ადგილობრივი არჩევნები 2021, სამაუწყებლო ბაზრის ანგარიში

ოქტომბერი, 2021

ანგარიში მომზადებულია 2021 წლის აგვისტო-ოქტომბრის პერიოდში, მაუწყებლების მიერ ფასიანი და უფასო პოლიტიკური რეკლამების ჭრების მიხედვით

კომუნიკაციების კომისია

უფასო პოლიტიკური რეკლამა

კომუნიკაციების კომისიის მონიტორინგისა და მაუწყებლების მიერ წარმოდგენილი ინფორმაციის ანალიზის შედეგად გამოვლინდა, რომ უფასო პოლიტიკურ რეკლამას,როგორც რადიო, ასევე სატელევიზიო მაუწყებლებზე, ჯამში **39 000** წუთზე მეტი დაეთმო. დროის 89 % სატელევიზიო მაუწყებლებს ეკუთვნის, 11 % კი რადიო მაუწყებლებს.

აღნიშნული დროში მაუწყებლებს რომ თანხა ფასიანი რეკლამის პირდაპირპროპორციულად მიეღოთ, მათი ჯამური შემოსავალი დაახლოებით **23,2** მლნ ლარით გაიზრდებოდა (შემოსავალი კი 26 მლნ ლარს გადააჭარბებდა) , საიდანაც რადიო მაუწყებლებს მოცემული თანხის 3 %, ხოლო ტელე მაუწყებლებს 97 % ერგებოდათ.

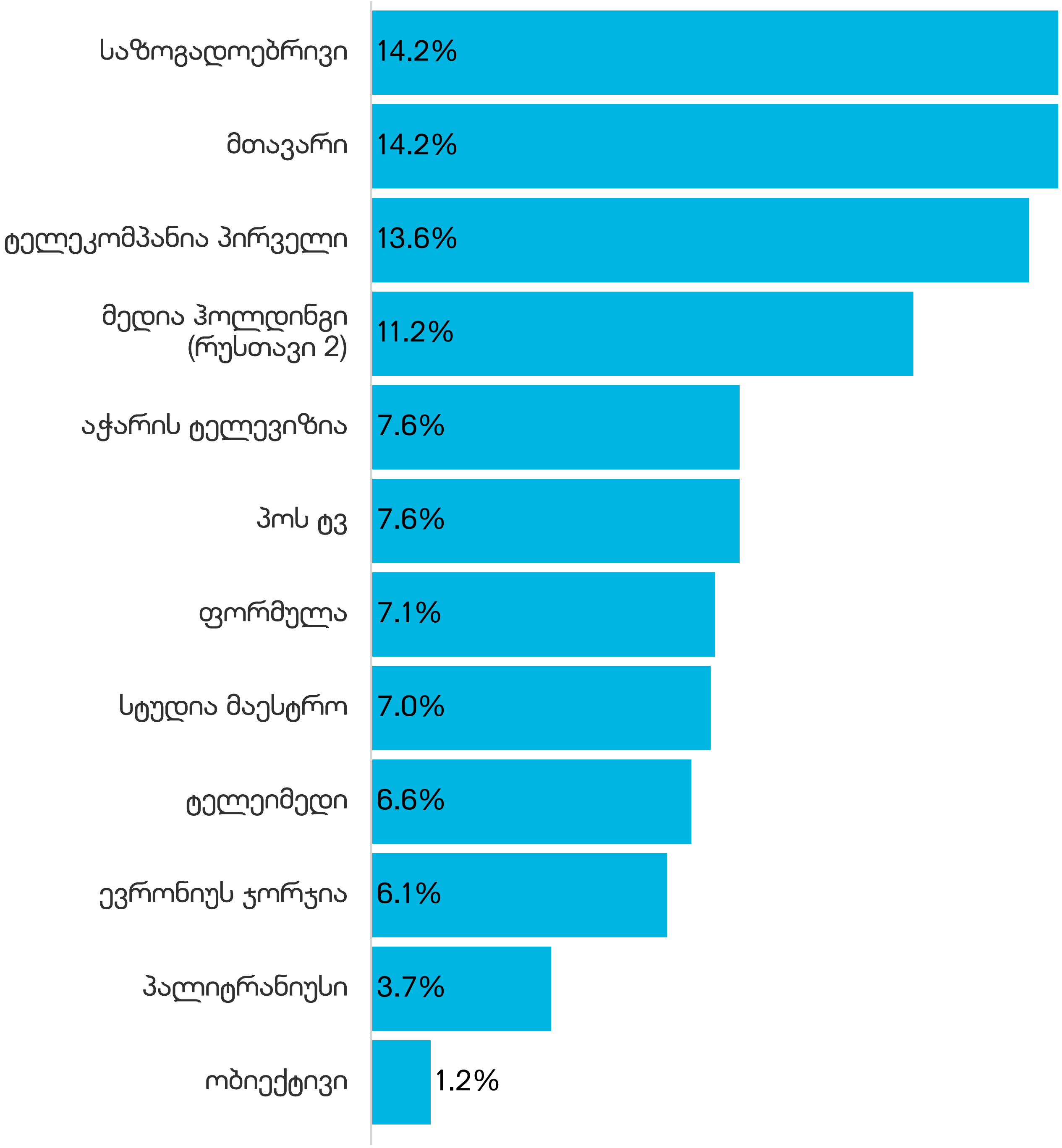
უფასო საეთერო დროის გადანაწილება მაუწყებლის ტიპის მიხედვით.

სავარაუდო შემოსავლის გადანაწილება მაუწყებლის ტიპის მიხედვით.

შენიშვნა : რეკლამის ღირებულება დათვლილია მაუწყებლების მიერ წინასწარ წარმოდგენილი 1 წუთი ფასიანი რეკლამის საშუალო ღირებულების მიხედვით, თუ რა ფასი ექნებოდა რეკლამას როგორც გადაცემის დაწყებამდე სარეკლამოს ჭრის დროს, ასევე უშუალოდ გადაცემის შუაში და მისი დასრულების შემდეგ.

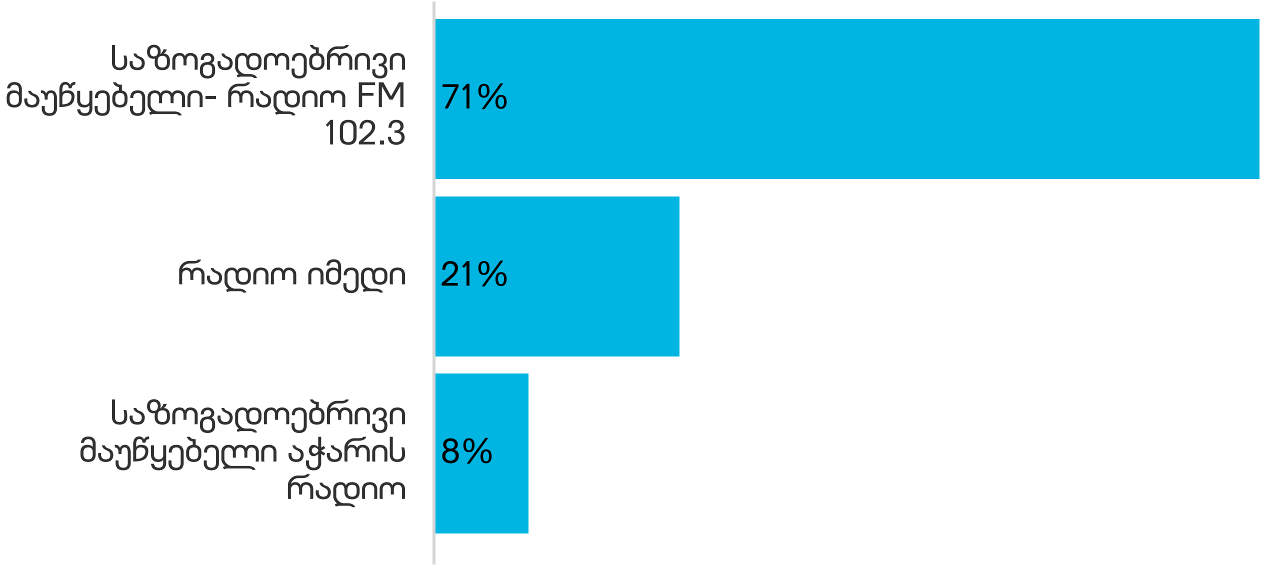
უფასო პოლიტიკური რეკლამა

ეროვნული სატელევიზიო მაუწყებლების პოტენციური შემოსავალი კი შემდეგნაირად ნაწილდება.



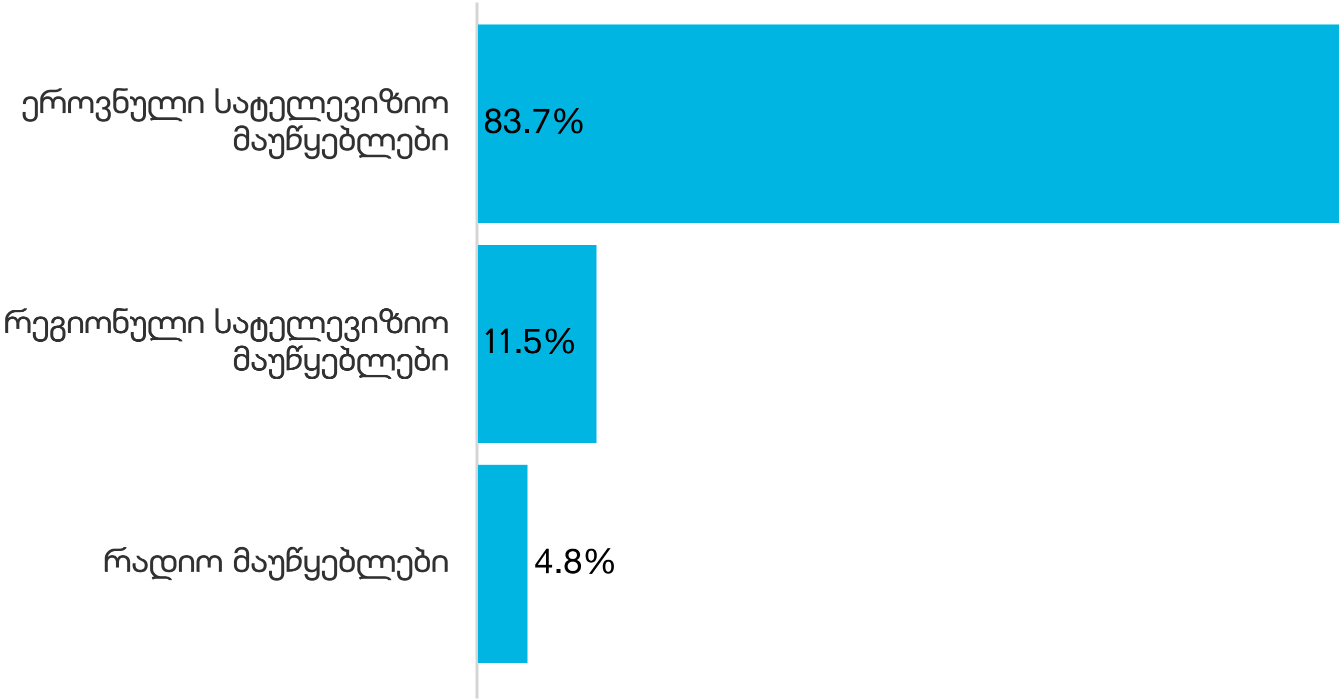
უფასო პოლიტიკური რეკლამა

უფასო პოლიტიკური რეკლამა სამ რადიო მაუწყებელზე განთავსდა. მათი პოტენციური შემოსავალი კი შემდეგნაირად ნაწილდება.



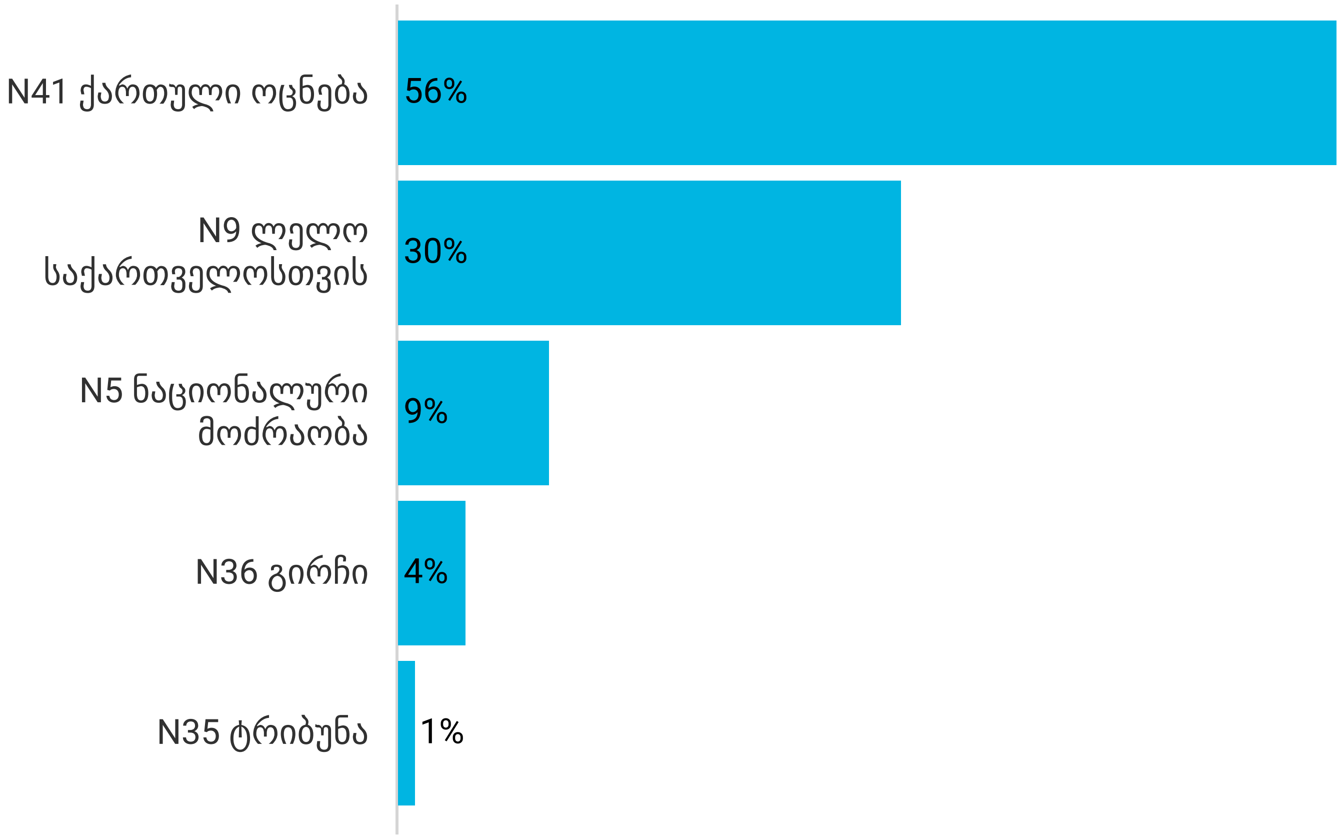
ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა

2021 წლის აგვისტო-ოქტომბრის თვეებში ფასიანი პოლიტიკური რეკლამის შემოსავალმა სულ 3 842 089 ლარი შეადგინა, რომელიც მაუწყებლების ტიპის მიხედვით შემდეგნაირად ნაწილდება.



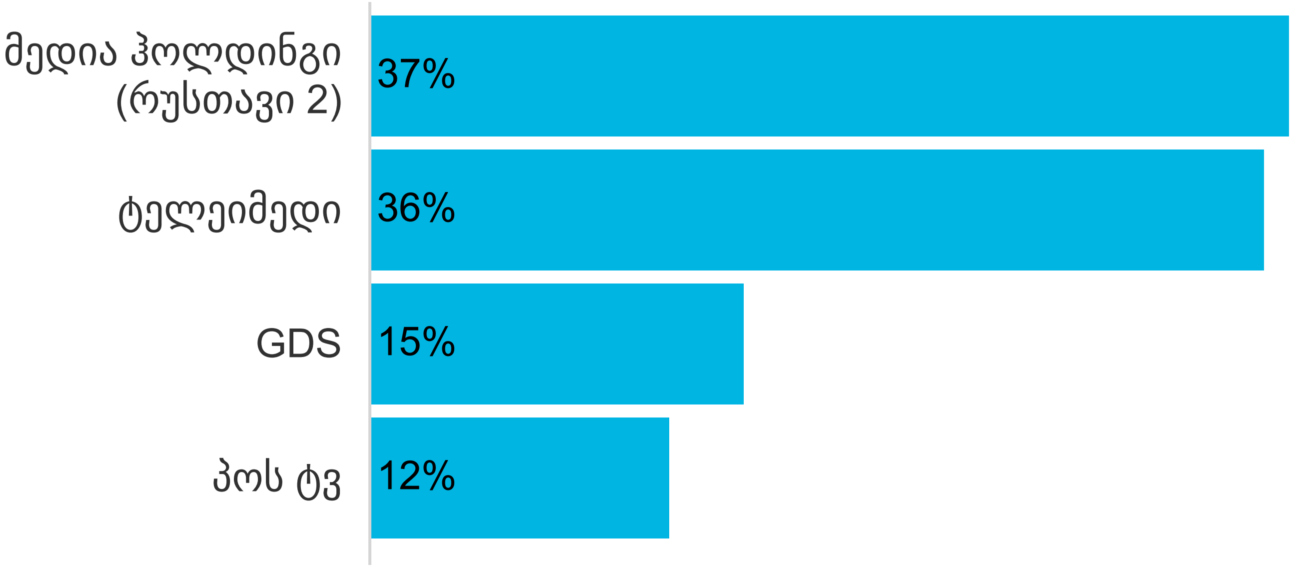
ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა

კომუნიკაციების კომისიაში, მაუწყებლების მიერ წარმოდგენილი ინფორმაციის თანახმად, 2021 წლის აგვისტო-ოქტომბრის თვეებში, ეროვნული მაუწყებლების სატელევიზიო არხებზე ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა სულ 5-მა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ დაუკვეთა, რომლებმაც ჯამში 3 214 681 ლარი დახარჯეს.



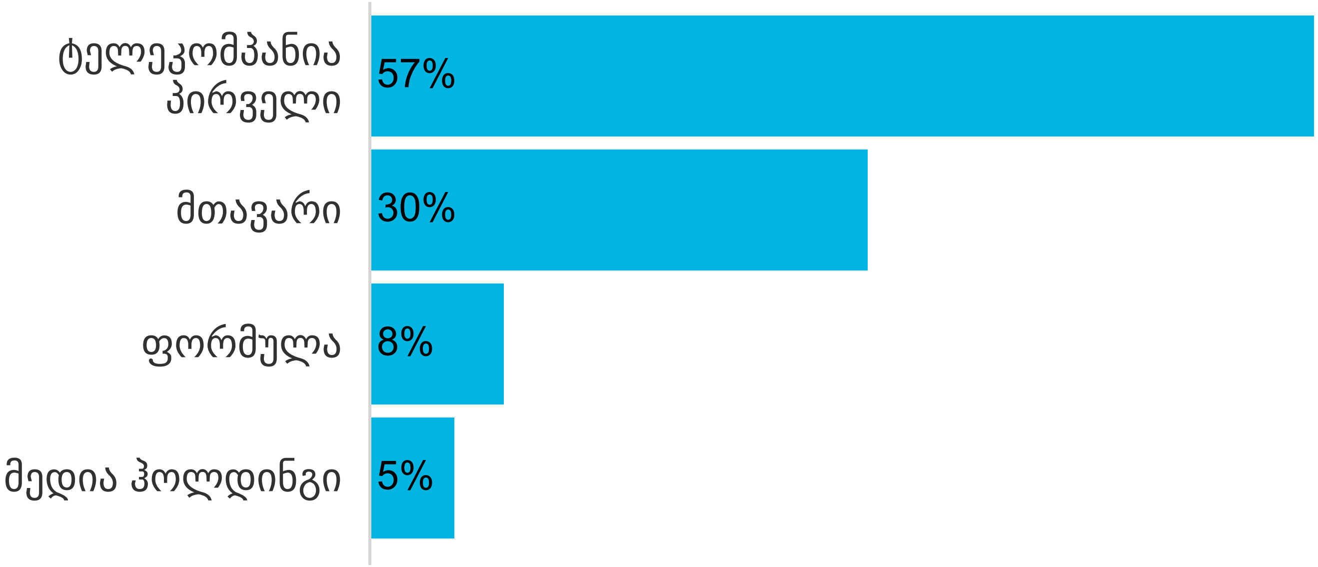
პოლიტიკური პარტიების თანხების გადანაწილება

„ქართულმა ოცნებამ - N 41“ - ფასიან პოლიტიკურ რეკლამებში, ეროვნულ სატელევიზიო მაუწყებლებზე, ჯამში 1 803 103 ₾ (მთლიანი თანხის 56%) დახარჯა და რეკლამა 4 სატელევიზიო არხზე განათავსა.



პოლიტიკური პარტიების თანხების გადანაწილება

„ლელომ საქართველოსთვის - N9“ - ფასიან პოლიტიკურ რეკლამებში, ეროვნულ სატელევიზიო მაუწყებლებზე, ჯამში 953 925 ₾ (მთლიანი თანხის 30%) დახარჯა და რეკლამა 4 სატელევიზიო არხზე განათავსა.

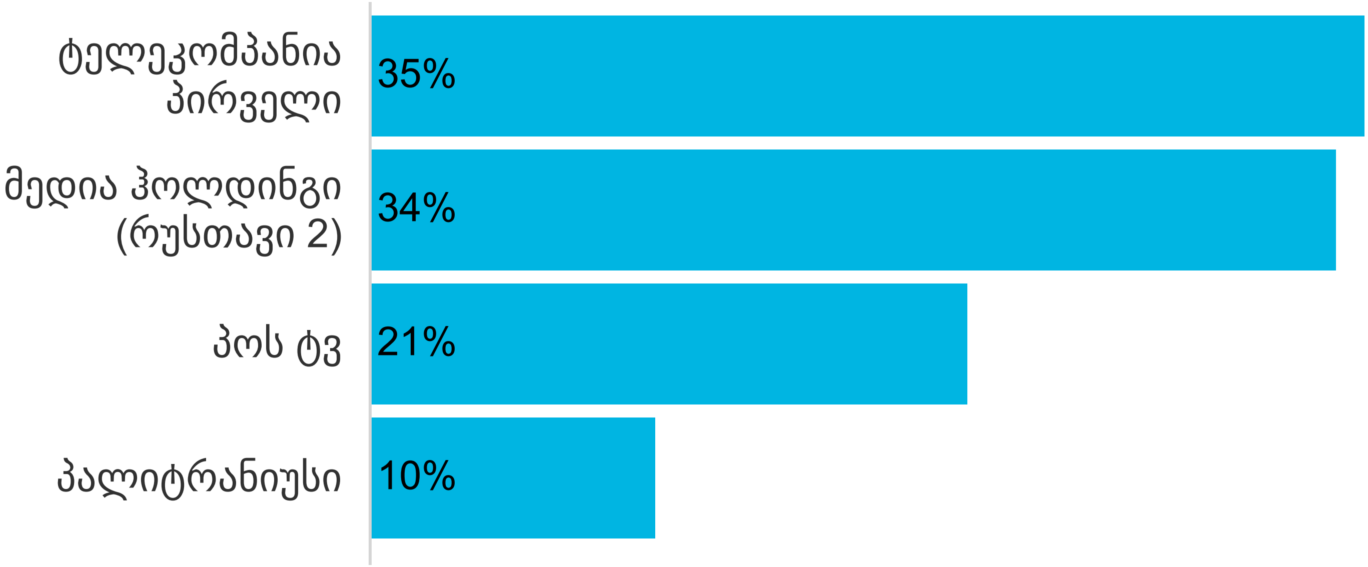


პოლიტიკური პარტიების თანხების გადანაწილება

„ნაციონალურმა მოძრაობამ - N5“ - ფასიან პოლიტიკურ რეკლამებში, ეროვნულ სატელევიზიო მაუწყებლებზე, ჯამში 291 230 ₾ (მთლიანი თანხის 9%) დახარჯა და რეკლამა 2 სატელევიზიო არხზე განათავსა.

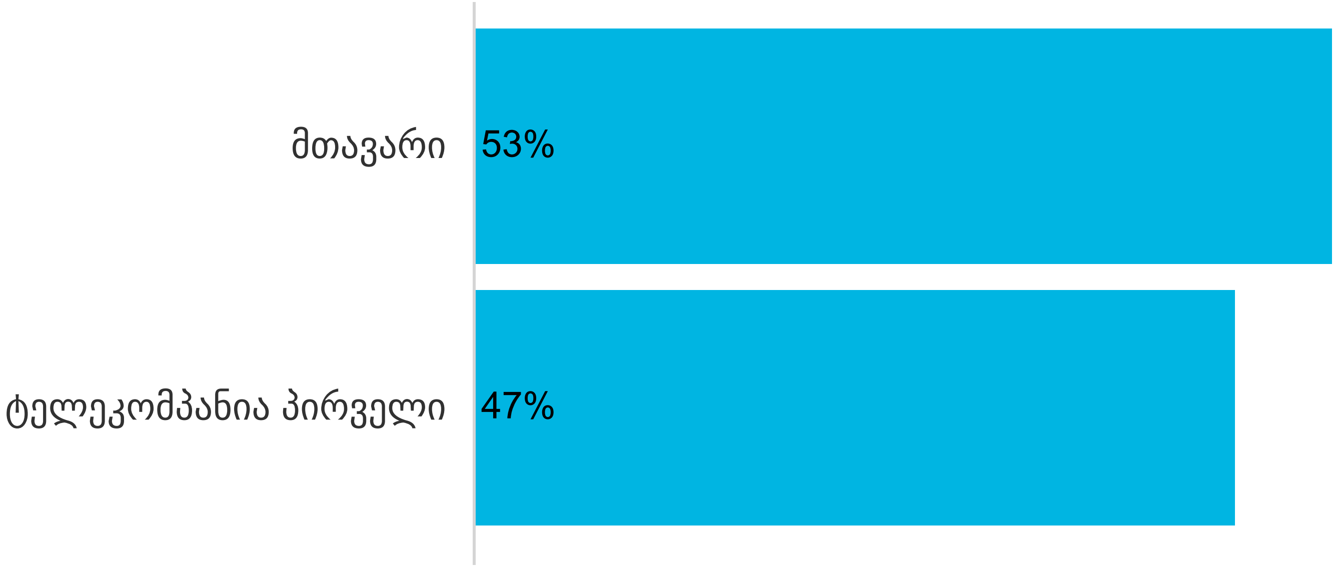
პოლიტიკური პარტიების თანხების გადანაწილება

„გირჩმა - N 36“ - ფასიან პოლიტიკურ რეკლამებში, ეროვნულ სატელევიზიო მაუწყებლებზე, ჯამში 144 298 ₾ (მთლიანი თანხის 4%) დახარჯა და რეკლამა 4 სატელევიზიო არხზე განათავსა.



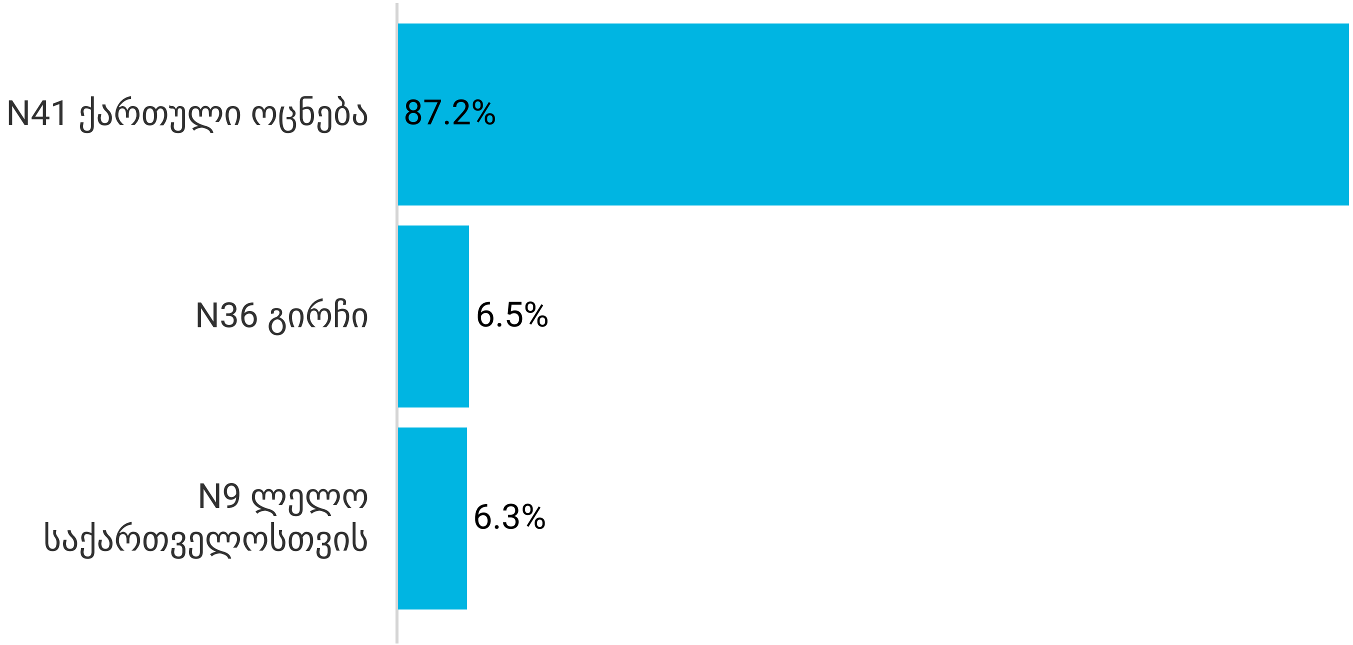
პოლიტიკური პარტიების თანხების გადანაწილება

„N35 ტრიბუნამ“ - ფასიან პოლიტიკურ რეკლამებში, ეროვნულ სატელევიზიო მაუწყებლებზე, ჯამში 22 125 ₾ (მთლიანი თანხის 1%) დახარჯა და რეკლამა 2 სატელევიზიო არხზე განათავსა.



სამაუწყებლო კომპანიების შემოსავლები

ეროვნული მაუწყებლების სატელევიზიო არხების ჭრილში ყველაზე დიდი შემოსავალი „**მედია ჰოლდინგმა (რუსთავი 2)**“ მიიღო, ჯამში 769 461 ₾ მიიღო (სრული თანხის 24%), არხს რეკლამა 3-მა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ დაუკვეთა.

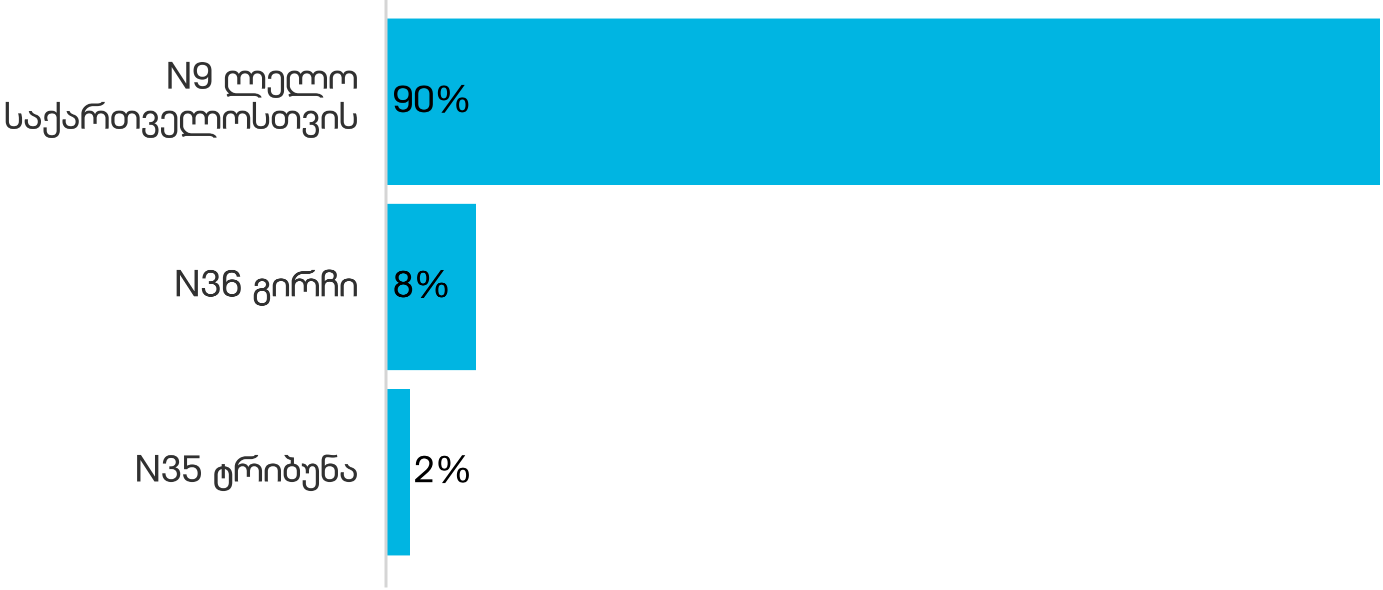


სამაუწყებლო კომპანიების შემოსავლები

ტელეიმედის შემოსავალი 640 132 ლარია (სრული თანხის 20%) , არხს რეკლამა 1-მა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ დაუკვეთა.

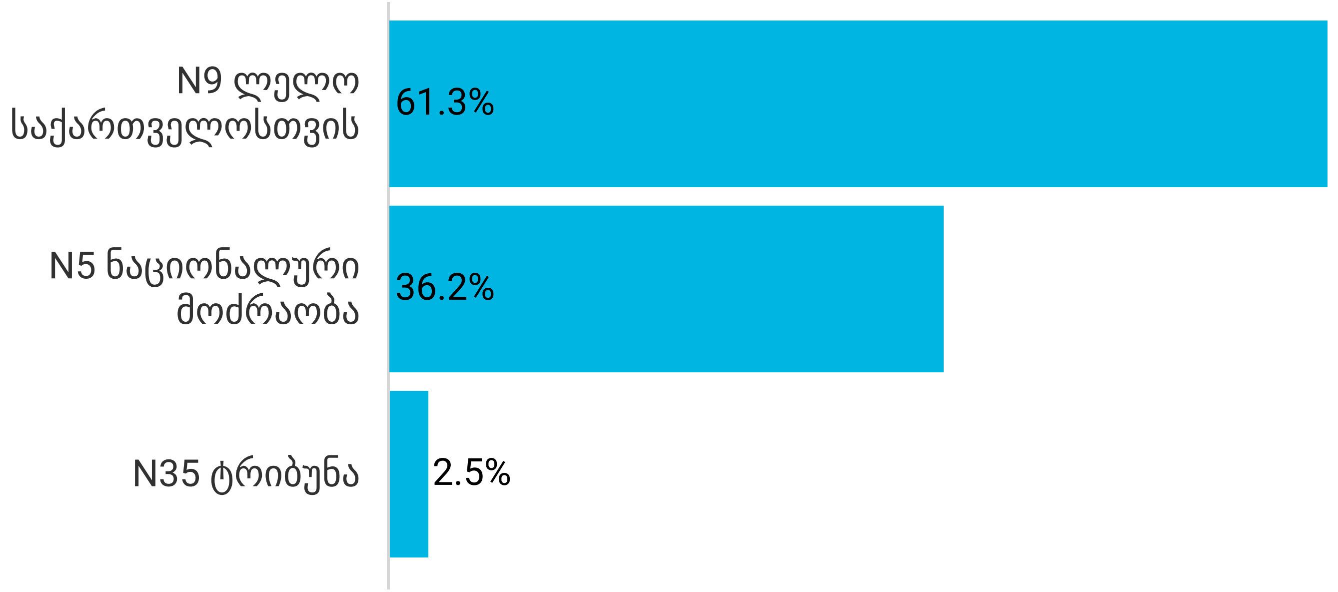
სამაუწყებლო კომპანიების შემოსავლები

ტელეკომპანია პირველის შემოსავალი 606 773 ლარია (სრული თანხის 19%) , არხს რეკლამა 3-მა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ დაუკვეთა.



სამაუწყებლო კომპანიების შემოსავლები

მთავარი არხის შემოსავალი 467 364 ლარია (სრული თანხის 15%) , არხს რეკლამა 3-მა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ დაუკვეთა.

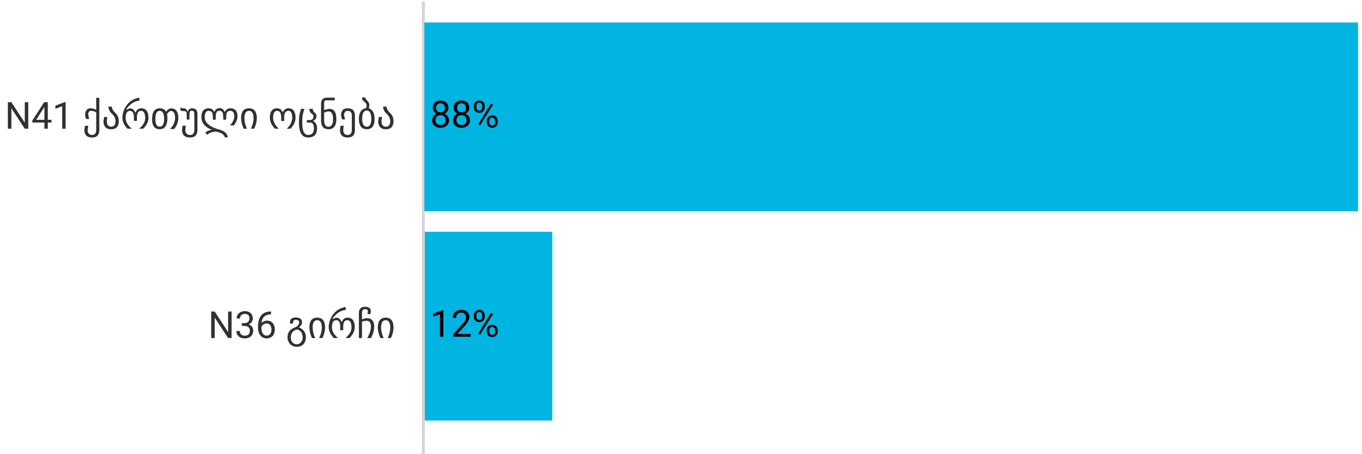


სამაუწყებლო კომპანიების შემოსავლები

GDS-ის შემოსავალი 276 648 ლარია (სრული თანხის 9%) , არხს რეკლამა მხოლოდ "**ქართულმა ოცნებამ**" დაუკვეთა.

სამაუწყებლო კომპანიების შემოსავლები

პოს ტვ-ის შემოსავალი 245 333 ლარია (სრული თანხის 8%) , არხს რეკლამა 2-მა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ დაუკვეთა.



სამაუწყებლო კომპანიების შემოსავლები

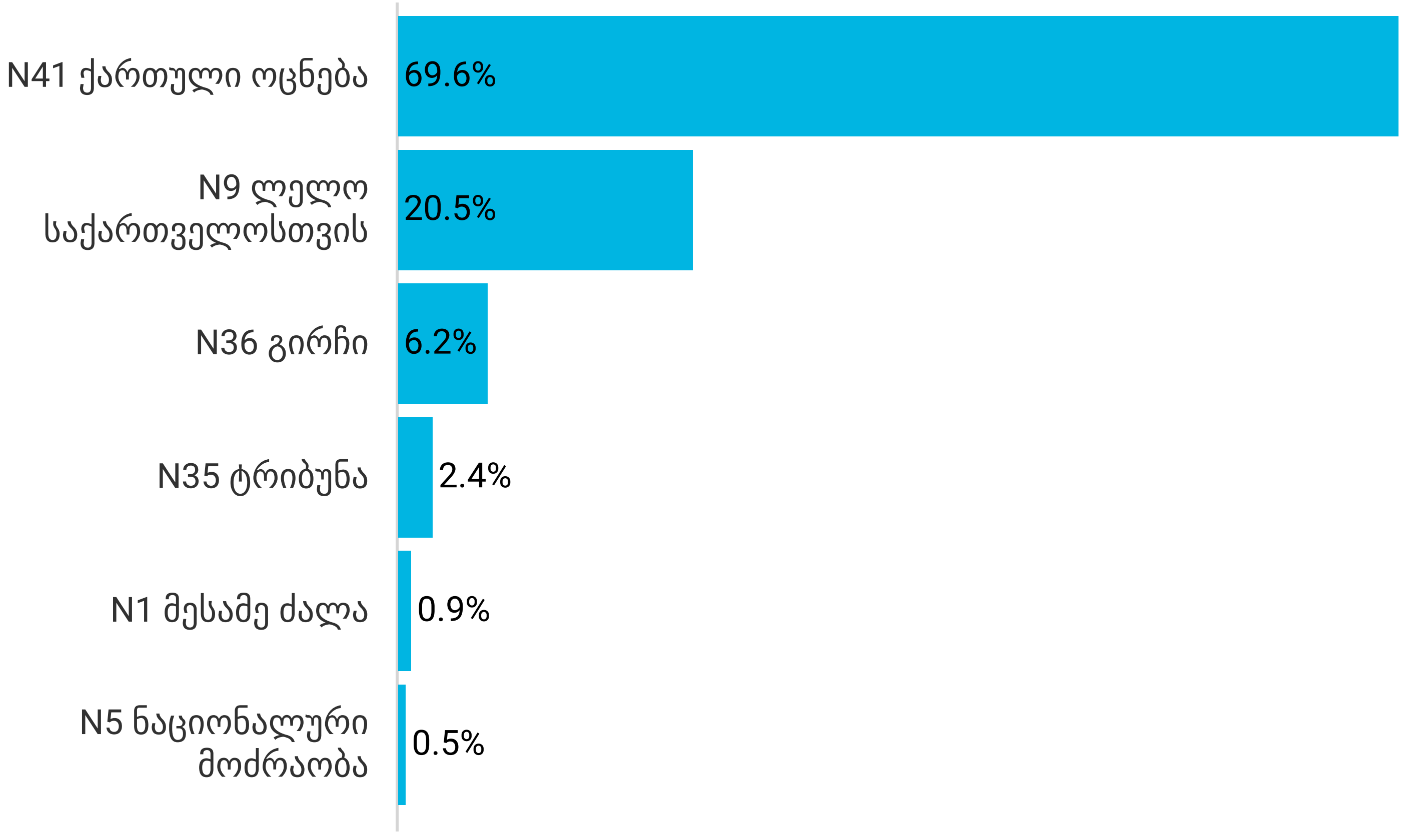
ფორმულას შემოსავალი 194 477 ლარია (სრული თანხის 6%), არხს რეკლამა 2-მა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ დაუკვეთა.

სამაუწყებლო კომპანიების შემოსავლები

პალიტრანიუსის შემოსავალი 14 492 ლარია (სრული თანხის 0.5%) , არხს რეკლამა მხოლოდ **"გირჩმა"** დაუკვეთა..

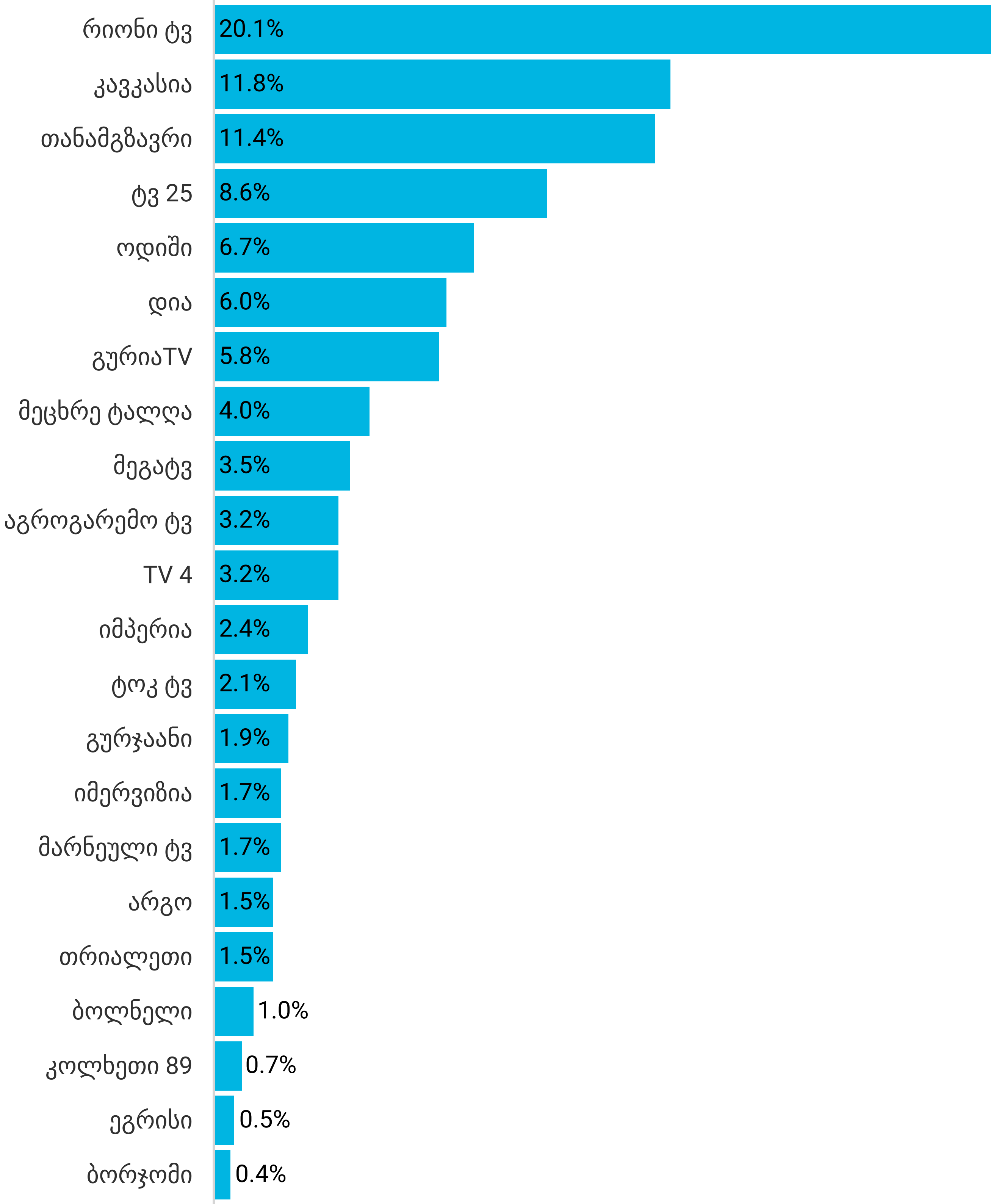
ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა

კომუნიკაციების კომისიაში, მაუწყებლების მიერ წარმოდგენილი ინფორმაციის თანახმად, 2021 წლის აგვისტო-ოქტომბრის თვეებში, რეგიონული მაუწყებლების სატელევიზიო არხებზე ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა სულ 6-მა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ დაუკვეთა, რომლებმა   ჯამში 442 661 ლარი დახარჯეს.



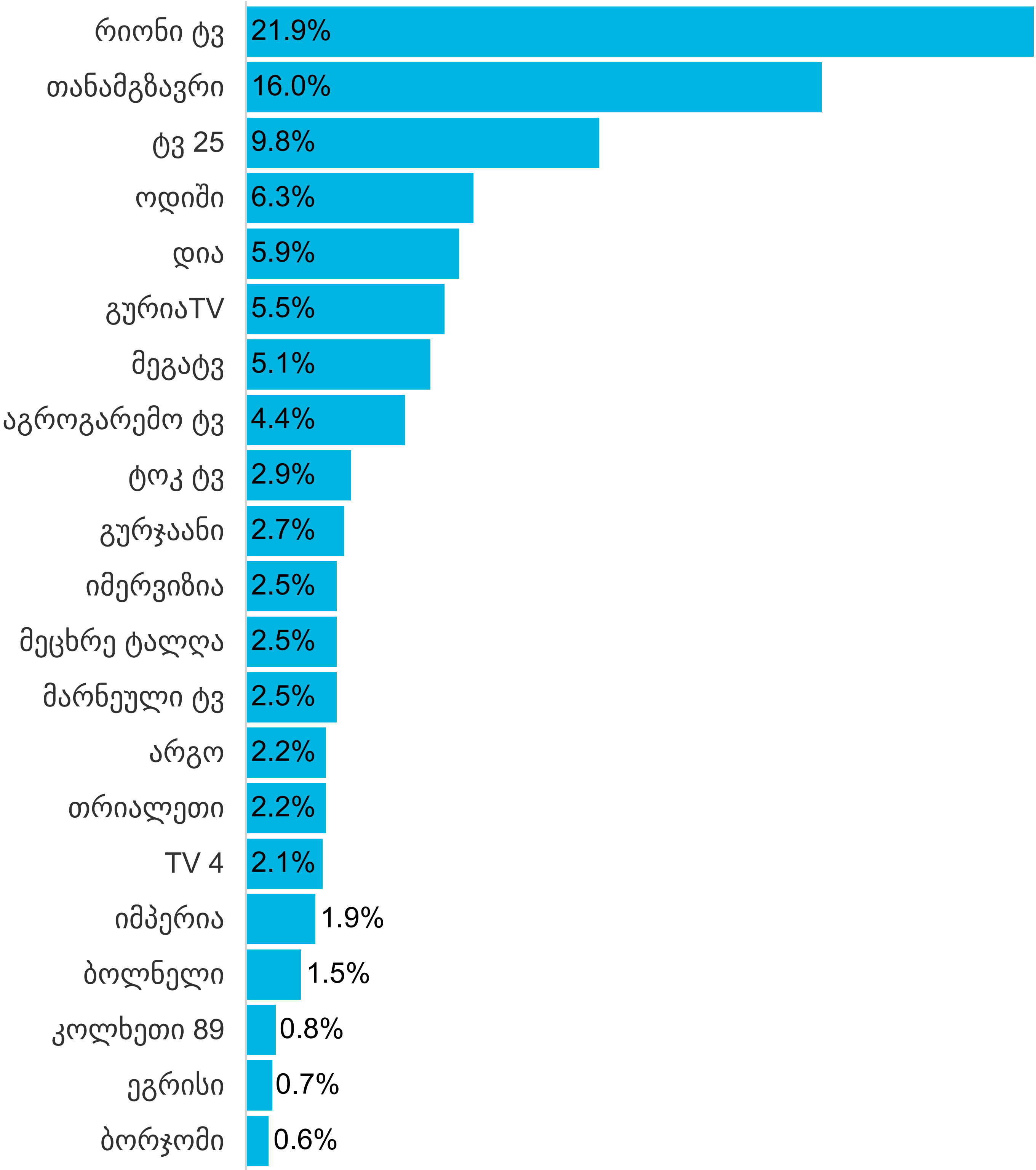
ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა

იმ რეგიონული სატელევიზიო მაუწყებლების რაოდენობა კი, რომლებმაც 442 661 ლარი მიიღეს, 22 მაუწყებელს შადგენს. შემოსავლის გადანაწილება კი შემდეგ ნაირად გამოიყურება.



პოლიტიკური პარტიების თანხების გადანაწილება

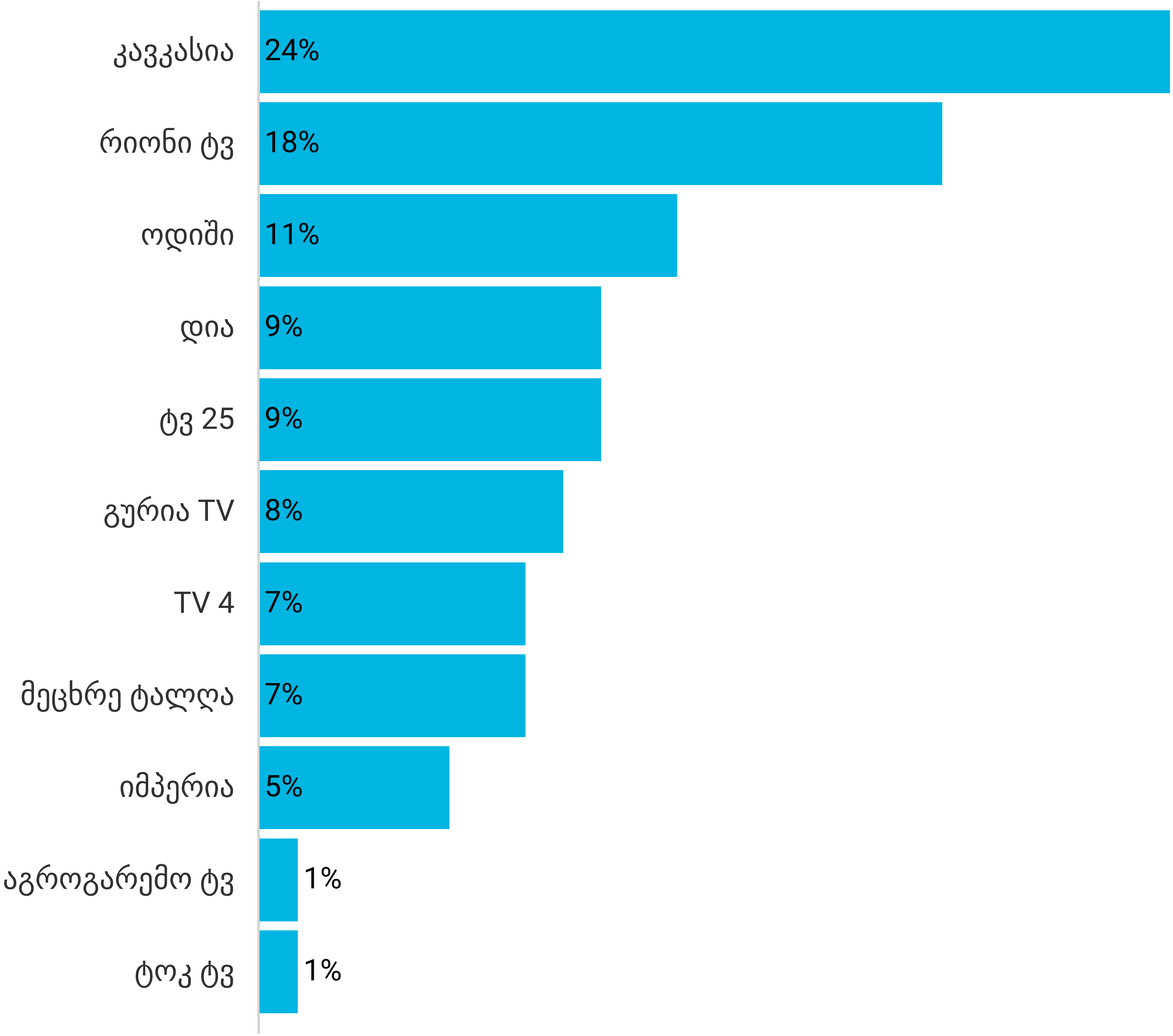
პოლიტიკურმა გაერთიანება "**ქართულმა ოცნებამ - N41**", ფასიან პოლიტიკურ რეკლამებში, რეგიონულ სატელევიზიო მაუწყებლებზე ჯამში 307 960 ₾ (მთლიანი თანხის 69.6%) დახარჯა და რეკლამა 21 სატელევიზიო არხზე განათავსა.



კომუნიკაციების კომისია

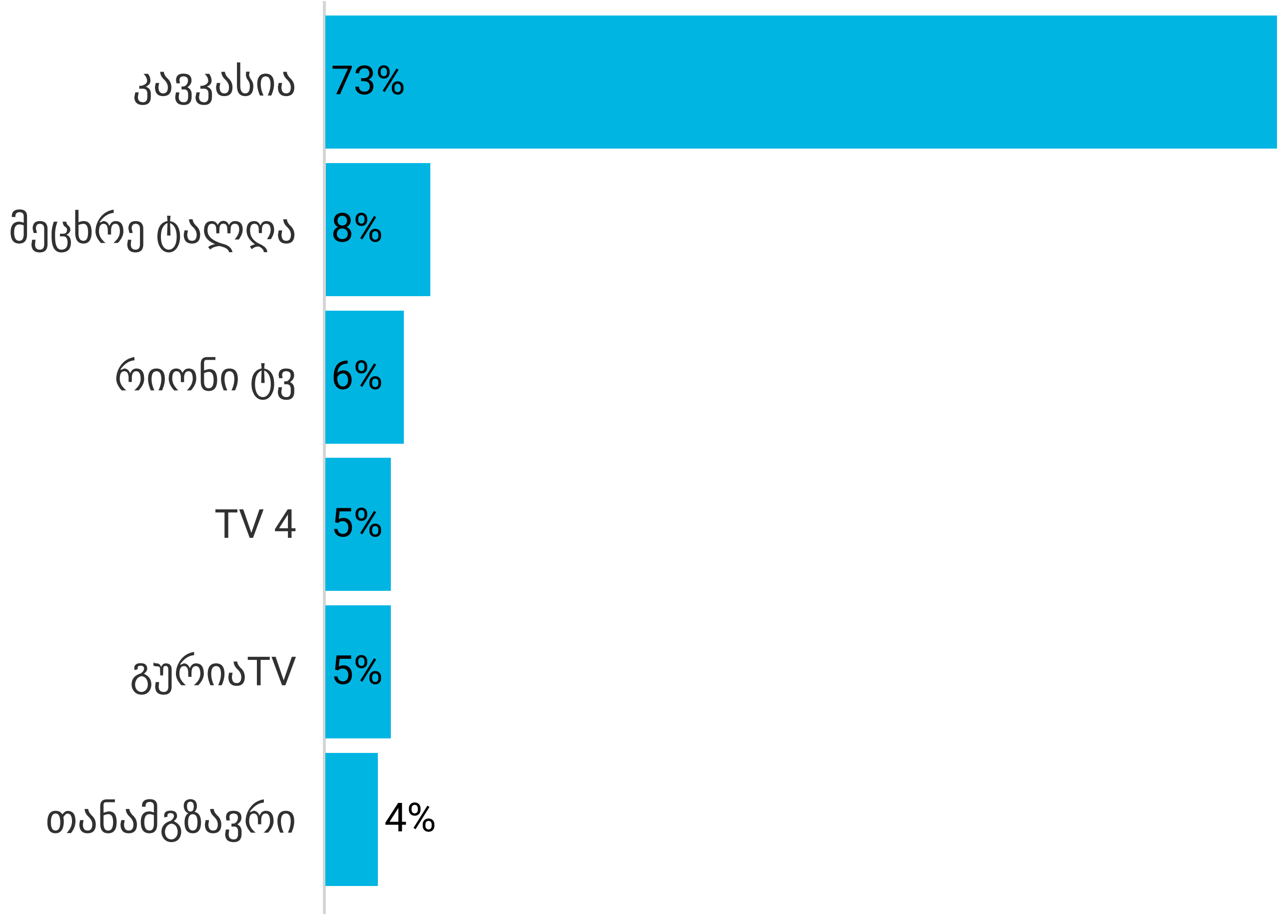
პოლიტიკური პარტიების თანხების გადანაწილება

პოლიტიკურმა გაერთიანება "**N9 ლელო საქართველოსთვის**", ფასიან პოლიტიკურ რეკლამებში, რეგიონულ სატელევიზიო მაუწყებლებზე. ჯამში 90 727 ₾ (მთლიანი თანხის 20.5%) დახარჯა და რეკლამა 11 სატელევიზიო არხზე განათავსა.



პოლიტიკური პარტიების თანხების გადანაწილება

პოლიტიკურმა გაერთიანება "**გირჩმა - N36**", ფასიან პოლიტიკურ რეკლამებში, რეგიონულ სატელევიზიო მაუწყებლებზე. ჯამში 27 230 ₾ (მთლიანი თანხის 6.2%) დახარჯა და რეკლამა 6 სატელევიზიო არხზე განათავსა.



პოლიტიკური პარტიების თანხების გადანაწილება

პოლიტიკურმა გაერთიანება "**ტრიბუნამ - N35**", ფასიან პოლიტიკურ რეკლამებში, რეგიონულ სატელევიზიო მაუწყებლებზე. ჯამში 10 435 ₾ (მთლიანი თანხის 2.4 %) დახარჯა და რეკლამა მხოლოდ კავკასიაზე განათავსა.

პოლიტიკური პარტიების თანხების გადანაწილება

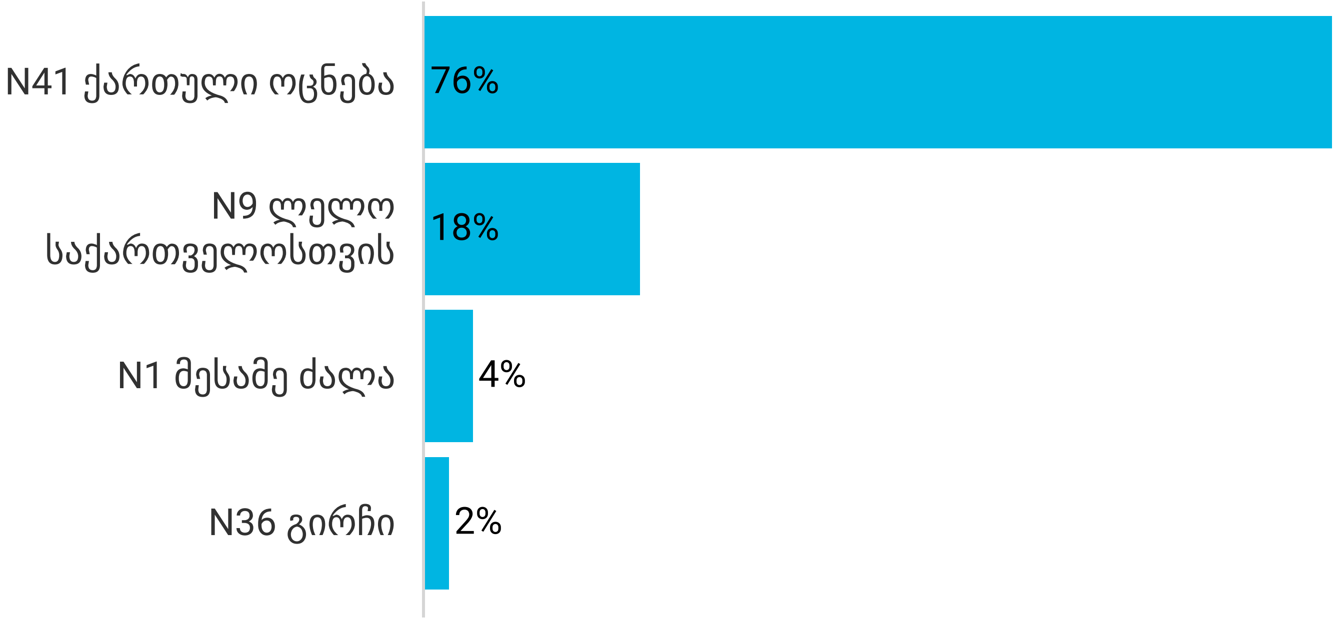
პოლიტიკურმა გაერთიანება "**მესამე ძალა, სტრატეგია აღმაშენებელმა - N1**", ფასიან პოლიტიკურ რეკლამებში, რეგიონულ სატელევიზიო მაუწყებლებზე. ჯამში 4 000 ₾ (მთლიანი თანხის 0.9%) დახარჯა და რეკლამა მხოლოდ ტელეკომპანია რიონზე განათავსა.

პოლიტიკური პარტიების თანხების გადანაწილება

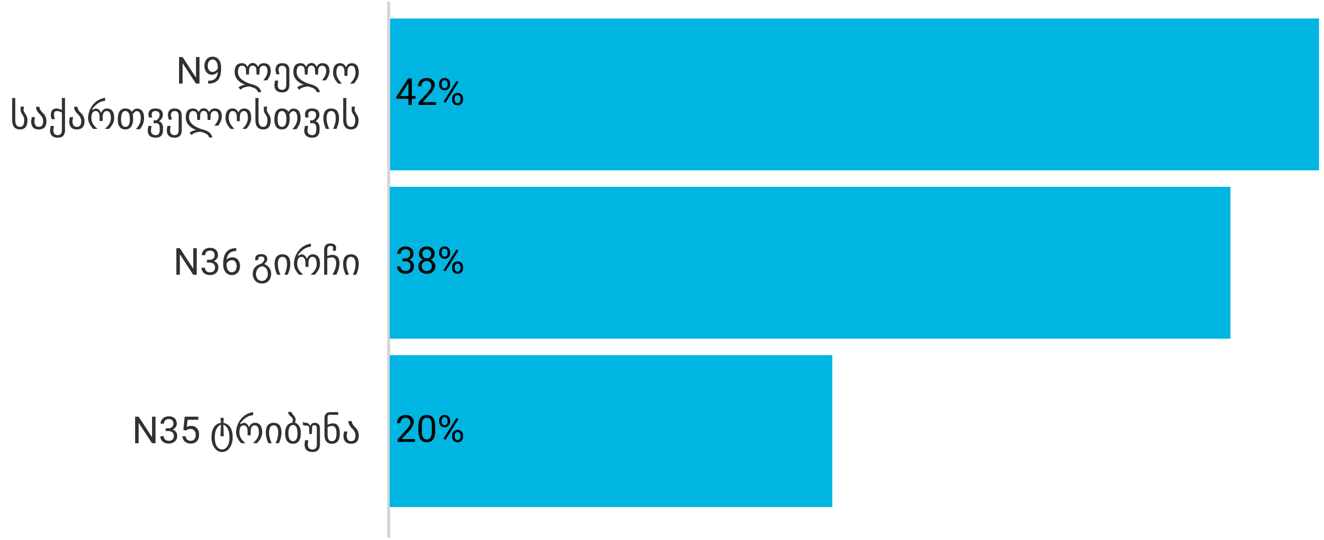
პოლიტიკურმა გაერთიანება "**ერთიანმა ნაციონალურმა მოძრაობამ - N5**", ფასიან პოლიტიკურ რეკლამებში, რეგიონულ სატელევიზიო მაუწყებლებზე. ჯამში 2 310 ₾ (მთლიანი თანხის 0.5%) დახარჯა და რეკლამა 2 არხზე განათავსა.

რეგიონული სატელევიზიო მაუწყებლების შემოსავლები

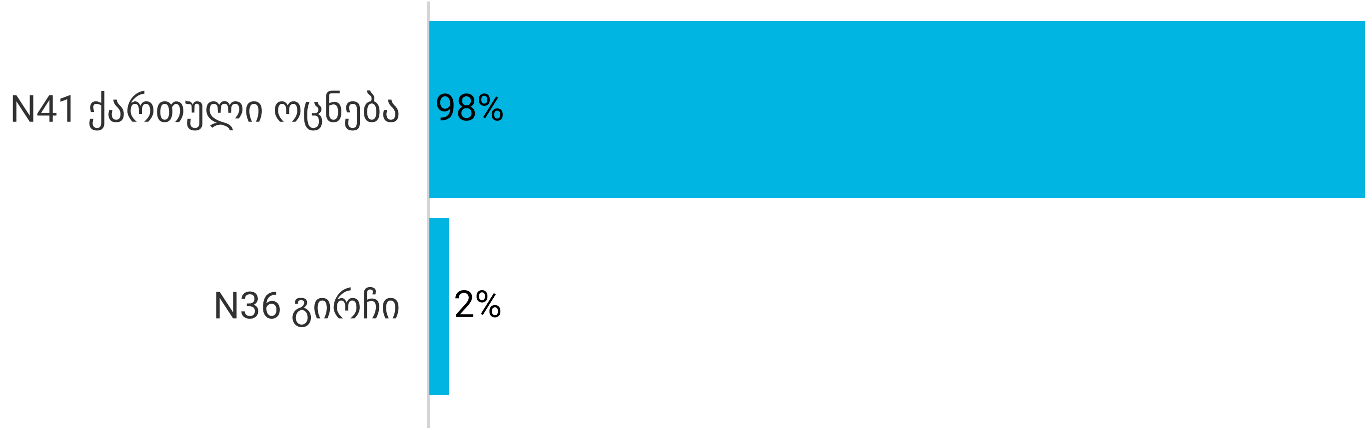
რეგიონულ მაუწყებლებში ყველაზე მაღალი შემოსავალი **რიონმა** მიიღო, რომლმაც 89 198 ლარი (სრული თანხის 20.1%) შეადგინა , არხს რეკლამა 4-მა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ დაუკვეთა.



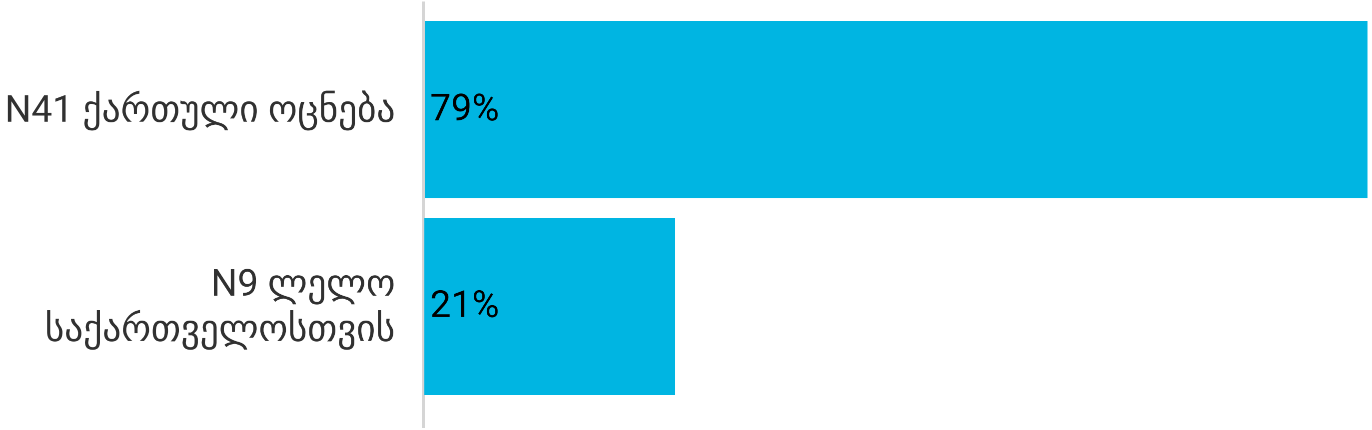
კავკასიის შემოსავალი 52 458 ლარია (სრული თანხის 11.8 %) , არხს რეკლამა 3-მა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ დაუკვეთა.



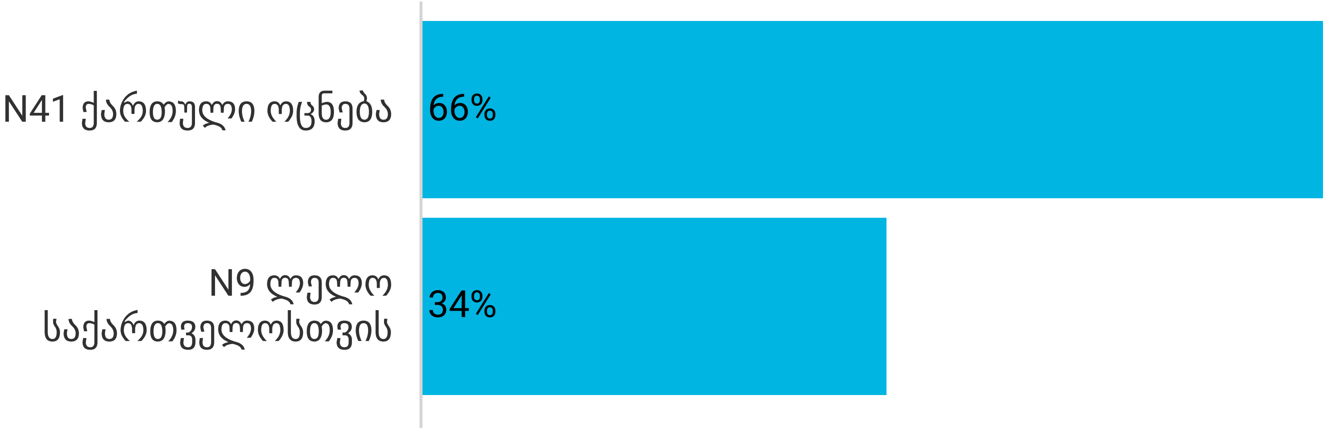
თანამგზავრის შემოსავალი 50 444 ლარია (სრული თანხის 11.4 %) არხს რეკლამა 2-მა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ დაუკვეთა.



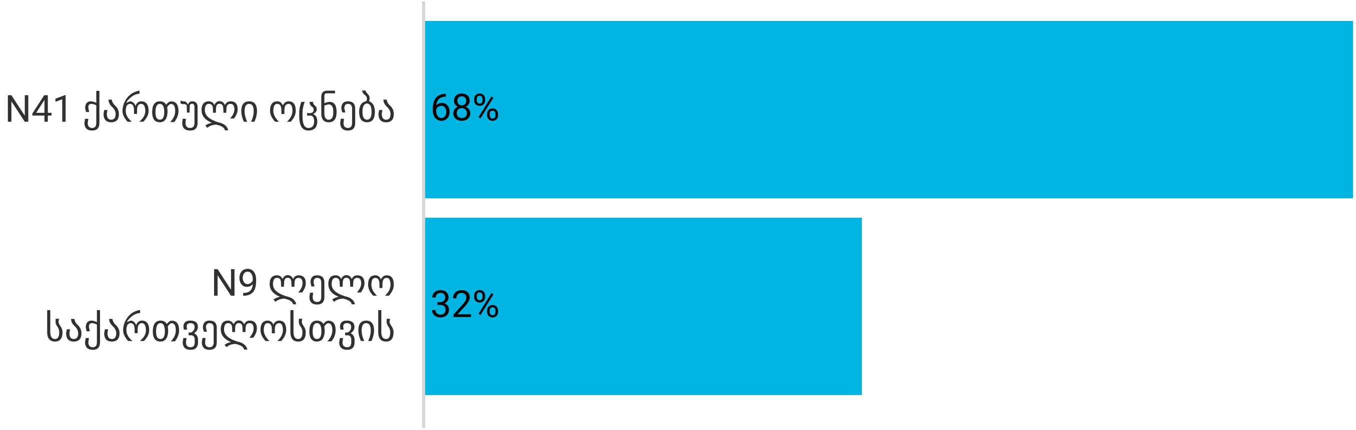
ტვ 25-ის შემოსავალი 38 265 ლარია (სრული თანხის 8.6%) , არხს რეკლამა 2-მა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ დაუკვეთა.



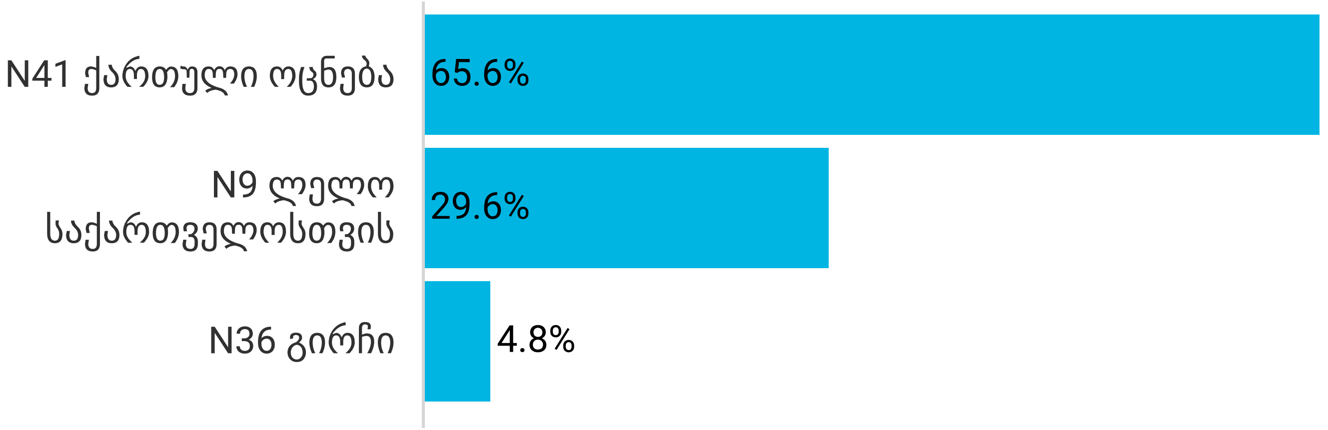
ოდიშის შემოსავალი 29 733 ლარია (სრული თანხის 6.7%) , არხს რეკლამა 2-მა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ დაუკვეთა.



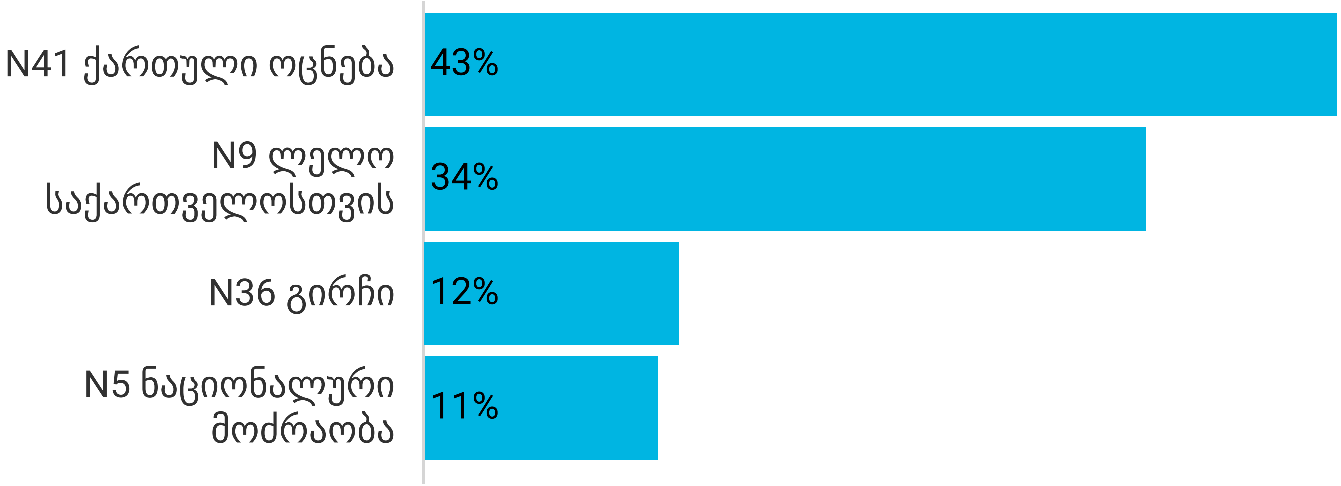
დიას შემოსავალი 26 583 ლარია (სრული თანხის 6.0%) , არხს რეკლამა 2-მა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ დაუკვეთა.



გურია TV შემოსავალი 25 615 ლარია (სრული თანხის 5.8%) , არხს რეკლამა 3-მა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ დაუკვეთა.

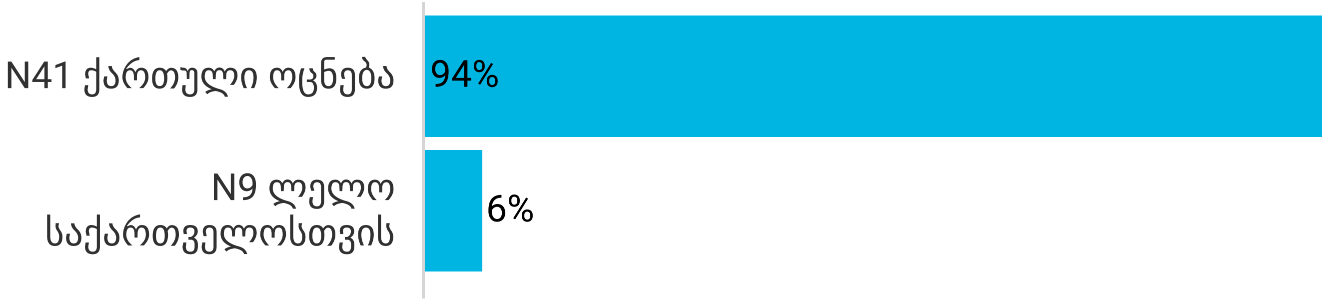


მეცხრე ტალღის შემოსავალი 17 825 ლარია (სრული თანხის 4.0%) , არხს რეკლამა 4-მა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ დაუკვეთა.

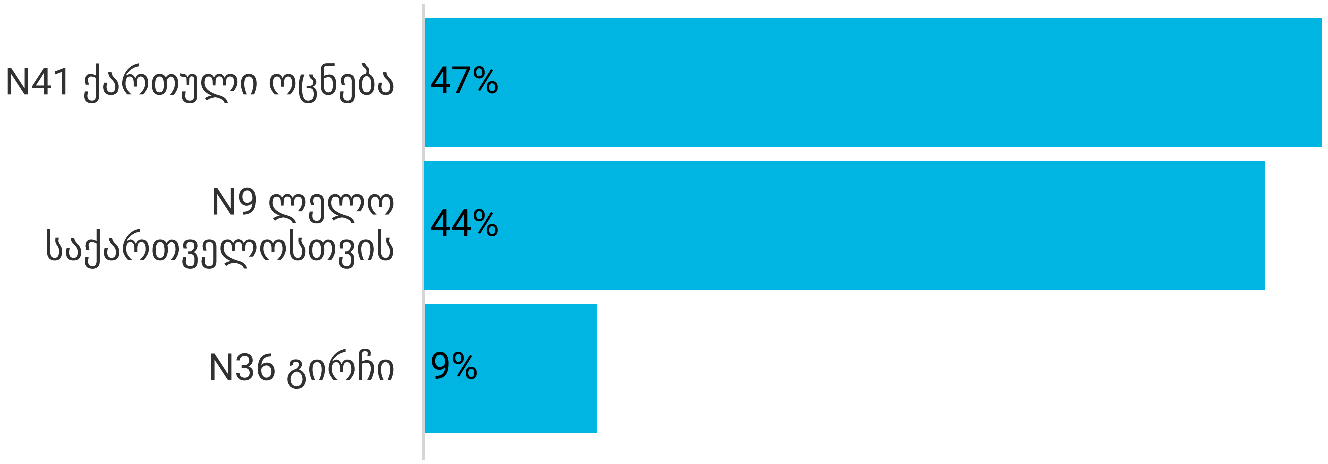


მეგა ტვ-ის შემოსავალი 15 560 ლარია (სრული თანხის 3.5%) , არხს რეკლამა მხოლოდ ქართულმა ოცნებამ დაუკვეთა

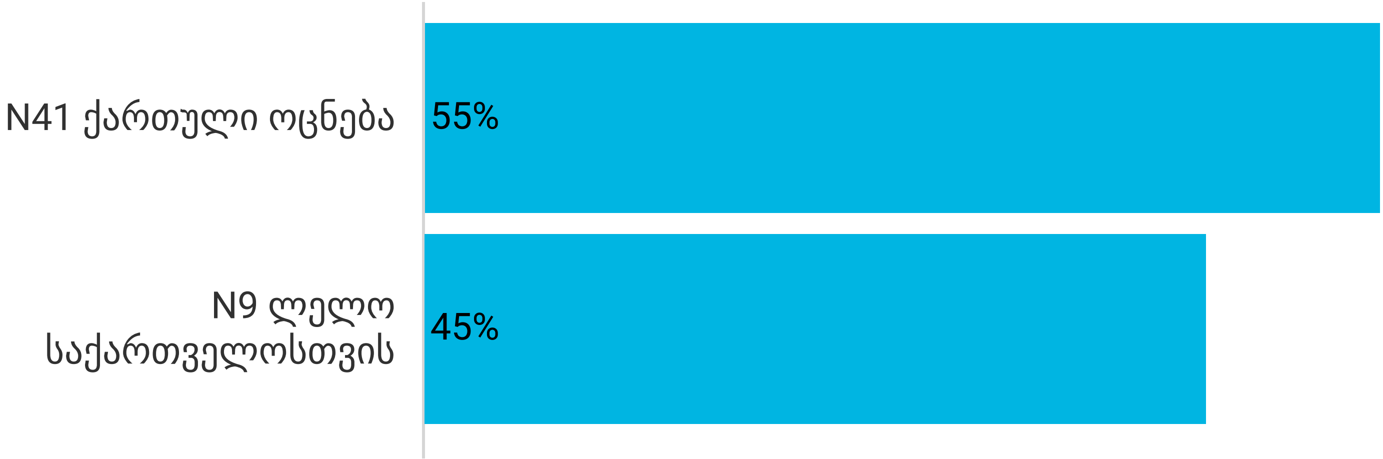
აგროგარემო ტვ-ის შემოსავალი 14 331 ლარია (სრული თანხის 3.2%) , არხს რეკლამა 2-მა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ დაუკვეთა.



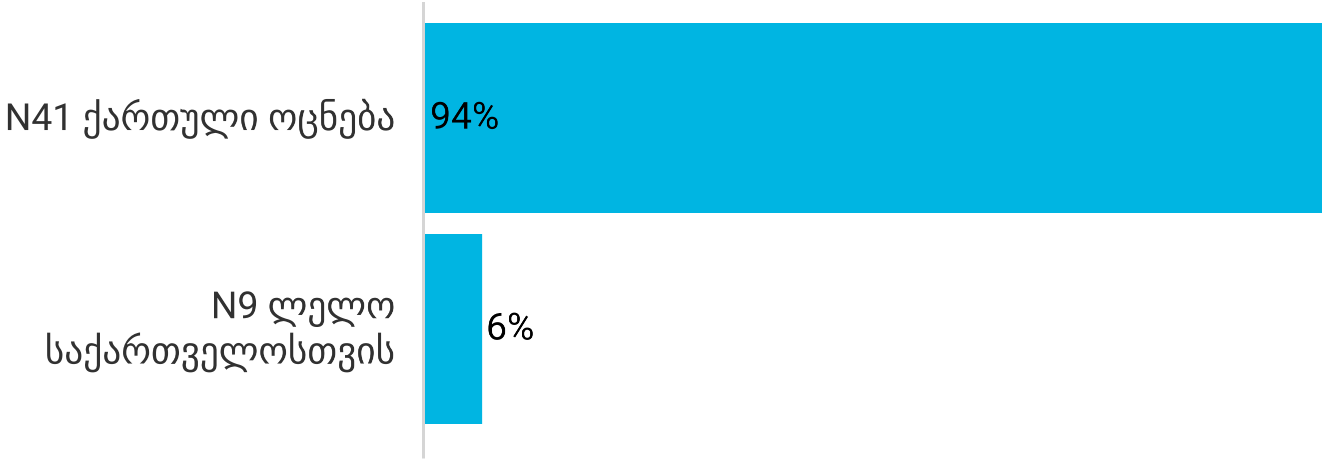
TV 4-ის შემოსავალი 13 958 ლარია (სრული თანხის 3.2%) , არხს რეკლამა 3-მა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ დაუკვეთა.



იმპერიას (TV 9) შემოსავალი 10 480 ლარია (სრული თანხის 2.4%) , არხს რეკლამა 2-მა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ დაუკვეთა.



ტოკ ტვ-ის შემოსავალი 9 348 ლარია (სრული თანხის 2.1%) , არხს რეკლამა 2-მა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ დაუკვეთა.



გურჯაანის შემოსავალი 8 400 ლარია (სრული თანხის 1.9%) , არხს რეკლამა მხოლოდ ქართულმა ო ნებამ დაუკვეთა.

იმერვიზიას შემოსავალი 7 680 ლარია (სრული თანხის 1.7%) , არხს რეკლამა მხოლოდ ქართულმა ოცნებამ დაუკვეთა.

მარნეულის ტელევიზია

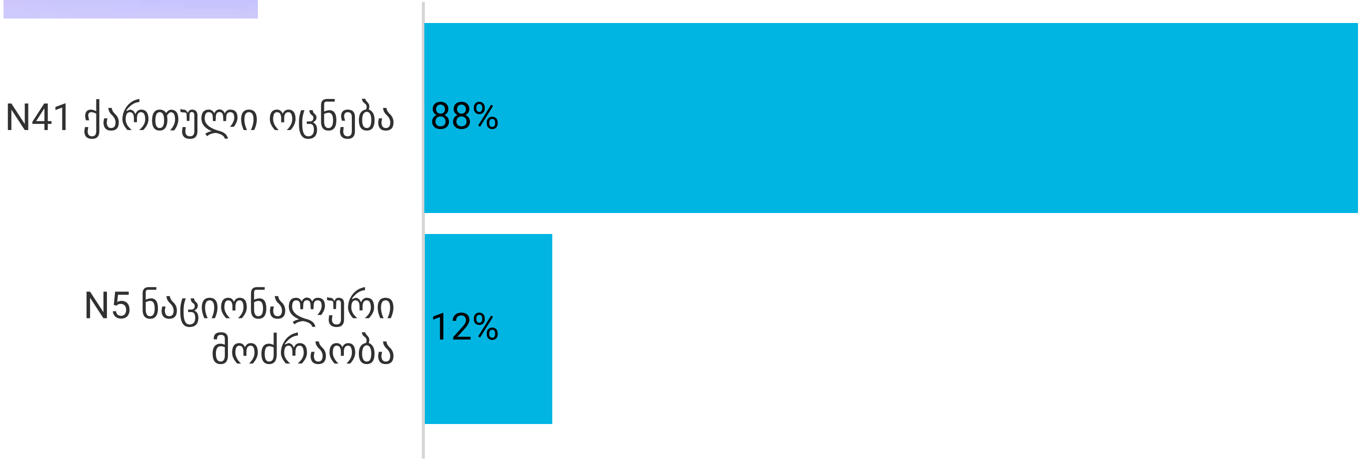
მარნეული TV -ის შემოსავალი 7 600 ლარია (სრული თანხის 1.7%) , არხს რეკლამა მხოლოდ ქართულმა ოცნებამ დაუკვეთა.

არგოს შემოსავალი 6 720 ლარია (სრული თანხის 1.5%) , არხს რეკლამა მხოლოდ ქართულმა ოცნებამ დაუკვეთა.

თრიალეთის შემოსავალი 6 720 ლარია (სრული თანხის 1.5%), არხს რეკლამა მხოლოდ ქართულმა ოცნებამ დაუკვეთა.

ბოლნელის შემოსავალი 4 600 ლარია (სრული თანხის 1.0%) , არხს რეკლამა მხოლოდ ქართულმა ოცნებამ დაუკვეთა.

კოლხეთი 89-ის შემოსავალი 2 950 ლარია (სრული თანხის 0.7%) , არხს რეკლამა 2-მა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ დაუკვეთა.

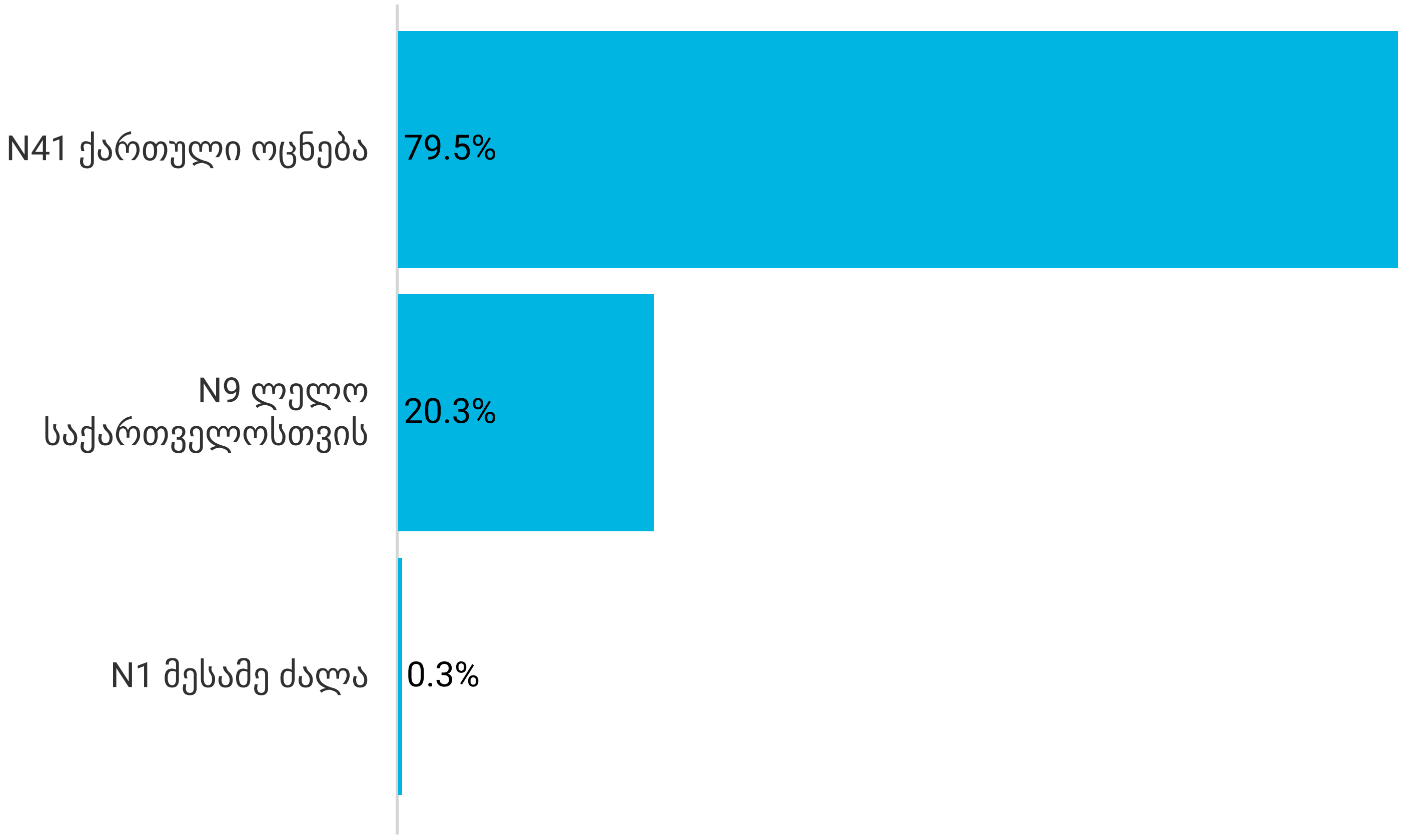


ეგრისის შემოსავალი 2 213 ლარია (სრული თანხის 0.5%) , არხს რეკლამა მხოლოდ ქართულმა ოცნებამ დაუკვეთა.

ტელეკომპანია ბორჯომის შემოსავალი 1 980 ლარია (სრული თანხის 0.4%) , არხს რეკლამა მხოლოდ ქართულმა ოცნებამ დაუკვეთა.

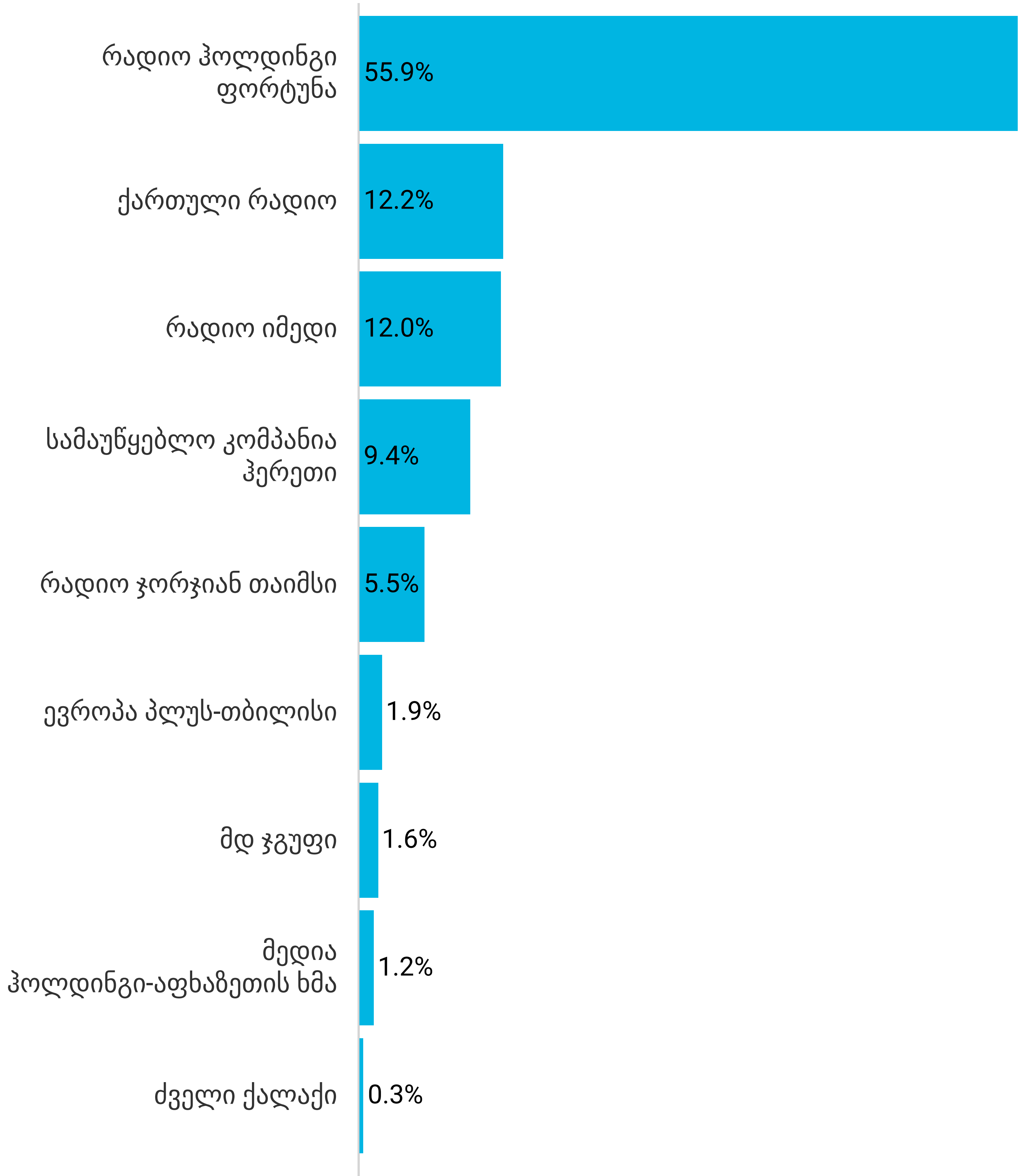
ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა

კომუნიკაციების კომისიაში, მაუწყებლების მიერ წარმოდგენილი ინფორმაციის თანახმად, 2021 წლის აგვისტო-ოქტომბრის თვეებში, რადიო მაუწყებლებზე ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა სულ 3-მა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ დაუკვეთა, რომლებმაც ჯამში 184 706 ლარი დახარჯეს.



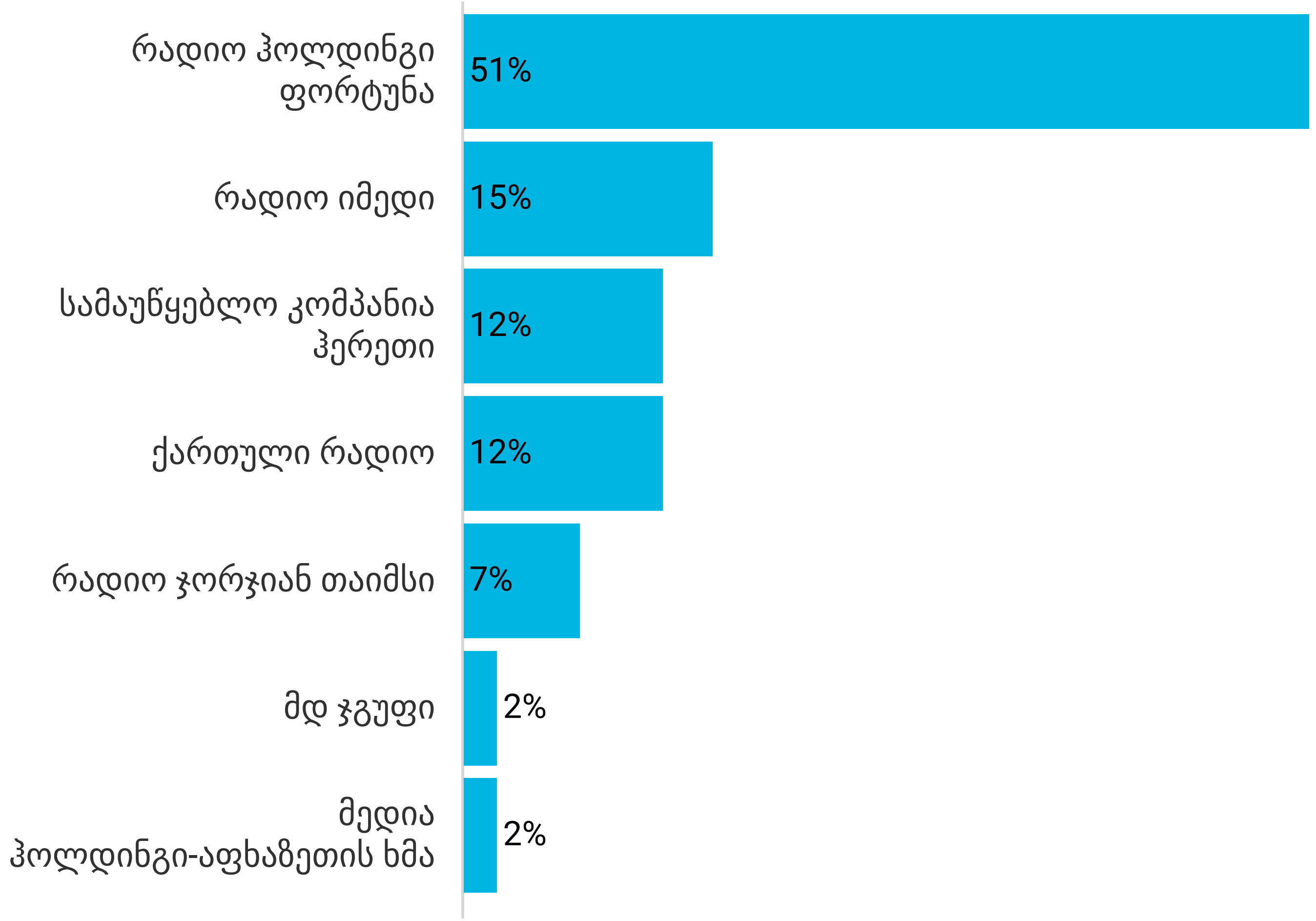
ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა

რადიო მაუწყებლების მიერ მიღებული 184 706 ლარი, 9 კომპანიაზე გადანაწილდა.



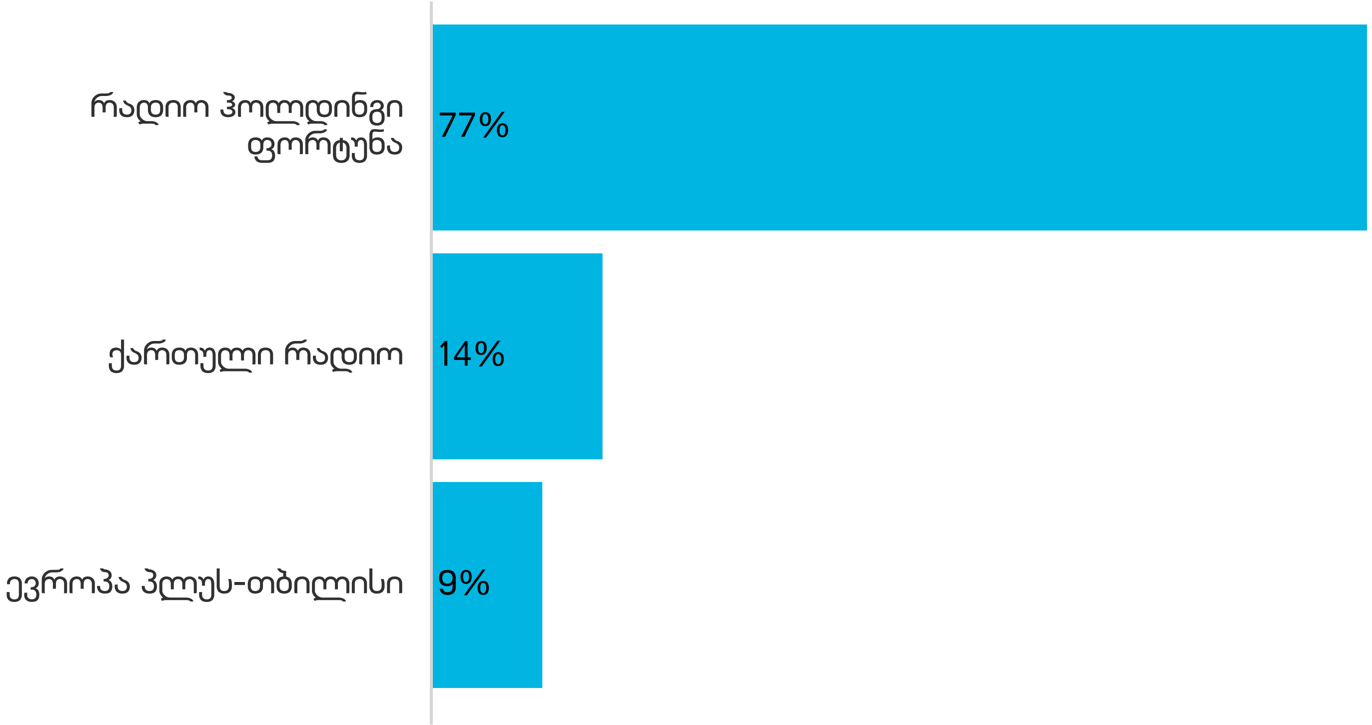
ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა

ქართულმა ოცნებამ, პარტიებიდან ყველაზე მეტი თანხა, 146 753 ლარი (სრული თანხის 79.5 %), დახარჯა რადიო მაუწყებზე რეკლამის განთავსებაში და ჯამში რეკლამა 7 რადიო მაუწყებელზე განათავსა.



ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა

ლელომ რადიო მაუწყებლებზე ფასიან პოლიტიკურ რეკლამაში 37 433 ლარი (სრული თანხის 20.3 %), დახარჯა და რეკლამა 3 რადიო მაუწყებელზე განათავსა.

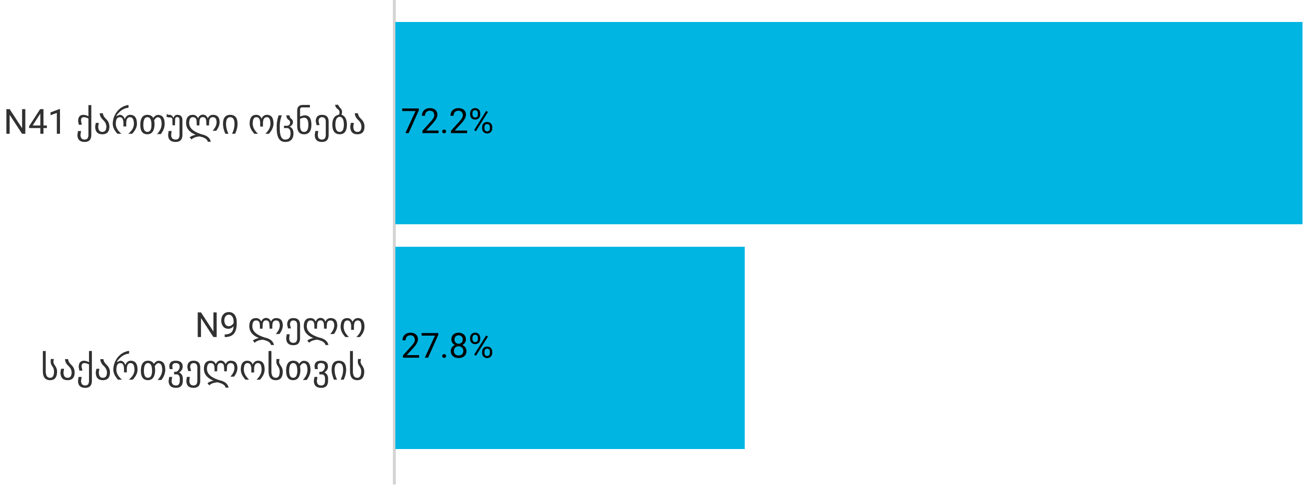


ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა

მესამე ძალა, სტრატეგია აღმაშენებელმა რადიო მაუწყებლებზე ფასიან პოლიტიკურ რეკლამაში 520 ლარი (სრული თანხის 0.3 %), დახარჯა და რეკლამა მხოლოდ ერთ მაუწყებელზე განათავსა.

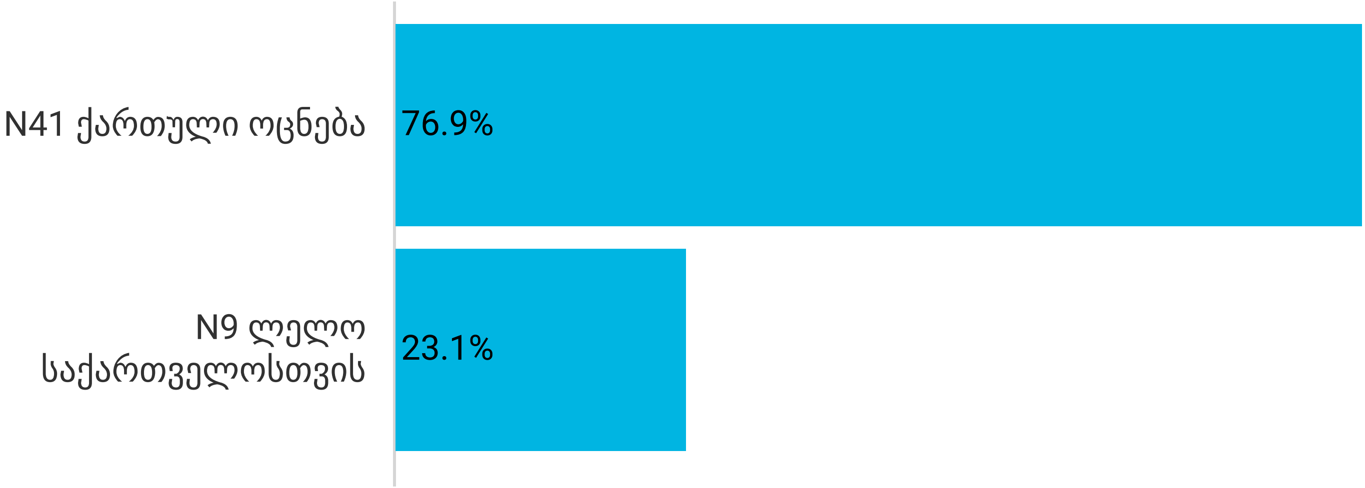
რადიო მაუწყებლების შემოსავალი

რადიო მაუწყებლებიდან, ფასიანი პოლიტიკური რეკლამების გაშუქებით ყველაზე დიდი შემოსავალი, 103 226 ლარი (სრული შემოსავლის 55.9%), **რადიო ჰოლდინგმა ფორტუნამ** მიიღო. მასზე ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა 2-მა პოლიტიკურმა პარტიამ განათავსა.



რადიო მაუწყებლების შემოსავალი

ქართულმა რადიომ - ფასიანი პოლიტიკური რეკლამებით 22 556 (სრული თანხის 12.2%) ლარი შემოსავალი მიიღო.
მასზე ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა 2-მა პოლიტიკურმა პარტიამ განათავსა.



რადიო მაუწყებლების შემოსავალი

რადიო იმედის შემოსავალმა 22 156 ლარი (სრული თანხის 12%) შეადგინა.
მასზე ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა მხოლოდ ერთმა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ განათავსა,

რადიო მაუწყებლების შემოსავალი

სამაუწყებლო კომპანია ჰერეთის შემოსავალმა 17 385 ლარი (სრული თანხის 9.4%) შეადგინა.
მასზე ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა მხოლოდ ერთმა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ განათავსა,

რადიო მაუწყებლების შემოსავალი

რადიო ჯორჯიან თაიმსის შემოსავალმა 10 209 ლარი (სრული თანხის 5.5%) შეადგინა.
მასზე ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა მხოლოდ ერთმა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ განათავსა,

რადიო მაუწყებლების შემოსავალი

ევროპა პლუს თბილისის შემოსავალმა 3 480 ლარი (სრული თანხის 1.9%) შეადგინა.
მასზე ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა მხოლოდ ერთმა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ განათავსა,

რადიო მაუწყებლების შემოსავალი

მდ ჯგუფის შემოსავალმა 2 888 ლარი (სრული თანხის 1.6%) შეადგინა.
მასზე ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა მხოლოდ ერთმა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ განათავსა,

რადიო მაუწყებლების შემოსავალი

მედია ჰოლდინგ, აფხაზეთის ხმის შემოსავალმა 2 287 ლარი (სრული თანხის 1.2%) შეადგინა.
მასზე ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა მხოლოდ ერთმა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ განათავსა,

რადიო მაუწყებლების შემოსავალი

რადიო ძველი ქალაქის შემოსავალმა 520 ლარი (სრული თანხის 0.3%) შეადგინა.
მასზე ფასიანი პოლიტიკური რეკლამა მხოლოდ ერთმა პოლიტიკურმა გაერთიანებამ განათავსა,

www.ComCom.ge

კომუნიკაციების
კომისია