebooku, YouTubeu i TikToku, koji nude bolje targetiranje i mjerljivost. Odsutnost digitalne strategije smanjuje vidljivost izvan uskog geografskog područja.

1.5.6 Nedostatak analitike i preciznog targetiranja - za razliku od digitalnih platformi, većina regionalnih i lokalnih televizija ne nudi detaljne podatke o gledanosti, demografiji publike ili mogućnosti za ROI (povrat na ulaganje). Oglašivači teško mogu mjeriti učinkovitost kampanja, što umanjuje povjerenje u isplativost ulaganja i posljedično stvara nepovjerljivost klijenata prema regionalnim i lokalnim televizijskim kućama

1.5.7 Odsustvo marketinških stručnjaka unutar postaja ograničava mogućnosti suradnje na višoj razini. Manji marketinški kapaciteti za analizu gledanosti i učinkovitosti oglasa.

1.5.8 Lokalna televizija često se percipira kao zastarjeli medij bez realnog dosega mlađih populacija - Lokalne televizije u Hrvatskoj i regiji suočavaju se s ozbiljnim izazovima kada je riječ o percepciji i dosegu mlađe publike. Iako imaju važnu ulogu u lokalnoj informiranosti i zajednici, sve se češće doživljavaju kao **zastarjeli, sporiji i manje relevantni mediji**.

1.6 RJEŠENJA

1.6.1 Rješenje za povećanje dosega i gledanosti:

Digitalna distribucija i proširenje kanala

- YouTube kanal s redovnim objavama emisija, priloga i specijala.
- Live streaming putem društvenih mreža (Facebook Live, Instagram Live, YouTube Live).
- Vlastita mobilna aplikacija ili uključivanje u lokalne IPTV platforme (npr. MaxTV, EON, Iskon.TV).

Sadržaji prilagođeni različitim publikama

- Proširenje programskog sadržaja:
 - Emisije za mlade (gaming, kultura, aktivizam)
 - Emisije za poslovnu zajednicu (lokalni poduzetnici, start-up scena)
 - Emisije s gostima iz dijaspe
- Razvijanje kraćih, dinamičnih formata za TikTok, Reels, Shorts.

Suradnja s lokalnim influencerima i zajednicama

- Uključivanje lokalnih kreatora u stvaranje sadržaja.
- Suradnja s udrugama, sportskim klubovima, školama, fakultetima.
- Organizacija javnih događanja s prijenosom ili produkcijom (npr. debate, koncerti, hackathon).

Pametna analitika i praćenje publike

- Uvođenje alata za analitiku (YouTube Analytics, Google Analytics, društvene mreže) radi boljeg razumijevanja interesa publike.
- Korištenje rezultata za oblikovanje rasporeda, tema i stilova.

Zajednička promocija s ostalim lokalnim/regionalnim medijima i partnerima

- Promocija sadržaja putem portala, lokalnih radija, društvenih mreža partnera.
- Suradnja s turističkim zajednicama, gradovima i županijama na promociji zajedničkih tema.

1.6.2 Rješenje za kadrovski i marketinški segment:

- Korištenje nacionalnih i EU fondova za digitalizaciju i stručno usavršavanje
- Programska i tehnička suradnja između regionalnih postaja
- Partnerstva s fakultetima i civilnim sektorom za edukaciju i razvoj istraživačkog novinarstva
- Uvođenje minimalnih profesionalnih standarda kroz strukovna udruženja i regulatorna tijela
- Mogućnosti naglašavanja lokalnog patriotizma i povjerenja u lokalne brendove

- Suradnje s lokalnim Gradovima, općinama i tvrtkama
- Rast interesa za hiper-lokalni marketing
- Korištenje kombinacije TV i društvenih mreža (cross-media kampanje)

1.6.3 Rješenje za programski segment:

Multiplatformski pristup:

- Razvoj sadržaja posebno prilagođenog društvenim mrežama (npr. kratki video formati, reelsi, interaktivni sadržaj)
- Korištenje YouTube kanala kao arhive i emitivnog kanala

Modernizacija sadržaja:

- Uključivanje mladih novinara i kreatora sadržaja
- Pokretanje formata koji uključuju vox populi, debate, podcast emisije, vlogove iz lokalne zajednice

Partnerstva s obrazovnim institucijama:

- Uključivanje studenata novinarstva, multimedije i komunikologije u stvaranje sadržaja
- Stvaranje „laboratorija“ za inovacije u lokalnom medijskom prostoru

Interaktivnost i sudjelovanje publike:

- Uključivanje publike u odabir tema, komentare, ankete i prijedloge.
- Aktivacija publike kroz izazove, nagradne igre, lokalne kampanje.

Zaključak:

Iako regionalne i lokalne televizijske kuće u Hrvatskoj imaju znatno manji tržišni udio u oglašavanju u usporedbi s nacionalnim medijima i digitalnim platformama, one nude **vrijednu nišnu priliku** za ciljanje lokalnog stanovništva. Njihova prednost leži u **lokalnom doseg**u i **moćnosti izgradnje brenda u zajednici kao i znatno nižim cijenama oglašavanja**. Za oglašivače koji ciljaju određenu regiju, ulaganje u lokalne televizije može biti isplativo, osobito ako se kombinira s digitalnim kanalima. Isto tako publika sve više cijeni lokalne izvore informacija, što povećava vrijednost regionalnih i lokalnih TV kuća za oglašivače.

2. 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 dodijeljena brojnim portalima nisu iskorištena jer isti nisu bili u mogućnosti realizirati programe za koje su se prijavili.

Vidljiv pad oglašavanja uzrokovan preuzimanjem budžeta za oglašavanje od strane nacionalnih medijskih kuća kao 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. Regionalni i lokalni 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 dosegu.

Nakon pandemijskih oscilacija i inflatornih izazova, oglašivačko tržište u 2024. pokazuje znakove stabilnosti, uz blagi rast oglašivačkog budžeta u sektorima poput zdravstva, turizma i lokalne proizvodnje (isključivo na nacionalnoj razini oglašavanja).

3.FINANCIJSKI POKAZATELJI

U 2024. godini Društvo je ostvarilo poslovne prihode u iznosu od 874.399,00 EUR, te poslovne rashode u iznosu od 848.910,00 EUR, te je ostvarilo dobitak prije oporezivanja u iznosu od 2.185,00 EUR. Poslovni prihodi, u odnosu na prethodnu godinu, povećani su za 2,82%, a ukupni rashodi bilježe povećanje od 4,51%. U odnosu na plan poslovanja za 2024. godinu, ukupni prihodi bilježe povećanje od 3,46%, dok su ukupni rashodi povećani za 11,48%,

Dugoročne obveze Društva smanjene su za 55,76%, a kratkoročne obveze bilježe smanjenje u odnosu na prethodnu godinu za 4,59%. Obveze prema dobavljačima povećane su za 25,31%.

Zacrtna strategija razvoja poslovanja Društva u 2024.god. temelji se na povećanju prihoda od prodaje usluga i daljnjoj racionalizaciji troškova poslovanja.

Društvo je u 2024.god. redovno isplaćivalo plaće kao i naknade troškova prijevoza na posao i s posla.

Analizirajući Račun dobiti i gubitka za 2024.god. dolazimo do zaključka da Društvo treba raditi na prihodima od prodaje usluga odnosno marketingu gdje je vidljiv negativan trend pada u zadnje dvije godine.

Kanal-u Ri d.o.o. u poslovanju nedostaju tekuća likvidna sredstva te je i dalje prisutno otežano podmirivanje obveza.

4. POSLOVANJE I GLEDANOST

Strategija poslovanja u 2024. godini temeljila se na sljedećim postavkama:

- nastavak razvoja web stranice Kanala Ri i ostalih digitalnih platformi (facebook, instagram, youtube, tik-tok); 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)

- osnivanje posebnog produkcijskog tima za komercijalne sadržaje
- naplaćivanje objava na društvenim mrežama
- 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 multimedijanskog 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.

Digitalizacija regionalnih televizijskih kuća u Republici Hrvatskoj tijekom 2023. i 2024. godine predstavlja **ključni proces modernizacije i preživljavanja** u konkurenciji s digitalnim medijima. Iako se napredak vidi, posebno kod većih regionalnih kuća, proces je i dalje **neujednačen i pun izazova**.

Tiskovine (dnevne novine, tjednici i magazini) sve se manje čitaju u „papirnatost“ 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 „zaobilazanju“ 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., 2023. i 2024. 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. i 2024. 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 80.000 pregleda i prosječno mjesečno oko 40.000 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.

Kanal Ri je tijekom 2024. godine značajno unaprijedio svoju digitalnu prisutnost kroz sljedeće inicijative:

- **Nova web stranica:** Redizajnirana stranica omogućuje korisnicima pristup aktualnim vijestima, emisijama i informacijama o programu.
- **Prijenos uživo:** Uvedena je opcija gledanja programa uživo putem internetske stranice, čime se povećala dostupnost sadržaja široj publici.
- **Društvene mreže:** Aktivno korištenje platformi poput YouTube-a omogućuje gledateljima pristup emisijama i prilogima na zahtjev.

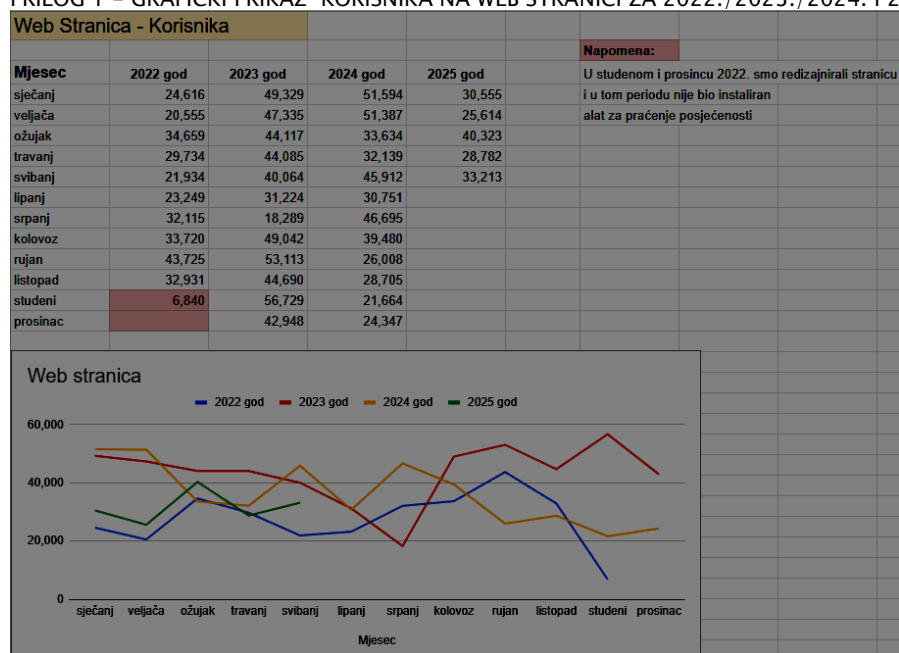
Suradnje i integracija sadržaja

Kanal Ri je ostvario suradnju s lokalnim medijima, poput Riportala i portala TuneraInfo sa ciljem zajedničke produkcije i distribucije video sadržaja, što je dodatno ojačalo našu poziciju na digitalnoj medijskoj sceni.

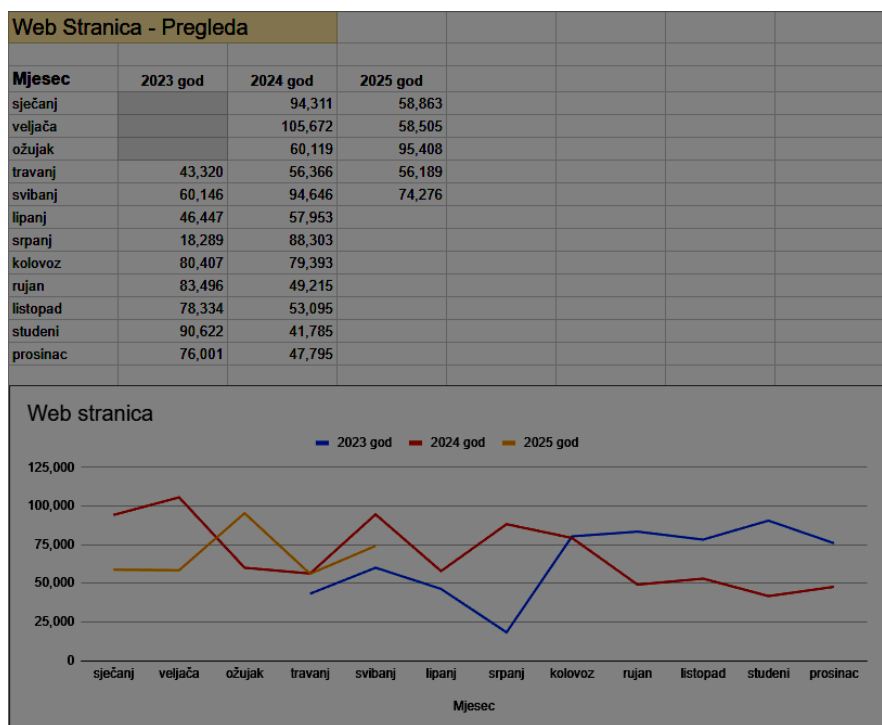
Zaključak

Digitalizacija Kanala Ri predstavlja važan korak u modernizaciji regionalnih medija u Hrvatskoj. Kroz tehničku modernizaciju, jačanje online prisutnosti i suradnje s lokalnim medijima, Kanal Ri nastoji prilagoditi svoje poslovanje suvremenim zahtjevima tržišta i očekivanjima gledatelja. Daljnji razvoj digitalnih kapaciteta i stabilizacija financijskog poslovanja bit će ključni za održivost i konkurentnost naše televizijske kuće u budućnosti.

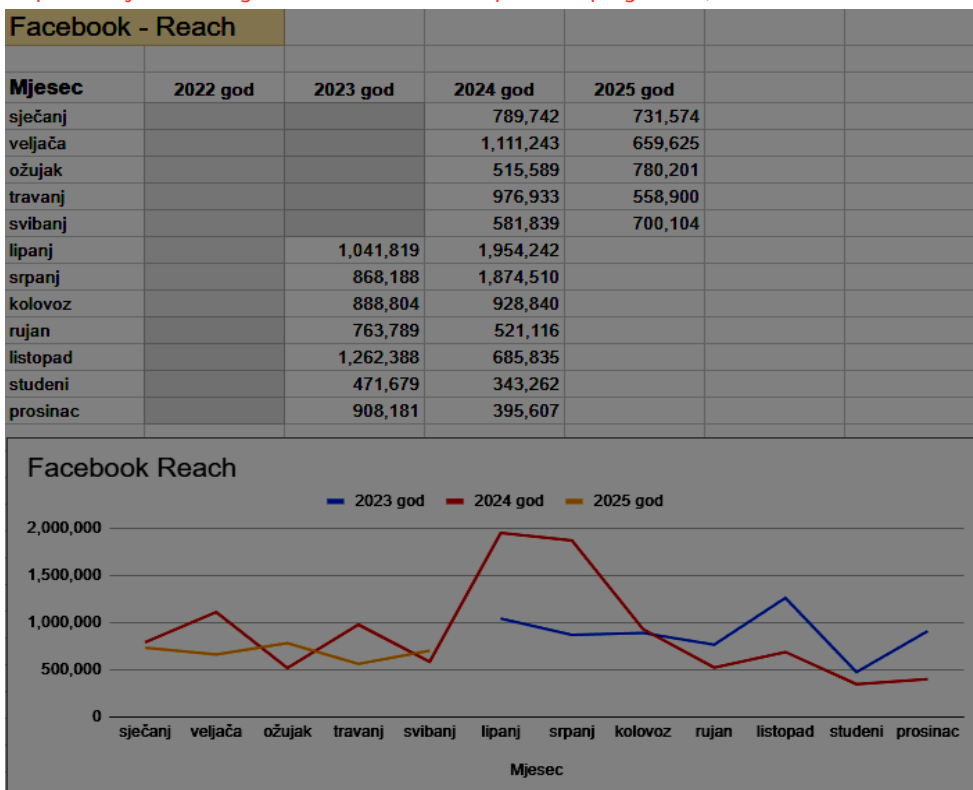
PRILOG 1 – GRAFIČKI PRIKAZ KORISNIKA NA WEB STRANICI ZA 2022./2023./2024. i 2025. god.



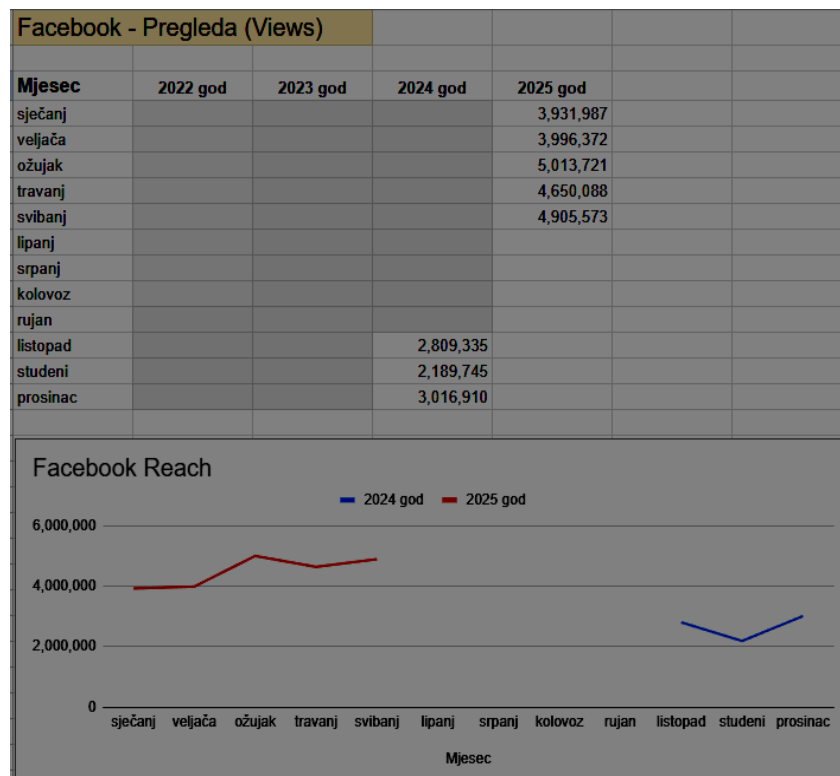
PRILOG 1.2 – GRAFIČKI PRIKAZ PREGLEDA NA WEB STRANICI ZA 2023./2024. i 2025. god. (Napomena: u hakerskom napadu krajem 2024. godine izbrisani su neki podacio o posjetama)



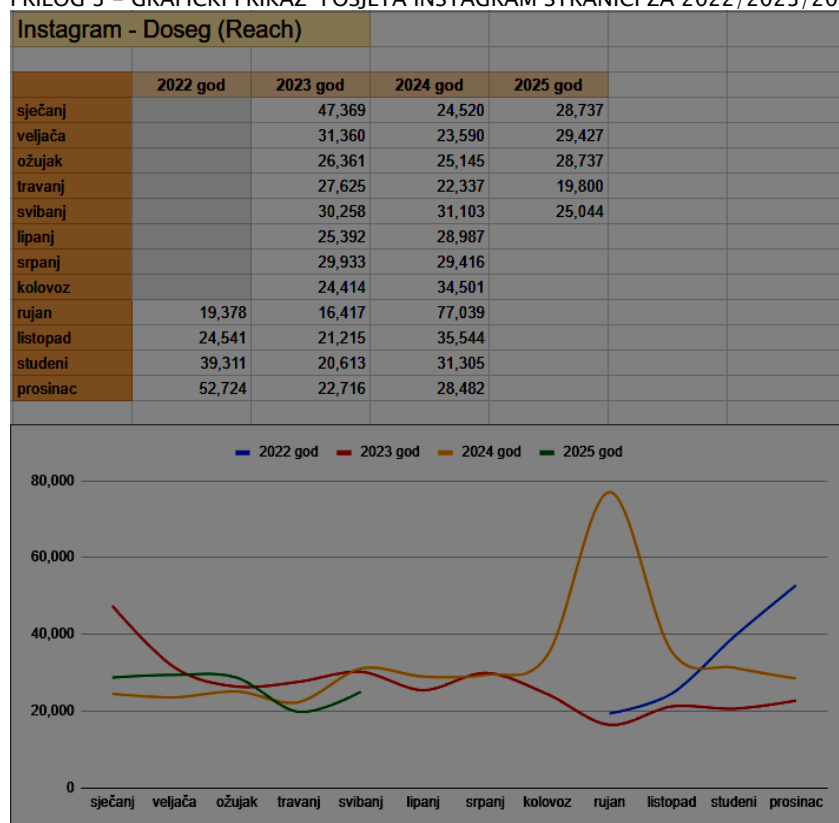
PRILOG 2 – GRAFIČKI PRIKAZ POSJETA FACEBOOK STRANICE ZA DIO 2024. I DIO 2025. god. (Napomena: u hakerskom napadu krajem 2024. godine izbrisani su neki podaci o pregledima)



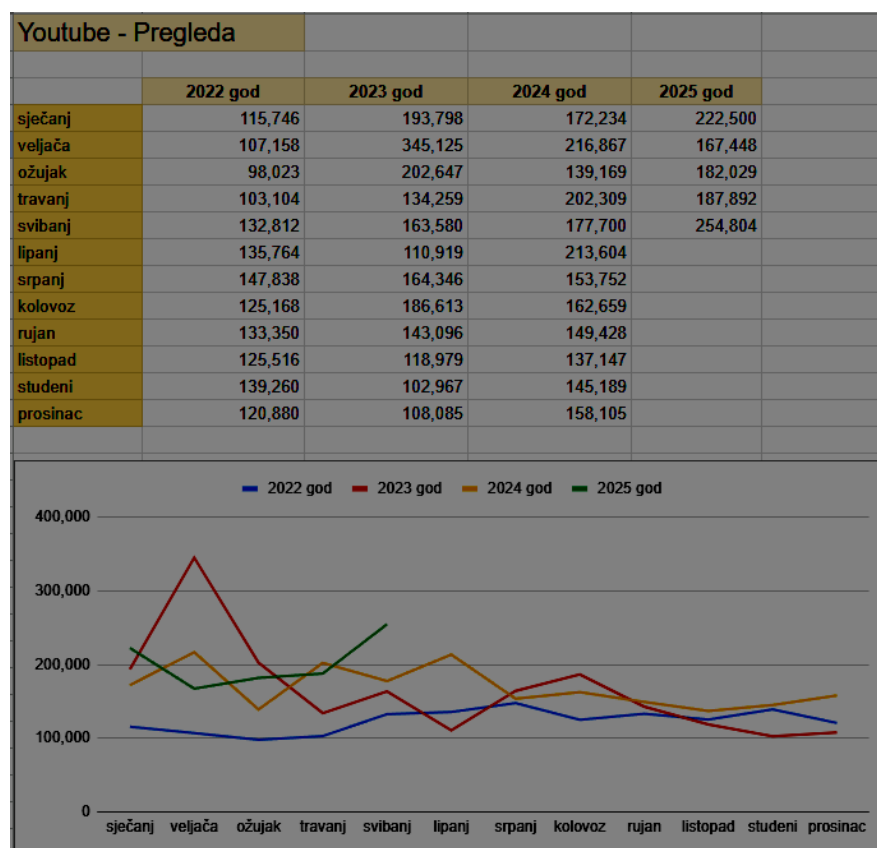
PRILOG 2.1 – GRAFIČKI PRIKAZ PREGLEDA FACEBOOK STRANICE ZA DIO 2024. I DIO 2025. god. (Napomena: u hakerskom napadu krajem 2024. godine izbrisani su neki podacio o pregledima)



PRILOG 3 – GRAFIČKI PRIKAZ POSJETA INSTAGRAM STRANICI ZA 2022./2023./2024. I 2025. god.



PRILOG 4. – GRAFIČKI PRIKAZ POSJETA NA YOUTUBE KANALU ZA 2022./2023./2024. i 2025. god



Naš **Youtube kanal** ima 14.547 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 procijeniti obzirom da dio populacije gleda ili direktno emisije ili koristi snimalice ili mogućnost naknadnog gledanja na televiziji. Dnevno naš youtube kanal ima prosječno 6.555 pregleda.

Naša **Facebook stranica** imala je reach u proteklih šest mjeseci preko 39.900 korisnika, sa najvećim dosezima od preko 567.500 posjetitelja u jednom danu te sa prosječnim brojem pregleda stranice u prvih 6 mjeseci 2025. godine od čak 4.499.548,20 (najviše pregleda je bilo u svinju 2025. godine, 5.946.846,00 pregleda), dok je prosječno na dnevnoj bazi reach od 59.633 dnevno narastao na čak 67.500 posjetitelja dnevno. Naš **Instagram profil** je povećao doseg od prosječno oko 850 posjetitelja tjedno na 5.800 posjetitelja tjedno.

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

Nastavljena je suradnja za google pozicioniranje (SEO) 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, u 2024. godini taj broj je narastao na 31.000 pratitelja, a u 2025. godini na 39.900 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, u 2024. godini imali smo ih 3.234, danas u 2025. godini ih imamo 3.736.

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 Dezinekcija 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:

Tijekom 2024. godine ukupno su objavljena četiri Natječaja za zapošljavanje:

25.03.2024. - Natječaj za snimatelja/montažera; na natječaj se prijavilo 7 kandidata, nije zaposlen niti jedan

18.09.2024. - Natječaj za snimatelja/tehničara za rad u medijima; na Natječaj se prijavilo 4 kandidata, nije zaposlen niti jedan

18.09.2024. - Natječaj za novinara/voditelja; na Natječaj se prijavilo 4 kandidata, honorarno je zaposlen 1 kandidat

12.11.2024. - Natječaj za referenta marketinga; na Natječaj se prijavilo 40 kandidata, zaposlena su 2 kandidata (odustale su nakon 15 i nakon 30 dana)

13.01.2025. - Natječaj za novinara/voditelja; na natječaj se prijavilo 17 kandidata, zaposlena su 2 kandidata

06.05.2025. - Natječaj za novinara/voditelja; na natječaj se prijavilo 22 kandidata, zaposlenja su u tijeku

06.05.2025. - Natječaj za snimatelja/tehničara za rad u medijima; na Natječaj se prijavilo 4 kandidata, 2 izvan PGŽ-a, 1 se nije javio, 1 odbio suradnju

Veliki problem sa zapošljavanjem snimateljskih 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. U segmentu popunjavanja novinarskog i voditeljskog kadra unazad godinu dana nemamo problema kako sa javljanjima na Natječaje tako ni sa angažiranjem vanjskih suradnika, no kod snimateljskog i tehničkog kadra, situacija je iznimno teška. Naime, kako se kadrovi za snimatelje, montažere i djelatnike u režiji moraju educirati minimalno pola godine, a vanjski suradnici ne žele raditi informativan program, popunjavanje kadrova unazad godinu dana ne daje adekvatne rezultate. Navedeni problem se, uz klasične modele traženja zaposlenika, nastojao riješiti i suradnjom sa Prirodoslovnom i grafičkom školom u Rijeci, Filozofskim fakultetom i Uredom za karijere u čijoj su organizaciji održana tri predstavljanja Kanala Ri (svi sa studentima).

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).

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 2024. godine na razdoblje od dvije godine), navedeni Ugovor je dogovoren za 20% veći mjesečni paušalni iznos; 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; za rujna 2025. godine dogovoren je projekt kreiranja zajedničke emisije Kanala Ri i studija Filozofskog fakulteta (5 odsjeka je već poslalo svoje prijedloge emisija, ostalih 5 će isto poslati u rujnu 2025. godine).

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 2024. godini došlo do značajnog pada udjela komercijalnih prihoda iz marketinga (komercijalno poslovanje). Svi značajniji komercijalni/marketingški poslovi dogovaraju se u najvećem dijelu preko Uprave društva, dok se marketingški odjel fokusira na realizaciju istih.

Napominjemo i da je rad marketingškog odjela znatno otežan uslijed nedovoljne i neadekvatne kapacitiranosti odjela. Naime, tijekom 2024. godine u marketingu su radile samo dvije osobe, od kojih je jedan djelatnik uz marketingške poslove radio i kao novinar/voditelj.

Kontaktirane su i brojne lokalne marketingške 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 značajnog porasta broja posjetitelja na web stranici i reacha na svim društvenim mrežama.

Zaključno, postavljena strategija poslovanja i povećanja gledanosti tijekom 2024. 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, ipak je dala očekivane rezultate. Najbitniji strateški ciljevi su realizirani ili su u fazi realizacije; Kanal Ri je tijekom cijele 2024. godine svaki mjesec uredno isplaćivao plaće djelatnicima (nije bilo kašnjenja plaća niti isplaćivanja u segmentima); u 2024. godini konačno smo se etablirali u društvu svih ostalih digitalnih medijskih kuća i postali samo relevantan član digitalnih platformi; Kontinuirano se radi na razvoju i proširenju posebnog tima za rad na web stranici i društvenim mrežama; Nastavak suradnje sa Sveučilištem (Ugovor sa Akademijom primijenjenih umjetnosti; suradnja sa Filozofskim fakultetom – Uredom za karijere); intenziviran je produkcijski segment poslovanja Društva u komercijalnom sektoru.

Na dan 31.12.2024. godine Kanal Ri zapošljavao je 25 stalno zaposlenih djelatnika te 10 honorarnih djelatnika. Prosječna neto plaća iznosila je 878,16 EUR.

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

FINANCIJSKO IZVJEŠĆE ZA RAZDOBLJE 01.01.- 31.12.2024.GOD.

I. Račun dobiti i gubitka za razdoblje 01.01.- 31.12.2024.god. (tablica 1.)

1. Poslovni prihodi 874.399,00 EUR
Poslovni prihodi u odnosu na isto razdoblje prethodne godine bilježe povećanje za 2,82%, a odnose se na prihode od prodaje usluga i ostale poslovne prihode.

1.1. Kanal Ri d.o.o. ostvario je prihode od prodaje usluga u iznosu 708.446,00 EUR i bilježe smanjenje za 1,97%.

a) Prihodi od emitiranja u iznosu 411.384,00 EUR koji se odnose na prihode ostvarene od državnog, županijskog, gradskog odnosno općinskog proračuna te od javnih poduzeća:

- Grad Rijeka	138.030,00 EUR
- Primorsko-goranska županija	200.323,00 EUR
- Gradovi /Opatija,Kastav,Crikvenica,Bakar,Novi Vinodolski, Kraljevica, Krk/	18.729,00 EUR
- Općine /Lovran,Čavle,Viškovo,Omišalj,Dobrinj,Klana/	7.959,00 EUR
- Turističke zajednice gradova i općina /Mošćenička Draga,Rijeka,Vinodolska,Kvarnera/	20.688,00 EUR
- Nastavni zavod za javno zdravstvo PGŽ	5.434,00 EUR
- Županijska lučka uprava Krk	500,00 EUR
- Županijska uprava za ceste	11.946,00 EUR
- JU Kuća halubajskog zvončara	1.780,00 EUR
- Fond za zaštitu okoliša	5.995,00 EUR

a) Prihodi od snimanja, usluge zakupa Veprinac, mjesečni obračun INFRASAT za broj 062 xxx xxx, oglašavanje putem WEB-a, troškovi ekipe na terenu i montaža u iznosu 134.936,00 EUR.

b) Prihodi od emitiranja, koji se odnose na prihode od pravnih osoba, u iznosu 162.126,00 EUR.

1.2. Ostali prihodi iznose 165.953,00 EUR i bilježe povećanje od 29,89%

a) Društvo je od refundacija i dotacija ostvarilo prihode u iznosu od 152.305,00 EUR:

- PGŽ – oprema za DVBT2 40.000,00 EUR
- Fond za poticanje pluralizma i raznovrsnosti el.medija - nakladnika televizije na lokalnoj i regionalnoj razini 112.305,00 EUR

b) Prihodi od otpisa obveza, naplate šteta iznose 13.648,00 EUR.

2. Poslovni rashodi 848.910,00 EUR

Poslovni rashodi bilježe povećanje za 4,51%.

2.1. Materijalni troškovi iznose 42.090,00 EUR, a odnose se na troškove energije, benzina, potrošenih rezervnih dijelova za održavanje objekta i opreme, uredski materijal i smanjeni su za 1,77%

2.2. Ostali vanjski troškovi iznose 199.702,00 EUR i bilježe povećanje od 6,83%, a odnose se na troškove telefona, mobilne usluge, usluge kooperanata, usluge odašiljanja tv signala, usluge student servisa i usluge honorarnih djelatnika

2.3. Troškovi osoblja iznose 441.546,00 EUR i bilježe povećanje za 1,17% u odnosu na prethodnu godinu. Društvo na dan 31.12.2024.g. zapošljava 25 stalno zaposlenih djelatnika.

2.3.1. Amortizacija za 2024.g. iznosi 52.987,00 EUR i obračunata je linearnom metodom.

2.4. Pod ostale troškove poslovanja, koji iznose 86.303,00 EUR i na razini su prethodne godine, spadaju dnevnice i putni troškovi, nadoknade troškova zaposlenima, premije osiguranja sl.vozila, troškovi koncesije, troškovi prava emitiranja tv programa, naknada Vijeću za el.medije, troškovi zaštite autorskih muzičkih prava

2.5. Ostali poslovni rashodi iznose 26.282,00 EUR i bilježe povećanje od 260,37%, a odnose se na naknade za prisilnu naplatu i naknade prema sudskim presudama (Netcom d.o.o. Rijeka, Leha j.d.o.o. Kostrena, Croatia osiguranje d.d. Zagreb)

3. Financijski prihodi 5,00 EUR
Financijski prihodi odnose se na prihode od kamata Erste banke d.d. (pasivna kamata).

4. Financijski rashodi 23.309,00 EUR
U odnosu na prethodnu godinu financijski rashodi povećani su za 34,41%,
a odnose se na kamate na kredit, kamate na leasing, kamate na pozajmice pravnih osoba i zatezne kamate iz obveznih odnosa i zatezne kamate na poreze.

5. Dobitak razdoblja

Ukupni prihodi u odnosu na isto razdoblje prethodne godine povećani su za 0,65%, a ukupni rashodi za 5,14% .

Društvo je za razdoblje od 01.01.2024. do 31.12.2024. godine ostvarilo dobitak prije oporezivanja u iznosu od 2.185,00 EUR, porez na dobitak iznosi 1.753,00 EUR te dobitak razdoblja iznosi 432,00 EUR i bilježi smanjenje u odnosu na prethodnu godinu za 98,72%.

tablica 1.

Red. br.	Opis	Iznos (EUR)	Napomena / Promjena
1.	POSLOVNI PRIHODI	874.399,00	↑ 2,82 %
1.1.	Prihodi od prodaje usluga	708.446,00	↓ 1,97 %
a)	Prihodi od emitiranja (državni, županijski, gradski i javna poduzeća)	411.384,00	
b)	Prihodi od snimanja, zakupa, web oglašavanja i ostalih usluga	134.936,00	
c)	Prihodi od emitiranja (pravne osobe)	162.126,00	
1.2.	Ostali poslovni prihodi	165.953,00	↑ 29,89 %
a)	Refundacije i dotacije	152.305,00	
b)	Prihodi od otpisa obveza i naplate šteta	13.648,00	
2.	POSLOVNI RASHODI	848.910,00	↑ 4,51 %
2.1.	Materijalni troškovi	42.090,00	↓ 1,77 %

2.2.	Ostali vanjski troškovi	199.702,00	↑ 6,83 %
2.3.	Troškovi osoblja	441.546,00	↑ 1,17 %
2.4.	Amortizacija	52.987,00	Linearno
2.5.	Ostali troškovi poslovanja	86.303,00	Na razini preth. godine
2.6.	Ostali poslovni rashodi	26.282,00	↑ 260,37 %
3.	FINANCIJSKI PRIHODI	5,00	Pasivna kamata – Erste banka
4.	FINANCIJSKI RASHODI	23.309,00	↑ 34,41 %
5.	DOBITAK PRIJE OPOREZIVANJA	2.185,00	
	Porez na dobitak	1.753,00	
6.	DOBITAK RAZDOBLJA	432,00	↓ 98,72 %

I. Bilanca za razdoblje od 01.01.2024.-31.12.2024.

Zbroj aktive i pasive na dan 31.12.2024 .god. iznosi 160.393,00 EUR te bilježi smanjenje za 23,50%.

1. AKTIVA (tablica 2)

a) Društvo je u 2024.godini nabavilo materijalne i nematerijalne imovine u iznosu 42.853,00 EUR (oprema napredne tehnologije za unapređenje video produkcije i video streama). Namjenska sredstva osigurana su iz proračuna Primorsko-goranske županije za 2024.godinu u iznosu od 40.000,00 EUR neto, a porez na dodanu vrijednost je podmiren iz vlastite realizacije.

Kanal Ri d.o.o. nastavlja nadogradnju opreme neophodne za proizvodnju programa koja zadovoljava DVB-T2 standarde u režiji i studiju. Nabavka opreme omogućuje Društvu poboljšanje kvalitete i efikasnosti video produkcije i veću fleksibilnost, kvalitetu i kreativnost pri snimanju, kao i pružanje naprednih usluga snimanja komercijalnih sadržaja, organizaciju terenske režije i streaming kompleksnih događanja.

b/1) Ukupna potraživanja od kupaca iznose 63.933,00 EUR .

Najveći kupci za razdoblje 01.01.- 31.12. 2024.god.:

	EUR
1. PGŽ	250.405,00
2. GRAD RIJEKA	172.537,00
3. RTL HRVATSKA	116.076,00
4. ERSTE@STEIERMARKISCHEBANK	26.615,00
5. JADRAN GALENSKI LABORATORIJ	26.545,00
6. INFRASAT	17.726,00
7. TZ GRADA RIJEKE	15.572,00

b/2) Potraživanja od državnih institucija odnose se na 20% sredstava za 2024.g. Fonda za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija – Agencija za elektroničke medije – koja će biti isplaćena u 2025.godini po izvršenom pravdanju Fonda br.3/24 u iznosu od 19.693,00 EUR te potraživanja od Ministarstva financija PU Rijeka za plaćene predujmove poreza na dobitak tijekom 2024.godine u iznosu od 5.950,00 EUR.

2. PASIVA (tablica 3)

Temeljni kapital Društva iznosi 1.649.877,00 EUR.

Društvo je u razdoblju 01.01.2024. do 31.12.2024. ostvarilo dobitak u iznosu od 432,00 EUR te gubitak iznad visine kapitala iznosi 215.674,00 EUR što je u odnosu na prethodnu godinu smanjenje za 0,20%.

a) Dugoročne obveze iznose 26.067,00 EUR, a odnose se na obveze prema Karlovačkoj banci za dugoročni kredit odobren 28.07.2023.god. u iznosu 60.000,00 EUR. Otplata glavnice kredita i kamate na 24 mjesečne rate, zadnja rata dospijeva 31.08.2025.god.a dug na 31.12.2024.g. iznosi 20.771,00 EUR (cesija PGŽ) i dugoročne obveze za financijski leasing za dva službena vozila 5.296,00 EUR.

U odnosu na isto razdoblje prethodne godine bilježe smanjenje za 55,76%.

b) Kratkoročne obveze bilježe smanjenje u odnosu na prethodnu godinu za 4,59%.

c/1) Obveze prema dobavljačima povećane su za 25,31% i iznose 169.824,00EUR.

Najveći dobavljači za razdoblje 01.01.- 31.12.2024.god.:

KAPETANOVIĆ SISTEMI	50.309,00 EUR
BOOM MEDIA PRODUCTION	37.162,00 EUR
ODAŠILJAČI I VEZE	30.989,00 EUR
BLITZ	25.000,00 EUR
GRAD RIJEKA	21.149,00 EUR
A1 HRVATSKA	19.493,00 EUR
SVEUČILIŠTE U RIJECI – STUDENTSKI CENTAR	16.710,00 EUR

c/2) Obveze za primljene pozajmice od trgovačkih društva iznose 63.196,00 EUR, smanjenje u odnosu na prethodnu godinu iznosi 27,44%.

c/3) Obveze za poreze, doprinose iz i na plaće i slična davanja bilježe smanjenje za 7,88%, iznose 57.126,00 EUR, a odnose se na tekuće obveze po osnovi PDV-a i doprinose iz i na plaću za 12/2023. koje se isplaćuju u siječnju 2025.g.

c/4) Obveze za neto plaću za 12/2024. i obveze za preuzeta plaćanja temeljem cesije smanjene su za 28,02% i iznose 29.289,00 EUR.

c/5) Odgođeni prihodi u iznosu od 30.565,00 EUR odnose se na račune za predujam tj. unaprijed plaćene usluge koje će se odraditi i fakturirati u 2025.

tablica 2

Red . br.	Stavka	Iznos (EUR)	Napomena
I.	Dugotrajna imovina	42.853,00	Nabavljena oprema za video produkciju i streaming (DVB-T2 standard)
	• Materijalna i nematerijalna imovina	42.853,00	PGŽ dotacija 40.000 (neto) + PDV iz vlastite realizacije
II.	Kratkotrajna imovina	117.540,00	

	• Potraživanja od kupaca	63.933,00	
	• Potraživanja od državnih institucija	25.643,00	Fond pluralizma 19.693 + MF PU Rijeka predujmovi poreza 5.950
	• Novac i novčani ekvivalenti	27.964,00	izvedeno da zbroj aktive = 160.393,00
	UKUPNO	292.822,00	

tablica 3.

Red. br.	Stavka	Iznos (EUR)	Napomena
I.	Kapital i rezerve (neto)	215.674,00	Gubitak iznad visine kapitala; uključuje dobit razdoblja 432 EUR
II.	Dugoročne obveze	26.067,00	Kredit Karlovačka banka (preostalo 20.771) + leasing 5.296
III.	Kratkoročne obveze	350.000,00	Dobavljači, pozajmice, porezi/doprinosi, neto plaće, odgođeni prihodi
	• Obveze prema dobavljačima	169.824,00	↑ 25,31%
	• Pozajmice od trgovačkih društava	63.196,00	↓ 27,44%
	• Porezi, doprinosi i slična davanja	57.126,00	↓ 7,88%
	• Obveze za neto plaće i cesije	29.289,00	↓ 28,02%
	• Odgođeni prihodi	30.565,00	predujmovi za usluge 2025.
	UKUPNO	160.393,00	

Zaključak

Zacrtna strategija razvoja poslovanja Društva u 2024.god. temelji se na povećanju prihoda od prodaje usluga i daljnjoj racionalizaciji troškova poslovanja.

Društvo je u 2024.god. redovno isplaćivalo plaće kao i naknade troškova prijevoza na posao i s posla.

Analizirajući Račun dobiti i gubitka za 2024.god. dolazimo do zaključka da Društvo treba raditi na prihodima od prodaje usluga odnosno marketingu gdje je vidljiv negativan trend pada u zadnje dvije godine.

Kanal-u Ri d.o.o. u poslovanju nedostaju tekuća likvidna sredstva te je i dalje prisutno otežano podmirivanje obveza.

KANAL RI d.o.o.
RIJEKA, TRG RIJEČKE REZOLUCIJE 3

**Bilješke uz financijske izvještaje poduzetnika za razdoblje
01.01.2024. do 31.12.2024. godine**

I. INFORMACIJE O DRUŠTVU

KANAL RI d.o.o., RIJEKA (u nastavku: Društvo), OIB 26219089758, MBS 040131591 osnovano je prema zakonima i propisima Republike Hrvatske kao društvo s ograničenom odgovornošću.

Sjedište: RIJEKA, TRG RIJEČKE REZOLUCIJE 3

Uprava: GORDANA ŠIMIĆ DRENIK, direktor Društva

Osnovna djelatnost: Emitiranje televizijskog programa

Prosječan broj zaposlenih tijekom izvještajnog razdoblja: 28

II. OSNOVE SASTAVLJANJA FINANCIJSKIH IZVJEŠTAJA

Financijski izvještaji Društva sastavljeni su sukladno Hrvatskim standardima financijskog izvještavanja koje je donio Odbor za standarde financijskog izvještavanja na temelju odredbi Zakona o računovodstvu. Na financijske izvještaje u 2024. godini primjenjuju se odredbe važećeg Zakona o računovodstvu te Hrvatskih računovodstvenih standarda. Financijski izvještaji sastavljeni su na osnovi povijesnog troška, a detaljnija određenja dana su uz pojedine pozicije izvještaja.

Financijski izvještaji prezentiraju istinito i fer financijski položaj, financijsku uspješnost i novčane tokove poduzetnika.

Vjerno su predloženi učinci transakcija i drugih poslovnih događaja, a u skladu s kriterijima priznavanja imovine, obveza, kapitala, prihoda i rashoda.

III. SAŽETAK ZNAČAJNIJIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA

Slijedi prikaz značajnijih računovodstvenih politika usvojenih za pripremu ovih financijskih izvještaja. Ove računovodstvene politike dosljedno su primjenjivane za sva razdoblja uključena u ove izvještaje osim tamo gdje je drugačije navedeno.

Budući događaji i njihov utjecaj nisu predviđivi sa sigurnošću i sukladno tome računovodstvene procjene zahtijevaju prosudbu, a one korištene pri izradi financijskih izvještaja podložne su promjenama nastankom novih događaja, dobivanjem dodatnih informacija i promjenom okruženja u kojem društvo posluje što može rezultirati odstupanjima od izvršenih procjena.

str. 1 / 20

Dugotrajna nematerijalna imovina

Nematerijalna imovina je nemonetarna imovina bez fizičkih obilježja koja se može identificirati, a čine ju izdaci za razvoj, patent, licence, koncesije, zaštitni znaci, računalni programi (softver), dozvole, franšize i ostala prava, goodwill, predujmovi za nematerijalnu imovinu te ostala nematerijalna imovina. Nematerijalna imovina priznaje se samo ako:

- je vjerojatno će pritjecati očekivane buduće ekonomske koristi, i
- da se trošak nabave može pouzdano izmjeriti.

Nakon početnog priznavanja nematerijalna imovina se mjeri po trošku nabave umanjenom za ispravak vrijednosti i akumulirane gubitke od umanjenja. Društvo može odlučiti da dugotrajnu nematerijalnu imovinu čija se fer vrijednost može pouzdano mjeriti iskazuje po revaloriziranom iznosu nakon početnog priznavanja imovine. Ako se pojedina dugotrajna nematerijalna imovina revalorizira, sva dugotrajna nematerijalna imovina iz iste skupine također se mjeri metodom revalorizacije.

Amortizacija dugotrajne nematerijalne imovine obračunava se primjenom linearne metode u korisnom vijeku trajanja od 4 godine (stopa 25%). Ako Društvo donese odluku, primjenjuju se uvećane amortizacijske stope sukladno odredbama Zakona o porezu na dobit. Iznimno, nematerijalna imovina s neodređenim korisnim vijekom upotrebe se ne amortizira već se testira na umanjenje.

Dugotrajna materijalna imovina

Dugotrajna materijalna imovina obuhvaća sredstva koja Društvo koristi pri isporuci roba i usluga te u administrativne svrhe i čiji je procijenjeni vijek upotrebe duži od godine dana. Ova imovina početno se priznaje u bilanci po trošku nabave koji obuhvaća neto kupovnu cijenu i sve druge ovisne troškove do stavljanja sredstva u upotrebu. Nakon početnog priznavanja dugotrajna imovina se mjeri po trošku nabave umanjenom za ispravak vrijednosti i akumulirane gubitke od umanjenja sukladno HSFI 6. Društvo može odlučiti da dugotrajnu materijalnu imovinu čija se fer vrijednost može pouzdano mjeriti iskazuje po revaloriziranom iznosu nakon početnog priznavanja imovine. Ako se pojedina dugotrajna materijalna imovina revalorizira, sva dugotrajna materijalna imovina iz iste skupine također se mjeri metodom revalorizacije.

Amortizacija dugotrajne materijalne imovine obračunava se primjenom linearne metode u procijenjenom vijeku upotrebe svakog pojedinog sredstva primjenom sljedećih stopa:

Građevinski objekti	5%
Brodovi veći od 1000 BRT	5%
Osobni automobili	20%
Osnovno stado	20%
Oprema	25%
Dostavna vozila	25%
Mehanička oprema	25%
Računalna oprema	50%
Telekomunikacijska oprema	50%
Ostala nespomenuta imovina	10%

Ako Društvo donese odluku, primjenjuju se uvećane amortizacijske stope sukladno odredbama Zakona o porezu na dobit.

Zemljište i druga imovina koja ima neograničen vijek trajanja (umjetnički radovi i sl.) te imovina u pripremi se ne amortizira.

Naknadni izdaci uključuju se u knjigovodstvenu vrijednost imovine ili se prema potrebi priznaju kao zasebna imovina samo ako će Društvo imati buduće ekonomske koristi od imovine te ako se trošak nabave može pouzdano mjeriti. Knjigovodstvena vrijednost zamijenjenog dijela prestaje se priznavati. Svi ostali troškovi investicijskog i tekućeg održavanja terete račun dobitka i gubitka u razdoblju u kojem su nastali. Amortizacija se obračunava primjenom linearne metode.

Dobici ili gubici od prestanka priznavanja dugotrajne materijalne imovine (prodaja, rashodovanje i sl.) utvrđuju se kao razlika ostvarene prodajne cijene i knjigovodstvene vrijednosti i uključuju u stavku poslovni prihodi odnosno poslovni rashodi u računu dobiti u gubitka.

Biološka imovina

Biološka imovina i poljoprivredni proizvodi mjere se prema fer vrijednosti. Priznavanje, mjerenje i prestanak priznavanja vrše se prema odredbama HSFI 17. Ako se fer vrijednost ne može pouzdano izmjeriti, biološka imovina mjeri se po trošku nabave umanjene za ispravak vrijednosti i za gubitke od umanjenja vrijednosti sukladno HSFI 6.

Ulaganja u nekretnine

Nekretnine (zemljište ili zgrada, ili dio zgrade, ili oboje) koje društvo drži radi ostvarivanja prihoda od najma ili radi porasta tržišne vrijednosti tretira se kao ulaganje u nekretnine sukladno HSFI 7. Prilikom utvrđivanja vrijednosti ulaganja u nekretnine primjenjuje se model troška nabave.

Dugotrajna imovina namijenjena prodaji

Dugotrajna imovina namijenjena prodaji je imovina čija će se knjigovodstvena vrijednost nadoknaditi putem prodaje, a ne putem korištenja pod uvjetom da je ta prodaja vrlo vjerojatna unutar perioda od jedne godine. Priznavanje i mjerenje obavlja se u skladu s odredbama HSFI 8.

Najmovi

Najmovi u kojima društvo ne snosi bitan udio rizika i koristi vlasništva tretiraju se kao poslovni najmovi. Plaćanja po osnovi poslovnih najмова iskazuju se u računu dobiti i gubitka prema pravocrtnoj metodi u razdoblju trajanja najma.

Financijska imovina

Financijska imovina obuhvaća dionice i udjele, dane zajmove, sudjelujuće interese, ulaganja u vrijednosne papire, dane kredite, depozite i jamstvene pologe te ostalu financijsku imovinu. Financijska imovina se ne amortizira. Priznavanje, mjerenje i prestanak priznavanja obavlja se u skladu s odredbama HSFI 9.

Zalihe

Zalihe obuhvaćaju zalihe sitnog inventara, auto guma, ambalaže i trgovačke robe. Mjere se po trošku nabave ili neto utrživoj vrijednosti, u skladu s HSFI 10. Obračun utroška zaliha provodi se po metodi prosječne ponderirane cijene. Knjigovodstveni iznos zaliha priznaje se kao rashod razdoblja u kojem su te zalihe prodane ili izuzete. Zalihe sitnog inventara i auto guma otpisuju se prilikom stavljanja u upotrebu u 100%-tnom iznosu.

Potraživanja

Potraživanja se početno mjere po fer vrijednosti. Priznavanje, mjerenje i prestanak priznavanja obavlja se prema odredbama HSFI 11.

Ispravak vrijednosti potraživanja provodi se kada postoje objektivni dokazi da društvo neće moći naplatiti sva svoja potraživanja u skladu s dogovorenim uvjetima. Značajne financijske poteškoće dužnika, vjerojatnost dužnikovog stečaja te neizvršenje ili propusti u plaćanjima smatraju se pokazateljima umanjenja vrijednosti potraživanja od kupaca.

Iznos ispravka vrijednosti utvrđuje se kao razlika između knjigovodstvene vrijednosti i nadoknadivog iznosa potraživanja. Knjigovodstvena vrijednost imovine je smanjena korištenjem izračuna rezerviranja za umanjenjem vrijednosti te je iznos gubitka priznat u računu dobiti i gubitka u „vrijednosnim usklađivanjima“. Kada potraživanje nije naplativo otpisuje se na teret izračuna rezerviranja za potraživanja od kupaca.

Kapital i rezerve

Kapital se sastoji od upisanog kapitala, kapitalnih rezervi, rezervi iz dobiti, revalorizacijskih rezervi, rezervi fer vrijednosti, zadržane dobiti ili prenesenog gubitka, dobiti ili gubitka tekuće godine i manjinskih (nekontrolirajućih) interesa. Priznavanje, mjerenje i prestanak priznavanja obavlja se prema odredbama HSFI 12.

Obveze

Obveze se početno mjere po fer vrijednosti. Priznavanje, mjerenje i prestanak priznavanja obavlja se prema odredbama HSFI 13.

Obveze se klasificiraju kao kratkotrajne i dugotrajne. Obveze se klasificiraju kao kratkoročne obveze, osim ako Društvo ima pravo odgoditi podmirenje obveze na rok duži od 12 mjeseci. Obveze se priznaju kada je vjerojatno da će zbog podmirenja sadašnje obveze doći do odlijevanja resursa poduzetnika. Obveze prema dobavljačima i zaposlenima te obveze za predujmove mjere se po iznosu kojim će se podmiriti.

Rezerviranja

Rezerviranje je obveza čija je priroda jasno određena i za koju je na datum bilance vjerojatno ili sigurno da će nastati, ali postoji neizvjesnost u pogledu iznosa ili datuma kada će nastati. Priznavanje i mjerenje se provodi u skladu s HSFI 13.

Vremenska razgraničenja

Vremenska razgraničenja obuhvaćaju unaprijed plaćene troškove, nedospjelu naplatu prihoda, odgođeno plaćanje troškova i prihod budućeg razdoblja. Vremenska

str. 4 / 20

razgraničenja mjere se sukladno HSFI 14. Unaprijed plaćeni troškovi priznaju se kao imovina kada se odnose na iznose plaćene u tekućem razdoblju, a koji se odnose na buduća razdoblja. Odgođeno plaćanje troškova priznaje se kao obveza kada se odnosi na troškove nastale u tekućem razdoblju, a za koje nisu ispunjeni uvjeti za priznavanje obveza.

Tekući porez na dobit

Iznos poreza na dobit za tekuću godinu obračunava se na temelju poreznog zakona koji je na snazi u Republici Hrvatskoj na dan bilance. Tekući porez knjižit će se na teret kapitala ako se porez odnosi na stavke koje se direktno knjiže na teret kapitala u istom razdoblju.

Porez na dodanu vrijednost

Porezni propisi zahtijevaju bilježenje PDV-a na neto osnovi. PDV koji proizlazi iz transakcija prodaje i kupnje priznaje se i iskazuje u bilanci na neto osnovi.

Odgođena porezna imovina

Odgođena porezna imovina i obveze mjere se primjenom poreznih stopa (i poreznih zakona) koji su na snazi na datum bilance. Odgođena porezna imovina se priznaje za prenesene neiskorištene porezne gubitke, neiskorištene porezne olakšice i sve odbitne privremene razlike u visini za koju je vjerojatno da će oporeziva dobit biti raspoloživa i za koju se preneseni porezni gubitak, neiskorištene porezne olakšice i odbitne privremene razlike mogu iskoristiti, sukladno odredbama HSFI 14.

Prihodi

Prihodi se priznaju kada je vjerojatno da će buduće ekonomske koristi ulaziti kod poduzetnika i kada se mogu pouzdano mjeriti. Priznavanje, mjerenje i prestanak priznavanja obavlja se prema odredbama HSFI 15.

Prihodi po HSFI 15 podijeljeni su na poslovne prihode i financijske prihode. Prihodi se sastoje od fer vrijednosti primljene naknade ili potraživanja za prodane usluge tijekom redovnog poslovanja društva. Prihodi su iskazani u iznosima koji su umanjeni za porez na dodanu vrijednost. Društvo priznaje prihode kada se iznos prihoda može pouzdano mjeriti i kada je izvjesno da će društvo imati buduće ekonomske koristi.

Odredbe Zakona o računovodstvu, kao i HSFI 15, od izvještaja za 2024. godinu propisuju da se izvanredni prihodi ne iskazuju zasebno te su izvanredni prihodi iz prijašnjih godina iskazani u poslovnim prihodima.

Rashodi

Rashodi se priznaju kada smanjenje budućih ekonomskih koristi proizlazi iz smanjenja imovine ili povećanja obaveza koje se može pouzdano izmjeriti, odnosno kada isti nastaju istodobno s priznavanjem ili smanjenjem imovine, a na temelju izravne povezanosti između nastalih troškova i određenih prihoda. Priznavanje, mjerenje i prestanak priznavanja obavlja se prema odredbama HSFI 16.

Vrijednosti iskazane u financijskim izvještajima (iznosi)

Stavke uključene u financijske izvještaje društva iskazane su u službenoj valuti primarnog gospodarskog okruženja u kojem društvo posluje (funkcionalna valuta). Financijski izvještaji prikazani su u eurima, što predstavlja funkcionalnu i izvještajnu valutu Društva.

Na datum bilance, zalihe i dugotrajna imovina u stranoj valuti iskazuju se primjenom srednjeg tečaja HNB-a na datum transakcije, a potraživanja i obveze u stranoj valuti primjenom srednjeg tečaja HNB-a na dan bilance.

IV. *PODUZETNICI UNUTAR GRUPE I OSOBE SA SUDJELUJUĆIM INTERESIMA*

Poduzetnicima unutar grupe smatraju se dva ili više poduzetnika koji su međusobno vlasnički povezana, a koji imaju ulaganje u udjele/dionice više od 50 % ili su taj kapital primili (ovisna društva).

Društva povezana sudjelujućim interesom su društva čiji udio u kapitalu nekog drugog poduzetnika iznosi od 20-50% ili društva koja su kapital do te visine primila od drugog poduzetnika (sudjelujući interesi).

Sve eventualne transakcije s povezanim društvima po osnovi primljenih/danih zajmova i kredita te isporuka/nabava roba i usluga iskazuju se PD-IPO obrascu s detaljnim opisom transakcija.

V. BILANCA

AKTIVA

DUGOTRAJNA IMOVINA

Bilješka br. 1

Dugotrajna imovina društva sastoji se od nematerijalne imovine, dugotrajne materijalne imovine, dugotrajne financijske imovine, dugoročnih potraživanja i odgođene porezne imovine.

Dugotrajna imovina na dan izvještavanja iznosila je 68.402,13 EUR.

Nematerijalna imovina

Bilješka br. 2

Nematerijalna imovina sastoji se od izdataka za razvoj, koncesija, patenata, licencija, robnih i uslužnih marki, softvera i ostalih prava, goodwilla, predujmova za nabavku nematerijalne imovine, nematerijalne imovine u pripremi i ostale nematerijalne imovine.

Knjigovodstvena vrijednost nematerijalne imovine na dan izvještavanja iznosila je 2.307,15 EUR.

Materijalna imovina

Bilješka br. 3

Materijalna imovina sastoji se od zemljišta, građevinskih objekata, postrojenja i oprema, alata, pogonskog inventara i transportne imovine, biološke imovine, predujmova za materijalnu imovinu, materijalne imovine u pripremi, ostale materijalne imovine i ulaganja u nekretnine.

Knjigovodstvena vrijednost materijalne imovine na dan sastavljanja financijskih izvještaja iznosila je 66.094,98 EUR.

Amortizacija materijalne imovine (ispravak vrijednosti) obračunava se sukladno korisnom vijeku uporabe, linearnom metodom i primjenom stopa u skladu s računovodstvenim politikama.

Dugotrajna financijska imovina

Bilješka br. 4

Dugotrajna financijska imovina sastoji se od dugoročnih ulaganja u udjele (dionice), ulaganja u vrijednosne papire, danih dugoročnih zajmova, depozita i sličnog, ostalih dugoročnih ulaganja koja se obračunavaju metodom udjela i ostalih ulaganja u dugotrajnu financijsku imovinu.

Društvo na dan izvještavanja nije imalo dugotrajnu financijsku imovinu.

str. 7 / 20

Dugoročna potraživanjaBilješka br. 5

Dugoročna potraživanja obuhvaćaju sva potraživanja s rokom dospeljeća dužim od 12 mjeseci.

Društvo na dan izvještavanja nije imalo dugoročnih potraživanja.

KRA TKOTRAJNA IMOVINABilješka br. 6

Kratkotrajna imovina društva sastoji se od imovine koja je naplativa unutar roka od godinu dana, a sastoji se od zaliha, potraživanja, kratkotrajne financijske imovine i novca u banci i blagajni.

Kratkotrajna imovina na dan izvještavanja iznosila je 91.990,95 EUR.

ZaliheBilješka br. 7

Društvo na dan izvještavanja nije imalo zaliha.

Kratkoročna potraživanjaBilješka br. 8

Kratkoročna potraživanja sastoje se od potraživanja za isporučenu robu i usluge, potraživanja od zaposlenika i članova poduzetnika, potraživanja od države i drugih institucija i ostalih potraživanja za koja se očekuje da će se pretvoriti u novčani oblik u roku do jedne godine.

Kratkoročna potraživanja na dan izvještavanja iznosila su 89.933,88 EUR.

Kratkoročna potraživanja za isporučenu robu i uslugeBilješka br. 8a

Kratkoročna potraživanja za isporučenu robu i usluge i ostala potraživanja razrađuju se na potraživanja od poduzetnika unutar grupe, od društava povezanih sudjelujućim interesom i od nepovezanih osoba.

Kratkoročna potraživanja za isporučenu robu i usluge na dan izvještavanja iznosila su ukupno 63.932,93 EUR.

Društvo na dan izvještavanja nije imalo kratkoročna potraživanja od poduzetnika unutar grupe i/ili od društava povezanih sudjelujućim interesima po osnovi isporučenih roba i usluga.

Kratkoročna potraživanja od zaposlenika i članova poduzetnikaBilješka br. 8b

str. 8 i 20

Društvo je na dan izvještavanja imalo kratkoročna potraživanja od zaposlenika i članova društva u iznosu 358,35 EUR.

Kratkoročna potraživanja od države i drugih institucija

Bilješka br. 8c

Kratkoročna potraživanja od države i drugih institucija odnose se na potraživanja za porez na dobit, potraživanja za PDV, potraživanja za više plaćene članarine i slična potraživanja.

Društvo je na dan izvještavanja imalo kratkoročna potraživanja od države i drugih institucija u iznosu 25.642,60 EUR.

Ostala kratkoročna potraživanja

Bilješka br. 8d

Ostala kratkoročna potraživanja sačinjavaju potraživanja stečena cesijom ili nekom drugom vrstom ugovora (otkup tražbine, prijenos i sl.) te potraživanja za dane predujmove.

Društvo na dan izvještavanja nije imalo ostalih kratkoročnih potraživanja.

Kratkotrajna financijska imovina

Bilješka br. 9

Kratkotrajnu financijsku imovinu sačinjavaju ulaganja u udjele/dionice i vrijednosne papire, dani zajmovi, depoziti i slično te ostala financijska imovina za koju se očekuje da će se pretvoriti u novčani oblik unutar jedne godine.

Društvo na dan izvještavanja nije imalo kratkotrajnu financijsku imovinu.

Novac u banci i blagajni

Bilješka br. 10

Na dan izvještavanja iznos novca u banci kojeg čine salda na eurskim i/ili deviznim računima te novac u blagajni iznosio je 2.057,07 EUR.

Plaćeni troškovi budućeg razdoblja i obračunati prihodi

Bilješka br. 11

Društvo na dan izvještavanja nije imalo plaćenih troškova budućeg razdoblja i obračunatih prihoda.

PASIVA

Kapital i rezerve

Bilješka br. 12

Prema standardima financijskog izvještavanja kapital i rezerve se sastoje od upisanog kapitala, kapitalnih rezervi, rezervi iz dobiti, revalorizacijskih rezervi, rezervi fer vrijednosti, zadržane dobiti ili prenesenog gubitka, dobiti ili gubitka tekućeg razdoblja te manjinskog interesa.

str. 9 / 20

Društvo na dan izvještavanja nije imalo kapitala.

Temeljni (upisani) kapital

Bilješka br. 13

Na dan izvještavanja temeljni kapital Društva iznosio je 1.649.877,23 EUR i u cijelosti je upisan u sudski registar kod nadležnog trgovačkog suda.

Kapitalne rezerve

Bilješka br. 14

Kapitalne rezerve odnose se na kapitalni dobitak na prodane dionice, kapitalni dobitak iz prodaje otkupljenih vlastitih dionica i udjela te kapitalne pričuve iz drugih izvora. Kapitalne rezerve mogu sačinjavati povećanje kapitala društva od ulaganja novca, stvari ili prava od strane vlasnika ili dioničara u neupisani kapital društva.

Društvo na dan izvještavanja nije imalo kapitalnih rezervi.

Rezerve iz dobiti

Bilješka br. 15

Rezerve iz dobiti obuhvaćaju zakonske rezerve, rezerve za vlastite udjele te statutarne i ostale rezerve.

Društvo na dan izvještavanja nije imalo rezervi iz dobiti.

Revalorizacijske rezerve

Bilješka br. 16

Revalorizacijske rezerve nastaju ponovnom procjenom imovine iznad troškova nabave dugotrajne materijalne i nematerijalne imovine.

Društvo na dan izvještavanja nije imalo revalorizacijskih rezervi.

Rezerve fer vrijednosti

Bilješka br. 17

Rezerve fer vrijednosti sastoje se od fer vrijednosti financijske imovine raspoložive za prodaju, učinkovitog dijela zaštite novčanih tijekova i učinkovitog dijela zaštite ulaganja u inozemstvu.

Društvo na dan izvještavanja nije oformilo rezerve fer vrijednosti.

Zadržana dobit ili preneseni gubitak

Bilješka br. 18

Stanje ukupnog gubitka kumuliranog tijekom prijašnjih razdoblja na dan izvještavanja iznosilo je 1.865.982,74 EUR.

Dobit ili gubitak poslovne godine

Bilješka br. 19

str. 10 / 20

Društvo je u poslovnoj godini ostvarilo neto dobit u iznosu 432,35 EUR. Predloženu raspodjelu dobiti Društvo je donijelo Odlukom o raspodjeli dobiti koja je dio javne objave godišnjih financijskih izvještaja za promatranu poslovnu godinu te je javno dostupna.

Manjinski (nekontrolirajući) interes

Bilješka br. 20

Manjinski interesi odnose se na ostvarenu dobit koja pripada Društvu po osnovi udjela u dobiti od društava kod kojih je postotak udjela u vlasništvu manji od 20%.

Društvo nije ostvarilo interes iz odnosa s nekontroliranim društvima.

Rezerviranja

Bilješka br. 21

Dugoročna rezerviranja za rizike i troškove su rashodi za rizike za koje se procjenjuje da će nastati u sljedećim godinama, a imaju sadašnje učinke. Dugoročna rezerviranja sastoje se od rezerviranja za mirovine, otpremnine i slične obaveze, rezerviranja za porezne obaveze, rezerviranja za započete sudske sporove, rezerviranja za obnavljanje prirodnih bogatstava, rezerviranja za troškove u jamstvenim rokovima te druga rezerviranja.

Rezerviranja se provode u skladu s računovodstvenim politikama i standardima financijskog izvještavanja.

Društvo na dan izvještavanja nije imalo provedena rezerviranja.

Dugoročne obveze

Bilješka br. 22

Dugoročne obveze odnose se na obveze s rokom dospijeća dužim od godinu dana.

Društvo je na dan izvještavanja imalo dugoročne obveze u visini od 26.066,75 EUR.

Dugoročne obveze za primljene robe i usluge

Bilješka br. 22a

Društvo na dan izvještavanja nije imalo dugoročnih obveza za primljene robe i usluge.

Dugoročne obveze po osnovi zajmova, depozita i sličnog

Bilješka br. 22b

Društvo na dan izvještavanja nije imalo dugoročnih obveza po osnovi primljenih zajmova, depozita i sličnog.

Dugoročne obveze prema bankama i drugim financijskim institucijama

Bilješka br. 22c

Dugoročne obveze prema bankama i drugim financijskim institucijama na dan izvještavanja iznosile su ukupno 26.066,75 EUR.

str. 14 / 20

Dugoročne obveze za predujmoveBilješka br. 22d

Društvo na dan izvještavanja nije imalo obaveza za primljene predujmove (avanse) u kojima se roba ili usluga treba isporučiti u roku koji je duži od godine dana.

Dugoročne obveze po vrijednosnim papirimaBilješka br. 22e

Društvo na dan izvještavanja nije imalo dugoročnih obveza po vrijednosnim papirima.

Ostale dugoročne obvezeBilješka br. 22f

Društvo na dan izvještavanja nije imalo ostalih dugoročnih obveza.

Odgođena porezna obvezaBilješka br. 22g

Društvo na dan izvještavanja nije imalo dugoročne obveze po osnovi odgođene porezne obveze.

Kratkoročne obvezeBilješka br. 23

Kratkoročne obveze odnose se na obveze s rokom dospijanja kraćim od godinu dana.

Društvo je na dan izvještavanja imalo kratkoročne obveze u visini od 319.434,55 EUR.

Kratkoročne obveze za primljenu robu i uslugeBilješka br. 23a

Ukupne kratkoročne obveze za primljenu robu i usluge iznosile su 169.823,78 EUR.

Društvo nije imalo kratkoročne obveze prema poduzetnicima unutar grupe i/ili prema društvima povezanim sudjelujućim interesima po osnovi primljenih roba i usluga.

Kratkoročne obveze po osnovi zajmova, depozita i sličnogBilješka br. 23b

Ukupne kratkoročne obveze po osnovi primljenih zajmova, depozita i sličnog iznosile su 63.195,60 EUR.

Društvo na dan izvještavanja nije imalo kratkoročne obveze prema poduzetnicima unutar grupe i/ili prema društvima povezanim sudjelujućim interesima po osnovi primljenih zajmova, depozita i sličnog.

Kratkoročne obveze prema bankama i drugim financijskim institucijama
Bilješka br. 23c

Društvo na dan izvještavanja nije imalo kratkoročne obveze prema bankama i drugim financijskim institucijama.

Kratkoročne obveze za predujmove
Bilješka br. 23d

Društvo na dan izvještavanja nije imalo obveze za primljene predujmove (avanse) u kojima se roba ili usluga treba isporučiti u roku koji je manji od godine dana.

Kratkoročne obveze po vrijednosnim papirima
Bilješka br. 23e

Društvo na dan izvještavanja nije imalo kratkoročne obveze po vrijednosnim papirima.

Kratkoročne obveze prema zaposlenicima
Bilješka br. 23f

Kratkoročne obveze prema zaposlenicima odnose se na obračunate, a neisplaćene neto plaće, naknade i slične obveze.

Kratkoročne obveze prema zaposlenicima na dan izvještavanja iznosile su ukupno 29.288,83 EUR.

Kratkoročne obveze za poreze, doprinose i slična davanja
Bilješka br. 23g

Kratkoročne obveze za poreze, doprinose i slična davanja odnose se na obračunate, a neplaćene obveze.

Kratkoročne obveze za poreze, doprinose i slična davanja na dan izvještavanja iznosile su ukupno 57.126,34 EUR.

Kratkoročne obveze s osnove udjela u rezultatu
Bilješka br. 23h

Kratkoročne obveze s osnove udjela u rezultatu odnose se na obračunate, a neplaćene obveze vezane za obvezu isplate dobiti povezanim društvima.

Društvo na dan izvještavanja nije imalo kratkoročne obveze s osnove udjela u rezultatu.

Kratkoročne obveze po osnovi dugotrajne imovine namijenjene prodaji
Bilješka br. 23i

Kratkoročne obveze po osnovi dugotrajne imovine namijenjene prodaji odnose se na obračunate, a neplaćene obveze vezane uz dugotrajnu imovinu namijenjenu prodaji.

Društvo na dan izvještavanja nije imalo kratkoročne obveze po osnovi dugotrajne imovine namijenjene prodaji.

Ostale kratkoročne obaveze

Bilješka br. 23j

Društvo na dan izvještavanja nije imalo drugih kratkoročnih obveza.

Odgođeno plaćanje troškova i prihod budućeg razdoblja

Bilješka br. 24

Društvo je na dan izvještavanja imalo obračunatih odgođenih plaćanja troškova i/ili prihoda budućeg razdoblja u visini od 30.564,94 EUR.

Poslovni događaji nakon zaključivanja bilance

Društvo nije imalo značajnije događaje nakon datuma bilance koji bi imali utjecaja na poslovni rezultat poslovne godine niti događaja koji bi imali utjecaja na strukturu bilance Društva.

VI. RAČUN DOBITI I GUBITKA

Poslovni prihodi

Bilješka br. 25

Poslovni prihodi sastoje se od prihoda od prodaje, prihoda na temelju uporabe vlastitih proizvoda i ostalih poslovnih prihoda.

Poslovni prihodi Društva u 2024. godini ukupno su iznosili 874.399,50 EUR.

Prihodi od prodaje

Bilješka br. 25a

Društvo je u poslovnoj godini 2024. ostvarilo prihode od prodaje u visini od 708.446,30 EUR.

U poslovnoj godini nije bilo ostvarenih prihoda od prodaje poduzetnicima unutar grupe.

Prihodi na temelju upotrebe vlastitih proizvoda, robe i usluga

Bilješka br. 25b

Društvo u poslovnoj godini nije ostvarilo prihode s osnove upotrebe vlastitih proizvoda, robe i usluga.

Ostali poslovni prihodi

Bilješka br. 25c

Ostali poslovni prihodi su svi prethodno nespomenuti prihodi ostvareni iz poslovnih aktivnosti, osim financijskih prihoda. Na poziciji ostalih poslovnih prihoda iskazuju se prihodi od ukidanja rezerviranja, viškovi, prihodi od otpisanih (ispravljenih) potraživanja, naknadno utvrđeni prihodi iz proteklih godina, prihodi od naplate penala i štete, naknadno odobreni popusti i sl.

Društvo je u poslovnoj godini 2024. ostvarilo ostalih poslovnih prihoda u visini od 165.953,20 EUR.

U poslovnoj godini nije bilo ostalih prihoda ostvarenih s poduzetnicima unutar grupe.

Poslovni rashodi

Bilješka br. 26

Poslovni rashodi sastoje se od promjene vrijednosti zaliha proizvodnje u tijeku i gotovih proizvoda, materijalnih troškova, troškova osoblja, amortizacije, ostalih troškova, vrijednosnih usklađenja, rezerviranja i ostalih poslovnih rashoda.

Društvo je u 2024. godini iskazalo poslovne rashode u visini od 848.910,38 EUR.

Promjene vrijednosti zaliha proizvodnje u tijeku i gotovih proizvoda
Bilješka br. 26a

Promjene vrijednosti zaliha proizvodnje odnosi se samo na ona društva koja obavljaju proizvodnu djelatnost. U vrijednost zaliha proizvodnje i gotovih proizvoda uključuju se izravni troškovi proizvodnje (troškovi utrošenog materijala i izravni troškovi rada), te raspoređeni opći troškovi proizvodnje. Smanjenje vrijednosti zaliha proizvodnje u tijeku i gotovih proizvoda rezultira povećanjem rashoda u odnosu na proteklo razdoblje, dok povećanje vrijednosti zaliha rezultira smanjenjem rashoda u odnosu na proteklo razdoblje.

Društvo u poslovnoj godini nije imalo poslovnih rashoda po osnovi promjene zaliha proizvodnje u tijeku i gotovih proizvoda.

Materijalni troškovi
Bilješka br. 26b

Materijalni troškovi sastoje se od troškova sirovina i materijala, troškova prodane robe i ostalih vanjskih troškova.

Tijekom poslovne godine materijalni troškovi iznosili su 241.791,77 EUR.

Troškovi sirovina i materijala uključuju utrošene sirovine i materijal, utrošenu energiju, utrošene rezervne dijelove, otpis sitnog inventara i sl.

Troškovi sirovina i materijala ukupno su iznosili 42.090,01 EUR.

Troškovi prodane robe podrazumijevaju nabavnu vrijednost prodane robe. Trošak nabavne vrijednosti prodane robe priznaje se u razdoblju u kojem se priznaje prihod predmetne prodane robe.

Društvo u poslovnoj godini nije imalo troškova prodane robe.

Vanjski troškovi podrazumijevaju troškove kao što su prijevozne usluge, poštanske i telekomunikacijske usluge, trošak vanjskih dorada, trošak servisnih usluga i održavanja, trošak zakupa i leasinga, troškovi promidžbe, sajmovi i sponzorstava, trošak intelektualnih i drugih usluga, trošak komunalnih usluga, trošak usluga posredovanja i druge slične usluge.

str. 16 / 20

Ostali vanjski troškovi su iznosili 199.701,76 EUR.

Troškovi osoblja

Bilješka br. 26c

Troškovi osoblja se odnose na troškove neto plaća i nadnica, troškova poreza i doprinosa iz plaća i troškova doprinosa na plaće.

U 2024. godini troškovi osoblja iznosili su 441.545,93 EUR.

Amortizacija

Bilješka br. 26d

Amortizacija je rađena u skladu s računovodstvenim politikama Društva i odlukama uprave Društva.

U poslovnoj godini trošak amortizacije iznosio je 52.986,54 EUR.

Ostali troškovi

Bilješka br. 26e

Ostale troškove čine premije osiguranja, bankarske usluge i troškovi platnog prometa, zdravstvene usluge, troškovi prava korištenja, troškovi članarina, troškovi poreza koji ne ovise o dobitku i ostali nematerijalni troškovi poslovanja.

Društvo je u poslovnoj godini imalo ukupno 86.303,33 EUR ostalih troškova.

Vrijednosna usklađenja

Bilješka br. 26f

Društvo u poslovnoj godini nije provodilo vrijednosna usklađenja nefinancijske imovine.

Rezerviranja

Bilješka br. 26g

Društvo tijekom sastavljanja financijskih izvještaja, a u skladu s odredbama Zakona o porezu na dobit te standarda financijskog izvještavanja, nije imalo potrebe niti obavezu izvršiti rezerviranja.

Ostali poslovni rashodi

Bilješka br. 26h

Društvo je u poslovnoj godini imalo ostale poslovne rashode u iznosu 26.282,81 EUR.

Financijski prihodi

Bilješka br. 27

Financijski prihodi sastoje se od prihoda od ulaganja u dionice/udjele poduzetnika, kamata, tečajnih razlika i ostalih financijskih prihoda iz odnosa s poduzetnicima i financijskim institucijama.

Društvo je u 2024. godini ostvarilo financijske prihode u iznosu 4,82 EUR.

Društvo nije ostvarilo financijske prihode iz odnosa s poduzetnicima unutar grupe niti prihode od ulaganja u udjele društva povezanih sudjelujućim interesima.

Prihodi od ostalih dugotrajnih financijskih ulaganja i zajmova, ostali prihodi od kamata i tečajne razlike

Bilješka br. 27a

Financijski prihodi koji su ostvareni iz poslovnog odnosa s poduzetnicima koji nisu unutar grupe te financijskih institucija, a koji se sastoje od prihoda od dugotrajnih financijskih ulaganja i zajmova, ostalih financijskih prihoda od kamata, tečajnih razlika i ostalih financijskih prihoda iznosili su 4,82 EUR.

Nerealizirani dobiti od financijske imovine

Bilješka br. 27b

Društvo na dan izvještavanja nije posjedovalo dionice.

Ostali financijski prihodi

Bilješka br. 27c

Ostali financijski prihodi odnose se na financijske prihode koji su ostvareni od ulaganja u udjele i dionice društava s udjelom vlasništva manjim od 20% na rok kraći od godinu dana te drugih prihoda koji se ne odnose na kamate zajmova i tečajne razlike.

Društvo na dan izvještavanja nije imalo ostalih financijskih prihoda.

Financijski rashodi

Bilješka br. 28

Financijski rashodi se odnose na kamate, tečajne razlike i druge rashode, nerealizirane gubitke (rashode) od financijske imovine, neto vrijednosna usklađenja financijske imovine i ostale financijske rashode.

Društvo je u 2024. godini imalo financijskih rashoda u iznosu 23.308,88 EUR.

Financijski rashodi s poduzetnicima unutar grupe

Bilješka br. 28a

Društvo nije iskazalo financijske rashode iz odnosa s poduzetnicima unutar grupe.

Financijski rashodi s osnove kamata i sličnih rashoda, tečajnih razlika i drugih rashoda s društvima koji nisu unutar grupe

Bilješka br. 28b

Financijski rashodi koji su ostvareni iz poslovnog odnosa s poduzetnicima koji nisu unutar grupe ili iz odnosa s financijskim institucijama, a koji se sastoje od rashoda kamata, tečajnih razlika i ostalih financijskih rashoda iznosili su 23.308,88 EUR.

Nerealizirani gubici od financijske imovine

Bilješka br. 28c

Društvo ne posjeduje financijsku imovinu koja se svodi na prodajnu vrijednost prema tržišnoj vrijednosti izlistanoj na burzi i/ili uređenom tržištu vrijednosnih papira odnosno nije iskazalo gubitke na dionicama iz vlastitog portfelja.

Neto vrijednosna usklađenja financijske imovine

Bilješka br. 28d

Neto vrijednosno usklađenje financijske imovine proizlazi iz promjene njene vrijednosti prema mjeranju po fer vrijednosti.

Društvo nije provodilo neto vrijednosna usklađenja u poslovnoj godini.

Ostali financijski rashodi

Bilješka br. 28e

Ostali financijski rashodi se odnose na financijske rashode koji su ostvareni od ulaganja u udjele i dionice društava s udjelom vlasništva manjim od 20% (realizirani gubici) te drugih financijskih rashoda koji se ne odnose na kamate zajmova i tečajne razlike.

Društvo nije imalo ostalih financijskih rashoda u poslovnoj godini.

UKUPNI PRIHODI

Bilješka br. 29

Društvo je u poslovnoj godini 2024. ostvarilo ukupne prihode u visini od 874.404,32 EUR.

UKUPNI RASHODI

Bilješka br. 30

Društvo je u poslovnoj godini 2024. imalo ukupnih rashoda u iznosu od 872.219,26 EUR.

POREZ NA DOBIT

Bilješka br. 31

Porez na dobit sukladno hrvatskom Zakonu o porezu na dobit izračunava se primjenom propisane stope na oporezivu osnovicu. Porezna osnovica uvećava se i umanjuje prema propisima navedenim u Zakonu o porezu na dobit.

VII. PRIHVATANJE I OBJAVA FINANCIJSKIH IZVJEŠTAJA OD STRANE UPRAVE DRUŠTVA

Objava financijskih izvještaja

Uprava društva, na temelju odluke Skupštine o utvrđivanju godišnjih financijskih izvještaja za poslovnu godinu 2024., svojom ovjerom odobrava njihovu objavu.

Direktor:
Gordana Šimić Drenik

Gordana Šimić Drenik
KANAL RI
d.o.o. RIJEKA *Drenik*