

INSTITUTE FOR DEVELOPMENT OF
FREEDOM OF INFORMATION



ინფორმაციის თავისუფლების
განვითარების ინსტიტუტი

ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტი

პროექტის „ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლის მხარდაჭერა და
მონიტორინგი საქართველოში“ პროექტის განხორციელების ანგარიში

ნოემბერი, 2015 წელი

ანგარიში მომზადდა ააიპ „ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტის“ (IDFI) მიერ პროექტის "ციფრულ საეთერო მაუწყებლობაზე გადასვლის პროცესის მონიტორინგი და მხარდაჭერა" ფარგლებში. პროექტი დაფინანსებულია ფონდ „ღია საზოგადოება საქართველოს“ მიერ.



OPEN SOCIETY GEORGIA FOUNDATION
ფონდი ღია საზოგადოება საქართველო

ანგარიშის შინაარსზე პასუხისმგებელია ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტი (IDFI). ანგარიშში გამოთქმული მოსაზრებები შესაძლებელია არ გამოხატავდეს ფონდ „ღია საზოგადოება საქართველოს“ პოზიციას.

წინამდებარე ანგარიშზე ვრცელდება ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტის (IDFI) საავტორო უფლებები. დაუშვებელია ანგარიშის ან ანგარიშის ნაწილის გამოყენება კომერციული ან სხვა მიზნებით ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტის (IDFI) ნებართვის გარეშე.

© ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტი (IDFI). 2015 წელი. ყველა უფლება დაცულია

შინაარსი

შესავალი	3
1. მომხმარებლის მხარეს არსებული მდგომარეობა - მიღწევები და გამოწვევები	6
1.1. სახელმწიფოს სუბსიდირებული სექტორის ბოქსები.....	6
1.2. არასუბსიდირებული მომხმარებლები.....	8
2. საინფორმაციო კამპანია	13
3. ციფრული საეთერო ქსელი.....	17
3.1. არაქართულენოვანი არხები.....	18
3.2. ქსელის მდგრადობა	20
4. რეგიონული და ადგილობრივი ტელევიზიები და მათი საეთერო ციფრული ქსელების მდგომარეობა	21
4.1 სიხშირული სპექტრის განაწილება, დიაპაზონები	23
4.2 ტექნიკური სტანდარტი	24
4.3 ზონალური დაყოფა	24
4.5 აუთვისებელი და კონფლიქტური ზონები	25
4.6 პარალელური მაუწყებლობის პრობლემები	26
4.7 გადასვლის ტექნიკური პროექტირება	26
4.8 რეგიონული მაუწყებლების დახმარების ღონისძიებები.....	27
დასკვნა.....	28

შესავალი

„ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლის ქართული მოდელი“ ასე უწოდეს ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლის პროცესს 2015 წლის ეუთოს ყოველწლიურ სამხრეთკავკასიის მედიაკონფერენციაზე, რომლის ერთ-ერთი მთავარი თემა ანალოგურიდან ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლის პროცესი იყო. კონფერენციაზე, რომელშიც რეგიონის ყველა სახელმწიფოს წარმომადგენელი მონაწილეობდა, მკაფიოდ აღინიშნა, რომ კავკასიის რეგიონში მხოლოდ საქართველომ შეძლო წარმატებით გამოერთო ანალოგური მაუწყებლობა და შეექმნა ციფრული სამაუწყებლო სისტემის საკუთარი მოდელი, რისი მიღწევაც უმეტესად პროცესში სამოქალაქო საზოგადოების ჩართულობით გახდა შესაძლებელი.

დღეს ციფრული მაუწყებლობის სისტემაში საქართველოში სახეზე გვაქვს 17 მცირე რეგიონული, 2 კერძო ეროვნული და 1 სახელმწიფო ეროვნული ციფრული ქსელი, რაც ერთ ლოკალურ დასახლებულ ტერიტორიაზე მინიმუმ 20 და მაქსიმუმ 60 არხის მაყურებლისთვის უფასოდ გავრცელების შესაძლებლობას იძლევა მაშინ, როცა ანალოგური სისტემის შემთხვევაში ერთ ლოკალურ ტერიტორიაზე უფასოდ მხოლოდ 10-მდე არხის მიღება თუ ხერხდებოდა.

საქართველოს ციფრულ საეთერო მაუწყებლობაზე გადასვლის პროცესის შეფასებისას, პირველ რიგში, უნდა განვაზოგადოთ ის აქტივობები, რომელიც პროცესში აქტიურად ჩართულმა მხარეებმა გაიარეს.

ციფრულ საეთერო მაუწყებლობაზე გადასვლის პროცესი რამდენიმე ეტაპიანი იყო ხარვეზების უკეთ დასანახად, თითოეულ დონე ცალკე უნდა შეფასდეს. პრობლემების და შედეგების საბოლოო ანალიზი ცხადყოფს, რომ ჩვენი ორგანიზაციის და მისი პარტნიორების რამდენიმე წარუმატებელი ინიციატივისა, 4 წლიანი აქტივობის განმავლობაში მომზადებული რეკომენდაციებისა და წინადადებების დიდი ნაწილი მაინც განხორციელდა საქართველოს ანალოგიური მაუწყებლობიდან ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლის პროცესში.

2012 წლის დეკემბერში დაწყებული პროცესი დღეს დასკვნით სტადიაშია შესული. ციფრული საეთერო მაუწყებლობის ქსელების აგების და მუშაობის არსებული მდგომარეობა, საქსელო პროვადერების მიერ მაუწყებლების გავრცელების ხელშეკრულებების გაფორმების და სხვადასხვა საკითხების საბოლოო შეფასება წინამდებარე ანგარიშში მხოლოდ ნაწილობრივ მოხდა. პროცესი სრულად 2016 წლის პირველ ნახევარში შეფასდება და გამოქვეყნდება.

ცალკე უნდა გამოიყოს საეთერო მაუწყებლობის ქსელთან მაუწყებლების დაშვების და მათ მიერ დაკავებული სიმძლავრეების, ადგილობრივი ტელევიზიების ქსელთან დაშვების ტარიფების და სხვა საკითხების მონიტორინგის აუცილებლობა. თუმცა, ამ ეტაპისთვის

არსებითად დასრულებულია ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლის ძირითადი აქტივობები. გარდა ზემო აღნიშნულისა, ის პრობლემები, რომელიც მოგვარებული და გადაწყვეტილია დღეს, შესაძლოა პერიოდულად წარმოიშვას მომავალში, პოლიტიკური ან/და კომერციული გარემო-ცვლილებების გამო, რაც აუცილებელს ხდის პროცესის მონიტორინგს, სულ მცირე 2016 წლის პირველი ნახევრის განმავლობაში.

ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტი აღნიშნულ პროცესში აქტიურადაა ჩართული 2012 წლის დეკემბრიდან და თამამად შეიძლება ითქვას, რომ ანალოგური გადაცემების გამორთვის და ციფრული საეთერო ქსელების ამოქმედების სტრატეგიის მისეული პროექტის საჯარო წარდგენით და ადვოკატირებით, ე.წ. სექ ტოპ ბოქსების მოსახლეობაში კონცენტრაციის მაჩვენებლის დადგენით და საეთერო ქსელების მშენებლობის ანგარიში, უშუალოდ და სრულად იყო ჩართული პროექტის რეალიზაციის ყველა ეტაპზე ფონდ „ღია საზოგადოება - საქართველოს“ მხარდაჭერით და დაფინანსებით, მის პარტნიორებთან ერთად.

პროცესების ღიაობის მიუხედავად საკითხზე მუშაობა თავიდან საჭირო მიმართულებით არ მიმდინარეობდა. სახელმწიფომ აქტივობა ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლის საბჭოს შექმნით დაიწყო, რომლის ორგანიზებაც საქართველოს ეკონომიკის და მდგრადი განვითარების სამინისტრომ უზრუნველყო. ჩვენი ორგანიზაციის გარდა ამ პროცესში ჩართული იყო როგორც არასამთავრობო სექტორი, ასევე დაინტერესებული მხარეები - ტელევიზიები, თანამგზავრული მაუწყებლები და ყველა შესაძლო მონაწილე.

2012 წლის დეკემბრიდან 2013 წლის მარტამდე ჩვენი ორგანიზაციის მიერ წარდგენილი იყო შემდეგი კვლევები და რეკომენდაციები:

- IDFI-ის წინადადებები ციფრული საეთერო მაუწყებლობის პოლიტიკის შესახებ;¹
- რეკომენდაციები “ციფრული მაუწყებლობის დახმარების სახელმწიფო სტრატეგიის განსაზღვრისათვის”;²
- საქართველოს ციფრულ საეთერო მაუწყებლობაზე გადასვლის პროცესის სახელმწიფო სუბსიდირების პოლიტიკის ორიენტირები და ბენეფიციარები.³

მიუხედავად არაერთი მცდელობისა, წინასწარი მიმართულებების ჩამოყალიბების და მრავალი შეხვედრისა, 2013 წლის მარტის დასაწყისში ეკონომიკის სამინისტროს სამთავრობო კომისიამ, რომლის შემადგენლობაში ჩვენი ორგანიზაციის წარმომადგენლის - უჩა სეთურის გარდა ასევე შედიოდნენ მედიის მიმართულებით მომუშავე არასამთავრობო

¹ დეკემბერი, 2012 წელი, ავტორი: უჩა სეთური, <https://idfi.ge/ge/proposal-of-idfi-on-digital-broadcasting-policy>

² იანვარი, 2013 წელი, ავტორი: უჩა სეთური, <https://idfi.ge/ge/recommendations-for-state-aid-strategy-of-digital-switchover>

³ მარტი, 2013 წელი, ავტორი უ. სეთური, <https://idfi.ge/ge/references-and-beneficiaries-of-a-state-policy-aimed-at-subsidizing-georgia-s-transition-to-digital-broadcasting>

ორგანიზაციები, წარმოადგინა სტრატეგია, რომელშიც მხოლოდ ნაწილობრივ აისახა ჩვენი და ჩვენი პარტნიორი ორგანიზაციის „საქართველოს რეგიონულ მაუწყებელთა ასოციაციის“ რეკომენდაციები და შენიშვნები.⁴

მარტში, პრემიერ-მინისტრსა და მთავრობისთვის გამართულ შეხვედრაზე წარმოდგენილი სამთავრობო პროექტი IDFI-ის მიერ რუსულ მოდელად მოინათლა და დიდწილად საბიუჯეტო სახსრების ხარჯვის სიდიდის გამო დაწუნებულ იქნა.⁵

ჩვენმა ორგანიზაციამ, მის პარტნიორებთან ერთად დაიწყო მუშაობა ალტერნატიულ - ე.წ. არასამთავრობო სექტორის სტრატეგიის შემუშავებაზე და 2013 წლის მაისში წარადგინა ფართო საზოგადოების წინაშე. პროექტის მიზანი იყო ერთგვარი სანიმუშო, საქართველოს გამოწვევებზე და მსოფლიოს საუკეთესო პრაქტიკაზე მორგებული, სტრატეგიის პროექტის შეთავაზება და ამგვარად გარკვეული თამაშის წესის დადგენა სახელმწიფოსთვის.

სტრატეგიის გამოქვეყნებამდე, მარტიდან მაისამდე პერიოდში, ჩვენ მიერ წარმოდგენილი იყო შემდეგი კვლევები და რეკომენდაციები:

1. ციფრულ საეთერო მაუწყებლობის ქსელის მულტიფლექსორთან დაშვების ტარიფების განსაზღვრის სახელმძღვანელო დოკუმენტი⁷
2. ციფრულ საეთერო მაუწყებლობაზე გადასვლის პოლიტიკის ტექნიკური და ტექნოლოგიური მიმართულებები⁸
3. ციფრულ საეთერო მაუწყებლობაზე გადასვლის პროცესის საინფორმაციო კამპანია და მისი დაფინანსება⁹
4. კონკურენციის რეგულირების პოლიტიკა საქართველოს ციფრულ საეთერო მაუწყებლობაზე გადასვლის პროცესში და მის შემდგომ პერიოდში¹⁰

⁴ შენიშვნა: კომისიამ გაიზიარა ბოლო მომხმარებლების რაოდენობის და მათი დახმარების შეთავაზებული მოდელი, თუმცა მხოლოდ ნაწილობრივ და არ მოახდინა დამატებითი 50%-იანი სუბსიდირების მოდელის ამოქმედება.

⁵ მარტი, 2013 წელი, ავტორი: ნატა ძველიშვილი, <http://www.media.ge/ge/portal/articles/300065/>

⁶ მაისი, 2013 წელი, <https://idfi.ge/ge/news-70>, <https://idfi.ge/ge/press-83>

⁷ აპრილი, 2013 წელი, ავტორი: გიორგი ხიმტოვანი, <https://idfi.ge/ge/research-26>

⁸ აპრილი, 2013, ავტორი: უ.სეთური, თანაავტორი: ნ. კუპრაშვილი <https://idfi.ge/ge/research-25>

⁹ მარტი, 2013, ავტორი უ.სეთური, <https://idfi.ge/ge/news-40>

¹⁰ მარტი, 2013, ავტორი უ.სეთური, <https://idfi.ge/ge/post-konkurenciis%20regulireba>

1. მომხმარებლის მხარეს არსებული მდგომარეობა - მიღწევები და გამოწვევები

მომხმარებლის მხარეს საჭირო ტექნიკური მოწყობილობები მოიცავს არამხოლოდ სეტ ტოპ ბოქსების და ტელევიზორების ბაზარს, არამედ მნიშვნელოვანია შემაერთებელი სადენები, სახურავის და სახლის ანტენების კონცენტრაცია ბაზარზე. ამ მიმართულებების მნიშვნელობა ჩვენმა ორგანიზაციამ არაერთხელ აღნიშნა საკუთარ კვლევებში, ასევე ისაუბრა ციფრული მაუწყებლობის სააგენტოსა და საქართველოს ეკონომიკის სამინისტროს მიერ გამართულ შეხვედრებზე, ამ ფაქტორის მნიშვნელობაზე მიუთითა მედიისთვის მიცემულ ინტერვიუებშიც.

საქართველოს ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლის პროექტის ფარგლებში სეტ-ტოპ-ბოქსების მიმართულება ადვოკატორების კუთხით დაყოფილი იყო ორ ნაწილად:

- სახელმწიფოს სუბსიდირებული სეტ ტოპ ბოქსების სტანდარტიზაციის, დაფინანსების, სატენდერო პროცედურების და დარიგების პროცესი;
- არასუბსიდირებული სეტ ტოპ ბოქსების კონცენტრაცია, მათი ფასის და გაყიდვის დინამიკა. ამ ნაწილში ორგანიზაცია ასევე აკვირდებოდა მენიუს ენას და აღქმადობის სიმარტივეს, გამომავალი ინტერფეისების მრავალფეროვნებას, სადენების არსებობის და სხვა დაკავშირებულ საკითხებს.

1.1. სახელმწიფოს სუბსიდირებული სეტ ტოპ ბოქსები

საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს მიერ ნაწილობრივ იყო გაზიარებული ჩვენი ორგანიზაციის ინციატივა სოციალურად დაუცველი მოსახლეობისთვის ციფრულ საეთერო მაუწყებლობაზე გადასვლის პროცესში მხარდაჭერის მიზნით სეტ ტოპ ბოქსების შეძენისა და მათი დარიგების, ასევე მათი ინსტალაციის პროცესის დაფინანსება. ასევე ვთავაზობდით სახელმწიფოს მომხდარიყო ყველაზე მძიმე მდგომარეობაში მყოფი ოჯახებისთვის სეტ ტოპ ბოქსების ნაცვლად პატარა ეკრანიანი DVB-T2 ტელევიზორების დარიგება.

IDFI-ს შეთავაზებული და საქართველოს ეკონომიკის სამინისტროს მიერ გაზიარებული საკითხები მოცემულია ქვემოთ მოცემულ ცხრილში:

IDFI-ს შეთავაზებები	პრაქტიკაში განხორციელება
სოციალურად დაუცველი ოჯახების სიაში რეგისტრირებული ყველა იმ ოჯახის სუბსიდირება რომელთა სარეიტინგო ქულა ნაკლები იყო 200 000-ზე	გათვალისწინებული იყო ნაწილობრივ
სეტ ტოპ ზოქსებით სრულად სუბსიდირება 100 000 სარეიტინგო ქულამდე ოჯახებისთვის	გათვალისწინებული იყო მხოლოდ 70 000 ქულამდე ოჯახებისთვის
სუბსიდირების განხორციელება ვაუჩერების დარიგებით ¹¹	არ იყო გათვალისწინებული. სეტ ტოპ ზოქსების დარიგება მოხდა სსიპ „საქართველოს ციფრული მაუწყებლობის სააგენტოს“ მეთვალყურეობის ქვეშ შპს „საქართველოს ფოსტის“ მიერ
100 000-დან 200 000 ქულამდე სარეიტინგო ქულის ოჯახებისთვის ხარჯების სუბსიდირება 50%-ით ვაუჩერების გაცემით	არ განხორციელებულა
ყველა პროგრამული უზრუნველყოფის მიმართ ნეიტრალური სეტ ტოპ ზოქსების შეძენა	გათვალისწინებულია
სეთ-ტოპ-ზოქსების ინსტალაციის ხარჯების სუბსიდირება 30 ლარამდე თანხების ფარგლებში	არ განხორციელებულა
შშმ პირებისთვის სეტ ტოპ ზოქსების ინსტალაცია სახელმწიფოს წარმომადგენლების მიერ	განხორციელდა
სუბსიდირებული რისიკების მიტანა შშმ პირების მათ საცხოვრებელ მისამართზე	განხორციელდა

ამ ჩამონათვალში ვერ მოხვდა სხვადასხვა ნაკლებად მნიშვნელოვანი საკითხები და ის კომუნიკაცია, რომელიც მუდმივად ხორციელდებოდა საქართველოს ეკონომიკის სამინისტროსთან, საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულ კომისიასთან, სსიპ „საქართველოს ციფრული მაუწყებლობის სააგენტოსთან“ და შპს „საქართველოს ტელერადიოცენტრთან“.

¹¹ შენიშვნა: ჩვენი მიდგომის საფუძველი იყო სეთ-ტოპ-ზოქსების რეალიზაციის საცალო ბაზრის წახალისების და სოციალურად დაუცველი მოსახლეობისთვის არჩევანის მიცემის შესაძლებლობა ვაუჩერის გამოყენებისას. ეს გაზრდიდა კონკურენციას და მოთხოვნას სეთ-ტოპ-ზოქსების გაყიდვების ბაზარზე და შეამცირებდა ფასებს.

ციფრული მაუწყებლობის სააგენტომ სექტორში ბოქსების გამარტივებული შესყიდვა მთავრობის 8 მაისის განკარგულების შესაბამისად დაიწყო. შესყიდვის დოკუმენტაციის თანახმად, მეორე ტურში გადასულ კომპანიათა ვინაობა გასაჯაროვდა. EBRD-ის ექსპერტთან ტაუნო აიალასთან 2014 წლის სექტემბრის დასაწყისში გამართული შეხვედრის შედეგად მიღებული ინფორმაციით, შერჩეული რამდენიმე კომპანიის რისივერი გადაგზავნილი იყო შესაბამის ლაბორატორიაში ტესტირებისთვის, თუმცა მიუხედავად რამდენიმე მიმწოდებლის და რისივერების დიდი არჩევანისა, ტესტირება ვერცერთმა მოწყობილობამ ვერ გაიარა.

2014 წლის ბოლოსთვის განმეორებითი წარდგენის შედეგად გამოვლინდა რამდენიმე კომპანია, და ფასის ხარისხის თანაფარდობის გამო შეირჩა კომპანია - KONKA.

სსიპ „ციფრული მაუწყებლობის სააგენტოს“ მონაცემებით ანალოგური მაუწყებლობის გამორთვამდე დარიგებული იყო სექტორში ბოქსების უმრავლესობა, ხოლო მათი დარჩენილი ნაწილი დარიგდა ანალოგური მაუწყებლობის ეტაპობრივი გადართვის დასრულებამდე, ანუ 2015 წლის სექტემბრამდე.

1.2. არასუბსიდირებული მომხმარებლები

სექტორში ბოქსები ქართულ ბაზარზე 2015 წლის აპრილის ბოლოს, მაისის დასაწყისიდან გამოჩნდა, რაც IDFI-ს შეფასებით დაგვიანებული იყო. ორგანიზაცია წლის დასაწყისიდანვე მოუწოდებდა ციფრული მაუწყებლობის სააგენტოს, რომ აქტიურად წარედართა საინფორმაციო კომპანია და ამასთან, იმპორტიორ კომპანიებთან კომუნიკაცია მჭიდროდ ეწარმოებინა, რათა უფრო ადრე გაჩენილიყო მოთხოვნა ტექნიკაზე და შესაბამისად, ადრე მომხმარებელი მისი შემოტანა ბაზარზე. საჭირო იყო კომერციული სექტორში ბოქსების იმპორტზე ზრუნვა. დისტრიბუტორებთან კომუნიკაცია უნდა დაწყებულიყო სუბსიდირებულ სექტორში ბოქსების შესყიდვასთან ერთად. სააგენტომ კი მათთან კომუნიკაცია 2015 წლის თებერვლიდან აპრილამდე პერიოდში გამართა.

ანალოგური სიგნალის გათიშვის თარიღის მოახლოებასთან ერთად (17 ივნისი) IDFI-მ დაიწყო ბაზრის მოკვლევა. შედეგად ცხადი გახდა, რომ მოქალაქეები არ იყვნენ ინფორმირებულნი დაგეგმილი ცვლილების შესახებ და ბაზარზე სექტორში ბოქსების კონცენტრაციაც ძალიან მცირე იყო, ამ დროისთვის დაახლოებით 5 ათასი ცალი რისივერი იყო გაყიდული. ეს კი იმას ნიშნავს, რომ მოსახლეობა არ იყო მომზადებული ცვლილებისთვის, რაც მათ უკმაყოფილებას გამოიწვევდა და რეალურად ვერ მიიღებდა მაუწყებლობას. გარდა ამისა, ორგანიზაცია მიიჩნევდა, რომ აუცილებელი იყო რისივერების

მწარმოებელი ფირმების მრავალფეროვნება, რათა მოქალაქეებს არჩევანის გაკეთების შესაძლებლობა მისცემოდეთ, ფასი კი ხელმისაწვდომი ყოფილიყო.

აქედან გამომდინარე IDFI-მ 27 მაისს ჩაატარა მრავალი მაგიდა და პროცესში ჩართული ყველა მხარე ამ პრობლემაზე სასაუბროდ მოიწვია. მსჯელობისას მხარეებმა გაიზიარეს IDFI-ს მოსაზრება მოსახლეობის მოუმზადებლობის შესახებ. სწორედ ამიტომ შეთანხმდნენ იმაზე, რომ უმჯობესი იყო ანალოგური სიგნალის გამორთვის თარიღი გადაწეულიყო. ამასთან მთელ ქვეყანაში არა ერთბაშად (როგორც დაგეგმილი იყო), არამედ ეტაპობრივად, რეგიონების მიხედვით გამორთულიყო ანალოგური სიგნალი. ეს მოსაზრება IDFI-ის მედიისა და ტელეკომუნიკაციების მიმართულების ხელმძღვანელმა, უჩა სეთურმა პარლამენტში დარგობრივი ეკონომიკის კომიტეტის სხდომაზე 28 ივნისს გააჟღერა და აუხსნა დეპუტატებს, თუ რა პრობლემები არსებობდა ამ პროცესში.

ივნისის დასაწყისში IDFI-ს თანამშრომლები უშუალოდ იმყოფებოდნენ ტექნიკის მაღაზიებსა და ბაზრობებზე, აგრეთვე შეხვდნენ სეტ ტოპ ბოქსების დისტრიბუტორ კომპანიებს. შეისყიდეს აპარატურა და შეამოწმეს უშუალოდ მათი რეალიზაციის წერტილებში. მონიტორინგმა ძირითადად მოიცვა თბილისი, თუმცა IDFI-ს პარტნიორი ორგანიზაციის „საქართველოს რეგიონულ მათემატიკურ ინფორმაციის“ დახმარებით მოიძია ინფორმაცია რამდენიმე დიდ ქალაქშიც.

2015 წლის 2 ივნისის მდგომარეობით საცალო ვაჭრობის ბაზარზე უმეტესად სამი ფირმის „სეტ ტოპ ბოქსი“ იყო შეტანილი - Eurostar-ი, Sven-ი და TV Star-ი.

ბაზარზე ყველაზე დიდი რაოდენობით წარმოდგენილი იყო TV Star-ის მიერ წარმოებული სეტ ტოპ ბოქსების ორი მოდელი - TV STAR DVB-T2 516 და TV STAR DVB-T2 525. პირველ მათგანს, რომელიც შედარებით იაფი, 55 - 60 ლარი ღირდა, აქვს მხოლოდ HDMI კაბელის შესაერთებელი და თუმცა, აღნიშნული კაბელი არ მოჰყვება და მისი შექმნა მომხმარებელს ცალკე უწევდა. TV STAR-ის მოდელს არ აქვს RCA კაბელის შესაერთებელი, ამგვარი კაბელის მისაერთებლის მქონე ტელევიზორების შემთხვევაში მომხმარებელს უნდა შეეძინა ე.წ SCART გადამყვანი, რაც ასევე თანხებთან იყო დაკავშირებული. შესაბამისად ჯამში ამ მოდელის ფასი (კაბელების ჩათვლით) დაახლოებით 65-70 ლარამდე მერყეობდა.

შედარებით ძვირი - 60-ლარი ღირდა მეორე მოდელი TV STAR DVB-T2 525, რომელსაც TV Scart-ის შეერთების შესაძლებლობაც აქვს, სამფერიანი (RCA) კაბელი არც მას უერთდება პირდაპირ, ამისთვის მომხმარებელს დამატებითი გადამყვანი სჭირდებოდა.

2 ივნისის მდგომარეობით გაყიდული იყო დაახლოებით 5 000 ცალი სეტ ტოპ ბოქსი, რაც ძალიან მცირე რაოდენობა იყო იმისათვის, მოსახლეობა მომზადებული შეხვედრილიყო 17 ივნისის ანალოგური სიგნალის მთელი ქვეყნის მასშტაბით გათიშვას.

კაბელების გარეშე 65 ლარად იყიდებოდა Eurostar-ის ფირმის მოდელები, რომელთა რეალიზაციაც ძირითადად ბაზრობებსა და კიდობანის სავაჭრო ქსელში ხდებოდა.

დედაქალაქში რამდენიმე მსხვილ მაღაზიაში ივნისის დასაწყისში კვლავ არ იყო წარმოდგენილი სეტ ტოპ ბოქსები, რეგიონებშიც მხოლოდ რამდენიმე მაღაზიაში მცირე რაოდენობით იყიდებოდა. რიგ ქალაქებში კი საერთოდ არ ჰქონდა მაღაზიებს შეტანილი.

თუმცა თავად ციფრული მაუწყებლობის სააგენტოს განსხვავებული ინფორმაცია ჰქონდა მათი მონაცემებით, 2015 წლის 12 ივნისისთვის საქართველოში შემოტანილი იყო ქართულ ბაზარზე მორგებული 200,000-ზე მეტი კომერციული სეტ ტოპ ბოქსი, რომელიც სამომხმარებლო ტექნიკის მაღაზიებში უპროცენტო განვადებით იყიდებოდა.

აღსანიშნავია, რომ TV star-ის მიერ წარმოებული სეტ ტოპ ბოქსების რეალიზაცია ზუგდიდში ადგილობრივმა ტელეკომპანია „ოდიშმა“ წამოიწყო და თავად ეხმარებოდა კიდევ მომხმარებელს მის დამონტაჟებაში.

IDFI-მ დაიწყო დეტალური ინფორმაციის გამოქვეყნება თუ რომელ მაღაზიაში შეეძლოთ დაინტერესებულ პირებს რისივერების შეძენა. მას შემდეგ რაც გადაწყდა, რომ ანალოგური სიგნალი ეტაპობრივად გამოირთვებოდა, ორგანიზაცია ამ ინფორმაციას გამორთვის გრაფიკის შესაბამისად, რეგიონების მიხედვით აქვეყნებდა, რასაც დიდი გამოხმაურება მოჰყვა. დღის განმავლობაში IDFI-ს ოფისში არაერთი ადამიანი რეკავდა და ითხოვდა კონსულტაციას და დახმარებას სეტ ტოპ ბოქსების შეძენასთან და დაყენებასთან დაკავშირებით. ვინაიდან მომხმარებლები აღნიშნავდნენ, რომ ციფრული მაუწყებლობის ცხელ ხაზზე დაკავშირებას ვერ ახერხებდნენ, IDFI-მ მიმართა სააგენტოს და ოპერატორების დამატება სთხოვა, სააგენტომ რეკომენდაცია გაიზიარა და გაასამშავა ოპერატორთა რაოდენობა.

24 ივნისისთვის, როდესაც სეტ ტოპ ბოქსების შემოწმების მეორე ეტაპი განხორციელდა, მისი კონცენტრაცია ბაზარზე შედარებით გაზრდილი იყო და მომხმარებელსაც ანალოგური სიგნალის გათიშვის შემდეგ შესაძლებლობა ჰქონდა დედაქალაქის თითქმის ყველა მსხვილი ტექნიკის მაღაზიებში და რეგიონების უმრავლესობაში შეეძინა ტექნიკა. ბაზარზე გამოჩნდა ქართულ - აზერბაიჯანული კომპანია AG Telekom-ის მიერ წარმოებული რესივერებიც, რომლის ფასი 64 ლარს შეადგენდა. მას ამავე ფასში მოყვებოდა RCA კაბელი.

სეტ ტოპ ბოქსის შეძენა ონლაინ მაღაზიებშიც შესაძლებელი გახდა, გამოჩნდნენ კომპანიები, რომლებიც ადგილზე მიტანის და დამონტაჟების სერვისს სთავაზობდნენ მომხმარებლებს. მაღაზია „ტექნო ბუმმა“ კი ნულოვანი განვადებები შესთავაზა მომხმარებელს.

საცალო ქსელებში კონკურენციის ზრდის შემდეგ სეტ ტოპ ბოქსების ღირებულებამ რიგ მაღაზიებში 60-დან 50 ლარამდე დაიკლო. ამ ფასად TV Star-ის ის მოდელი იყიდებოდა, რომელსაც არ მოყვებოდა კაბელები, თუმცა კაბელების ყიდვის შემთხვევაშიც ეს თანხა რიგ მაღაზიებში 60 ლარს არ სცდებოდა. ამავე ფირმის რესივერები კაბელებთან ერთად 40 ლარად იყიდებოდა ფასდაკლების სხვადასხვა ვებ გვერდებზე.

AG-ს ფირმის სეტ ტოპ ბოქსებს მხოლოდ ე.წ. სამფერიანი კაბელი მოყვება, 64 ლარი ღირდა. აღსანიშნავია, რომ ზოგიერთმა მაღაზიამ მისი ფასი 70-75 ლარამდე გააძვირა. დაახლოებით ამდენივე ღირდა Youmax-სა და Superbox-ის ბრენდის რესივერებიც, თუმცა, მას TV Star-სა და AG-სგან განსხვავებით ქართული მენიუ არ აქვს.

თანდათან რეგიონებშიც უფრო მეტი რაოდენობის სეტ ტოპ ბოქსი შევიდა და ხელმისაწვდომი გახდა იქ მცხოვრები მოქალაქეებისთვის. ანალოგური სიგნალის გრაფიკით გამორთვა რომ გამართლებული და აუცილებელი იყო, ნათლად გამოჩნდა. ვინაიდან გამორთვამდე მოცემულ დროში კომპანიებმა ტექნიკის შემოტანა, მოსახლეობამ კი შეძენა მოასწრო.

მათ მთავარ უკმაყოფილებას იწვევდა რისივერის ფასი, რომელიც მოსახლეობისთვის ძვირი აღმოჩნდა. მართალია, ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრომ ბანკების ასოციაციასთან მიაღწია შეთანხმებას და ლიბერთი ბანკმა უპროცენტო განვადება შესთავაზა მომხმარებლებს, მაგრამ ეს არ აღმოჩნდა საკმარისი. რისივერის შესაძენ თანხას ემატებოდა ტელევიზორთან დამაკავშირებელი კაბელი, ზოგიერთ მომხმარებელს მოუწია ანტენის და მისი ტელევიზორთან მისაერთებელი კაბელის ყიდვა, რამაც ჯამში დაახლოებით ასი ლარი შეადგინა.

თარიღი	ბაზარზე არსებული STP (დაახლოებით) რაოდენობა	STP-ს მოდელი	ფასი
28 მაისი	5 000 (გაყიდული)	TVStar,	55-70
		Eurostar,	65
		Sven	95
24 ივნისი	30 000 (დისტრიბუცივაში გაშვებული)	TVStar,	52-80
		Eurostar,	65
		Sven	95
		AG Telekom	64

29 ივლისი	130 000	TVStar	50-60
		Eurostar,	70
		AG Telekom	64-75
		Youmax,	70
		Superbox	70
11 სექტემბერი	200 000	TVStar	50- 80
		Youmax,	60
		AG Telekom	65
		Sven	89
		Star Track	75
		World Vision T37	70

გარდა რისივერებისა, მნიშვნელოვანი იყო DVBT2 სტანდარტის სიგნალის მხარდამჭერი ტელევიზორების კონცენტრაციის საკითხი. IDFI-მ წერილით მიმართა ტექნიკის მსხვილ მაღაზიებს თუ რამდენი ამგვარი ტელევიზორი ჰქონდათ გაყიდული. ნაწილმა მათგანმა აცნობა, რომ მიმდინარე წლის აპრილიდან ბაზარზე მხოლოდ DVB-T2 ტელევიზორები შემოაქვთ და გაყიდული ტელევიზორების 90%-ზე მეტი სწორედ ამ სტანდარტის მხარდამჭერია. კომპანიებმა კონკრეტული რაოდენობის დასახელებისგან თავი შეიკავეს. თუმცა მაღაზიების უშუალო შემოწმების შედეგადაც შეიძლება ითქვას, რომ ბაზარზე ამ ეტაპზე ძირითადად DVB-T2 იყიდება. გამონაკლის შემთხვევებში DVB-T ტელევიზორებს საჩუქრად ციფრული რისივერი მოჰყვება.

2. საინფორმაციო კამპანია

ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლის პროცესის შესახებ მოსახლეობის ინფორმირება ციფრული მაუწყებლობის სააგენტოს დებულებით დაევალა. სააგენტომ მოსახლეობისთვის ინფორმაციის მიწოდება 2014 წლის იანვარში ვიდეო კლიპების გაშვებით დაიწყო. რასაც შემდეგ საინფორმაციო ფლაერების დარიგება მოჰყვა. თითოეულ მოქალაქეს კომუნალური გადასახადის ქვითართან ერთად ტრიპლეტი მიუვიდა ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლის პროცესში.

IDFI პრაქტიკულად ყველა შეხვედრაზე მოუწოდებდა სააგენტოს, რომ საჭირო იყო უფრო აგრესიული და დროული კამპანია, რათა მოსახლეობა მომზადებული შეხვედროდა რეფორმას, საინფორმაციო ფურცლების თუ ფლაერების ტექსტი უნდა ყოფილი მარტივი და კონკრეტული ინსტრუქციის შემცველი. კრიტიკას იმსახურებდა მასკოტად შერჩეული მწერი, რომელსაც მოსახლეობა ვერ აკავშირებდა პროცესთან.

გარდა ამისა, IDFI მიიჩნევდა, რომ უნდა გამოყენებულიყო კომუნიკაციის ყველა საშუალება, მათ შორის მოსახლეობასთან შეხვედრა, სხვადასხვა სატელევიზიო გადაცემებში მონაწილეობა და აშ. სააგენტო ამ აქტივობების განუხორციელებლობის მიზეზად მწირ ფინანსებს ასახელებდა.

სააგენტოს მიერ შექმნილი პიარ გეგმა სულ რამდენიმე გვერდს მოიცავდა და ითვალისწინებდა მხოლოდ ვიდეო კლიპებს, ფლაერებს და სოციოლოგიურ კვლევას.

ფლაერები მარტსა და მაისში დაურიგდა მოსახლეობას, რაც IDFI-შეფასებით დაგვიანებული პროცესი იყო, რადგან იმ სიტუაციაში, როდესაც ანალოგური სიგნალის გამორთვა 17 ივნისს იგეგმებოდა, 1-2 თვით ადრე მოსახლეობისთვის ზოგადი ინფორმაციის მიწოდება ვერ გააჩენდა მოთხოვნას სეტ ტოპ ბოქსებზე, შესაბამისად, ტექნიკის დისტრიბუტორ კომპანიებსაც არ ჰქონდა ინტერესი რისივერების შემოტანის. როდესაც ანალოგური სიგნალის გათიშვის შემდეგ მაუწყებლობას ვერ მიიღებდა მოსახლეობა და შეძენას გადაწყვეტდნენ, ბაზარზე არ იყო საკმარისი რაოდენობის სეტ ტოპ ბოქსი შემოტანილი. მათ ჩამოტანას და განბაჟებას დრო სჭირდებოდა, შესაბამისად, რჩებოდა გარკვეული ჩავარდნის პერიოდი. ამიტომაც გამართლებული იყო ანალოგური სიგნალის გრაფიკით გამორთვა.

პროცესში ჩართულმა ყველა მხარემ გაიზიარა მოსაზრება, რომ საინფორმაციო კამპანია ხარვეზებით მიდის და მოსახლეობა მოუმზადებელია - სწორედ ეს გახდა ანალოგური სიგნალის გადაწვევის საფუძველი.

ამ გადაწყვეტილების მიღებასთან ერთად გადაწყდა, რომ აუცილებელი იყო როგორც მედიაში გაშუქების სიხშირის გაზრდა, ასევე მოსახლეობასთან უშუალოდ, პირისპირ შეხვედრა და ახსნა, თუ ვის ეხება რეფორმა და როგორ უნდა გადავიდნენ ციფრულ მაუწყებლობაზე.

ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს ინიციატივით გაიწერა მოსახლეობასთან შეხვედრის გრაფიკი (ანალოგური სიგნალის თარიღთან შესაბამისად). კამპანიაში ჩაერთო კომუნიკაციების ეროვნული კომისიაც.

რეგიონებში მოსახლეობასთან შეხვედრებში მონაწილეობდნენ ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს, ციფრული მაუწყებლობის სააგენტოს, კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის, IDFI-სა და ტელერადიოცენტრის წარმომადგენლები. ამ შეხვედრებისას კიდევ უფრო ნათლად გამოჩნდა, რომ აუცილებელი იყო კომუნიკაციის ამ საშუალების გამოყენება. თუმცა, უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ შეხვედრები გაიმართა არა სოფლის რიგით მოსახლეობასთან, არამედ რწმუნებულებთან. ვფიქრობთ, უკეთესი იქნებოდა შეხვედრის მონაწილეები გაყოფილიყვნენ, უშუალოდ სოფლის მოსახლეობას შეხვედროდნენ და მეტი ტერიტორია მოეცვათ. თუმცა, ეს აქტივობაც ფორსმაჟორულ სიტუაციაში დაიგეგმა და წინასწარ სტრატეგიაში გაწერილი არ ყოფილა.

ყველა შეხვედრა შუქდებოდა როგორც ეროვნულ, ისე ადგილობრივ მედიაში. კამპანიაში კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის ჩართვის შემდეგ პრაქტიკულად არ დარჩენილა მედიასაშუალება, რომელსაც ციფრული მაუწყებლობის შესახებ ინფორმაცია არ გავრცელებინა. მომზადდა საგაზეთო ჩანართი, რომელიც ასევე დარიგდა სოფელში. კომისია ასევე ამზადებდა პრესრელიზებს მედიისთვის ყველა სიახლის შესახებ, რაც ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლის პროცესს უკავშირდებოდა. შეხვედრების შესახებ ინფორმაციას სამივე უწყება ავრცელებდა.

შესაბამისად, დაგვიანებით, მაგრამ გავრცელდა ინფორმაცია როგორც ზოგადად პროცესის შესახებ, ასევე იმის შესახებ, თუ სად შეიძლება სექ ტოპ ბოქსების შექმნა და როგორ უნდა მოემზადნენ ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლისას.

ანალოგური სიგნალის გამორთვის შემდეგ პრობლემა შეიქმნა ანტენებთან დაკავშირებით, რისი მიზეზიც არასაკმარისი ინფორმაცია იყო. რუსთავში მოსახლეობა ჩიოდა სიგნალის ვერ მიღების გამო, როგორც შემდეგ გაირკვა, პრობლემის მოსაგვარებლად საკმარისი იყო მხოლოდ ანტენის სახურავზე ატანა. IDFI-ს მონაწილეობით გაიმართა პრესკონფერენცია, რისი საშუალებითაც გავრცელდა ინფორმაცია ამ კონკრეტული პრობლემის მოგვარებისთვის.

ციფრული მაუწყებლობის სააგენტომ წლის განმავლობაში მხოლოდ ორი ანგარიში გამოაქვეყნა (6-7 გვერდიანი), რომლის დიდი ნაწილი იმეორებს ერთმანეთს. არ მომხდარა Facebook გვერდის რეკლამირება იმისათვის, რომ რაც შეიძლება მეტ მომხმარებელს მიეღო ინფორმაცია დაგეგმილი რეფორმის შესახებ. გვერდის მომწონებელთა რაოდენობა დაახლოებით 3200-ია, რაც ძალიან მცირე რაოდენობაა.

ყველაზე მნიშვნელოვან ხარვეზად უნდა მივიჩნიოთ საინფორმაციო კამპანიის ფორსმაჟორულ სიტუაციაში დაგეგმვა და სტრატეგიის არ არსებობა. აგრეთვე ამ კამპანიის შედეგების შეუფასებლობა.

სააგენტოს განცხადებით, დაგეგმილი სოციოლოგიური გამოკითხვა ფინანსების არქონის გამო ვერ ჩატარდა. შესაბამისად, უცნობია, რამდენად ეფექტური გამოდგა საინფორმაციო კამპანია, მოსახლეობის რა ნაწილმა იცოდა დაგეგმილი ცვლილების შესახებ, იყვნენ თუ არა მომზადებულები ცვლილებისთვის, რა პრობლემები ჰქონდათ მათ. მსგავსი ინფორმაცია არც კამპანიის განმავლობაში არსებულ იმისათვის, რომ შესაბამისად აღმოეფხვრილიყო ხარვეზები და არც დასრულების შემდეგ არ შეფასებულა განხორციელებული აქტივობები.

ამ თვალსაზრისით განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ოკუპირებულ ტერიტორიებთან, ეწ საზღვართან მცხოვრები მოსახლეობის ინფორმირებისა და მზადყოფნის საკითხი იმისათვის, რომ ჰქონდეთ ქართულ არხებთან ხელმისაწვდომობა და არ დარჩნენ რუსული პროპაგანდისტული მედიის ამარა.

საერთო ჯამში სახელმწიფოს არ ჰქონდა და დღემდე არ აქვს მონაცემი, თუ რამდენი ადამიანი სარგებლობს საეთერო პლატფორმით.

რეკომენდაცია	პარაქტიკაში განხორციელება
სიუჟეტების მომზადება ციფრული მაუწყებლობის შესახებ	განხორციელდა
ყველა სიახლის შესახებ მედიისთვის პრესრელიზების მომზადება	განხორციელდა
საგაზეთო რეკლამა	განხორციელდა
ვებგვერდის რეკლამირება და სისტემატიური განახლება	რეკლამირება არ მომხდარა, მხოლოდ 3200 მომწონებელი ჰყავს
სპეციალური ინფორმაციის მომზადება შშმ პირებისა და ეთნიკური უმცირესობებისთვის	ფლაერები დაიბეჭდა ეთნიკური უმცირესობების ენებზეც
რესივრების ინსტრუქციის ბეჭდვა და გავრცელება	ინტერნეტით გავრცელდა KONKA-ს ფორმის სექტოპ ბოქსის დამონტაჟების ინსტრუქცია
სახურავის ანტენების ინსტალაციის, დაფარვის ზონების, ანტენების მომართვის შესახებ	გვიან დაიწყო ამ ტიპის ინფორმაციის გავრცელება, მას შემდეგ რაც რუსთავეში

ინფორმაციის გავრცელება	პრობლემა შეიქმნა
ინფორმაციის სისტემატურად მიწოდება იმ სავაჭრო ობიექტების შესახებ, რომლებიც აწარმოებენ სერტიფიცირებული „სეთ-თოფ-ბოქსებს“	კომერციული კომპანიების შესახებ ინფორმაციის გავრცელების უფლება საჯარო უწყებას არ აქვს, შესაბამისად ვერ მივიღეთ ოფიციალური ინფორმაცია საბაჟო სამსახურებიდან
სააგენტოს მიერ უნდა მოხდეს 2015 წელს განხორციელებული აქტივობების და მომავალი პერიოდისთვის დაგეგმილი ღონისძიებების შესახებ ყოველთვიური ანგარიშების წარმოდგენა	მომზადდა მხოლოდ ორი ანგარიში. მეორე იმეორებს პირველს
ზარები მომხმარებლისთვის საინფორმაციო	ცხელი ხაზი სრულიად უფასო არ ყოფილა
სატელეფონო სერვისთან წვდომა გახდეს უფასო იმპორტიორებისგან და საცალო მოვაჭრეებისგან მიღებული ინფორმაციის საფუძველზე, მის ელექტრონულ გვერდზე უნდა განთავსდეს ინფორმაცია ყველა იმ მოწყობილობის შესახებ, რომელიც იმპორტიორის მონაცემებით თავსებადია საქართველოს ციფრულ საეთერო პლატფორმასთან.	ბაზარაზე არსებული ყველა სეტ ტოპ ბოქსის შესახებ ინფორმაცია არ გამოქვეყნებულა
ვებგვერდზე განთავსდეს რუკა, სადაც ნაჩვენებია იქნება ანძების განლაგება, ასევე გვერდს დაემატოს ველი, სადაც გამოჩნდება ტრანსლირებული არხები, ციფრული ზონების შესაბამისად.	არ განხორციელდა
სააგენტომ აწარმოოს საქართველში გაყიდული რისივერების და ციფრული ტელევიზორების გაყიდვების სტატისტიკის სისტემატური ყოველთვიური ანგარიშის გამოქვეყნება რეგიონების ჭრილში, ისევე როგორც მონაცემების წარმოდგენა სოციალურად დაუცველებისთვის დარიგებული რისივერების შესახებ;	არ განხორციელდა
სააგენტომ უნდა მოახდინოს საინფორმაციო კამპანიის აღქმადობის კონტროლი და პოლიტიკის შესაბამისი კორექტირება გამოვლენილი ხარვეზების შესაბამისად;	არ შემოწმებულა საინფორმაციო კამპანიის ეფექტურობა
შეიქმნას ციფრული მაუწყებლობის სააგენტოსთან ე.წ. გაციფრულების შტაბი ყველა დაინტერესებული პირის ჩართულობით ან	არ შექმნილა

3. ციფრული საეთერო ქსელი

მთავრობის მიერ შემუშავებული ანალოგური მიწისზედა საეთერო ტელემაუწყებლობიდან ციფრულ მიწისზედა სატელევიზიო მაუწყებლობაზე გადასვლის სამოქმედო გეგმის¹² ფარგლებში ხუთი მულტიპლექსის ასაშენებლად სიხშირეები ღია კონკურსის წესით უნდა გაცემულიყო. კომუნიკაციების ეროვნულმა კომისიამ მართლაც გამოაცხადა კონკურსი, თუმცა, მხოლოდ ეროვნული დაფარვის MUX-ის და ორი ფასიანი MUX-ის მიღებაზე შეიტანა განაცხადი ერთმა კომპანიამ, „სტერეო+“-მა, რომელმაც უზრუნველყო მთელი ქვეყნის მასშტაბით ქსელის აგება.

2014 წელს საზოგადოებრივი მაუწყებლის გასავრცელებლად სიხშირული რესურსი უსასყიდლოდ მიენიჭა შპს „საქართველოს ტელერადიოცენტრს“, რომელმაც თავის მხრივ ტექნიკური სამუშაოების შესრულება შპს „ვეზირს“ დაუკვეთა. პროექტის მთლიანი ღირებულება არ სცდებოდა 11 მილიონ ლარს, თუმცა შპს „ტელერადიოცენტრმა“ დამატებით რამდენიმე მილიონ ლარზე სახელმწიფო შესყიდვა ე.წ. gapfiller-ებზე, ანუ დამატებით მცირე სიმძლავრიან ანძებზეც გამოაცხადა. ამ შესყიდვის ბიუჯეტიც უნდა მიეთვალოს სახელმწიფოს მიერ დახარჯულ სახსრებს ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლისთვის.

რეგიონულ მაუწყებლებს ადგილობრივი მულტიპლექსების ასაშენებლად უსასყიდლოდ ცალკე გამოეყოთ სიხშირული რესურსი.

გარდა ამისა, თბილისში ბაზირებულმა ხუთმა მაუწყებმა შექმნა ამხანაგობა „მულტიპლექს თბილისი“ და თბილისის ზონაში გასავრცელებლად ასევე სიხშირული სარგებლობის უფლება მიიღეს.

კომპანიებმა ქსელის აგება დაიწყეს და ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლის გრაფიკის შესაბამისად დაასრულეს პრობლემების მიუხედავად. რამდენიმე დღის წინ დასრულდა დავა მულტიპლექს თბილისის პარტნიორებს შორის, რომელიც ტარიფების ოდენობასთან დაკავშირებით დაიწყო. ერთ-ერთი პარტნიორი „ტელეკომპანია კავკასია“ მიიჩნევდა, რომ ქსელში დაშვებისთვის მაღალი ტარიფი იყო დაწესებული, რითაც მნიშვნელოვნად აზარალა არა მხოლოდ მულტიპლექს ოპერატორების ინტერესები, არამედ არამართლზომიერად

¹² <http://digitaltv.ge/res/docs/2015052816320760654.pdf>

შეუზღუდა ავტორიზებულ მაუწყებლებს სიხშირულ რესურსზე ხელმისაწვდომობა¹³. კომისიამ პარტნიორებს ტარიფის ხელახალი დაანგარიშება დაავალა.

ციფრული მაუწყებლობის ქსელის მონიტორინგი IDFI-მ საქართველოს მთავრობის 2015 წლის 17 ივნისის №273 დადგენილებით დამტკიცებული საქართველოში ანალოგური მიწისზედა სატელევიზიო მაუწყებლობის ეტაპობრივად გათიშვის გრაფიკის მიხედვით განახორციელა. თბილისის ციფრული ზონა გაითიშა 1 ივლისს 10 საათზე. რის შემდეგაც IDFI-მ ციფრული მაუწყებლობის ქსელის მონიტორინგიც დაიწყო.

შემოწმება ხორციელდებოდა შემდეგი მეთოდოლოგიით:

1. ტესტირება ანალიზატორის გამოყენებით: რომლის პროცესში გაზომვები წარმოებდა TELEVES H45-ის ანალიზატორის მეშვეობით, დელტას ფირმის (311 H) მიმღები ანტენის (პარამეტრები 10 დეციბელამდე დეციმეტრულ სიხშირეებზე და 1.5 დეციბელი მეტრულ სიხშირეებში) გამოყენებით არაუმეტეს 5 მეტრის სიმაღლეზე დედამიწის ზედაპირიდან;

2. ტესტირება ბოლო მომხმარებლის აპარატურის გამოყენებით: მეთოდით მოსახლეობაში დარიგებული KONKA-ს და საცალო გაყიდვაში არსებული AG-ს ფირმის რისივერების, დელტას ფირმის (311 H) მიმღები ანტენის (პარამეტრები 10 დეციბელამდე დეციმეტრულ სიხშირეებზე და 1.5 დეციბელი მეტრულ სიხშირეებში) გამოყენებით არაუმეტეს 5 მეტრის სიმაღლეზე დედამიწის ზედაპირიდან ხდებოდა ტელევიზორის და რისივერის ჩართვა და ძეზნის რეჟიმში დაფიქსირებული ყველა სატელევიზიო არხის დაფიქსირება.

საერთო ჯამში შემოწმება განხორციელდა 89 პუნქტში მთელი საქართველოს მასშტაბით ანალოგური სიგნალის გამორთვის გრაფიკის შესაბამისად. შიდა ქართლსა და იმერეთში, მონაცემების დაზუსტების მიზნით, ორი კვირის შემდეგ მეორეჯერ განხორციელდა შემოწმება.

შემოწმების შედეგად გამოიკვეთა ორი პრობლემა არაქართულენოვანი არხების შემოსვლა და ქსელის არასაკმარისი მდგრადობა.

3.1. არაქართულენოვანი არხები

შემოწმების შედეგად აღმოჩნდა, რომ ზოგიერთ რეგიონში შესაძლებელია არაქართულენოვანი ანალოგური არხების მიღება. რაც იმას ნიშნავს, რომ მოქალაქემ, რომელმაც ვერ მოახერხა სეტ ტოპ ბოქსის ან DVB T2 სტანდარტის მქონე ტელევიზორის

¹³ <http://gncc.ge/ge/legal-acts/commission/solutions/2015-414-16.page>

შეძენა, მათ შესაძლებლობა აქვთ ანალოგურ რეჟიმში მიიღონ სხვა ქვეყნების მაუწყებლობა. ეს განსაკუთრებით პრობლემას ქმნის ოკუპირებულ ტერიტორიებთან მდებარე და საზღვრისპირა სოფლებში. ჩნდება შესაძლებლობა, რომ მოსახლეობა მხოლოდ უცხოური, პროპაგანდული მედიის ამარა დარჩეს. მით უმეტეს ოკუპირებულ ტერიტორიებსა და ახლოს მდებარე სოფლებში, სადაც სეტ ტოპ ბოქსების კონცენტრაცია ნაკლებია, ან საერთოდ ვერ მოხერხდა ამ ტექნიკის შეტანა. შესაბამისად, მოქალაქეები, რომლებიც მიწისზედა მაუწყებლობით სარგებლობდნენ, ქართული არხების მიღებას ვერ შეძლებენ, ეს კი მნიშვნელოვანი პრობლემაა თანამედროვე სამყაროში, სადაც რუსეთი დიდ თანხას ხარჯავს საკუთარი „რბილი ძალის“ გასააქტიურებლად.

არანაკლები პრობლემაა საზღვრისპირა რეგიონები, მაგალითად, სამცხე ჯავახეთი, რომელიც ეთნიკურად არაქართველებით არის ძირითადად დასახლებული. ინტეგრაციის პრობლემები ისედაც არსებობს ქვეყანაში, ქართული ანალოგური არხების გათიშვა და მხოლოდ სომხური ან აზერბაიჯანული არხების ხელმისაწვდომობა ქართული ინფორმაციის გარეშე დატოვებს მათ და ხელს შეუწყობს უფრო მეტ პოლარიზაციას.

სწორედ ამ პრობლემების გათვალისწინებით, კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის მიერ სხვადასხვა ტიპის შეხვედრებზე აღნიშნული იყო, რომ მეზობელი ქვეყნის ანალოგური სიხშირეების ჩახშობა მოხდებოდა, თუმცა IDFI-ს მიერ ჩატარებული მონიტორინგისას აღმოჩნდა, რომ შემოწმების პერიოდში ხელმისაწვდომი იყო სხვა ქვეყნის ანალოგური არხები.

მონიტორინგისას აღმოჩნდა, რომ აზერბაიჯანული, სომხური და რუსული არხების მიღება დაფიქსირდა შემდეგ წერტილებში - მარტყოფი, ტრანზიტული გზა (კახეთის გზ. კვეთა), ზემო ფონიჭალა, თელეთის სააგარაკე დასახლება, ასურეთის სააგარაკე დასახლება, მარნეულის შესასვლელი, გომბორზე მდებარე პოლიციის შენობა. რუსული არხები ORT, RTR Russia 24-ს მიღება შესაძლებელია ოსიაურში. აზერბაიჯანული არხები ხელმისაწვდომია სოფელ ფარიზსა და შულავერში, თურქული კი ქობულეთში, ბათუმსა და წყალწმინდაში.

აზერბაიჯანული	სომხური	რუსული	თურქული
მარტყოფი, ტრანზიტული გზა (კახეთის გზ. კვეთა), ზემო ფონიჭალა, თელეთის სააგარაკე დასახლება, ასურეთის სააგარაკე დასახლება, მარნეულის შესასვლელი, გომბორი			ქობულეთი, ბათუმი, წყალწმინდა

სოფელი ფარიზი	მარნეული	ოსიაური	
შულავერი	შულავერი		
მარნეული			
ასურეთის აგარაკები			
მარტყოფი			
გომბორი			

სამწუხაროდ ეს არხები 2015 წლის 1 ოქტომბრისთვის ასევე იყო ხელმისაწვდომი იმავე ლოკაციებში.

3.2. ქსელის მდგრადობა

IDFI-ს მიერ ჩატარებული შემოწმების შედეგად გამოჩნდა, რომ რიგ ადგილებში არამდგრადია ქსელი. შემოწმების პერიოდისთვის არც ერთი მულტიპლექსის მიღება არ იყო შესაძლებელი შემდეგ წერტილებში - ატენი, ტაშისკარი, თერჯოლა, წყალწმინდა (აქ მხოლოდ თურქული არხის მიღება იყო შესაძლებელი), ზესტაფონის შესასვლელი (შორაპანთან), სოფელ ლეღვა, ხელვაჩაური.

თერჯოლაში გარკვეულ წერტილში ვრცელდებოდა ტელერადიოცენტრის მულტიპლექსის სიგნალი, რიგ ადგილებში კი საერთოდ ვერ იღებდა ვერც ერთ მულტიპლექსს.

ტელერადიოცენტრის მიერ აგებული მულტიპლექსი არ ვრცელდებოდა შემდეგ ტერიტორიაზე - კუმისი, ფოთი, ხობი, ქობულეთის ცენტრი, შუახევის შესასვლელი, სამტრედია. სტერო +-ის ეროვნული მულტიპლექსის სიგნალი კი არ ვრცელდებოდა სენაკსა და სამტრედიაში.

ქსელის მდგრადობა შეამოწმა კომუნიკაციების ეროვნულმა კომისისამაც. კომისიის აპარატის რადიოსიხშირეთა მართვის დეპარტამენტის მობილური ჯგუფები 2015 წლის 02 ივლისიდან 31 აგვისტოს პერიოდში მულტიპლექსს პლატფორმების (№MUX B და №MUX E) ფორმირების ზედამხედველობას ახორციელებდნენ. მონიტორინგი საქართველოს მთავრობის 2015 წლის 17 ივნისის №273 დადგენილებით დამტკიცებული საქართველოში ანალოგური მიწისზედა სატელევიზიო მაუწყებლობის ეტაპობრივად გათიშვის გრაფიკის მიხედვით განხორციელდა.

კომისიის დასკვნის თანახმად, "სტერეო+"-ის მიერ ჩართულია ციფრული სატელევიზიო გადამცემი სადგურები სალიცენზიო პირობებით განსაზღვრულ საქართველოს ტერიტორიის 46-ვე პუნქტში. გარკვეულ ტერიტორიულ ერთეულებში ტექნიკური ხელშეშლების გამო არ ფუნქციონირებს რადიოსარელეო ხაზები, ასევე რამდენიმე პუნქტში ჩართულია მხოლოდ ერთი გადამცემი ნაცვლად ორისა და რადიოსარელეო ხაზები ორგანიზებულია ცალმხრივად სათაო სადგურიდან ციფრულ სატელევიზიო გადამცემებამდე და არ არის ორგანიზებული ციფრულ სატელევიზიო გადამცემებიდან ინფორმაციის სათაო სადგურზე (განთავსებულია ქ. თბილისში) მიღება, რის გამოც გადამცემის მუშაობის რეჟიმი არ კონტროლირდება ავტომატურად, თუმცა გადამცემების მუშაობის მონიტორინგი წარმოებს სატელეფონო შეტყობინებების მეშვეობით.

ზემოთხსენებული ტექნიკური ხარვეზების იდენტიფიცირებისთვის და ინფორმაციის კომისიაში წერილობით წარმოდგენისთვის შპს „სტერეო +“-ს განესაზღვრა ორკვირიანი ვადა. ამავე დროს კომისიის აპარატის რადიოსიხშირეთა მართვის დეპარტამენტის მონიტორინგის ჯგუფს დაევალა ამავე პერიოდში ზემოთ აღნიშნული ტექნიკური ხელშეშლების იდენტიფიცირება და აღმოჩენის შემთხვევაში აღმოფხვრის უზრუნველყოფა. გარდა ამისა, შპს „სტერეო +“-ს დაევალა 2015 წლის 31 დეკემბრამდე ტრაფიკის ავტომატური კონტროლის სისტემის ექსპლუატაციაში გაშვება.¹⁴

4. რეგიონული და ადგილობრივი ტელევიზიები და მათი საეთერო ციფრული ქსელების მდგომარეობა

ანალოგურიდან ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლის პროცესი, რეფორმასთან დაკავშირებული მატერიალურ-ტექნიკური სირთულეების გამო, უპირველესად რეგიონებში მოქმედი მცირე მაუწყებლებისთვის ქმნიდა ბაზრიდან გასვლის საფრთხეს. სწორედ ამიტომ IDFI-მ პროგრამის განხორციელებისას ერთ-ერთ უმთავრეს პრიორიტეტად ციფრულ პლატფორმაზე მიგრაციის პროცესში მცირე მაუწყებლების ხელშეწყობა განსაზღვრა.

ანალოგური მაუწყებლობის რეჟიმში ქვეყანაში, თბილისის ადგილობრივი ზონის გამოკლებით, 25 ადგილობრივი გეოგრაფიული არეალის მიხედვით (რომელიც შესაბამისობაში იყო ქვეყნის ადმინისტრაციულ-ტერიტორიულ მოწყობასთან) 23 ადგილობრივი საეთერო ტელე მაუწყებელი ფუნქციონირებდა:

¹⁴ <http://gncc.ge/ge/news/press-releases/komisiam-shps-stereo-is-mier-radiosixshiruli-speqtrit-sargeblobis-mux-b-da-mux-e-licenziabis-pirobebis-da-valdebulebebis-shesrulebis-shesaxeb-gadawyvetileba-miigo.page>

გადამცემი სადგურების განთავსების ადგილი		მაუწყებლის სახელწოდება
1.	ლაგოდეხი	შპს „ეკომი“
2.	გურჯაანი	შპს ტელეკომპანია „გურჯაანი“
3.	თელავი	შპს ტელეკომპანია „თანამგზავრი“
4.	საგარეჯო	შპს ტელე-რადიო კომპანია „თვალი“
5.	რუსთავი	სს „ქვემო ქართლის ტელერადიოკომპანია“
6.	მარნეული	სს „ქვემო ქართლის ტელერადიოკომპანია“
7.	ბოლნისი	სს „ქვემო ქართლის ტელერადიოკომპანია“
8.	მანგლისი	შპს „ომეგა“
9.	გორი	შპს ტელე-რადიო კომპანია „თრიალეთი“, ააიპ „სამოქალაქო განათლების ფონდი“
10.	ხაშური	შპს ტელეკომპანია „დია“
11.	საჩხერე	ააიპ „სამოქალაქო განათლების ფონდი“
12.	ბორჯომი	შპს ტელე-რადიო კომპანია „ბორჯომი“
13.	ჭიათურა	შპს სამაუწყებლო კომპანია „იმერვიზია“
14.	ზესტაფონი	შპს ტელერადიო კორპორაცია „ინფორმკავშირი ტელევიზია არგო“ სპს „კვეტენაძე და კომპანია“
15.	ახალციხე	შპს „იმპერია“

16.	ქუთაისი	შპს ტელერადიოკომპანია „რიონი“ ააიპ „სამოქალაქო განათლების ფონდი“
17.	ხონი	შპს დამოუკიდებელი ტელეკომპანია „მეგა-ტვ“
18.	სამტრედია	შპს ტელე-რადიო პრესკომპანია „ზარი“
19.	ჩხოროწყუ	ააიპ „მედია ცენტრი ღია აფხაზეთისათვის“
20.	წალენჯიხა	ააიპ „მედია ცენტრი ღია აფხაზეთისათვის“
21.	სენაკი	შპს დამოუკიდებელი ტელეკომპანია „ეგრისი“ ააიპ „სამოქალაქო განათლების ფონდი“
22.	ოზურგეთი	შპს დამოუკიდებელი სამაუწყებლო კომპანია „გურია“
23.	ზუგდიდი	შპს დამოუკიდებელი ტელერადიოკომპანია „ოდიში“
24.	ბათუმი	შპს „ტელეარხი 25“ ააიპ „სამოქალაქო განათლების ფონდი“
25.	ფოთი	შპს სამაუწყებლო კომპანია „მეცხრე ტალღა“

IDFI-ის სამუშაოები ამ არხების შენარჩუნებისა და ზოგადად ლოკალური მაუწყებლობის მხარდაჭერისთვის რამდენიმე მიმართულებით წარიმართა, რამაც შესაძლებელი გახადა არა მხოლოდ ცხრილში მოყვანილი მაუწყებლების შენარჩუნება, არამედ ზემოთ მოყვანილ სამაუწყებლო ზონაში ადგილობრივი სამაუწყებლო ქსელების ფორმირება, რომელთა საშუალებით არა ერთი არხის ტრანსლირებაა შესაძლებელი.

4.1 სიხშირული სპექტრის განაწილება, დიაპაზონები

ადგილობრივი მცირე მაუწყებლებისთვის ციფრული ქსელების ფორმირებისთვის უარის თქმის ერთ-ერთ უმთავრეს საფუძველს, მათ შორის საქართველოს მეზობელ ქვეყნებშიც, წარმოადგენს სიხშირული სპექტრის შეზღუდულობა. საქართველოშიც სტრატეგიის

ჩამოყალიბების პროცესში ღიად საუბრობდნენ ციფრული მაუწყებლობისთვის განკუთვნილი UHF რესურსის შეზღუდულობაზე.

ადგილობრივი მაუწყებლების ინტერესების გათვალისწინებით, არსებული ადგილობრივი საეთერო მაუწყებლებისათვის, რომლებიც მცირე სამაუწყებლო ზონაში ვრცელდებიან, გამოყოფილ იქნა VHF III სიხშირულ დიაპაზონში არსებული რადიოსიხშირული რესურსი, ადგილობრივი მულტიპლექს პლატფორმების ფორმირებისათვის. ცალკეული არხების მოთხოვნის შესაბამისად 4 რეგიონული მაუწყებლისთვის გამოიყო UHF რესურსის თავისუფალი სიხშირეებიც (ზუგდიდი, ქუთაისი, გორი, ხონი).

ციფრული ქსელების ფორმირებისა და მონიტორინგის პროცესმა დაადასტურა, რომ VHF III სიხშირული დიაპაზონი აღმოჩნდა უკეთ გავრცელებადი, ვიდრე UHF რესურსი, რაც დადებითად აისახება რეგიონული ციფრული ქსელების მიმზიდველობაზე.

4.2 ტექნიკური სტანდარტი

რეგიონული არხების ციფრულ ხელმისაწვდომობას არსებითად შეუწყო ხელი ტექნიკური სტანდარტის არჩევის შესაძლებლობამაც.

საქართველომ აირჩია აშშ-ს მოდელი და სამთავრობო სტრატეგიაში განსაზღვრული რეგულაციით იმ მაუწყებლებს, რომლებმაც გამოთქვეს სურვილი, რომ არსებული ანალოგური ლიცენზიის ნაცვლად მიეღოთ ციფრული საეთერო ქსელის აგების უფლება და შესაბამისად სიხშირეც, საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულმა კომისიამ უსასყიდლოდ მიანიჭა სიხშირე, გარკვეული პირობების დაცვით.

თუმცა აღნიშნული პირობა ითვალისწინებდა ტექნიკური სტანდარტის არჩევის შესაძლებლობასაც-ციფრული მიწისზედა სატელევიზიო ქსელის აგება განეხორციელებინათ DVB-T (EN 300 744) ან DVB-T2 (EN 302 755) სტანდარტითა და მონაცემთა შემჭიდროვების MPEG 4 (H.264 - ISO/IEC 14496) ან MPEG 2 (H.222/H.262 – ISO/IEC 13818) ტექნოლოგიით, რამაც რეგიონულ არხებს მისცა საშუალება მატერიალურ-ტექნიკური შესაძლებლობის შესაბამისად მიეღოთ ქსელის აგების საკითხზე გადაწყვეტილება.

4.3 ზონალური დაყოფა

ლოკალური მაუწყებლებისთვის არსებით საფრთხეებს ქმნიდა ე.წ. ციფრული ზონების შეუთავსებლობა ადმინისტრაციულ-ტერიტორიულ დაყოფასთან. ITU-სთან შეთანხმებული 10 ციფრული ზონის მიხედვით რეგიონული არხებისთვის სიხშირეების განაწილება გამოიწვევდა სამაუწყებლო არეალის ზრდას, თუმცა საჭიროს გახდიდა მაუწყებელთა გაერთიანებას ცალკეული ზონის მიხედვით ერთ მულტიპლექსში (რაც შეზღუდავდა თავისუფალ რესურსს) ასევე გაართულებდა იმ ნიშის შენარჩუნებას, რაც ათეული წლებია რეგიონულ მაუწყებლების მიერ კონკრეტული თემებისთვის კონტენტის მომზადებაში მდგომარეობს.

ზონალური დაყოფა საბოლოოდ დაეფუძნა არსებულ პრაქტიკას, ანალოგური მაუწყებლობის რეჟიმში. საბოლოოდ, 21 მაუწყებლიდან, რომლებმაც წარადგინეს მოთხოვნა ადგილობრივი ციფრული მიწისზედა სატელევიზიო ქსელის ფორმირებისათვის საჭირო რადიოსიხშირული რესურსის მინიჭების თაობაზე, (მათგან არც ერთი არ ვრცელდებოდა ერთი და იმავე ადგილობრივ არეალში) კომუნიკაციების კომისიამ განახორციელა 21 ადგილობრივი ციფრული მიწისზედა სატელევიზიო ქსელის ფორმირებისათვის საჭირო რადიოსიხშირული რესურსის დაგეგმარება და შესაბამისი ტექნიკური პარამეტრების განსაზღვრა, რომლის ფარგლებშიც 17 ადგილობრივი ციფრული მიწისზედა სატელევიზიო ქსელის ფორმირებისათვის საჭირო რადიოსიხშირული რესურსი (რომელიც მოიცავს 20 გადამცემი სადგურისათვის განსაზღვრულ რადიოსიხშირულ რესურსს) დაგეგმარდა VHF III დიაპაზონიდან, ხოლო ოთხი ადგილობრივი ციფრული მიწისზედა სატელევიზიო ქსელის ფორმირებისათვის საჭირო რესურსი (რომელიც მოიცავს 4 გადამცემი სადგურისათვის განსაზღვრულ რადიოსიხშირულ რესურსს) დაგეგმარდა UHF დიაპაზონის ფარგლებში არსებული სიხშირული რესურსიდან.

ეს მაუწყებლებია: შპს „ეკომი“, შპს ტელეკომპანია „გურჯაანი“, შპს ტელეკომპანია „თანამგზავრი“, შპს ტელე-რადიო კომპანია „თვალი“, სს „ქვემო ქართლის ტელერადიოკომპანია“, შპს „ომეგა“, შპს ტელე-რადიო კომპანია „თრიალეთი“, შპს ტელეკომპანია „დია“, შპს ტელე-რადიო კომპანია „ბორჯომი“, შპს სამაუწყებლო კომპანია „იმერვიზია“, შპს ტელერადიო კორპორაცია „ინფორმკავშირი ტელევიზია არგო“, შპს „იმპერია“, შპს ტელერადიოკომპანია „რიონი“, შპს დამოუკიდებელი ტელეკომპანია „მეგა-ტვ-ს“, შპს ტელე-რადიო პრესკომპანია „ზარი“, ააიპ „მედია ცენტრს ღია აფხაზეთისათვის“, შპს დამოუკიდებელ ტელეკომპანია „ეგრისი“, შპს დამოუკიდებელ სამაუწყებლო კომპანია „გურია“, შპს დამოუკიდებელ ტელერადიოკომპანია „ოდიში“, შპს „ტელეარხ 25“ და შპს სამაუწყებლო კომპანია „მეცხრე ტალღა“.

4.5 აუთვისებელი და კონფლიქტური ზონები

ანალოგური მაუწყებლობის დროსაც, სამწუხაროდ საქართველოში იყო არაერთი ე.წ. „აუთვისებელი ზონა“, სადაც ლოკალური მაუწყებლები არ ფუნქციონირებდნენ (რაჭა-

ლექსუმი, ზემო სვანეთი, ხევსურეთი და სხვა). მნიშვნელოვანია, რომ კომუნიკაციების ეროვნულმა კომისიამ, საკითხის განხილვის პროცესში, ღია სხდომებზე დეკლარირებულად გაიზიარა IDFI-ს რეკომენდაცია და განაცხადა, რომ დაინტერესების შემთხვევაში, კომუნიკაციების ეროვნული კომისია გამოთქვამს მზადყოფნას საკონკურსოდ გამოიტანოს თავისუფალი სიხშირული რესურსი ადგილობრივი მცირე მულტიპლექსების ფორმირებისთვის.

მნიშვნელოვანია კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის მზაობა, გამოიყოს დამატებითი რადიოსიხშირული რესურსი არსებული ქსლებისთვის ჩრდილოვანი ზონების (აქამდე დაუფარავი სოფლების და დაბების) დასაფარადაც.

4.6 პარალელური მაუწყებლობის პრობლემები

სტრატეგიის მიხედვით, ადგილობრივი სიხშირული სპექტრის განაწილებამ ადგილობრივი მაუწყებლების მიერ მინიჭებული სიხშირული რესურსის გამოყენება ციფრული მაუწყებლობისთვის შესაძლებელი გახადა მხოლოდ ანალოგური მაუწყებლობის გათიშვის შემდგომ, რამაც შექმნა ე.წ. „ფანჯრის“ ეფექტი ადგილობრივი არხებისთვის ციფრულზე გადასვლის პროცესში. თუმცა პარალელური მაუწყებლობის შეუძლებლობამ რეგიონული ტელევიზიებისთვის არსებითად გააიფარა ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლის ხარჯიც.

საყურადღებოა ლოკალური ციფრული ქსელების ფორმირების საბოლოო ვადაც. ადგილობრივი ოპერატორი ვალდებულია უზრუნველყოს ადგილობრივი მიწისზედა სამაუწყებლო ქსელის/მულტიპლექს პლატფორმის ფორმირება 2016 წლის 1 მარტამდე, რაც ეროვნული ქსლებისგან განსხვავებით, ლოკალურ ქსელებს აძლევს რეფორმის განხორციელებისთვის მეტ დროს.

4.7 გადასვლის ტექნიკური პროექტირება

იმისთვის, რომ რეალურად განხორციელებულიყო ციფრული მაუწყებლობის სტრატეგიით მიღწეული შედეგები ადგილობრივი მაუწყებლებისთვის, IDFI -ს ერთ-ერთ მთავარ ამოცანად იქცა რეგიონული არხებისთვის ციფრულზე მიგრაციის ტექნიკური საკითხების ანალიზი და პროექტირებაში მხარდაჭერა.

ამ მიზნით GARB -თან პარტნიორობით მოეწყო არაერთი შეხვედრა, პრეზენტაცია-სემინარები და ტრენინგები ციფრული მულტიპლექსების ფორმირებასა და ტექნიკურ პარამეტრებთან დაკავშირებით, რამაც გაზარდა რეგიონული ტელევიზიების მენეჯერთა

ცოდნის დონე. მნიშვნელოვანი იყო გამოცდილების გაზიარება თავად რეგიონულ მაუწყებლებს შორის, ამ გზით რეგიონულმა არხებმა შეძლეს ტექნიკური დავალების მომზადება და საბოლოოდ მულტიპლექსის ფორმირებისთვის საჭირო სამუშაოების გაძღოლა.

4.8 რეგიონული მაუწყებლების დახმარების ღონისძიებები

მაუწყებლების, ასევე ციფრული მაუწყებლობის საეთერო ქსელების ოპერატორების დაფინანსების მიმართულებით, ევროპის კავშირის მინისტრთა კომიტეტი ევროპის კავშირის წევრ სახელმწიფოებს რეკომენდაციას აძლევს, რომ მათ რეგულირებაში ასახონ ეკონომიკური და სამართლებრივი საკითხები, რომლის მიზანი იქნება მედია პლურალიზმის უზრუნველყოფა, ასევე უზრუნველყოფს საზოგადოების წევრების შესაძლებლობას მაღალხარისხიან პროგრამებთან, რომელიც მრავლად იქნება წარმოდგენილი მედია ბაზარზე¹⁵. სახელმწიფომ უნდა დაიცვას და თუ აუცილებელია, მიიღოს სპეციალური ზომები, მედია პლურალიზმის დასაცავად. IDFI -ს რეკომენდაციებიც რეგიონული არხების მხარდასაჭერად ეფუძნებოდა სწორედ ამგვარ მიდგომებს, რაც შემდგომ რეკომენდაციებში გამოიხატა:

IDFI-ს რეკომენდაცია	პრაქტიკაში განხორციელება
რეგიონული და ადგილობრივი მაუწყებლების წამახალისებელ საშუალებად, ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლის პერიოდში, გამოყენებული იყოს, რეგულირების საფასურის შეღავათიანი ან ნულოვანი ოდენობის დადგენა	არ განხორციელებულა
გარდამავალ პერიოდში შესაძლოა მოხდეს მათი გადასახადებისგან განთავისუფლება	არ განხორციელებულა
შესაძლოა დადგინდეს პირდაპირი სუბსიდირების სისტემა, გარკვეული გადამცემი აპარატურის შესაძენად ან გამოიყოს დაბალპროცენტიანი სესხები იმავე მიზნობრიობით.	არ განხორციელებულა

¹⁵ Recommendation R (2003)9 of the Committee of Ministers to Member States on measures to promote the democratic and social contribution of digital broadcasting.

<p>მოხდეს ანალოგური მაუწყებლობისთვის განკუთვნილ ლიცენზიებში წინსწრებით გადახდილი თანხის უკან დაბრუნება</p>	<p>განხორციელდა</p>
--	---------------------

საბოლოოდ სახელწიფომ გაიზიარა ბოლო რეკომენდაცია და შესაბამისად როგორც რეგიონულ, ისე ეროვნულ მაუწყებლებს 2015 წლის ივლისის დასაწყისში უკან დაუბრუნდა მილიონზე მეტი (1,073,076.68) ლარი.

დასკვნა

ჩვენთვის ყველაზე მნიშვნელოვანია ის, რომ საეთერო ტელემაუწყებლობის ქსელით ოპერირება დაიგეგმა და განხორციელდა იმგვარად, რომ არ მოხდა არც ერთი მაუწყებლის შეზღუდვა და სტრატეგია პირდაპირ პასუხობდა იმ რეკომენდაციებს, რომელიც ასახულია ევროკავშირის დირექტივებსა და რეკომენდაციებში, ეუთოს და ITU-ს და სხვა ორგანიზაციების რეკომენდაციებში. გასაგებია, რომ ციფრული საეთერო ტელე მაუწყებლობა არ იქნება გრძელვადიან პერიოდზე გათვლილი პლატფორმა და საყოველთაო ინტერნეტიზაციის შემდგომ (სავარაუდო 10 წლიანი პერსპექტივით) შემცირდება საეთერო პლატფორმის მოხმარების წილი და აბონენტების რაოდენობაც, უმთავრესი და პირველ რიგში აღსანიშნავია ჩამოყალიბებული დემოკრატიული საეთერო ციფრული მედია-გარემო. ჩვენი შეფასებით, ეს შედეგი მიღწეულად უნდა ჩაითვალოს და ბიზნესმა ამ სტატუსის შენარჩუნება უნდა შეძლოს არსებული რეგულირების ჩარჩოს პირობებში.

პირველ რიგში, უნდა გამოიყოს ის სიკეთეები და უპირატესობები, ასევე შესაძლებლობები რაც მიიღეს უშუალოდ მაუწყებლებმა და სამაუწყებლო ქსელების ოპერატორებმა, ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლის შედეგად:

- კარგად კონცენტრირებული საეთერო არხების ნაკრები საეთერო მაუწყებლობაზე დამოკიდებული ეროვნული მაუწყებლებისთვის (20 არხზე მეტი ერთ კალათში);
- კერძო და არა სახელმწიფო ქსელით სიგნალის გავრცელების შესაძლებლობა, როდესაც ქსელთან დაშვების ანუ გავრცელების საკითხს წყვეტს კერძო კომპანია წინასწარ, საკონკურსო პირობების ფარგლებში;
- სამაუწყებლო კონტენტის ეროვნულ დონეზე გავრცელების დაბალი ფასი - საშუალო ევროპულზე 20%-ზე ნაკლები; და ეროვნულ დონეზე არსებულ ანალოგური მაუწყებლობის ხარჯზე 40% ნაკლები;
- გავრცელების ფიქსირებული საფასური, რომელიც სალიცენზიო პირობაში ინტეგრირდა;
- 100%-ით სუბსიდირებული საქართველოს ოჯახების 15%-ზე მეტი რაოდენობა;
- ავტორიზაციის გამარტივებული ფორმა მაუწყებლობის უფლების მისაღებად;

- დაშვების პირობების ღიაობა და ტარიფების ხარჯებზე ორიენტირებულობის ვალდებულება.
- არსებული ლიცენზიანტებისთვის გამოუყენებელი ლიცენზიის ვადის შესაბამისი თანხების დაბრუნება სახელმწიფოსგან;
- დაფარვის გაზრდილი არეალი;
- გავრცელების ალტერნატივები რეგიონული სამაუწყებლო პლატფორმის სახით;

ეს ჩამონათვალი არ არის სრული და შესაძლოა კიდევ დაემატოს რამდენიმე მიმართულება, თუმცა იმისათვის, რომ რეფორმა დადებითად შევაფასოთ, ისეთი პატარა მედია ბაზრისთვის როგორც საქართველოა, ვფიქრობთ სრულიად საკმარისია.

რა თქმა უნდა, არსებობს გამოწვევები და დაბრკოლებებიც, რომლის დაძლევაც ადვოკატირების ეტაპზე ვერ მოხერხდა, თუმცა ვფიქრობთ, რომ საბოლოო ჯამში მათ რეფორმის შედეგებზე არსებითი უარყოფითი გავლენა ვერ მოახდინეს. მათ შორის უნდა გამოიყოს ე.წ. სახელმწიფო მულტიპლექს პლატფორმის ფორმირება საზოგადოებრივი მაუწყებლობისთვის, როდესაც ქსელს მართავს არა თავად მაუწყებელი, არამედ სახელმწიფო კომპანია. სახელმწიფო პოლიტიკის არ არსებობა იმ მოსახლეობისთვის, რომელიც ვერ ყვება ციფრული საეთერო მაუწყებლობის ქსელის არეალში (მათი უფასო თანამგზავრული თეფშებით დაკმაყოფილება), პირდაპირი შესყიდვები ღია ტენდერების ნაცვლად (თუმცა გასაგებია დროის სიმცირის საკითხიც), საინფორმაციო კომპანიის ხარვეზები, იმპორტიორებთან კოორდინაციის ნაკლებობა და სხვა საკითხები.