

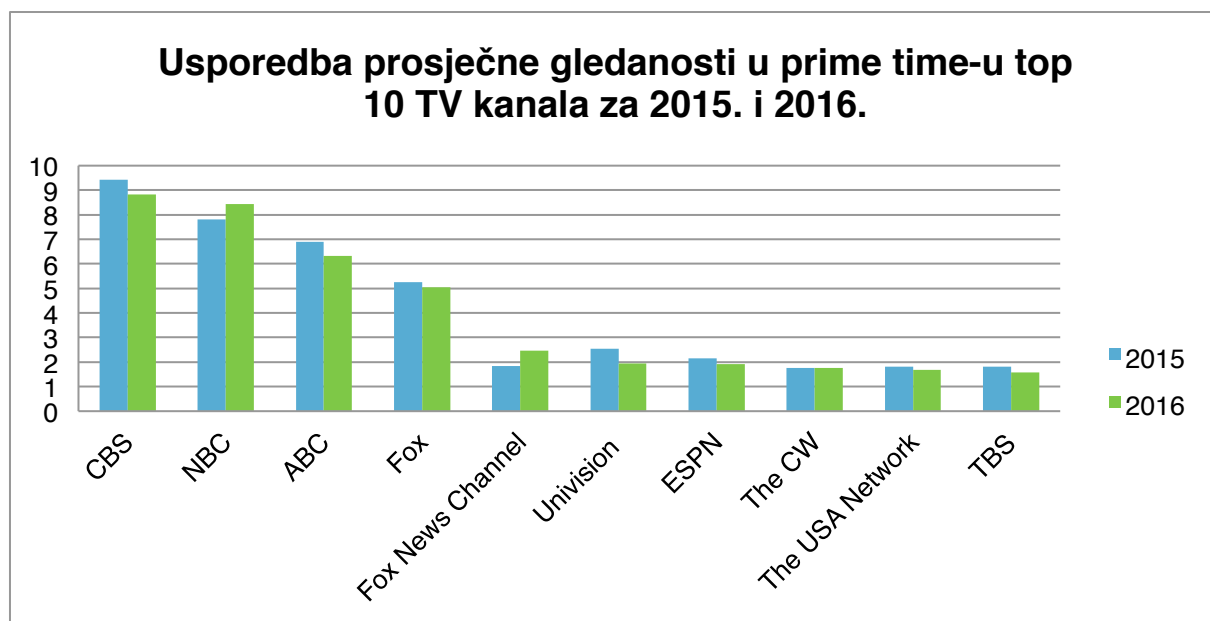
financijski **klub**
SIGURNA INVESTICIJA

**ANALIZA INDUSTRIJE TELEVIZIJSKOG PRIJENOSA U
SJEDINJENIM AMERIČKIM DRŽAVAMA**

Tin Barišin

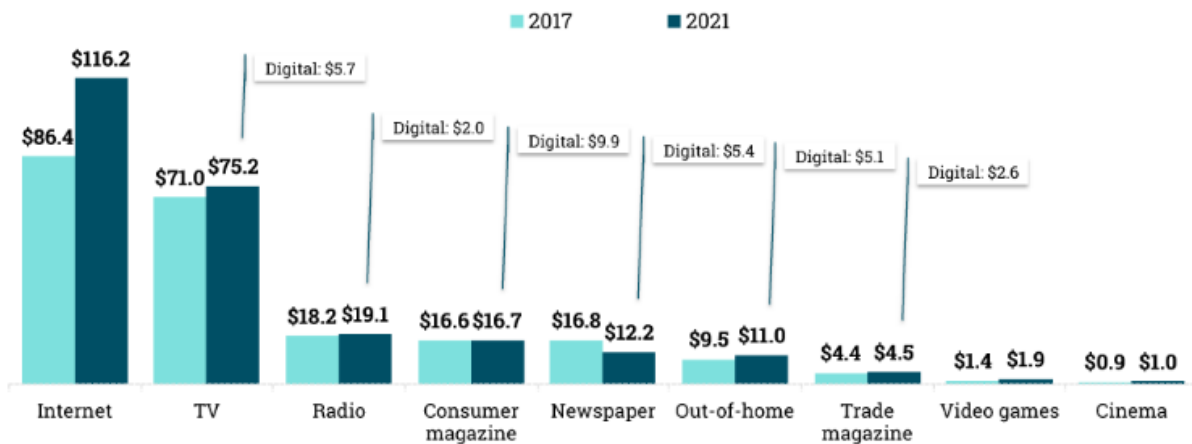
O INDUSTRIJI

Osnovna zadaća televizijskih postaja je emitiranje programa na televizijsku mrežu i proizvodnja sadržaja za svoje programe (vijesti, sportski prijenosi, reality show-ovi, serije itd.). U SAD-u postoji više od 50 TV postaja koje pokrivaju cijelu državu. Najpoznatiji članovi industrije su NBC, CBS, ABC, Fox i The CW. Svaka je postaja dostupna u preko 110 milijuna kućanstava u SAD-u. Najstariji članovi industrije su NBC, CBS i ABC poznatih pod nadimkom *Big Three* i po nekim mjerilima gledanosti su vodeći članovi industrije. TV postaje su većinom članovi veće korporacije koja se bavi i proizvodnjom sadržaja (filmovi, serije i slično) tj. integrirane su vertikalno. Primjerice, ABC je dio The Walt Disney Company-ja, a Fox dio Twenty-First Century Fox, Inc-a.



TV postaje su pod regulacijom Federal Communications Commission (FCC), ali se industrija smatra slabije reguliranom s obzirom na ostale starije industrije u SAD-u. Glavni izvori prihoda su **reklame, sponzorstva (za događaje, odjeću i slično), pretplate i prodaja sadržaja/formata drugim televizijskim kućama.**

US Advertising Media Market Sizes (\$B) 2017 v. 2021

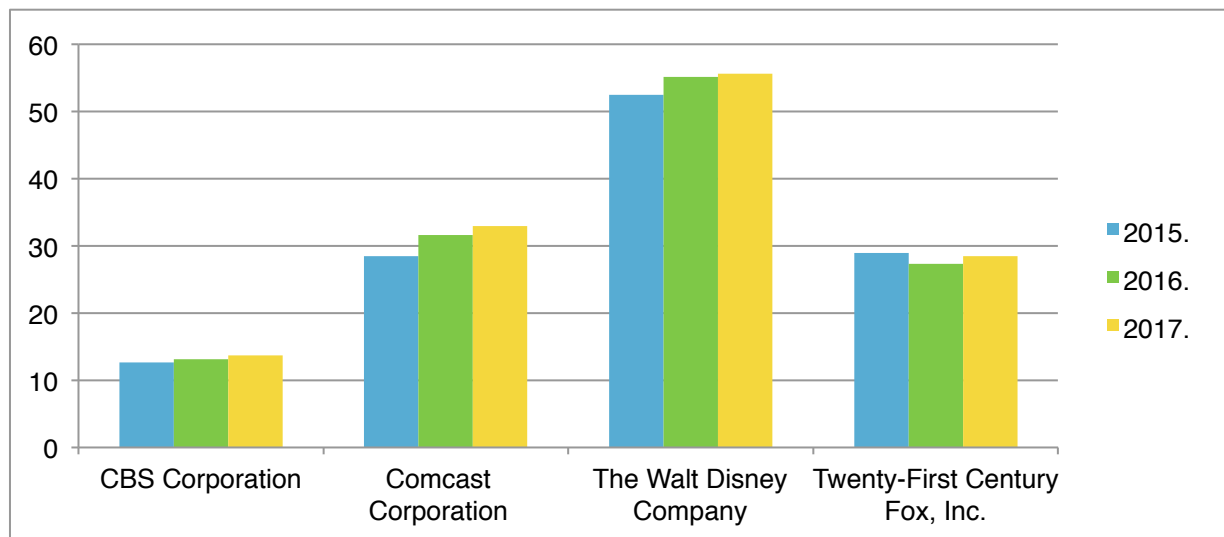


Published on MarketingCharts.com in July 2017 | Data Source: PwC

in US\$ billions

Traditional media figures include online equivalents (e.g. \$11.0B in OOH advertising includes \$5.1B in digital OOH)

U budućnosti se očekuje snažan rast internet oglašavanja. TV oglašavanje će nešto slabije rasti (oko 3% do 2022.), a zbog jake konkurencije i potrebe za konstantnim ulaganjem u proizvodnju sadržaja vjerojatno neće značajnije odraziti u profitima TV postaja. Prihodi od reklama znaju biti ciklični unutar godine (primjerice Super Bowl i dodjela Oscara donose veće prihode) i na godišnjoj bazi (primjerice godine Olimpijskih igara su gledanije).



S obzirom da su vodeće TV postaje dio većih i složenijih korporacija, teško je locirati i analizirati prihode vezane samo uz njihov osnovni biznis. Ipak, vidimo da prihodi korporacijama rastu dosta sporo što je karakteristika starih i konsolidiranih industrija.

KLASIFIKACIJA INDUSTRIJE

Industrija se najčešće dijeli u sljedeće 4 kategorije:

- **Komercijalne TV postaje** (na engleskom jeziku, namijenjeno općenitoj populaciji; primjerice CBS)
- **TV postaje na španjolskom jeziku** (namijenjeno latino i hispano populaciji, primjerice Telemundo i Univision)
- **Edukacijske i nekomercijalne TV postaje** (primjerice PBS)
- **Religijske TV postaje** (primjerice Daystar)

KRETANJE NA BURZI

U tablici su prikazane promjene cijena dionica korporaciji čiji su dio četiri glavne TV postaje u zadnjih godinu dana (period 13.3.2017.-13.3.2018.):

CBS Corporation	-22.9%
Comcast Corporation, vlasnik NBC-a	-2.01%
The Walt Disney Company, vlasnik ABC-a	-6.47%
Twenty-First Century Fox, Inc., vlasnik Fox-a	23.54%

Uočavamo pad cijena dionice svih većih TV postaja osim Fox-a. Usporedbe radi, u istom period je indeks S&P 500 ostvario rast od 17.63%, pa možemo reći da TV postaje nisu bile u milosti investitora (osim Fox-a koji je rastao brže od S&P 500). To je donekle i očekivano s obzirom da su u fokusu investitora tijekom godine bile tehnološke dionice te jer je promatrana industrija relativno stara i ima manji potencijal rasta. U 2018. se može očekivati rast prihoda zbog rasta cijene reklamnog prostora (Zimske olimpijske igre i lokalni izbori u SAD-u).

FAKTORI KOJI UTJEČU NA INDUSTRIJU

Prihodi do reklama

Prihodi od reklama predstavljaju ključan dio prihoda TV postaja. U zadnjem desetljeću popularizirano je internetsko oglašavanje kao efektivnije u odnosu na televizijsko u smislu pogađanja ciljane populacije. Isto tako, prihodi od reklama znaju biti varijabilni ovisno o godini. Primjerice, u godinama političkih izbora (bilo lokalnih ili državnih) te godinama Olimpijskih igara prihodi znaju biti značajno veći.

Gledanost

Mlađa populacija je internetski orijentirana i manje vremena provodi pred televizorom, te preferiraju razne internetske servise i platforme za gledanje filmova, serija i sportskih događaja. Internet predstavlja veliku prijetnju televizijskoj gledanosti.

Sadržaj

Sadržaj i imidž TV postaje imaju značajan utjecaj na gledanost, a veća gledanost znači i potencijalno veće prihode od reklama.

Tehnologija

Tehnološki napredak je omogućio razvoj internet streaming servisa (rast memorijskih kapaciteta, unaprjeđenje mreže) i time oduzeo dio prihoda TV postajama, stoga razvoj novih tehnologija industrija treba pratiti i prilagoditi ih svom poslovnom modelu.

PORTEROVIH PET SILA

Trenutna konkurencija:

- Konkurencija je iznimno jaka, o čemu i svjedoči veliki broj TV postaja. Isto tako, postoji potreba za raznim sadržajem (sportski i vjerski kanali, te kanali na španjolskom) što čini tržište s dosta potencijalnih niša različite profitabilnosti.

Dobavljači:

- Većina TV postaja se zbog velikih troškova kupnje sadržaja integrirala vertikalno (odnosno proizvodi svoje filmove, serije i emisije) čime se trudi učiniti neovisnom od samostalnih filmskih studija. Također, TV postaje su najčešće dio većih korporacija koje posjeduju i filmsku studiju pa nakon izlaska filma u kino predstavljaju prirodan medij za emitiranje filma.

Kupci:

- Kupci imaju iznimnu moć nad TV postajama jer utječu na cijenu reklamnog prostora i broj pretplata. Kvaliteta sadržaja kao i cijena usluge su najbitniji kupcima, stoga je potrebno naći dobar balans između ove dvije stavke. Rast i dostupnost internet servisa i platformi dodatno povećava moć kupaca.

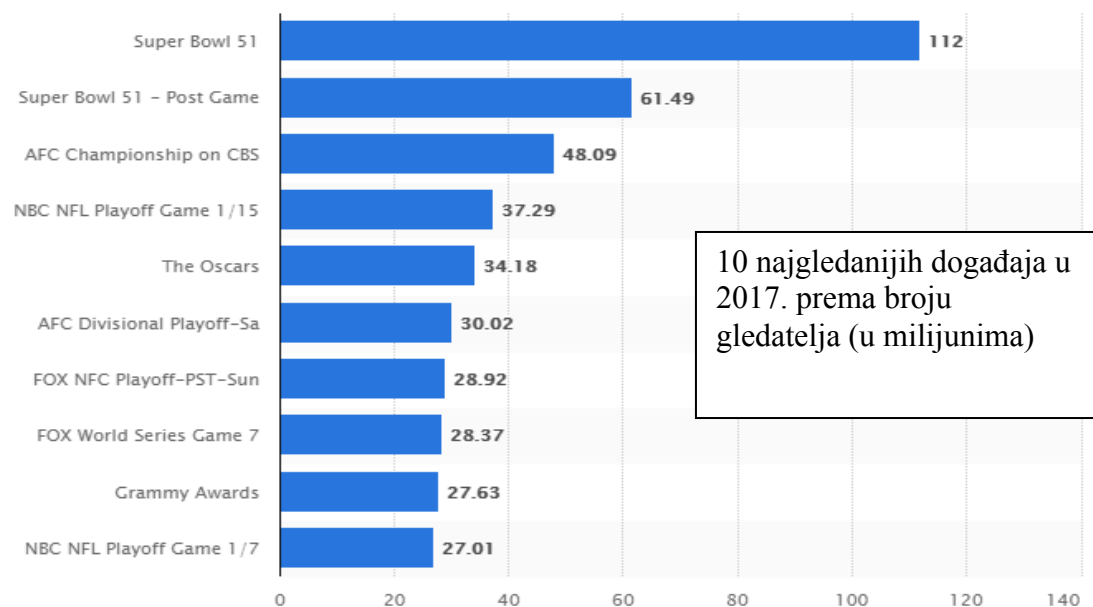
Potencijalni konkurenti:

- Potencijalnih konkurenata nema zbog trenda pokretanja internet kompanija. Industrija je relativno neprivaćna zbog niske stope rasta i visokih ulaznih barijera (potrebna su velika ulaganja kako bi se stekla relativno mala gledanost).

Supstituti:

- Internet platforme poput Netflix i Amazon Prime-a predstavljaju glavne supstitute koji im mogu parirati boljim omjerom cijene i sadržaja kao i opcijom da biraju sadržaj koji žele gledati. Takve platforme počinju proizvoditi svoje live sadržaje i sportske prijenose. Isto tako Facebook i Google su već preuzeli dominaciju u reklamnoj industriji.

ZANIMLJIVOSTI



Nakon smrti predsjednika Kennedyja 1963. godine, sve TV postaje su neprestano 4 dana emitirali njegov ispraćaj i pokop (bez reklama). To ih je koštalo \$100 milijuna u izgubljenim prihodima od oglašavanja. Smatra se da je 93% kućanstava gledalo barem dio tog programa.