



**AGJENCIA PËR SHËRBIME  
MEDIATIKE AUDIO DHE AUDIOVIZUELE**

**ANALIZA E TREGUT  
TË VEPRIMTARISË RADIODIFUZIVE  
PËR VITIN 2013**

**Shkup, korrik 2014**

## PËRMBAJTJA

HYRJE .....	2
PËRMBLEDHJE.....	4
INDUSTRIA E TELEVISIONIT .....	8
Gjetjet kyçe .....	9
Numri i stacioneve televizive .....	11
Televizioni Maqedonas .....	14
Televizione në nivel shtetëror .....	20
Televizione satelitore .....	34
Televizione rajonale .....	39
Televizione lokale.....	49
Qëndrimet e publikut për përfaqësimin dhe cilësinë e përmbajtjeve programore të televizioneve të vendit.....	54
Modelet e pranimit të sinjalit televiziv .....	55
Kanale të huaja televizive .....	56
Burimet e informimit të publikut maqedonas .....	59
Koha mesatare e shikimit të televizionit gjatë një dite .....	61
Përmbajtjet programore më të shikuara në vitin 2013.....	61
Karakteristikat demografike të publikut .....	63
INDUSTRIA E RADIOS.....	66
Gjetjet kyçe .....	67
Radioja Maqedonase .....	69
Radiostacione në nivel shtetëror .....	72
Radiostacione në nivel rajonal .....	81
Radiostacione në nivel lokal.....	87
Qëndrimet e publikut për përmbajtjet programore të radiostacioneve.....	92
PËRMBAJTJA E TABELAVE .....	93
PËRMBAJTJA E FIGURAVE .....	94

## HYRJE

Në seancën e mbajtur më 25 dhjetor të vitit 2013 Kuvendi i Republikës së Maqedonisë me Dekret nr.07-5068/1 e shpalli Ligjin për shërbime mediatike audio dhe audiovizuele (Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë nr.184/13, 13/14, 44/14 dhe 101/14). Ky Ligj hyri në fuqi më 03 janar të vitit 2014 dhe në të njëjtën ditë pushoi të vlejë Ligji për veprimtari radiodifuzive (Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë nr.100/05, 19/07, 103/08, 152/08, 6/10, 145/10, 97/11, 13/12 dhe 72/13).

Në nenin 2 të Ligjit për shërbime mediatike audio dhe audiovizuele janë theksuar gjithsej 12 qëllime që duhet të sigurohen me këtë Ligj, e mes tyre dhe *“zhvillimi i shërbimeve mediatike audio dhe audiovizuele”, “zhvillimi i produksionit të pavarur”, “nxitja dhe zhvillimi i konkurrencës në shërbimet mediatike audio dhe audiovizuele...”* dhe *“zhvillimi i ekonomisë në Republikën e Maqedonisë”*.

Për realizimin e këtyre qëllimeve Agjencia ka nevojë për njohuri të plota për situatën në të cilën gjendet industria, të cilët duhet të jenë marrë në bazë të të dhënave të sakta mbi ecurinë ekonomike të subjekteve në treg. Nga ana tjetër, në nenin 6 të Ligjit si një nga kompetencat e Agjencisë është parashikuar të *“zbaton hulumtime dhe analiza lidhur me çështje të caktuara nga sfera e shërbimeve mediatike audio dhe audiovizuele”*.

Në nenin 13 të Ligjit për media (Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë nr.184/13 dhe 13/13) i cili, gjithashtu, hyri në fuqi më 03 janar të vitit 2014, është parashikuar obligim për radiodifuzerët më së voni deri më 31 mars në vitin rrjedhës Agjencisë, midis të dhënave të tjera, t'i dorëzojnë edhe *“të dhëna për burimet e financimit të radiodifuzerit në vitin paraprak (reklama, sponzorime, shitje të përmbajtjeve, shërbime të siguruara ndaj palëve të treta dhe ngjashëm)”* dhe *“të dhëna për të hyrat dhe shpenzimet totale të realizuara të radiodifuzerit në vitin paraprak nga sigurimi i veprimtarisë”*. Këto të dhëna radiodifuzerët duhet t'i dorëzojnë në formular të veçantë i përcaktuar nga Agjencia. Në seancën e mbajtur më 04 mars të vitit 2014 Agjencia e miratoi formularin *“Të dhëna për strukturën pronësore, redaktorët dhe ecurinë ekonomike të radiodifuzerit (SUE/1)”* dhe më 18 mars të vitit 2014 me letër të shkruar kërkoi nga të gjithë radiodifuzerët t'i paraqesin të dhënat e duhura.

Të dhënat për pjesëmarrjen e stacioneve televizive në shikueshmërinë e përgjithshme, përmbajtjet programore më të shikuara në vitin e analizuar dhe të dhënat e tjera nga matja e publikut televiziv i siguroi agjencia hulumtuese NIELSEN AUDIENCE MEASUREMENT nga Shkupi, ndërsa të dhënat nga matja e publikut të radios agjencia IPSOS STRATEGIC PULS nga Shkupi. Agjencia hulumtuese Analitika SHPK i siguroi të dhënat për shpallësit më të rëndësishëm në industrinë televizive në vitin 2013.

Të dhënat mbi ecurinë ekonomike të radiodifuzerëve janë analizuar në kuadër të tregut relevant në të cilin ato i përkasin. Në përcaktimin e tregjeve relevante ishin përdorur “Udhëzimet për përcaktimin e tregut relevant për qëllimet e Ligjit për mbrojtjen e konkurrencës” të cilët në maj të vitit 2011 i hartoi Komisioni për mbrojtjen e konkurrencës<sup>1</sup>. Në pajtim me nenin 5 të Ligjit për mbrojtjen e konkurrencës (Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë nr.145/10, 136/11 dhe 41/14) *„tregu relevant i produkteve“ është tregu i të gjithë produkteve dhe/ose shërbimeve të cilat konsiderohen si të shkëmbyeshme ose të zëvendësueshme për konsumatorin, sipas karakteristikave të produkteve, çmimeve të tyre dhe përdorimit të tyre të synuar*, ndërsa *„tregu relevant gjeografik“ është tregu i një zone në të cilën ndërmerret e interesuara janë të përfshira në ofertën dhe kërkesën e produkteve dhe/ose shërbimeve, në të cilën kushtet e konkurrencës janë mjaft homogjene dhe mund të dallohen nga zonat fqinjë, sipas kushteve të konkurrencës që janë dukshëm të ndryshme në ato zona”*.

Prej këtu, në këtë Analizë veças është analizuar ecuria ekonomike të subjekteve të industrisë së televizionit (Kapitulli 1), dhe veças të subjekteve të industrisë së radios (Kapitulli 2). Në kuadër të këtyre dy kapitujve dhe në përputhje me tregjet relevante gjeografike është analizuar puna e subjekteve që kryejnë veprimtari radiodifuzive në nivel shtetëror, rajonal dhe lokal.

Prej gjithsej 142 radiodifuzerë, 137 e plotësuan këtë obligim në afatin e parë, ndërsa tre në afatin shtesë. Vetëm dy radiostacione lokale nuk dorëzuan të dhëna: Shoqata tregëtare radiodifuzive RADIO BESA SHPKNJP nga f. Crnilishtë, Dollnenë, e cila gjatë afatit shtesë e humbi të drejtën të kryejë veprimtari radiodifuzive dhe Shoqata tregëtare radiodifuzive ENERGU RADIO SHPKNJP import-eksport Strugë e së cilës, në përputhje me dispozitat e nenit 6 të Ligjit për media Këshili i Agjencisë i'a hoqi lejen.

<sup>1</sup> Udhëzimet për përcaktimin e tregut relevant për qëllimet e Ligjit për mbrojtjen e konkurrencës mund ti gjeni në faqen e internetit të Komisionit për mbrojtjen e konkurrencës në linkun e mëposhtëm <http://www.kzk.gov.mk/images/Vestiimages/943/%D0%9F%D0%A0%D0%95%D0%97%D0%95%D0%9C%D0%98.pdf>

## PËRMBLEDHJE

### INDUSTRIA E TELEVISIONIT

- Përveç servisit radiodifuziv publik i cili emeton program televiziv në tre servise programore (RTM1, RTM2 dhe Kanali parlamentar), gjatë gjithë vitit të analizuar program emetonin edhe gjithsej 64 stacione televizive komerciale. Në maj të vitit 2013, me qëllim të sigurohet kalim të sukseshëm nga emetim analog në emetim dixhital, ishte zbatuar procedura për ndryshimin e lejeve ekzistuese për kryerjen e veprimtarisë radiodifuzive. Gjithsej 20 stacione televizive që deri atëherë emetonin program në nivel lokal, morrën leje të emetojnë në nivel rajonal.
- Në vitin 2013 Televizioni Maqedonas ka realizuar të hyra të përgjithshme më të larta në dhjetë vitet e fundit (1.285,11 milionë denarë). Në strukturën e të hyrave pjesëmarrje më të rëndësishme kanë të hyrat nga taksa radiodifuzive. Shuma e paguar e taksës radiodifuzive ka qenë 405,58 milionë denarë, domethënë 51,74% e vlerës së faturuar. Nga shitja e kohës për reklamim kanë qenë të realizuar 26,36 milionë denarë, domethënë vetëm 2,05% e të hyrave të përgjithshme. Shpenzimet e përgjithshme të Televizionit Maqedonas kanë qenë 1.222,93 milionë denarë, që është shuma më e lartë në dhjetë vitet e fundit. Gjysma e shpenzimeve ose më saktë 50,89% kanë qenë shpenzime të drejtpërdrejta për prodhim të programit. Rezultati financiar i realizuar nga puna ka qenë fitim në shumë prej 62,18 milionë denarë. Numri mesatar i të punësuarve në marrëdhënie të rregullt pune ka qenë 576 persona.
- Në pesë muajt e parë të vitit program në nivel shtetëror emetonin katër stacione televizive komerciale terestriale, ndërsa në shtatë muajt e fundit – pesë. Të hyrat e përgjithshme të këtyre pesë subjekteve kanë qenë 1.290,79 milionë denarë, nga të cilat 45% kanë qenë të hyrat e TV Sitel. TV Alsat-M dhe TV Alfa kanë realizuar më shumë të hyra se sa në vitin e mëparshëm, ndërsa tre televizionet e mbetura i kanë zvogëluar të hyrat. Pothuajse 95% e të hyrave të përgjithshme të këtyre pesë televizioneve kanë qenë të realizuara nga shitja e kohës për reklamim dhe teleshoping.
- Shpenzimet e përgjithshme të këtyre pesë televizioneve kanë qenë 1.105,65 milionë denarë. 63,65% e kësaj shume kanë qenë shpenzimet e TV Sitel dhe TV Kanal 5. Në strukturën e shpenzimeve pjesëmarrje më të rëndësishme kanë shpenzimet për sigurimin e programit (28,53%) dhe shpenzimet për rroga dhe kompensime për personat drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit (20%). Në secilin prej dhjetë viteve të fundit shpenzime më të larta ka paraqitur TV Sitel. Të gjithë pesë stacione televizive kanë realizuar rezultat financiar pozitiv. Numri mesatar i të punësuarve në marrëdhënie të rregullt pune në këto pesë subjekte ka qenë 525 persona.

- Në vitin e analizuar, deri 61,90% e shikueshmërisë së përgjithshme i ka takuar pesë stacioneve komerciale në nivel shtetëror dhe tre stacioneve programore të Televizionit Maqedonas. Zgjedhja më e zakonshme e publikut maqedonas ka qenë oferta programore e TV Sitel.
- Në vitin 2013 në këto gjashtë stacione televizive kanë qenë të emetuara gjithsej 348,452 spote reklamuese me gjatësi të përgjithshme prej 9,769,598 sekonda.
- Në vitin 2013, shpallësi më i rëndësishëm të këto gjashtë stacione televizive ka qenë kompania e huaj Procter&Gamble.
- Televizionet satelitore kanë realizuar të hyra të përgjithshme në shumë prej 88,57 milionë denarë. 76,32% e kësaj shume kanë qenë të hyrat e TV Kanal 5 Plus dhe Nasha TV. Në strukturën e të hyrave të televizioneve satelitore pjesëmarrje dominuese kanë të hyrat nga shitja e kohës për reklamim. Shpenzimet e përgjithshme të pesë televizioneve satelitore kanë qenë 105,20 milionë denarë. Pothuajse 85% e shpenzimeve të përgjithshme kanë qenë shpenzime të drejtpërdrejta për krijimin e programit. Vetëm dy televizione satelitore (TV Kanal 5 Plus dhe Nasha TV) kanë realizuar rezultat financiar pozitiv. Numri mesatar i të punësuarve në marrëdhënie të rregullt pune në këto pesë televizione ka qenë 124 persona.
- Deri në maj të vitit 2013 në treg punonin nëntë televizione rajonale. Me qëllim të sigurohet kalim i sukseshëm nga emetim analog në emetim dixhital, dhe në pajtim me ndryshimet dhe plotësimet e Ligjit për veprimtari radiodifuzive, në maj të vitit 2013 ishte zbatuar procedura për ndryshimin e lejeve për kryerjen e veprimtarisë radiodifuzive. Pas përfundimit të kësaj procedure gjithsej 29 subjekte kishin leje të emetojnë program televiziv në nivel rajonal, prej të cilëve 26 përmes multipleksit terestrial dixhital, ndërsa 3 përmes operatorit të rrjetit komunikues elektronik publik. Të hyrat e përbashkëta e të gjithë televizioneve rajonale kanë qenë 194,75 milionë denarë. Të hyra më të larta kanë qenë të realizuara në rajonin D1 – Shkup. Pjesa më e madhe e të hyrave kanë qenë të realizuara nga shitja e kohës për reklamim dhe teleshoping. Shpenzimet e përgjithshme të televizioneve rajonale kanë qenë 171,78 milionë denarë. Gjysma e këtyre fondeve kanë qenë të harxhuara nga ana e tetë televizioneve që emetojnë në rajonin D1 – Shkup. Numri mesatar i të punësuarve në marrëdhënie të rregullt pune në televizionet rajonale ka qenë 168 persona.
- Gjatë gjithë vitit program në nivel lokal emetonin gjithsej 27 stacione televizive (deri në maj numri i tyre ka qenë 48). Të hyrat e përgjithshme të realizuara në tregun televiziv lokal kanë qenë 74,83 milionë denarë. Të hyra më të larta kanë qenë të realizuara në zonën që i përfshin komunat e Manastirit, Mogilës, Novacit, Resnjës, në zonën e komunave të Ohrit dhe Debarcës dhe në zonën që e formojnë komunat e Kumanovës, Likovës dhe Staro Nagoriçanit. Pothuajse 90% e të hyrave të përgjithshme të televizioneve lokale kanë qenë të realizuara nga shitja e kohës për reklamim. Televizionet lokale së bashkë kanë harxhuar gjithsej 65,66 milionë denarë. Më shumë se gjysma e shpenzimeve të televizioneve lokale kanë qenë shpenzime të

drejtpërdrejta për krijimin e programit, ndërsa pjesa më e madhe prej tyre kanë qenë për rroga dhe kompensime të tjera të personave drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit. Në fund të vitit, gjithsej 17 televizione kanë realizuar rezultat financiar pozitiv nga puna, ndërsa numri mesatar i të punësuarve në marrëdhënie të rregullt pune ka qenë 109 persona.

## INDUSTRIA E RADIOS

- Radioja Maqedonase ka realizuar të hyra të përgjithshme në shumë prej 242,72 milionë denarë. Deri 66,14% e kësaj shume janë të hyrat nga taksa radiodifuzive. Në vitin 2013, nga gjithsej 160,53 milionë denarë sa ka qenë shuma e vlerës së faturuar të taksës radiodifuzive, kanë qenë të paguar vetëm 51,75%, domethënë 83,07 milionë denarë. Nga shitja e kohës për reklamim kanë qenë të realizuara vetëm 1,21% e të hyrave të përgjithshme. Shpenzimet e përgjithshme të Radios Maqedonase kanë qenë 233,54 milionë denarë. Pjesa më e madhe e këtyre fondeve kanë qenë të ndara për rroga dhe kompensime të tjera të personave drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit (39,36%). Rezultati i punës ka qenë fitim në shumë prej 9,18 milionë denarë. Numri mesatar i të punësuarve në vitin 2013 ka qenë 270 persona.
- Në vitin 2013 leje të emetojnë radioprogram në gjithë territorin e shtetit kishin katër radiostacione. Tre prej tyre (RA Antena 5, RA Kanal 77 dhe RA Metropolis) emietonin program gjatë gjithë vitit, ndërsa RA Sllobodna Makedonija filloi të emetojë program më 11 dhjetor të vitit 2013.

Të hyrat e përgjithshme të këtyre katër radiostacioneve kanë qenë 65,78 milionë denarë. Pjesa më e madhe e këtyre fondeve kanë qenë të hyrat e RA Antena 5 (44,58%). Në strukturën e të hyrave pjesëmarrje më të madhe kanë të hyrat nga reklama (71,21%). Shpenzimet e përgjithshme që në vitin e analizuar i kanë bërë këto katër radiostacione kanë qenë 51,84 milionë denarë. RA Antena 5 ka harxhuar më shumë fonde se sa tre stacionet e tjera së bashku. Më shumë se gjysma e shpenzimeve të përgjithshme kanë qenë shpenzime të drejtpërdrejta për prodhimin e programit (58,58%). Vetëm RA Antena 5 ka realizuar rezultat financiar negativ, ndërsa tre stacionet e mbetura kanë realizuar fitim. Numri mesatar i të punësuarve në marrëdhënie të rregullt pune të këto katër radiostacione ka qenë 19 persona.

- Në tregun rajonal të radios kanë qenë të realizuara të hyra të përgjithshme në shumë prej 54,04 milionë denarë, që është për 3,21% më pak se sa vitin e mëparshëm. Më shumë se gjysma e këtyre fondeve i kanë realizuar vetëm katër radiostacione: RA Buba Mara, RA Fortuna, RA Vat dhe RA Siti. Në krahasim me vitin e mëparshëm vetëm gjashtë radiostacione kanë realizuar të hyra më të larta. Pjesa më e madhe e të hyrave kanë qenë të realizuara nga shitja e kohës për reklamim (81,74%). Më shumë tërheqëse për shpallësit kanë qenë RA Buba Mara, RA Fortuna, RA Vat dhe RA Siti. Në vitin 2013 shpenzimet e përgjithshme të radiostacioneve rajonale kanë

qenë 55,59 milionë denarë. Pjesa më e madhe prej tyre kanë qenë shpenzime të drejtpërdrejta për krijimin e programit (60,93%). Vetëm nëntë radiostacione rajonale kanë realizuar rezultat financiar pozitiv nga puna. Në gjashtëmbëdhjetë radiostacionet rajonale në marrëdhënie të rregullt pune kanë qenë të punësuar gjithsej 51 persona.

- Të hyrat e përbashkëta që në vitin e analizuar i kanë realizuar 55 radiostacionet lokale kanë qenë 36,41 milionë denarë, që është për 4,18% më shumë se sa në vitin e mëparshëm. Pothuajse 54% e të hyrave i kanë realizuar vetëm 12 radiostacione, ndërsa tre radiostacione nuk kanë realizuar fare të hyra. Pjesëmarrje dominuese në strukturën e të hyrave kanë pasur të hyrat nga shitja e kohës për reklamim dhe teleshopping (86,95%). Radiostacionet lokale së bashku kanë harxhuar gjithsej 35,69 milionë denarë, që është shuma më e lartë në shtatë vitet e fundit. Pjesa më e madhe e tyre kanë qenë për rroga dhe kompensime të tjera të personave drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit (40,07%). Rezultati financiar i realizuar nga puna e radiostacioneve lokale ka qenë fitim në shumë prej 1,12 milionë denarë. Numri mesatar i të punësuarve në këtë segment të tregut të radios ka qenë 95 persona.



## INDUSTRIA E TELEVISIONIT

## Gjetjet kyçe

Tabela nr.1: Gjetjet kyçe në industrinë televizive

	pjesëmarrja në shikueshmërinë e përgjithshme	të hyra të përgjithshme	të hyra nga reklama	shpenzime të përgjithshme	në milionë denarë	
					rezultati nga puna	numri i të punësuarve
<b>TVM</b>	9,00%	1285.11	26.36	1222.93	62.18	576
	RTM1 – 6,60%					
	RTM2 – 1,10%					
	Parl. - 1,30%					
<b>Sitel</b>	28.60%	584.67	556.34	473.43	108.33	135
<b>Kanal 5</b>	12.80%	269.78	266.64	230.29	37.13	92
<b>Telma</b>	3.00%	103.37	74.29	103	0.26	81
<b>Alsat M</b>	5.30%	156.78	151.65	152.31	4.13	90
<b>Alfa</b>	3.20%	176.2	175.71	146.61	29.58	127
<b>TV satelitore</b>	nkdh	88.57	84.51	105.2	-23.66	124
<b>TV rajonale</b>	nkdh	194.75	172.57	171.78	22.17	168
<b>TV lokale</b>	nkdh	74.83	66.74	65.66	8.42	109
<b>GJITHSEJ</b>		2934.06	1574.81	2671.21	248.54	1502

Burimi: ASHMAA, Agb Nielsen

*Televizioni më i shikuar në vitin 2013 ka qenë TV Sitel*

62% e shikueshmërisë së përgjithshme i ka takuar televizioneve që emetojnë program në nivel shtetëror. Pjesëmarrje më të madhe në shikueshmërinë e përgjithshme, prej 28,60% ka pasur TV Sitel. Në vitin 2013 vetëm servisi i parë programor i Televizionit Maqedonas – RTM1 dhe TV Alfa kanë pasur pjesëmarrje më të madhe në shikueshmërinë e përgjithshme se sa në vitin e mëparshëm.

*Të hyrat e përgjithshme kanë qenë për 9,99% më të larta se sa në vitin e mëparshëm*

Servisi radiodifuziv publik dhe televizionet komerciale së bashku kanë realizuar të hyra të përgjithshme në shumë prej 2.934,06 milionë denarë. Në krahasim me vitin e mëparshëm të hyrat e përgjithshme në industrinë televizive kanë qenë më të larta për 9,99%. Deri 87,79% e këtyre fondeve kanë qenë të hyrat e përgjithshme të Televizionit Maqedonas dhe të pesë televizioneve komerciale në nivel shtetëror. Pesë televizionet satelitore kanë realizuar 3,02%, televizionet rajonale 6,64%, ndërsa televizionet lokale 2,25% e të hyrave të përgjithshme në industrinë e televizionit.

*Të hyrat nga reklamim kanë rritur për 6,55%*

Nga shitja e kohës për reklamim të gjitha 65 stacionet televizive bashkërisht kanë realizuar gjithsej 1.574,81 milionë denarë, domethënë për 6,55% më shumë se sa në vitin e mëparshëm. Më shumë se gjysma e këtyre fondeve i kanë realizuar vetëm dy televizione (TV Sitel dhe TV Kanal 5). TV Sitel ka realizuar më shumë të hyra nga reklama se sa të gjithë televizionet satelitore, rajonale dhe lokale së bashku. Televizioni Maqedonas ka realizuar për 51,45% më pak të hyra nga reklamim se sa në vitin 2012, ndërsa televizionet komerciale për 8,76% më shumë.

*Të gjitha stacionet televizive së bashku kanë harxhuar gjithsej 2.671,21 milionë denarë*

Në vitin 2013 kanë qenë të harxhuara për 11,22% më shumë fonde se sa në vitin e mëparshëm. Shpenzimet e Televizionit Maqedonas kanë qenë 45,78% e shpenzimeve të përgjithshme në industrinë televizive. Shpenzime më të larta nga televizionet komerciale kanë paraqitur TV Sitel (473,43 milionë denarë) dhe TV Kanal 5 (230,29 milionë denarë). Pjesa më e madhe e shpenzimeve në industrinë televizive kanë qenë shpenzime të drejtpërdrejta për krijimin e programit, ndërsa më të larta prej tyre kanë qenë shpenzimet për sigurimin e programit.

*Rezultat financiar pozitiv kanë realizuar gjithsej 43 stacione televizive*

Rezultati financiar i përbashkët i realizuar nga puna e Televizionit Maqedonas dhe 64 televizioneve komerciale ka qenë fitim në shumë prej 248,54 milionë denarë. Televizioni Maqedonas dhe të gjithë pesë televizionet në nivel shtetëror kanë realizuar rezultat financiar pozitiv. Vetëm dy televizione satelitore (TV Kanal 5 Plus dhe Nasha TV) kanë realizuar fitim, ndërsa tre të tjerat humbje. Rezultat financiar pozitiv kanë realizuar 18 nga 27 televizionet rajonale dhe 17 nga 27 televizionet lokale.

*Numri mesatar i të punësuarve në industrinë televizive ka qenë 1,502 persona*

73% e të punësuarve në industrinë televizive kanë qenë të angazhuara në Televizionin Maqedonas dhe në pesë televizionet në nivel shtetëror (numri i tyre ka qenë gjithsej 1101 persona, prej të cilëve 576 në servis publik). Tek stacionet televizive komerciale numri mesatar i të punësuarve ka qenë më i madh tek TV Sitel (135 persona) dhe TV Alfa (127 persona). Në pesë televizionet satelitore kanë qenë të punësuar gjithsej 124 persona, më shumë se gjysma prej të cilëve në 24 Vesti (65 persona). Numri mesatar i të punësuarve tek stacionet rajonale ka qenë 168 persona, ndërsa tek televizionet lokale 109 persona.

## Numri i stacioneve televizive

Deri në maj të vitit 2013, numri i përgjithshëm i stacioneve televizive komerciale ishte 67, katër prej të cilëve emetonin program në nivel shtetëror përmes transmetuesit analog terestrial, gjashtë në nivel shtetëror përmes satelitit, nëntë në nivel rajonal, përkatësisht në zonën e qytetit të Shkupit, ndërsa 48 stacione televizive emetonin program në nivel lokal. Në maj të vitit 2013 stacioni televiziv TV Alfa, i cili deri atëherë emetonte program përmes satelitit, mori leje të kryejë veprimtari radiodifuzive në nivel shtetëror përmes transmetues terestrial<sup>2</sup>. Të njëjtin muaj, televizionit lokal Top TV nga Berova i ishte marrë leja për shkak të mosmetimit të programit së paku gjashtë orë gjatë ditës<sup>3</sup>. Ky radiodifuzer edhe vetë dorëzoi në Agjencinë deklaratë me shkrim se nuk do emetojë më program televiziv.

Me këto ndryshime numri i televizioneve komerciale u zvogëlua në 65.

Tabela nr.2: Numri i stacioneve televizive

Niveli i emetimit	deri më	
	23.05.2013	nga 23.05. 2013
shtetëror	4	5
shtetëror përmes satelit	6	5
rajonal	9	29
lokal	48	27
<b>gjithsej TV</b>	<b>67</b>	<b>66</b>

Burimi: ASHMAA

Në maj të vitit 2013 ishin miratuar ndryshime dhe plotësime të Ligjit për veprimtari radiodifuzive<sup>4</sup>, me të cilët ishte parashikuar të kryhet zëvendësim të lejeve ekzistuese për kryerjen e veprimtarisë radiodifuzive – televizion, me leja të reja, e me qëllim kalim të sukseshëm nga emetim analog në emetim dixhital. Afati i shkyçjes së sinjalit analog terestrial ishte 31.05.2013<sup>5</sup>. Qëllimi i këtyre aktiviteteve ishte të bëhen ndryshime në lejet për kryerjen e veprimtarisë radiodifuzive, me të cilët mjeti teknik përmes të cilit kryhet emetimi analog do të zëvendësohet me multipleks terestrial dixhital, rrjet komunikues elektronik ose satelit.

Për stacionet televizive që emetonin program në nivel lokal ishte parashikuar mundësi të dorëzojnë kërkesë për ndryshimin e lejes me të cilën niveli lokal do të zëvendësohet me nivel rajonal. Këtë të drejtë e shfrytëzuan gjithsej 20 televizione lokale.

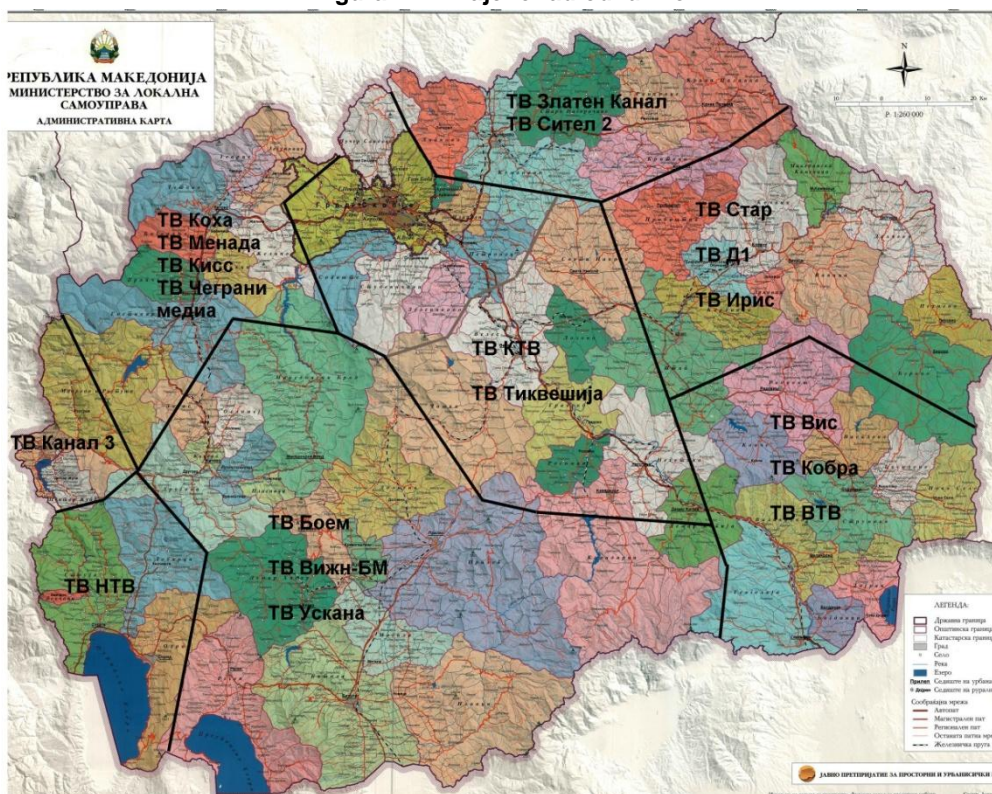
<sup>2</sup> Vendim nr.07-171 prej 23.05.2013 (Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë nr.76/13), për lëshimin e lejes për kryerje e veprimtarisë radiodifuzive – televizion në nivel shtetëror të Shoqatës tregtare radiodifuzive ALFA TV SHPKNJ Shkup.

<sup>3</sup> Vendim nr.07-170 prej 23.05.2013 (Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë nr.76/13) për heqjen e lejes për kryerjen e veprimtarisë radiodifuzive nr.07-3449/1 prej 26.11.2008 të Shoqatës tregtare radiodifuzive TOP TV SHPKNJ Berovë

<sup>4</sup> Ligji për ndryshim dhe plotësim të Ligjit për veprimtari radiodifuzive (Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë, nr.72 prej 17.05.2013).

<sup>5</sup> Ligji për ndryshim dhe plotësim të Ligjit për komunikime elektronike (Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë, nr.59/12).

Figura nr.1: Rajone radiodifuzive



Burimi: ASHMAA

Kjo çoi në ndryshime në peisazhin mediatic dhe në pasurim të ofertës televizive në Maqedoni, duke marrë parasysh se përmbajtjet programore të stacioneve televizive lokale që fituan të drejtën për emetim në nivel rajonal u bënë të disponueshme për të gjithë qytetarët e atij rajoni. Nga ana tjetër, zmadhimi i publikut potencial duhet të rezultojë me zmadhim të shikueshmërisë, dhe me këtë edhe të të hyrave të këtyre televizioneve. Por, duke marrë parasysh se në vitin 2013 ata vetëm shtatë muaj emetonin program në nivel rajonal, rezultatet e punës të tregut më të madh do të jenë më të dukshëm në vitin e ardhshëm.

Me ndryshimet e Ligjit për veprimtari radiodifuzive që ishin bërë më 17.05.2013 ishte parashikuar se “si zona në nivel rajonal për të cilët lëshohet leje për kryerje veprimtari radiodifuzive në përputhje me paragrafin 1 të këtij neni, konsiderohen zonat e shpërndarjes të cituara në Planin e Zhenevës 06 i cili është pjesë e Konferencës rajonale radiokomunikuese për planifikimin e shërbimit radiodifuziv dixhital në pjesë të rajoneve 1 dhe 3, në sferat e radiofrekuencave 174-230 MHz dhe 470-862 MHz (RRC-06) së cilës i ka aderuar Republika e Maqedonisë”. Janë përcaktuar gjithsej tetë rajone radiodifuzive, nga të cilët njëri – rajoni D1 është i përbërë nga dy nënrajone: D1 - Crn Vrv Shkup dhe D2 – Crn Vrv Veles. Më shumë televizione emetojnë program në zonën e rajonit D1 (Crn Vrv Shkup) – gjithsej tetë, gjashtë nga të cilat përmes multipleksit terestrial dhe dy përmes rrjetit komunikues elektronik. Në rajonet D6 – Mali Vllaj dhe D7 – Stogovë program emeton vetëm nga një televizion rajonal.

Tabela nr.3: Rajone radiodifuzive dhe televizione rajonale

Rajoni i emetimit	Vende të populluara	Televizione rajonale
D1 - (Crn Vrv Shkup)	Shkup	përmes multipleksit terestrial: TV Edo TV Era TV BTR TV Shutel TV MTM TV Skopje + përmes rrjetit komunikues elektronik publik: TV Skajnet TV Amazon
D1 - (Crn Vrv Veles)	Veles, Sveti Nikollë, Kavadarci, Negotinë	TV KTV, TV Tikveshija
D2 - (Stracin)	Kumanovë, Kriva Pallankë, Kratovë	TV Sitel 2, TV Zllaten kanal
D3 - (Turtel)	Shtip, Koçanë, Vinicë, Probishtip, Dellçevë, Berovë	TV Star, TV D1, TV Iris
D4 - (Boskija)	Strumcë, Gjevgjeli, Radovish, Vallandovë, Bogdanci	TV Vis, TV Ko-Bra, TV VTV
D5 - (Pelister)	Manastir, Prilep, Kërçovë, Makedonski Brod, Resnjë, Krushevë	TV Boem, TV Vizhn-BM, TV Uskana
D6 - (Mali Vlaj)	Ohër, Strugë	TV NTV
D7 - (Stogovo)	Dibër	TV Kanal 3
D8 - (Popova Shapka)	Tetovë, Gostivar, Mavrovë	TV Koha, TV Menada, TV Kiss, TV Çegrani

Burimi: ASHMAA

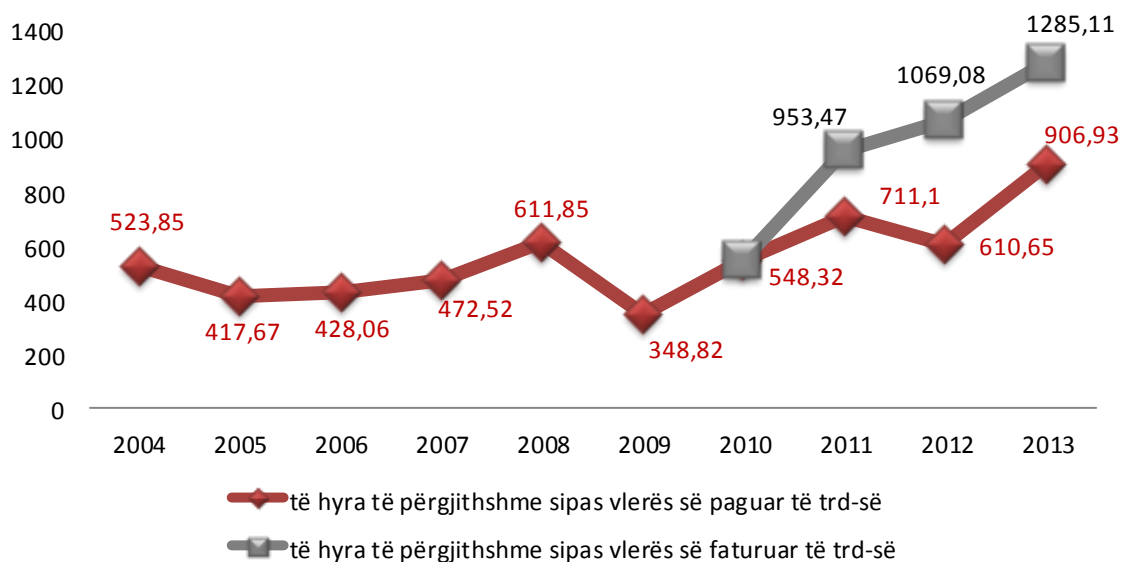
## Televizioni Maqedonas

Të dhënat mbi ecurinë ekonomike në vitin 2013 Radiotelevizioni Maqedonas i dorëzoi në Agjencinë për shërbime mediatike audio dhe audiovizuale në formulare të veçanta për Televizionin Maqedonas dhe për Radion Maqedonase. Servisi radiodifuziv publik nuk kryen evidenca të veçanta të kontabilitetit për serviset programore të televizioneve dhe të radiove, por me kërkesë të Agjencisë, dhe për nevojë të analizave të rregullta vjetore të tregut të veprimtarisë radiodifuzive, çdo vit kryen ndarje të të dhënave.

Në vitin 2013 të hyrat e përgjithshme të Televizionit Maqedonas kanë qenë 1.285,11 milionë denarë. Kjo shumë, si dhe vlerat e të hyrave të përgjithshme të Televizionit Maqedonas në vitin 2011 dhe në vitin 2012 (953,47 milionë denarë, përkatësisht 1.069,08 milionë denarë) në vetvete e përmbajnë vlerën e faturuar të taksës radiodifuzive<sup>6</sup>. Që nga viti 2004 deri në 2010 si të hyra në kontabilitet regjistroheshe vetëm vlera e paguar e taksës radiodifuzive.

Me qëllim që të mundësohet krahasimi i të dhënave në periudhën e dhjetë viteve të fundit, në paraqitjen e mëposhtme vlerat e të hyrave të Televizionit Maqedonas për tre vitet e fundit janë të paraqitura edhe sipas vlerës së përcaktuar në llogarinë përfundimtare e cila në vetvete e përmban vlerën e faturuar edhe sipas vlerës së llogaritur vetëm me vlerën e paguar të taksës radiodifuzive, siç janë llogaritur vlerat në periudhën që nga viti 2004 deri në 2010.

Figura nr.2: Lëvizja e të hyrave të përgjithshme të Televizionit Maqedonas në dhjetë vitet e fundit



Burimi: ASHMAA

Sigurisht që mund ti krahasojmë vetëm të hyrat që janë llogaritur në të njëjtën mënyrë, domethënë vetëm ato që janë llogaritur me vlerën e paguar të taksës radiodifuzive. Në periudhën nga viti 2004 e këtej, të hyrat e përgjithshme të Televizionit Maqedonas kanë

<sup>6</sup> Me rekomandim të Entit shtetëror për revizion, prej vitit 2011 e këtej Televizioni Maqedonas si të ardhura në kontabilitet e paraqet vlerën e faturuar të taksës radiodifuzive.

qenë më të larta në vitin 2013. Të hyra të përgjithshme më të ulëta kanë qenë të realizuara në vitin 2009 (vetëm 348,82 milionë denarë). Vetëm në tre nga dhjetë vitet e fundit shkalla e rritjes së të hyrave të përgjithshme ka qenë negative, dhe ajo: në vitin 2005 – 20,27%, në vitin 2009 – 42,99% dhe në vitin 2012 – 14,13%.

Në strukturën e të hyrave të Televizionit Maqedonas pjesëmarrje më të rëndësishme kanë të hyrat nga taksa radiodifuzive. Vlera e faturuar e taksës radiodifuzive në vitin e analizuar ka qenë 783,76 milionë denarë, ndërsa vlera e paguar 405,58 milionë denarë, domethënë kanë qenë të paguara 51,74% e fondeve. Kjo paraqet rritje të përqindjes së pagesës së taksës radiodifuzive në krahasim me vitin e mëparshëm, kur përqindja e pagesës ka qenë vetëm 36,75% e vlerës së faturuar. Pa dyshim se përpjekjet për rritjen e pagesës së taksës radiodifuzive japin rezultate, por janë të nevojshme përpjekje të mëtejshme në drejtim të pagesës së plotë të taksës.

Nga shitja e kohës për reklamim kanë qenë të realizuara gjithsej 26,36 milionë denarë, domethënë vetëm 2,05% e të hyrave të përgjithshme, ndërsa nga sponsorime 3,08 milionë denarë domethënë 0,24% e të hyrave të përgjithshme.

Tabela nr.4: Struktura e të hyrave të Televizionit Maqedonas

	2013	pjesëmarrja
Taksa radiodifuzive	783.76	60.99%
Reklama	26.36	2.05%
Sponsorime	3.08	0.24%
Shitje të përmbajtjeve	0	0.00%
Shërbime të siguruar ndaj palëve të treta	193.15	15.03%
Të hyra të tjera	278.76	21.69%
<b>Të hyra nga veprimtaria bazë</b>	<b>1285.11</b>	<b>100.00%</b>
Të hyra nga veprimtari të tjera	0,00	0.00%
Të hyra të jashtëzakonshme	0,00	0.00%
<b>Të hyra të përgjithshme</b>	<b>1285,11</b>	

Burimi: ASHMAA

Të hyrat e siguruar ndaj palëve të treta përbënin 15,03%, ndërsa të hyrat e tjera 21,69% e të hyrave të përgjithshme të Televizionit Maqedonas. Bëhet fjalë për të hyra nga huazime të fshira të paguara, të hyra të caktuara shtesë nga viti i kaluar, të hyra nga kamata dhe nga këmbime valutore.

Në vitin 2013 Televizioni Maqedonas nuk ka realizuar të hyra vetëm nga shitje të përmbajtjeve.

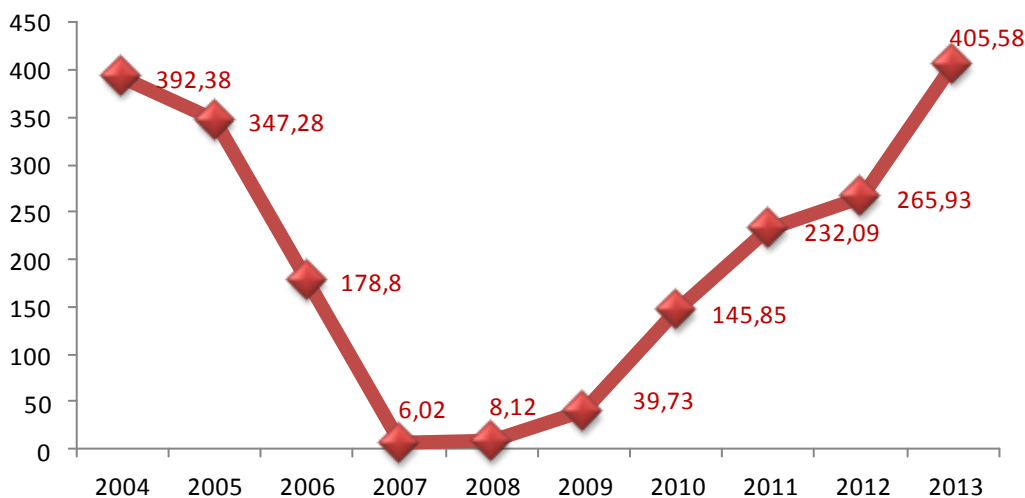
Në periudhën e dhjetë viteve të fundit të hyra më të larta nga taksa radiodifuzive Televizioni Maqedonas ka realizuar pikërisht në vitin e analizuar. Që nga viti 2004 deri 2007 të hyrat nga taksa radiodifuzive janë zvogëluar në vazhdimësi, duke arritur në vitin 2007 vetëm 6,02 milionë denarë, që është një rënie prej 96,63% në krahasim me vitin 2006. Nga viti 2008 e këtë të hyrat nga taksa radiodifuzive po rriteshin çdo vit.

Nga viti 2004 deri tani, disa herë ishin ndryshuar vendimet ligjore në lidhje me mënyrën e llogaritjes së masës së taksës radiodifuzive, mënyrën e pagesës së këtij detyrimi, si dhe subjektet e detyruara ta paguajnë taksën radiodifuzive. Deri në nëntor të vitit 2005, në përputhje me Ligjin për veprimtari radiodifuzive nga viti 1997 (Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë nr.20/97 dhe 70/03), vlera e taksës radiodifuzive ishte 2,5% e rrogës



mesatare mujore neto për tre muajt e mëparshëm, dhe ishte paguar me llogarinë e pagesës së energjisë elektrike. Në nëntor të vitit 2005 hyri në fuqi Ligji i ri për veprimtari radiodifuzive (Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë nr.100/05, 19/07, 103/08, 152/08, 6/10, 145/10, 97/11, 13/12 dhe 72/13), sipas të cilit mënyra e llogaritjes së vlerës së taksës radiodifuzive mbeti e njëjtë, por pagesa e fondeve ishte kryer drejtëpërdrejtë në llogarinë e Radiotelevizionit Maqedonas. Në tre vitet e mëvonshme është shënuar rënie më e madhe e të hyrave nga taksa radiodifuzive. Në vitin 2008 ishin bërë ndryshime dhe plotësime të Ligjit për veprimtari radiodifuzive<sup>7</sup>, me të cilët vlera e taksës radiodifuzive u caktua 130,00 denarë.

**Figura nr.3: Lëvizja e të hyrave nga taksa radiodifuzive në Televizionin Maqedonas në dhjetë vitet e fundit**



Burimi: ASHMAA

Me të njëjtat ndryshime ishte parashikuar edhe se *“për të arritur dhe mbajtur një nivel më të lartë të zhvillimit programor dhe tekniko-teknologjik të servisit radiodifuziv publik mund të jepen fonde edhe nga Buxheti i Republikës së Maqedonisë”*. Në disa nga vitet e mëvonshme pikërisht këto fonde kishin pjesëmarrje më të madhe në të hyrat e përgjithshme të Radiotelevizionit Maqedonas.

Në nëntor të vitit 2010 ishin miratuar ndryshime dhe plotësime të reja të Ligjit<sup>8</sup> me të cilët ishte parashikuar se *“punët në lidhje me llogaritjen, përcaktimin dhe pagesën e fondeve të taksës radiodifuzive... i kryen Drejtoria për të hyra publike”*. Në janar të vitit 2012 vlera e taksës radiodifuzive u caktua 190,00 denarë<sup>9</sup>.

Me miratimin e Ligjit për shërbime mediatike audio dhe audiovizuale në dhjetor të vitit 2013, vlera e taksës radiodifuzive është caktuar 190,00 denarë, dhe është parashikuar kjo shumë të ndryshojë një herë në vit, në varësi të sasisë së shpenzimeve të jetës për vitin e mëparshëm të publikuara nga Enti shtetëror i statistikës. Në përputhje me legjislacionin e ri,

<sup>7</sup> Dekret për shpalljen e Ligjit për ndryshim dhe plotësim të Ligjit për veprimtari radiodifuzive (Gazeta zyrtare e RM-së nr.103 prej 19.08.2008)

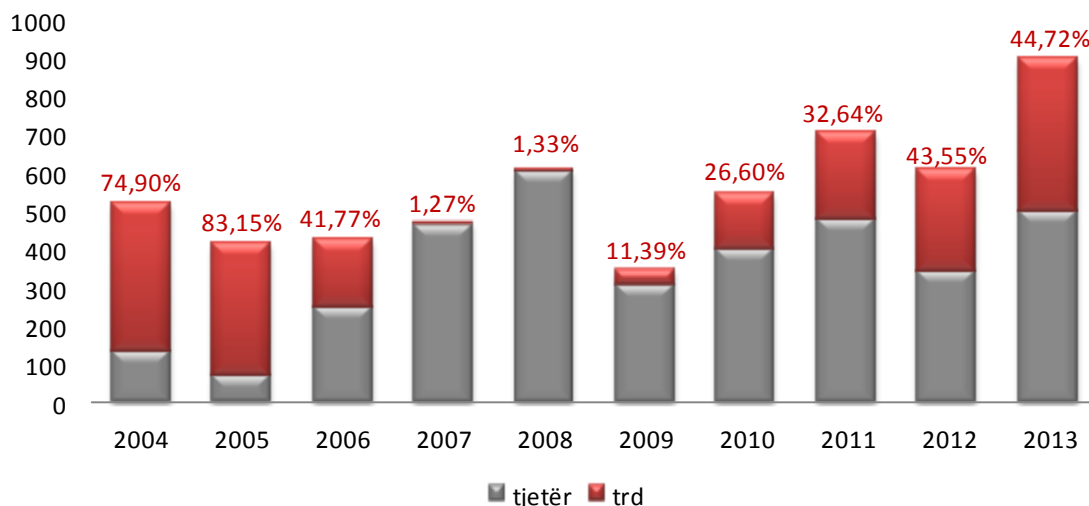
<sup>8</sup> Dekret për shpalljen e Ligjit për ndryshim dhe plotësim të Ligjit për veprimtari radiodifuzive (Gazeta zyrtare e RM-së nr.145 prej 05.11.2010)

<sup>9</sup> Dekret për shpalljen e Ligjit për ndryshim dhe plotësim të Ligjit për veprimtari radiodifuzive (Gazeta zyrtare e RM-së nr.13 prej 27.01.2012)

punët në lidhje me llogaritjen, përcaktimin dhe pagesën e fondeve nga taksa radiodifuzive në emër dhe për llogari të Radiotelevizionit Maqedonas i kryen Drejtoria për të hyra publike.

Pjesëmarrje më të madhe në të hyrat e përgjithshme të Televizionit Maqedonas taksa radiodifuzive ka patur në vitin 2005 (deri 83,15%) dhe në vitin 2004 (74,90%).

**Figura nr.4: Pjesëmarrja e taksës radiodifuzive në të hyrat e përgjithshme të Televizionit Maqedonas**



Burimi: ASHMAA

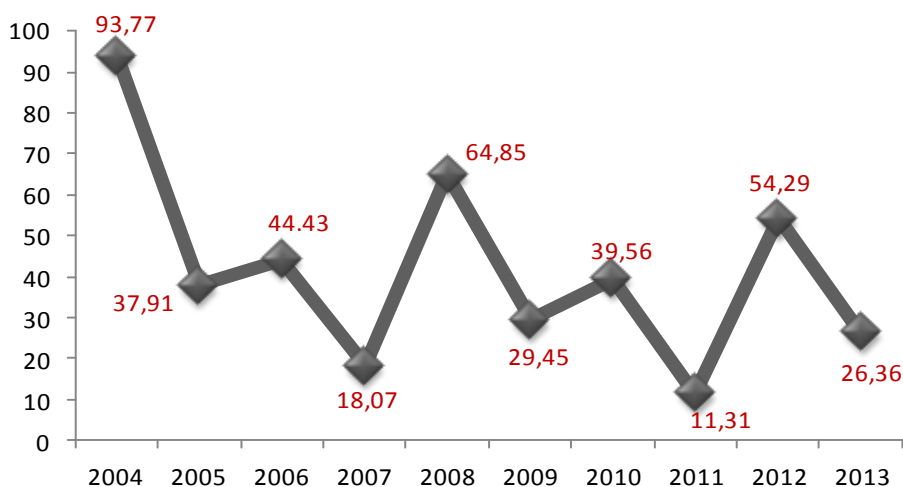
Që nga viti 2007 e këtij, pjesëmarrja e taksës radiodifuzive në të hyrat e përgjithshme është rritur në vazhdimësi, por në asnjë vit taksa radiodifuzive nuk ka qenë burimi më i rëndësishëm i të hyrave për Televizionin Maqedonas.

Në vitin 2013, nga shitja e kohës për reklamim Televizioni Maqedonas ka realizuar gjithsej 26,36 milionë denarë, ose vetëm 2,05 e të hyrave të përgjithshme. Kjo tregon se mundësitë për realizimin e të hyrave nga reklama nuk janë të shfrytëzuara mjaftueshëm dhe se padyshim ka nevojë për përpjekje nga ana e servisit radiodifuziv publik në drejtim të shitjes më të mirë të kohës reklamuese.

Në periudhën e dhjetë viteve të fundit, më pak të hyra nga reklamim se sa në vitin e analizuar janë realizuar vetëm në vitin 2007 (për 45,88%) dhe në vitin 2011 (për 133,07%). Që nga viti 2004 e këtij Televizioni Maqedonas ka realizuar më shumë të hyra nga reklamim pikërisht në vitin e parë. Që atëherë këto të hyra në mënyrë të ndryshueshme janë rritur dhe janë zvogëluar nga viti në vit.

Të hyrat nga reklamim zmadhoheshin në ato vite kur Televizioni Maqedonas i kishte blerë të drejtat për emetimin e ndeshjeve të rëndësishme sportive, sidomos Kampionati botëror i futbollit (në vitin 2006 dhe 2010), Kampionati evropian i futbollit (në vitin 2008 dhe 2012), Olimpiada dimërore ose verore e të tjera të ngjashme.

Figura nr.5: Lëvizja e të hyrave nga reklama në dhjetë vitet e fundit

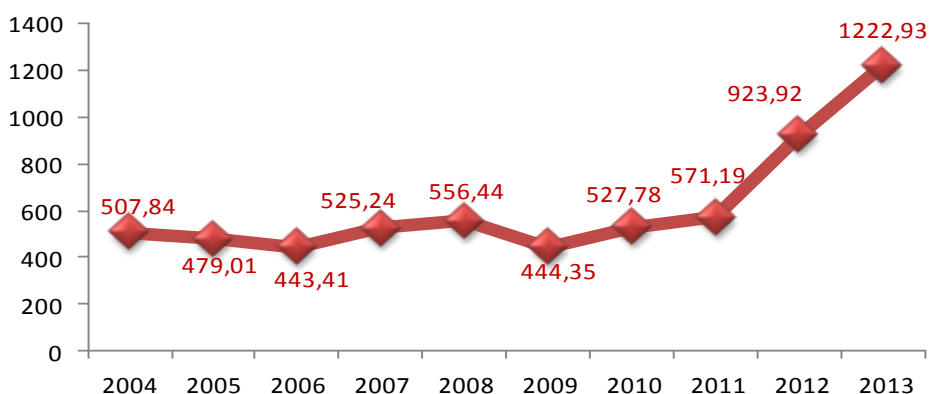


Burimi: ASHMAA

Shpenzimet e përgjithshme që në vitin e analizuar i ka bërë Televizioni Maqedonas kanë qenë 1.222,93 milionë denarë që është shuma më e lartë në dhjetë vitet e fundit. Në tetë vitet e para, përkatësisht prej vitit 2004 deri 2011, shpenzimet e përgjithshme të Televizionit Maqedonas nuk shënojnë dallime të thella (vlerë më të vogël kanë pasur në vitin 2006 – 443,41 milionë denarë, kurse më të lartë në vitin 2011 – 571,19 milionë denarë).

Rritje më të madhe të shpenzimeve ka pasur në vitin 2012, kur ato kanë qenë më të larta madje për 61,75% të shpenzimeve në vitin 2011. Në vitin 2013 Televizioni Maqedonas ka harxhuar për 32,36% më shumë fonde se sa në vitin e mëparshëm.

Figura nr.6: Lëvizja e shpenzimeve të përgjithshme të Televizionit Maqedonas në dhjetë vitet e fundit



Burimi: ASHMAA

Gjysma e shpenzimeve ose më saktë 50,89% kanë qenë shpenzime të drejtpërdrejta për prodhimin e programit. Prej tyre, pothuajse pjesëmarrje të njëjtë në shpenzimet e përgjithshme kanë pasur shpenzimet për sigurimin e programit (20,91%) dhe shpenzimet për rroga dhe kompensime të tjera të personave drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit (20,43%). Pjesë e rëndësishme e shpenzimeve (pothuajse 40%) kanë qenë nga kategoria “të gjitha shpenzimet e tjera të papërfshira të punës”.

Tabela nr.5: Struktura e shpenzimeve të Televizionit Maqedonas

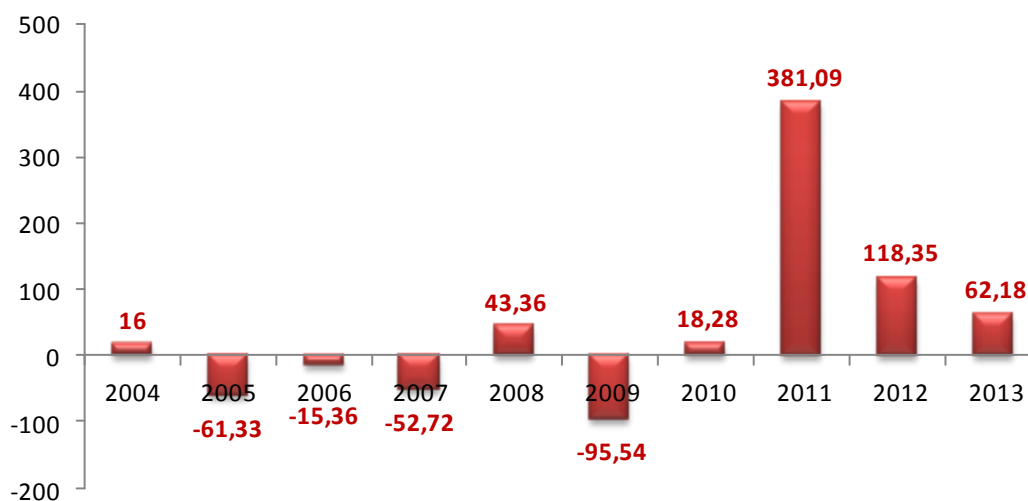
	2013	pjesëmarrja
Shpenzime materiale	92.67	7.58%
Shpenzime për sigurimin e programit	255.74	20.91%
Shpenzime jomateriale (shërbime)	24.04	1.97%
Rroga dhe kompensime të tjera të personave drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit	249.85	20.43%
<b>Shpenzime të drejtpërdrejta për krijimin e programit</b>	<b>622.3</b>	<b>50.89%</b>
Rroga dhe kompensime të tjera të personave që nuk janë drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit	44.57	3.64%
Amortizimi i pajisjes	38.34	3.14%
Amortizimi i të drejtave dhe licencave	0	0.00%
Qira dhe shpenzime të tjera nga detyrime	56.46	4.62%
Të gjitha shpenzimet e tjera të papërfshira të punës	461.26	37.72%
<b>Gjithsej shpenzimet e punës</b>	<b>1222.93</b>	<b>100.00%</b>
Të dala nga aktivitete të tjera	0	0.00%
Të dala të jashtëzakonshme	0	0.00%
<b>Gjithsej shpenzimet e punës</b>	<b>1222.93</b>	

Burimi: ASHMAA

Në vitin e analizuar Televizioni Maqedonas ka realizuar fitim në shumë prej 62,18 milionë denarë. Prej vitit 2004 e këtej, vetëm në katër vite – në vitin 2005, 2006, 2007 dhe 2009 ishte realizuar rezultat financiar negativ i punës.

Në gjashtë vitet e tjera servisi publik ka realizuar fitim.

Figura nr.7: Rezultati i realizuar nga puna e Televizionit Maqedonas në dhjetë vitet e fundit



Burimi: ASHMAA

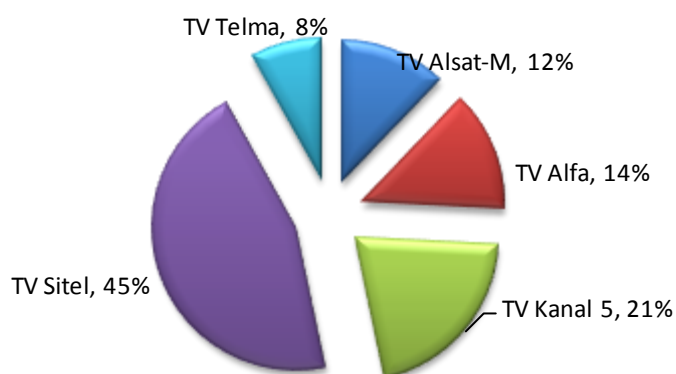
Numri mesatar i të punësuarve në marrëdhënie të rregullt pune ka qenë 576 persona, domethënë për 21 persona më pak se në vitin e mëparshëm.

## Televizione në nivel shtetëror

Në pesë muajt e parë të vitit 2013 program televiziv në nivel shtetëror emetonin katër stacione televizive – TV Sitel, TV Kanal 5, TV Telma dhe TV Alsat-M. Në maj numri i tyre u rrit në pesë, kur televizioni satelitor TV Alfa morri leje të emetojë program nëpërmjet transmetuesit terestrial<sup>10</sup>.

Në vitin e analizuar këto pesë subjekte së bashku kanë realizuar të hyra të përgjithshme në shumë prej 1.290,79 milionë denarë.

Figura nr.8: Pjesëmarrja në të hyrat e përgjithshme të televizioneve në nivel shtetëror



Burimi: ASHMAA

Deri në 45% e këtyre fondeve i ka realizuar TV Sitel, të hyrat e përgjithshme e të cilit kanë qenë 584,67 milionë denarë. Të hyra të përgjithshme më të rëndësishme ka realizuar edhe TV Kanal 5 – 269,78 milionë denarë domethënë 21% e të hyrave të përgjithshme në këtë segment të tregut. Tre televizionet e tjera – TV Alsat-M, TV Alfa dhe TV Telma së bashku kanë realizuar 34% e të hyrave të përgjithshme.

Në vitin e analizuar vetëm dy televizione kanë realizuar më shumë të hyra se sa në vitin 2012: TV Alsat-M (për 5,65%) dhe TV Alfa (për 84,95%). Tre televizionet e tjera i kanë zvogëluar të hyrat, dhe atë: TV Kanal 5 për 25,36%, TV Sitel për 0,42% dhe TV Telma për 8,66%.

<sup>10</sup> Vendim nr.07-171 me datë 23.05.2013 (Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë nr.76/13), për lëshimin e lejes për kryerjen veprimtari radiodifuzive – televizion në nivel shteti të Shoqatës tregtare radiodifuzive ALFA TV SHPKNJP Shkup.

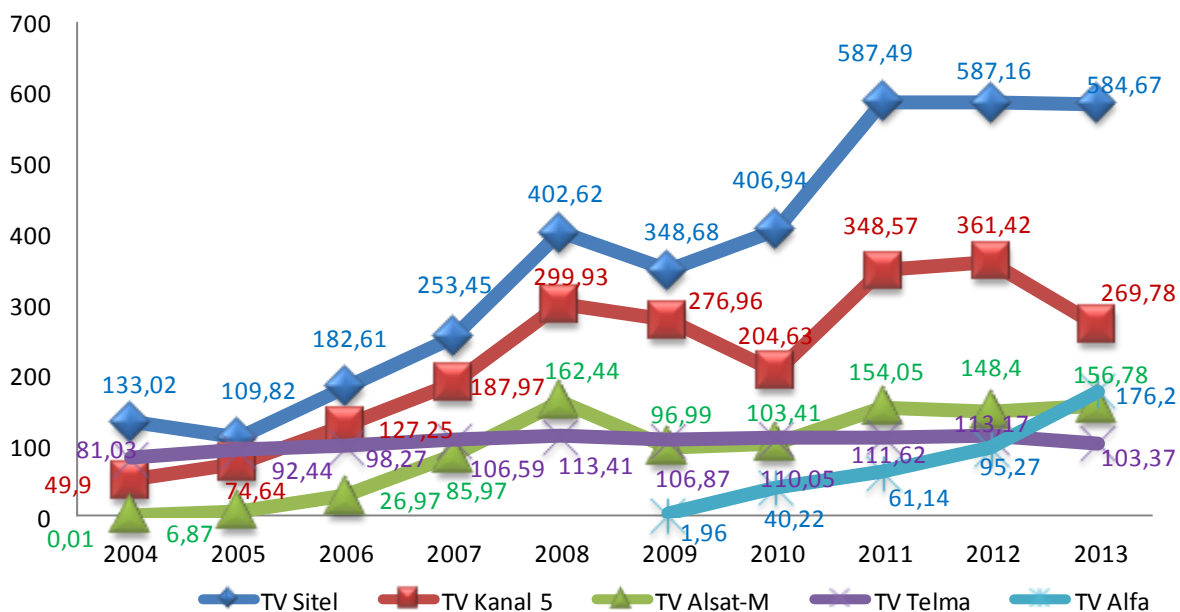
Tabela nr.6: Shkalla e rritjes së të hyrave të përgjithshme të pesë televizioneve në nivel shtetëror

	Shkalla e rritjes 2010/2009	Shkalla e rritjes 2011/2010	Shkalla e rritjes 2012/2011	Shkalla e rritjes 2013/2012
TV Alsat-M	6.62%	48.97%	-3.67%	5.65%
TV Alfa	1952.04%	52.01%	55.82%	84.95%
TV Kanal 5	-26.12%	70.34%	3.69%	-25.36%
TV Sitel	16.71%	44.37%	-0.06%	-0.42%
TV Telma	2.98%	1.43%	1.39%	-8.66%

Burimi: ASHMAA

Në grafikun më poshtë është paraqitur lëvizja e të hyrave të përgjithshme të këtyre pesë stacioneve televizive në dhjetë vitet e fundit. Vetëm TV Sitel gjatë gjithë periudhës emeton program në territorin e gjithë shtetit (leja, atëherë koncesion, është lëshuar në vitin 1998). TV Kanal 5 dhe TV Telma nga viti 1998 deri në korrik të vitit 2004 punonin si televizione lokale në zonën e Shkupit, ndërsa në korrik të vitit 2004 morrën koncesion për kryerjen e veprimtarisë radiodifuzive në nivel shtetëror. TV Alsat-M u shfaq në treg për herë të parë në vitin 2004, kur morri leje të emetojë në nivel shtetëror. TV Alfa morri leje të punojë në vitin 2008, dhe atë si televizion satelitor, ndërsa që nga maji i vitit 2013 emeton program në nivel shtetëror përmes transmetuesit terestrial.

Figura nr.9: Lëvizja e të hyrave të përgjithshme në periudhën prej vitit 2004 deri 2013



Burimi: ASHMAA

TV Sitel dhe TV Kanal 5 kanë realizuar të hyra më të larta në vitin 2011, TV Telma në vitin 2012, TV Alsat-M në vitin 2008, ndërsa TV Alfa në vitin 2013.

Pothuajse 95% e të hyrave të përgjithshme të këtyre pesë televizioneve kanë qenë të realizuara nga shitja e kohës për reklamim dhe teleshopping. Edhe pse në ofertën programore të të gjithë pesë televizioneve janë të pranishëm emisione të sponsoruara ose

pjesë të emisioneve, të hyra nga sponzorime ka paraqitur vetëm TV Telma (21,75 milionë denarë).

Edhe këtë vit asnjë televizion nuk ka realizuar të hyra nga shitja e programit të saj. Në dhjetë vitet e fundit që kur Agjencia ka mbledhur të dhënat mbi ecurinë ekonomike të radiodifuzerëve, asnjë prej këtyre televizioneve nuk ka realizuar të hyra nga shitja e programit të vet.

Tabela nr.7: Struktura e të hyrave të televizioneve komerciale në nivel shtetëror

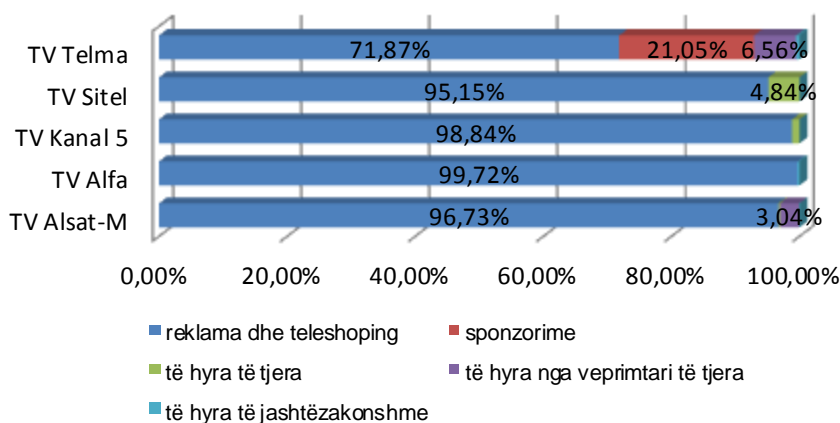
	2013	pjesëmarrja
Reklama dhe teleshopping	1,224.63	94.87%
Sponzorime	21.75	1.69%
Shitje të përmbajtjeve	0.00	0.00%
Shërbime të siguruar ndaj palëve të treta	0.00	0.00%
Të hyra të tjera	31.76	2.46%
<b>Të hyra nga veprimtaria bazë</b>	<b>1,278.14</b>	<b>99.02%</b>
Të hyra nga veprimtari të tjera	11.59	0.90%
Të hyra të jashtëzakonshme	1.06	0.08%
<b>Të hyra të përgjithshme</b>	<b>1,290.79</b>	

Burimi: ASHMAA

Të hyra nga kategoria “të hyra të tjera” kanë paraqitur tre televizione: TV Alsat-M (0,34 milionë denarë), TV Kanal 5 (3,12 milionë denarë) dhe TV Sitel (28,3 milionë denarë).

Pothuajse e tërë shuma e të hyrave nga veprimtari të tjera e kanë paraqitur TV Alsat-M (4,76 milionë denarë) dhe TV Telma (6,79 milionë denarë).

Figura nr.10: Struktura e të hyrave të përgjithshme



Burimi: ASHMAA

Në strukturën e të hyrave të secilit televizion veç e veç, pjesëmarrje më të rëndësishme kanë të hyrat nga shitja e kohës për reklamim dhe teleshopping, e cila lëviz nga 71,87% te TV Telma deri në 99,72% te TV Alfa.

Shpenzimet e përgjithshme të këtyre pesë televizioneve kanë qenë 1.105,65 milionë denarë.

Deri 42,82% e kësaj shume kanë qenë shpenzimet që i ka bërë TV Sitel (473,43 milionë denarë). Shpenzimet e përgjithshme të TV Kanal 5, në shumë prej 230,29 milionë denarë paraqisnin 20,83% e shpenzimeve të përgjithshme të televizioneve në nivel shtetëror. Pothuajse pjesëmarrje të njëjtë kanë pasur shpenzimet e TV Alsat-M (13,78%) dhe e TV Alfa (13,26%), të cilët kanë qenë 152,31, përkatësisht 146,61 milionë denarë. Më pak shpenzime ka bërë TV Telma – 103 milionë denarë, ose vetëm 9,32% e shpenzimeve të përgjithshme në këtë segment të industrisë televizive.

Në vitin 2013, 60,80% e shpenzimeve të përgjithshme të televizioneve në nivel shtetëror kanë qenë shpenzime të drejtpërdrejta për krijimin e programit.

Deri 71,74% e shpenzimeve të përgjithshme materiale ka paraqitur TV Sitel (40,77 milionë denarë). TV Alfa nuk ka paraqitur fare shpenzime materiale, as shpenzime jomateriale (shërbime).

Tabela nr.8: Struktura e shpenzimeve të televizioneve komerciale në nivel shtetëror

	2013	pjesëmarrja
Shpenzime materiale	56.83	5.14%
Shpenzime për sigurimin e programit	315.49	28.53%
Shpenzime jomateriale (shërbime)	81.35	7.36%
Rroga dhe kompensime të tjera të personave drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit	218.59	19.77%
<b>Shpenzime të drejtpërdrejta për krijimin e programit</b>	<b>672.26</b>	<b>60.80%</b>
Rroga dhe kompensime të tjera të personave që nuk janë drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit	22.89	2.07%
Amortizimi i pajisjes	118.78	10.74%
Amortizimi i të drejtave dhe licencave	1.88	0.17%
Qira dhe shpenzime të tjera nga detyrime	29.27	2.65%
Të gjitha shpenzimet e tjera të papërfshira të punës	253.97	22.97%
<b>Gjithsej shpenzimet e punës</b>	<b>1,099.05</b>	<b>99.40%</b>
Të dala nga aktivitete të tjera	5.82	0.53%
Të dala të jashtëzakonshme	0.78	0.07%
<b>Gjithsej shpenzimet e punës</b>	<b>1,105.65</b>	

Burimi: ASHMAA

Në strukturën e shpenzimeve të këtyre pesë televizioneve pjesëmarrje më të rëndësishme kanë shpenzimet për sigurimin e programit (28,53%).

Më shumë fonde për blerjen e të drejtave për emetimin e përmbajtjeve televizive ka ndarë TV Sitel (130,52 milionë denarë domethënë deri 41,37% e shpenzimeve të përgjithshme për sigurimin e programit të të gjithë pesë televizioneve). Në vitin e analizuar, ky televizion për sigurimin e programit ka harxhuar 4,69 milionë denarë më shumë se sa në vitin e mëparshëm. Vetëm TV Sitel dhe TV Alfa kanë ndarë më shumë fonde për sigurimin e programit se sa në vitin e mëparshëm.

Shpenzimet e përgjithshme të TV Kanal 5 për sigurimin e programit kanë qenë 79,13 milionë denarë. Në vitin e mëparshëm për sigurimin e programit ky televizion ka harxhuar 143,75 milionë denarë, domethënë 64,62 milionë denarë më shumë. Sipas informacioneve të dhëna nga radiodifuzeri, ky është rezultat i rritjes së produksionit vendas të këtij televizioni në vitin 2013 (bëhet fjalë për programin e mëngjesit “Përshëndetje Maqedoni”, emisionet kontaktuese “Bimët e gjyshes Rada” dhe “Vizitë” dhe kuizi “Vetëm kesh”).



Në vitin 2013 TV Alfa ka harxhuar gjithsej 45,76 milionë denarë për sigurimin e programit ose 28,41 milionë denarë më shumë se sa në vitin e mëparshëm. TV Alsat-M dhe TV Telma e kanë zvogëluar këtë lloj shpenzimi në krahasim me vitin e mëparshëm – TV Alsat-M për sigurimin e programit ka harxhuar 24,01 milionë denarë, domethënë 6,18 milionë denarë më pak, ndërsa TV Telma 36,07 milionë denarë, domethënë 7,6 milionë denarë më pak.

Pothuajse 20% e fondeve të përgjithshme të harxhuara të këtyre pesë televizioneve kanë qenë për rroga dhe kompensime të tjera të personave drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit (218,59 milionë denarë). Më së shumti fonde të këtij lloji kanë ndarë TV Sitel (57,65 milionë denarë) dhe TV Alfa (53,36 milionë denarë). Për rroga dhe kompensime të tjera të personave të angazhuara për krijimin e programit TV Telma ka ndarë 45,05 milionë denarë, TV Alsat-M 32,96 milionë denarë, ndërsa më së paku TV Kanal 5 – 29,57 milionë denarë.

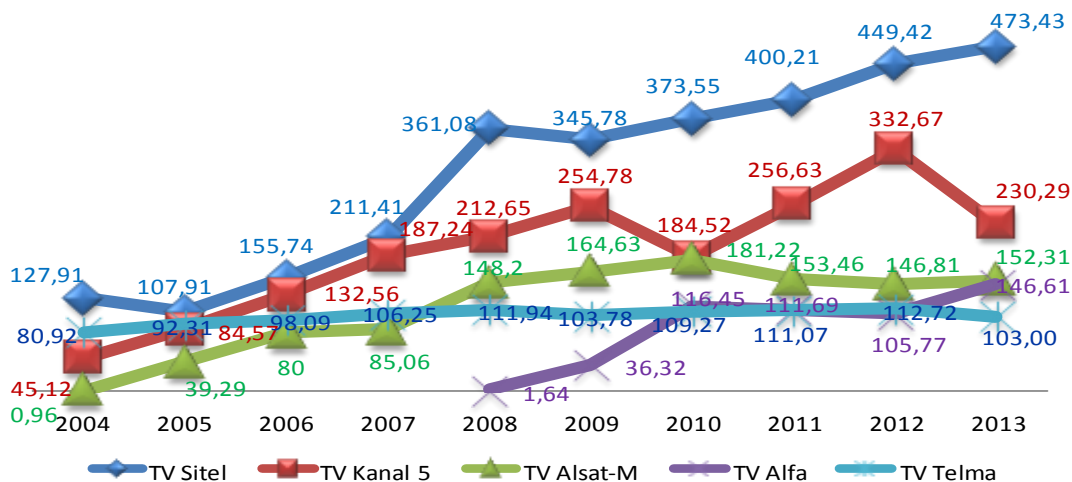
TV Sitel dhe TV Kanal 5 kanë harxhuar më shumë fonde për sigurimin e programit (130,52 përkatësisht 79,13 milionë denarë) se sa për rroga dhe kompensime për personat drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit (57,65 përkatësisht 29,57 milionë denarë). Tek tre televizionet e tjera, shpenzimet për rroga dhe kompensime të tjera të personave drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit kanë qenë më të larta se sa shpenzimet për sigurimin e programit.

Shpenzime më të larta për amortizimin e pajisjes ka pasur TV Sitel (79,92 milionë denarë), ndërsa më të ulëta TV Alfa (1,45 milionë denarë).

Pjesëmarrja e lartë e shpenzimeve të kategorisë “të gjitha shpenzimet e tjera të papërfshira të punës” është për shkak të shumës së lartë të shpenzimeve që i ka paraqitur TV Sitel (139,49 milionë denarë, domethënë 55% e shumës së përgjithshme).

Në secilin prej dhjetë viteve të fundit shpenzime më të larta ka paraqitur TV Sitel. Vetëm në vitin 2005 dhe 2009 ky televizion ka harxhuar më pak fonde se sa në vitet e mëparshme (në 2005 ka harxhuar 15,64% më pak se sa në vitin 2004, ndërsa në vitin 2009 4,24% më pak se sa në vitin 2008). TV Kanal 5 në periudhën prej vitit 2004 deri 2009 në vazhdimësi i ka zmadhuar shpenzimet e përgjithshme, ndërsa zvogëlim të shpenzimeve shënohet në vitin 2010 (për 27,58%) dhe në vitin 2013 (për 30,77%).

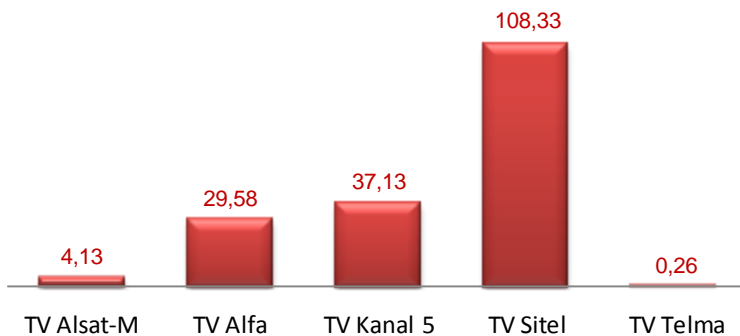
Figura nr.11: Lëvizja e shpenzimeve të përgjithshme në periudhën prej vitit 2004 deri 2013



Burimi: ASHMAA

Në periudhën prej vitit 2004 e këtij, sasia e fondeve që i ka harxhuar TV Telma ka ndryshuar pak. Në dallim nga TV Sitel, shpenzimet e përgjithshme të të cilit në vitin 2013 kanë qenë pothuajse katër herë më të larta se sa ato në vitin 2004 dhe nga TV Kanal 5, i cili në vitin 2013 ka harxhuar pesë herë më shumë se sa në vitin 2004, shpenzimet e përgjithshme e TV Telma në vitin 2013 kanë qenë për vetëm 27,29% më të larta se sa shpenzimet e përgjithshme të bëra para dhjetë viteve.

Figura nr.12: Rezultati financiar i realizuar në vitin 2013

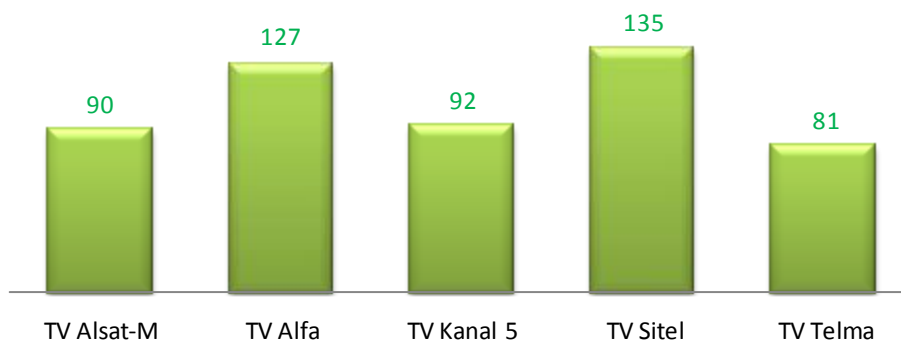


Burimi: ASHMAA

Të gjithë pesë stacionet televizive kanë realizuar rezultat financiar pozitiv. Fitim më të madh ka paraqitur TV Sitel (108,33 milionë denarë), ndërsa më të vogël TV Telma (0,26 milionë denarë).

Në vitin 2013, numri mesatar i të punësuarve në marrëdhënie të rregullt pune tek këto pesë subjekte ka qenë 525 persona. Prej tyre, më shumë kanë qenë të punësuar në TV Sitel (135) dhe në TV Alfa (127). Numri i të punësuarve ka qenë pothuajse i njëjtë në TV Kanal 5 (92 persona) dhe në TV Alsat-M (90), ndërsa më i vogël në TV Telma (81 persona).

Figura nr.13: Numri mesatar i të punësuarve në vitin 2013



Burimi: ASHMAA

Në krahasim me vitin e mëparshëm, numrin mesatar të të punësuarve e kanë zmadhuar TV Alfa (për shtatë persona), TV Sitel (për pesë persona) dhe TV Telma (për një person). Numri mesatar i të punësuarve në Kanal 5 dhe në TV Alsat-M në vitin 2013 ka qenë më i vogël për nga pesë persona se sa në vitin e mëparshëm.

Tabela nr.9: Numri mesatar i të punësuarve në marrëdhënie të rregullt pune

TV stacioni	2009	2010	2011	2012	2013
TV Sitel	113	124	119	130	135
TV Kanal 5	88	94	95	97	92
TV Alsat-M	119	115	105	95	90
TV Telma	69	73	74	80	81
TV Alfa	72	127	121	120	127

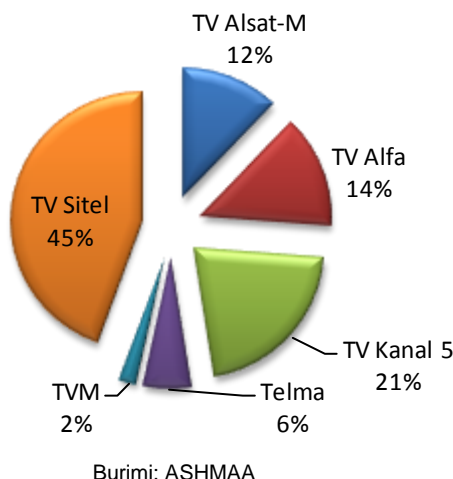
Burimi: ASHMAA

## Pjesëmarrja në të hyrat nga reklamimi dhe në shikueshmërinë e përgjithshme të televizioneve në nivel shtetëror

Duke u nisur nga koncepti i përcaktimit të tregut relevant gjeografik, dhe duke marrë parasysh se Televizioni Maqedonas në tregun e reklamimit paraqitet si konkurrent i drejtpërdrejtë të televizioneve komerciale në nivel shtetëror, pjesëmarrja në kulaçin e reklamave janë llogaritur nga të hyrat e përgjithshme nga shitja e kohës për reklamim në këto gjashtë televizione.

Televizioni Maqedonas dhe pesë televizionet komerciale që emetojnë program në territorin e gjithë shtetit nga shitja e kohës për reklamim së bashku realizuan gjithsej 1.250,99 milionë denarë.

Figura nr.14: Pjesëmarrja në të hyrat e përgjithshme nga reklamim në televizionet në nivel shtetëror



Deri 45% e këtyre fondeve arriti t'i realizojë TV Sitel. Në vitin e analizuar, nga shitja e kohës për reklamim TV Sitel ka realizuar gjithsej 556,34 milionë denarë, që është dy herë më shumë se sa TV Kanal 5, tre herë më shumë se sa TV Alfa, pothuajse katër herë më shumë se sa TV Alsat-M, shtatë herë e gjysëm më shumë se sa TV Telma dhe deri 21 herë më shumë se Televizioni Maqedonas.

TV Kanal 5 ka realizuar gjithsej 266,64 milionë denarë, domethënë 21% e të hyrave të përgjithshme nga reklamim në këtë segment të industrisë televizive.

Të hyrat që i ka realizuar TV Alfa nga shitja e kohës për reklamim, në shumë të përgjithshme prej 175,71 milionë denarë paraqisnin 14% e të hyrave të përgjithshme, ndërsa të hyrat e TV Alsat-M 12% e të hyrave të përgjithshme (në shumë absolute 151,65 milionë denarë). TV Telma arriti të realizojë vetëm 6% e të hyrave të përgjithshme nga reklamim në televizionet në nivel shtetëror (74,29 milionë denarë).

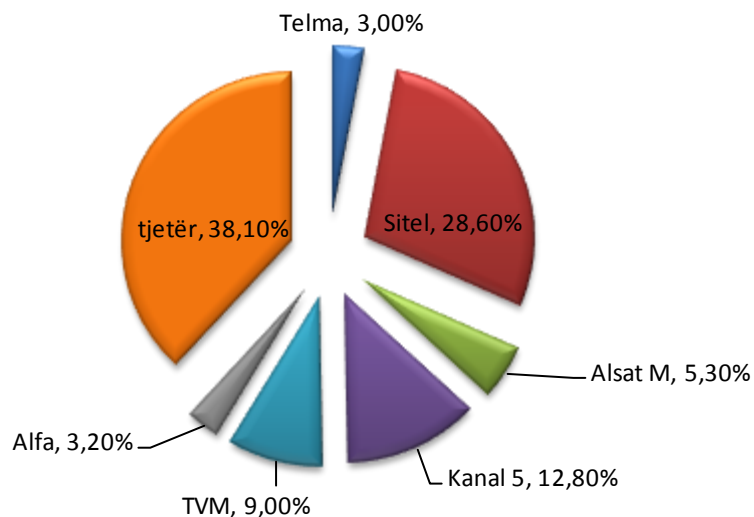
Dukshëm më pak të hyra nga reklamim se sa pesë televizionet komerciale ka realizuar Televizioni Maqedonas – vetëm 26,36 milionë denarë, domethënë vetëm 2% e të hyrave të këtyre gjashtë televizioneve.

Në vitin e analizuar, deri 61,90% e shikueshmërisë së përgjithshme i ka takuar pesë televizioneve komerciale në nivel shtetëror dhe tre serviseve programore të Televizionit Maqedonas.

Zgjedhja më e shpeshtë e publikut maqedonas ka qenë oferta programore e TV Sitel (28,60%), ndërsa në vendin e dytë, me pjesëmarrje prej 12,80% në shikueshmërinë e përgjithshme ka qenë TV Kanal 5. Shikueshmëria e përbashkët e tre serviseve programore të Televizionit Maqedonas ka qenë 9,00% (servisi i parë programor (RTM 1) – 6,60%, servisi i dytë programor (RTM 2) – 1,10% dhe Kanali parlamentar 1,30%).

Pjesëmarrja e TV Alsat-M në shikueshmërinë e përgjithshme ka qenë 5,30%, ndërsa pjesëmarrje pothuajse të njëjtë kanë pasur TV Alfa (3,20%) dhe TV Telma (3,00%).

Figura nr.15: Pjesëmarrja në shikueshmërinë e përgjithshme



Burimi: Nielsen Audience Measurement

38,10% e kohës së mbetur publiku i ka shikuar përmbajtjet në televizionet satelitore, rajonale, lokale dhe të huaja, ose ka shikuar përmbajtje përmes DVD, ka luajtur video lojëra në televizion ose tjetër.

Televizioni më i shikuar në çdo muaj të vitit ka qenë TV Sitel. Pjesëmarrje më të lartë në shikueshmërinë e përgjithshme ky televizion ka pasur në prill (30,48%).

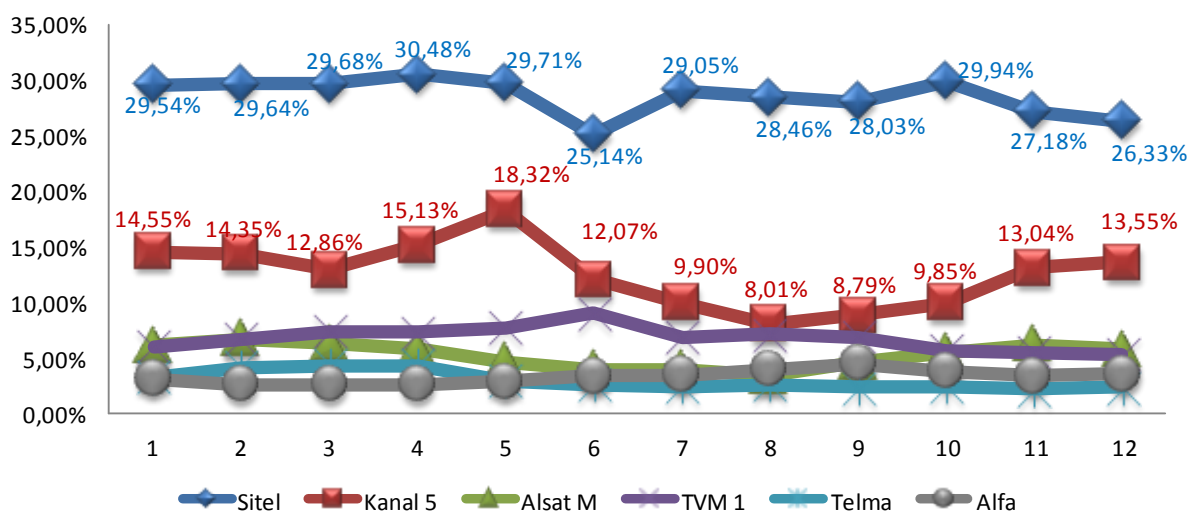
Tabela nr.10: Pjesëmarrjet mujore në shikueshmërinë e përgjithshme

muaji	Site1	Kanal 5	Alsat M	TVM 1	Telma	Alfa
I	29.54%	14.55%	6.02%	5.92%	3.19%	3.01%
II	29.64%	14.35%	<u>6.65%</u>	6.65%	4.10%	2.57%
III	29.68%	12.86%	6.25%	7.35%	<u>4.23%</u>	2.54%
IV	<u>30.48%</u>	15.13%	5.67%	7.25%	4.21%	2.52%
V	29.71%	<u>18.32%</u>	4.61%	7.63%	2.83%	2.77%
VI	25.14%	12.07%	3.87%	<u>8.91%</u>	2.51%	3.27%
VII	29.05%	9.90%	3.92%	6.82%	2.34%	3.42%
VIII	28.46%	8.01%	3.27%	7.06%	2.53%	3.90%
IX	28.03%	8.79%	4.50%	6.78%	2.30%	<u>4.43%</u>
X	29.94%	9.85%	5.45%	5.63%	2.38%	3.70%
XI	27.18%	13.04%	6.13%	5.44%	2.13%	3.30%
XII	26.33%	13.55%	5.68%	5.23%	2.24%	3.49%

Burimi: Nielsen Audience Measurement

TV Kanal 5 arriti ta tërheqë publikun më të madh në maj (18,32%), ndërsa servisi i parë programor i Televizionit Maqedonas në qershor (8,91%). Shikueshmëri më të lartë TV Alsat-M ka pasur në shkurt (6,65%), TV Telma në mars (4,23%), ndërsa TV Alfa në shtator (4,43%).

Figura nr.16: Pjesëmarrjet në shikueshmërinë e përgjithshme muaj pas muaj



Burimi: Nielsen Audience Measurement

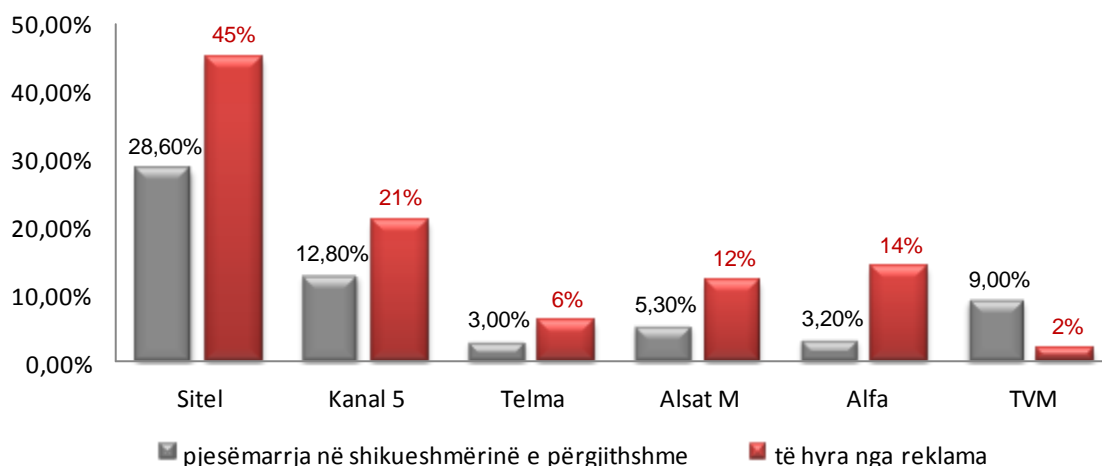
Në qoftë se krahasohen të dhënat për pjesëmarrjet e secilës prej këtyre gjashtë televizioneve në shikueshmërinë e përgjithshme (e llogaritur për të gjithë kanalet vendas dhe të huaja që i merr publiku maqedonas) dhe pjesëmarrjet në të hyrat e përgjithshme nga reklama (të llogaritura vetëm për këto gjashtë televizione), është e dukshme se TV Site1 ka pjesëmarrje dukshëm më të madhe edhe në shikueshmërinë edhe në të hyrat se sa pesë televizionet e tjera.

TV Alsat-M ka pjesëmarrje më të madhe në shikueshmërinë e përgjithshme se TV Alfa (për 2,10%), por ka realizuar më pak të hyra nga shitja e kohës për reklamim.

Nga ana tjetër, Televizioni Maqedonas është në vendin e tretë sipas pjesëmarrjes në të hyrat e përgjithshme nga reklama (vetëm 2%).

Televizioni Maqedonas ka arritur të tërheqë më shumë shikues edhe nga TV Alsat-M edhe nga TV Alfa edhe nga TV Telma, por ka realizuar dukshëm më pak të hyra nga reklama se sa ato. Me gjasë është se mbi këto rezultate ka ndikuar limiti ligjor për emetimin e reklamave, i cili për servis publik radiodifuziv është 8 minuta nga koha e emetimit gjatë një ore reale, ndërsa për televizionet komerciale 12 minuta. Megjithatë, mbetet e hapur pyetja a është i mjaftueshëm angazhimi i servisit publik në tregun e reklamimit.

Figura nr.17: Pjesëmarrja në shikueshmërinë e përgjithshme dhe në të hyrat nga reklama

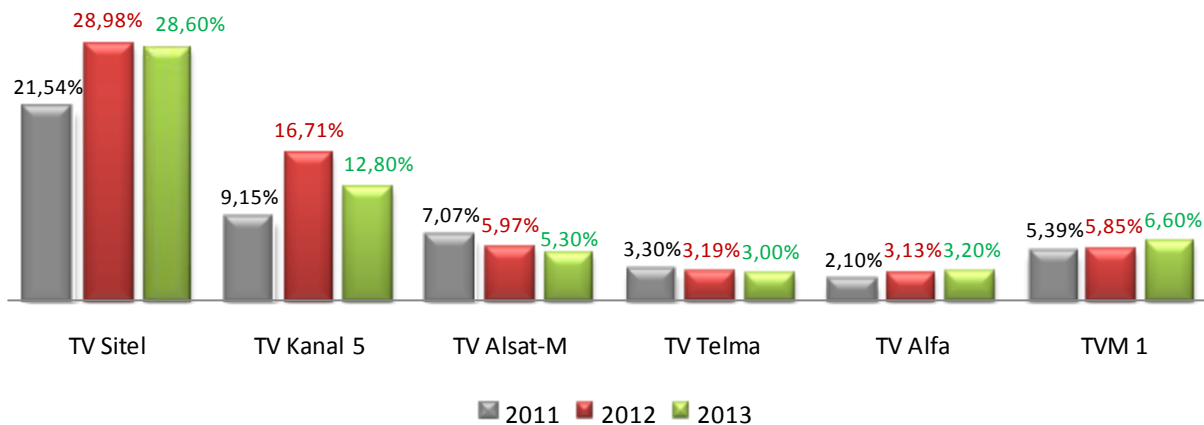


Burimi: ASHMAA, Nielsen Audience Measurement

Në periudhën prej tre viteve të fundit, TV Sitel dhe TV Kanal 5 kanë pasur pjesëmarrje më të madhe në shikueshmërinë e përgjithshme në vitin 2012 (28,98%, përkatësisht 16,71%), TV Alsat-M dhe TV Telma në vitin 2011 (7,07%, përkatësisht 3,30%), ndërsa RTM1 dhe TV Alfa në vitin e fundit (6,60%, përkatësisht 3,20%).

Në krahasim me vitin e mëparshëm, pjesëmarrje më të madhe në shikueshmërinë e përgjithshme në vitin 2013 vërehet vetëm tek servisi i parë programor të Televizionit Maqedonas (RTM1) dhe atë për 0,75 pikë përqindjeje dhe tek TV Alfa për 0,07 pikë përqindjeje. Pjesëmarrja në shikueshmërinë e përgjithshme të katër televizioneve të tjera në vitin 2013 ka qenë më e vogël se sa në vitin 2012 dhe atë të TV Sitel për 0,38 pikë përqindjeje, të TV Kanal 5 deri për 3,91 pikë përqindjeje, të TV Alsat për 0,67 pikë përqindjeje dhe të TV Telma për 0,19 pikë përqindjeje.

Figura nr.18: Pjesëmarrjet në shikueshmërinë e përgjithshme në tre vitet e fundit



Burimi: Nielsen Audience Measurement

### 50 shpallësit më të rëndësishëm në stacionet televizive në nivel shtetëror

Të dhënat për 50 shpallësit më të rëndësishëm të gjashtë stacioneve televizive që emetojnë program në nivel shtetëror (Televizioni Maqedonas, Sitel, Telma, Kanal 5, Alsat-M dhe Alfa) i siguroi agjencia Analitika SHPK nga Shkupi.

Në vitin 2013 në këto gjashtë stacione televizive kanë qenë të emetuar gjithsej 348,452 spote reklamuese, me gjatësi të përgjithshme prej 9,769,598 sekonda.

Vlera bruto e këtyre spoteve reklamuese, e cila llogaritet sipas çmimeve në listat zyrtare të çmimeve të stacioneve televizive, që do të thotë se gjatë llogaritjes nuk janë marrë parasysht zbritjet të cilët stacionet televizive i kanë miratuar shpallësve, ka qenë 318,07 milionë euro. Sipas të dhënave që radiodifuzerët i dorëzuan në Agjenci, vlefshmëria e të cilave ishte kontrolluar nga të dhënat në llogaritjet përfundimtare të radiodifuzerëve, të hyrat e përgjithshme e reklamimit të këtyre gjashtë televizioneve kanë qenë 1.1250,99 milionë denarë, domethënë 20,51 milionë euro. Kjo do të thotë se vlera e paguar e spoteve reklamuese të emetuara ka qenë pesëmbëdhjetë herë e gjysëm më e vogël se sa vlera e tyre sipas çmimeve në listat zyrtare të çmimeve të stacioneve televizive, domethënë se është paguar vetëm 6,45% e vlerës së spoteve reklamuese sipas listave zyrtare të çmimeve.



Tabela nr.11: 50 shpallësit më të rëndësishëm në gjashtë televizionet në nivel shtetëror

nr	shpallësi	pjesëmarrja	gjatësia në sekonda	numri i spoteve të emetuara	nr	shpallësi	pjesëmarrja	gjatësia në sekonda	numri i spoteve të emetuara
1	Procter&Gamble	5.40%	681,086	31,377	26	Tineks	0.89%	62,369	2,187
2	Qeveria e RM-së <sup>11</sup>	4.99%	1,361,541	17,639	27	Vitaminka Prilep	0.89%	77,396	4,008
3	Coca Cola Company	4.89%	483,711	17,062	28	Stopanska banka	0.83%	80,393	3,172
4	Telecom Slovenia Group (ONE)	3.79%	303,480	8,953	29	Play	0.81%	41,226	1,246
5	VMRO DPMNE	2.84%	245,398	4,141	30	AD Osiguritelna polisa	0.73%	23,979	977
6	Magroni	2.53%	127,299	4,633	31	Makpetrol	0.70%	71,822	2,644
7	Birraria e Shkupit	2.52%	255,769	8,845	32	Podravka	0.61%	50,333	2,576
8	Henkel	2.27%	140,739	6,900	33	Medobil	0.59%	90,374	1,477
9	Fikosota	2.22%	269,944	11,342	34	Mik Sveti Nikole	0.53%	24,949	875
10	T-home & T-Mobile	2.06%	175,830	5,603	35	Colgate&Palmolive	0.50%	33,806	1,430
11	Herbal plus	1.87%	111,058	5,350	36	Maestro	0.49%	15,000	397
12	Nestle	1.82%	147,965	8,088	37	Neptun	0.48%	23,583	1,196
13	Mobilkom Austria (VIP)	1.69%	144,079	6,713	38	Tutunska banka	0.47%	29,537	1,084
14	Montenegro	1.65%	52,361	1,436	39	Soko shtark	0.47%	33,651	1,542
15	Unilever	1.57%	94,308	3,930	40	Internacional Health	0.47%	59,472	825
16	Alkaloid	1.40%	134,764	5,235	41	Krka	0.47%	35,470	2,873
17	Çipita	1.37%	138,916	6,051	42	Euroimpeks	0.45%	36,271	1,440
18	Birraria e Prilepit	1.36%	109,898	2,294	43	Grand kafe	0.45%	35,034	1,742
19	Loreal	1.28%	97,810	3,941	44	Studio moderna	0.44%	21,268	760
20	Baersdorf	1.27%	88,142	4,152	45	Ferero	0.44%	48,590	2,033
21	Johnson Wax	1.27%	92,884	5,433	46	Dijamant	0.42%	20,239	1,052
22	Rio	1.17%	64,081	2,337	47	Dukat	0.41%	43,965	1,596
23	Vivaks	1.07%	86,044	3,618	48	AMC	0.40%	24,586	1,149
24	Wrigleys	0.93%	74,010	4,186	49	Zhito Luks	0.38%	23,406	1,124
25	Sapinija Osiek	0.92%	64,327	3,721	50	Ideal shipka	0.37%	48,150	2,085

Burimi: Analitika

<sup>11</sup> Në këto të dhëna janë llogaritur të gjitha spotet reklamuese porositës i të cilëve është Qeveria e Republikës së Maqedonisë, duke i përfshirë edhe ato që janë në kuadër të fushatave qeveritare me interes publik, dhe të cilët stacionet televizive i emetojnë falas. Pavarësisht se në vetë spotet është theksuar se ato emetohen pa pagesë, agjencitë që kryejnë matje i llogarisin edhe këto spote sipas çmimit të emetimit në periudhën kur është emetuar blloku i reklamave në të cilin janë emetuar.

Në vitin 2013, shpallësi më i rëndësishëm te këto gjashtë stacione televizive ka qenë kompania e huaj Procter&Gamble. Vlera bruto e gjithsej 31,377 spoteve reklamuese që i ka porositur kjo kompani përbënte 5,40% e vlerës bruto të të gjithë spoteve reklamuese të emetuara në këto gjashtë stacione televizive.

Në vendin e dytë të listës së shpallësve më të rëndësishëm në këto gjashtë stacione televizive ka qenë Qeveria e Republikës së Maqedonisë, e cila në vitin e analizuar ka qenë porositës i gjithsej 17,639 spoteve reklamuese, vlera e të cilëve është 4,99% e vlerës së përgjithshme bruto.

Vendin e tretë e zë kompania Coca-Cola, me 17,062 spote reklamuese të porositura dhe pjesëmarrje në vlerën e përgjithshme të spoteve të emetuara reklamuese prej 4,89%.

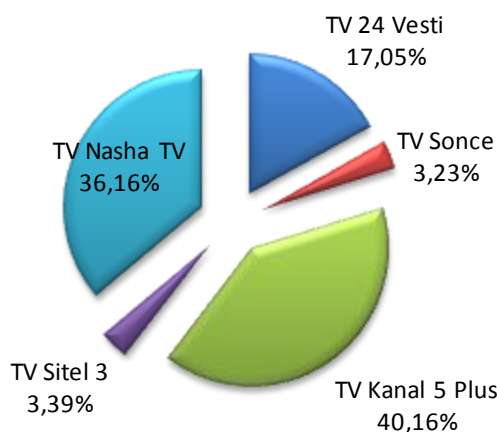
## Televizione satelitore

Deri në maj të vitit 2013, program në nivel shteti përmes satelitit emetonin gjashtë televizione (TV Kanal 5 Plus, TV Sitel 3, TV 24 Vesti, TV Alfa, Nasha TV dhe TV Sonce). Që atëherë, e deri në fund të vitit, numri i tyre u zvogëluar në pesë, pasi TV Alfa i ishte dhënë leje të emetojë përmes transmetuesit terestrial.

Pesë televizionet satelitore që kryenin veprimtari radiodifuzive gjatë gjithë vitit së bashku kanë realizuar të hyra të përgjithshme në shumë prej 88,57 milionë denarë.

Deri 76,32% e kësaj shume janë të hyrat e vetëm dy televizioneve satelitore – TV Kanal 5 Plus (35,57 milionë denarë) dhe Nasha TV (32,03 milionë denarë). Të hyrat e TV 24 Vesti në shumë të përgjithshme prej 15,10 milionë denarë paraqesin 17% e të hyrave të përgjithshme të televizioneve satelitore. Më së paku të hyra kanë realizuar TV Sitel 3 (3,00 milionë denarë) dhe TV Sonce (2,86 milionë denarë).

Figura nr.19: Pjesëmarrja në të hyrat e përgjithshme të televizioneve satelitore

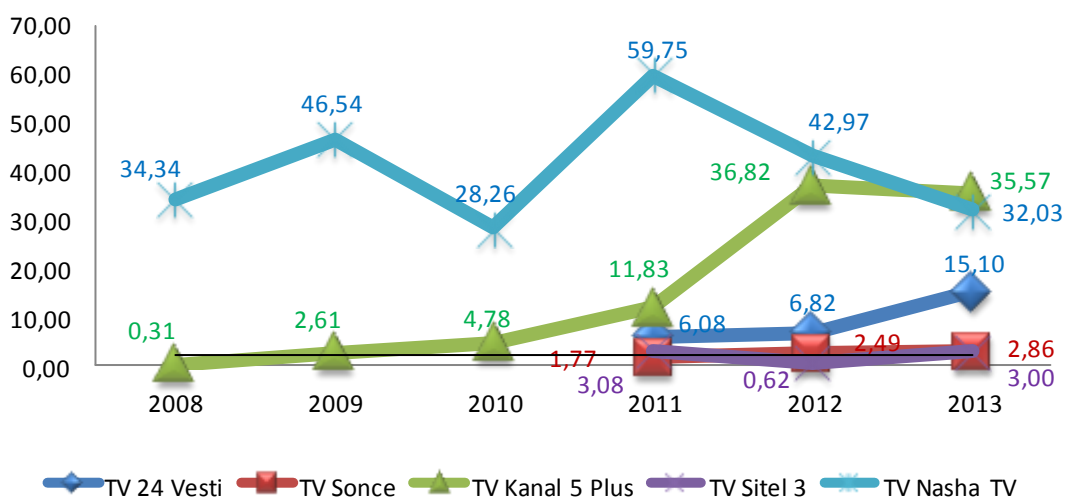


Burimi: ASHMAA

Lejet për kryerjen e veprimtari radiodifuzive – televizion përmes satelitit ishin dhënë në qershor të vitit 2008. Praktika ka treguar se ky model biznesi është i paleverdishëm, dhe kështu nga gjithsej 17 subjekte që atëherë fituan leje të emetojnë program televiziv përmes satelitit, në vitin 2013 në treg punonin vetëm pesë. Dy prej tyre filluan të emetojnë program dhe të realizojnë të hyra në të njëjtin vit (TV Kanal 5 Plus dhe Nasha TV), dy emetonin program, por në dy vitet e para nuk realizonin të hyra (TV Sitel 3 dhe TV Sonce), ndërsa një (TV 24 Vesti) filloi të emetojë program deri në dhjetor të vitit 2010.

Në paraqitjen më poshtë është paraqitur lëvizja e të hyrave të përgjithshme të këtyre pesë subjekteve në periudhën prej vitit 2008 (kur i janë dhënë lejet) deri në vitin 2013. Në pesë vitet e para të punës më e suksesshme ka qenë Nasha TV, ndërsa në vitin e fundit të hyra të përgjithshme më të larta arriti të realizojë TV Kanal 5 Plus (35,57 milionë denarë).

Figura nr.20: Lëvizja e të hyrave të përgjithshme të pesë televizioneve satelitore në gjashtë vitet e fundit



Burimi: ASHMAA

Të hyrat e përgjithshme të Nasha TV kanë qenë më të lara në vitin 2011 (59,75 milionë denarë). Në vitin 2009 dhe 2011 ky televizion ka realizuar më shumë të hyra se sa vitin e mëparshëm (për 35,53% përkatësisht për 111,43%), ndërsa në tre vitet e tjera ka realizuar më pak të hyra, dhe atë për 39,28% në vitin 2010, për 28,08% në vitin 2012 dhe për 25,46% në vitin 2013. TV Kanal 5 Plus në pesë vitet e para i ka zmadhuar në vazhdimësi të hyrat e përgjithshme, ndërsa në vitin e fundit ka realizuar për 3,39% më pak të hyra se sa në vitin 2012.

Tabela nr.12: Struktura e të hyrave të televizioneve satelitore

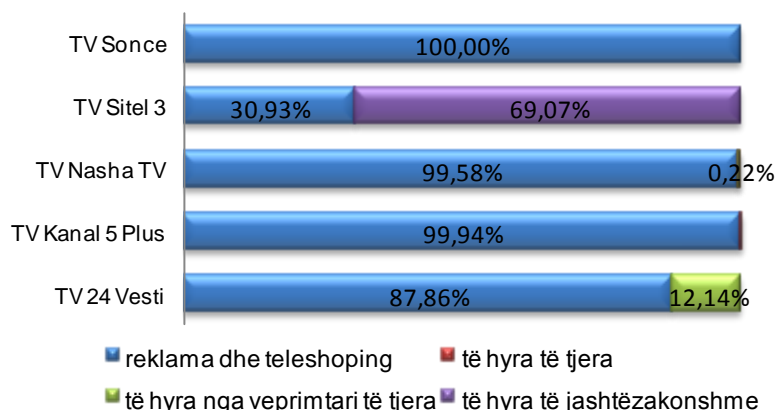
	2013	pjesëmarrja
Reklama dhe teleshoping	84.51	95.41%
Sponsorime	0.00	0.00%
Shitje të përmbajtjeve	0.00	0.00%
Shërbime të siguruar ndaj palëve të treta	0.00	0.00%
Të hyra të tjera	0.08	0.09%
<b>Të hyra nga veprimtaria bazë</b>	<b>84.59</b>	<b>95.51%</b>
Të hyra nga veprimtari të tjera	1.90	2.15%
Të hyra të jashtëzakonshme	2.07	2.34%
<b>Të hyra të përgjithshme</b>	<b>88.57</b>	

Burimi: ASHMAA

Në vitin 2013 këto pesë televizione realizonin të hyra vetëm nga shitja e kohës për reklamim dhe teleshoping, të hyra nga veprimtari të tjera dhe të hyra të jashtëzakonshme, ndërsa vetëm një pjesë të vogël të të hyrave kanë qenë nga kategoria “të hyra të tjera”.

Në strukturën e të hyrave të këtyre pesë televizioneve pjesëmarrje dominuese kanë të hyrat nga shitja e kohës për reklamim (95,41%). Të hyrat nga reklamimi dhe teleshopingu kanë qenë i vetmi burim i të hyrave për TV Sonce, dhe burim më i rëndësishëm i të hyrave për TV Kanal 5 Plus (99,94%) Nasha TV (99,58%) dhe për TV 24 Vesti (87,86%).

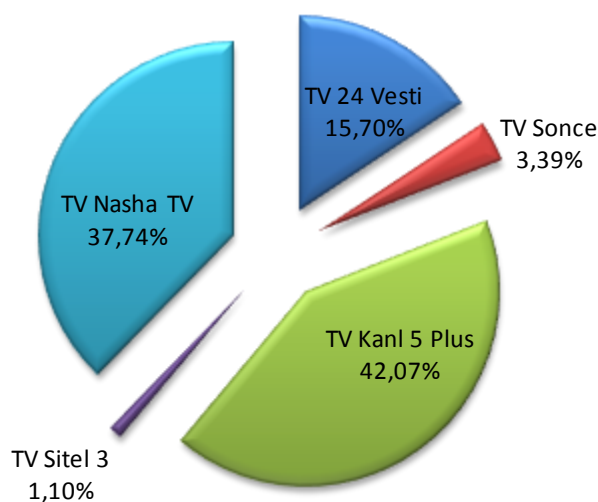
Figura nr.21: Struktura e të hyrave të përgjithshme të televizioneve satelitore



Burimi: ASHMAA

Më shumë të hyra nga reklama kanë realizuar TV Kanal 5 Plus (35,55 milionë denarë, domethënë 42,07% e të hyrave nga reklama në këtë segment të industrisë televizive) dhe Nasha TV (31,89 milionë denarë ose 37,74% e të hyrave të përgjithshme nga reklama).

Figura nr.22: Pjesëmarrja në të hyrat nga reklamimi të televizioneve satelitore



Burimi: ASHMAA

Të hyrat nga reklamim që i ka realizuar TV 24 Vesti, në shumë të përgjithshme prej 13,27 milionë denarë, paraqesin 15,70% e të hyrave të përgjithshme. Nga shitja e kohës për reklamim TV Sonce arriti të realizojë vetëm 2,87 milionë denarë, që është 3,39% e të hyrave nga reklama të televizioneve satelitore. Më së paku të hyra nga reklama ka realizuar TV Sitel 3 (vetëm 0,93 milionë denarë).

Pjesëmarrja e të hyrave nga kategoria “të hyra të tjera” në të hyrat e përgjithshme të televizioneve satelitore është 0,09%. Të hyra të këtij lloji kanë paraqitur vetëm TV Kanal 5 Plus (0,02 milionë denarë) dhe Nasha TV (0,06 milionë denarë).

Shuma e përgjithshme e të hyrave të jashtëzakonshme e ka paraqitur TV Sitel 3 (2,07 milionë denarë). Të hyrat e jashtëzakonshme kanë qenë burimi më i rëndësishëm i të hyrave për këtë televizion.

Të hyra nga veprimtari të tjera kanë realizuar vetëm TV 24 Vesti (1,83 milionë denarë) dhe Nasha TV (0,07 milionë denarë).

Shpenzimet e përgjithshme që në vitin e analizuar i kanë bërë këto pesë televizione kanë qenë 105,20 milionë denarë.

Më shumë fonde ka harxhuar TV 24 Vesti (35,04 milionë denarë). Shpenzimet e TV Kanal 5 Plus kanë qenë 27,77 milionë denarë, e Nasha TV – 21,03 milionë denarë, ndërsa e TV Sonce – 18,26 milionë denarë. Më pak shpenzime këtë vit ka bërë TV Sitel 3 në shumë prej vetëm 3,10 milionë denarë.

Pothuajse 85% të shpenzimeve të përgjithshme kanë qenë shpenzime të drejtpërdrejta për krijimin e programit.

Tabela nr.13: Struktura e shpenzimeve të televizioneve satelitore

	2013	pjesëmarrje
Shpenzime materiale	14.80	14.07%
Shpenzime për sigurimin e programit	15.57	14.80%
Shpenzime jomateriale (shërbime)	20.60	19.58%
Rroga dhe kompensime të tjera të personave drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit	37.91	36.04%
<b>Shpenzime të drejtpërdrejta për krijimin e programit</b>	<b>88.88</b>	<b>84.49%</b>
Rroga dhe kompensime të tjera të personave që nuk janë drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit	4.34	4.12%
Amortizimi i pajisjes	3.99	3.80%
Amortizimi i të drejtave dhe licencave	0.12	0.11%
Qira dhe shpenzime të tjera nga detyrime	2.91	2.77%
Të gjitha shpenzimet e tjera të papërfshira të punës	4.60	4.37%
<b>Gjithsej shpenzimet e punës</b>	<b>104.84</b>	<b>99.66%</b>
Të dala nga aktivitete të tjera	0.36	0.34%
Të dala të jashtëzakonshme	0.00	0.00%
<b>Gjithsej shpenzimet e punës</b>	<b>105.20</b>	

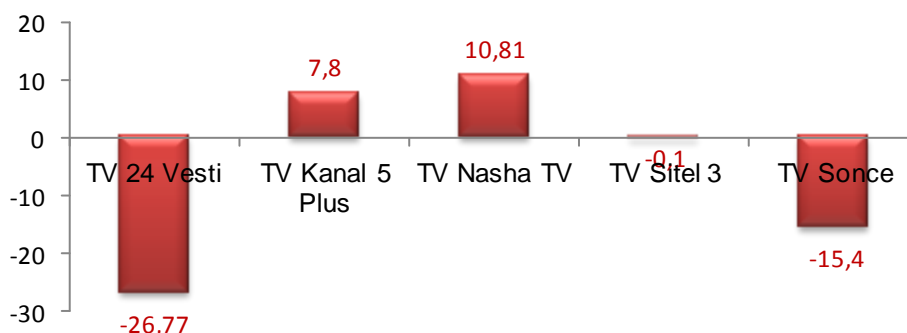
Burimi: ASHMAA

Më shumë fonde (36,04% të shpenzimeve të përgjithshme) ishin ndarë për rroga dhe kompensime të tjera të personave drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit (37,91 milionë denarë). Më shumë fonde për rroga për të punësuarit ka harxhuar TV 24 Vesti (21,06 milionë denarë). TV Sonce për këtë lloj shpenzimi ka ndarë 7,52 milionë denarë, TV Kanal 5 Plus 5,92 milionë denarë, ndërsa Nasha TV 3,41 milionë denarë. TV Sitel nuk ka paraqitur shpenzim të këtillë.

Shpenzimet për sigurimin e programit në shumë të përgjithshme prej 15,57 milionë denarë marrin pjesë me 14,80% në shpenzimet e përgjithshme të televizioneve satelitore. Deri 60% të shpenzimeve të përgjithshme për sigurimin e programit të këtyre pesë televizioneve i ka paraqitur TV Kanal 5 Plus (9,23 milionë denarë). TV 24 Vesti dhe Nasha TV për këtë lloj shpenzimi kanë ndarë pothuajse njësoj fonde (1,62 përkatësisht 1,68 milionë denarë), TV Sitel ka harxhuar 3,02 milionë denarë, ndërsa më pak fonde për sigurimin e përmbajtjeve programore ka harxhuar TV Sonce – vetëm 0,01 milion denarë). Shuma më të rëndësishme

të shpenzimeve materiale kanë paraqitur TV 24 Vesti (7,08 milionë denarë) dhe Nasha TV (7,57 milionë denarë), ndërsa të shpenzimeve jomateriale TV Sonce (7,39 milionë denarë) dhe TV Kanal 5 Plus (6,58 milionë denarë).

Figura nr.23: Rezultati financiar i realizuar nga puna



Burimi: ASHMAA

Vetëm dy televizione satelitore kanë realizuar rezultat financiar pozitiv: Nasha TV (10,81 milionë denarë) dhe TV Kanal 5 Plus (7,8 milionë denarë). Rezultat më të keq financiar nga puna kanë pasur TV 24 Vesti – humbje në shumë prej 26,77 milionë denarë dhe TV Sonce – humbje në shumë prej 15,4 milionë denarë. Humbja e TV Sitel 3 ka qenë 0,1 milion denarë.

Tabela nr.14: Numri mesatar i të punësuarve në marrëdhënie të rregullt pune

TV stacioni	2009	2010	2011	2012	2013
TV 24 Vesti	0	25	59	64	65
TV Kanal 5 Plus	37	32	28	24	26
TV Sonce	7	12	12	19	19
TV Sitel 3	0	0	0	0	0
Nasha TV	35	35	16	14	14

Burimi: ASHMAA

Numri mesatar i të punësuarve në marrëdhënie të rregullt pune në këto pesë televizione ka qenë 124 persona, nga të cilët më shumë se gjysma kanë qenë të angazhuar në TV 24 Vesti (65 persona). Në TV Sitel 3 nuk ka qenë i angazhuar asnjë person në marrëdhënie të rregullt pune.

## Televizione rajonale

Leje të emetojnë program në nivel rajonal në pesë muajt e para të vitit 2013 kishin nëntë televizione, të gjitha në rajonin e Shkupit. Me kalimin nga emetimi analog në dixhital, numri i televizioneve rajonale u rrit në 29, pasi gjithsej 20 televizione lokale e shfrytëzuan mundësinë të kalojnë në televizione rajonale, e cila u ishte dhënë me ndryshimet e Ligjit për veprimtari radiodifuzive në maj të vitit 2013. Në qershor të vitit 2013 pushoi të vlejë leja e TV Krt nga Shkupi, pasi mbajtësi dorëzoi deklaratë me shkrim se ndalon me emetimin e programit televiziv<sup>12</sup>.

Në analizën janë përpunuar të dhënat për gjithsej 27<sup>13</sup> stacione televizive të cilët kanë leje të emetojnë program televiziv në nivel rajonal, 25 prej të cilëve emetojnë përmes multipleksit dixhital terestrial, ndërsa vetëm dy përmes operatorit të rrjetit komunikues elektronik publik (TV Skajnet dhe TV Amazon, të dyja në rajonin e qytetit të Shkupit me komunat përreth). Në vitin 2013 në tregun televiziv rajonal kanë qenë të realizuara të hyra të përgjithshme në shumë prej 194,75 milionë denarë.

Tabela nr.15: Numri i popullsisë, numri i televizioneve rajonale dhe të hyrat e përgjithshme të realizuara sipas rajonit radiodifuziv

ZONA	Numri i popullsisë <sup>14</sup>	Numri i televizioneve	Të hyra të realizuara
D1 - Shkup	610,775	6 (+2)	50,00 (+4.71)
D1 – Crn Vrv Veles	153,554	2	16,85
D2	175,560	2	11,14
D3	178,551	3	26,62
D4	173,291	3	19,05
D5	297,966	3	15,77
D6	127,647	1	13,89
D7	36,340	1	9,19
D8	308,610	4	27,53

Burimi: ASHMAA, ESHS

<sup>12</sup> Vendimi nr.07-250 prej 26.06.2013 ("Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë" nr.90/13) për ndalimin e vlefshmërisë së lejes për kryerjen e veprimtari së radiodifuzive të Shoqatës tregtare radiodifuzive "Televizioni KRT" DOEEL Shkup

<sup>13</sup> Në mars të vitit 2014 ishte marrë leja e SHRT TV ART Kanal nga Struga.

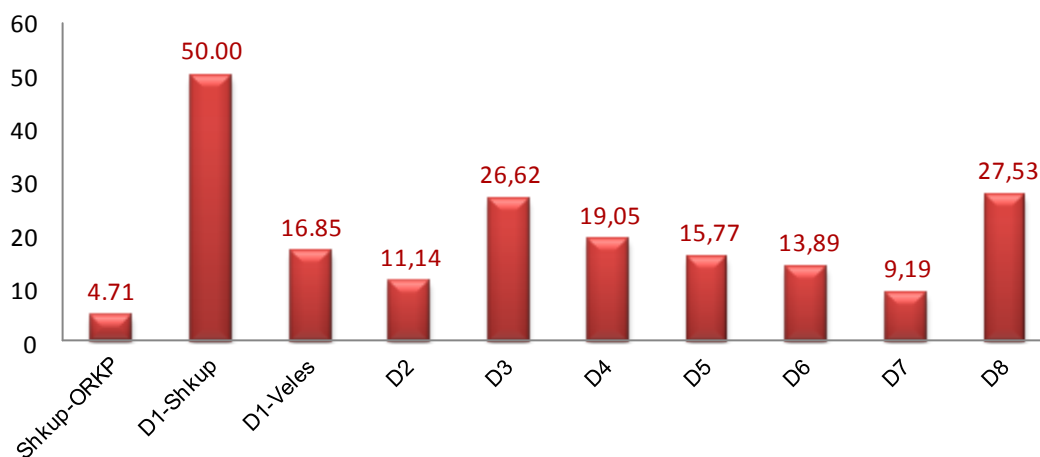
<sup>14</sup> Të dhënat për numrin e popullsisë në çdo rajon radiodifuziv janë siguruar nga Publikimi "Përlllogaritjet e popullsisë më 30.06.2012 dhe 31.12.2012 sipas gjinisë dhe moshës, sipas komunave dhe rajoneve statistike (NTES3 - 2007)" të Entit shtetëror i statistikës i RM-së; në dispozicion në <http://www.stat.gov.mk/Publikacii/2.4.13.13.pdf>



Të hyra më të larta në shumë prej 54,71 milionë denarë kanë qenë të realizuara në rajonin D1 – Shkup, i cili përfshin qytetin e Shkupit dhe komunat e Petrovecit, Haraçinës, Çuçer Sandevës, Sopsishtës, Studeniçanit, Zelenikovës dhe Ilindenit. Kjo situatë është plotësisht e pritur duke marrë parasysh se numri i popullsisë në këtë rajon, i cili në fakt e paraqet publikun potencial të televizioneve (si publik potencial konsiderohet popullsia në moshë mbi katër vjeç), është shumë më i madh se numri i popullsisë në rajonet e tjera. Në këtë rajon program emetojnë gjithsej tetë televizione, gjashtë prej të cilëve përmes multipleksit dixhital terestrial, ndërsa vetëm dy përmes operatorit të rrjetit komunikues elektronik publik.

Të hyra dukshëm më të larta se sa në rajonet e tjera kanë qenë të realizuara edhe në rajonet D8 dhe D3. Rajoni D8 i përfshin komunat e Tetovës, Gostivarit, Vrapçishtës, Bogovinës, Brvenicës, Tearcës, Jegunovcës dhe Zhelinës, ndërsa popullsia e përgjithshme është 308,610 banorë. Leje të emetojnë program në këtë rajon kanë gjithsej katër televizione rajonale, të cilët së bashku kanë realizuar të hyra të përgjithshme në shumë prej 27,53 milionë denarë. Në rajonin D3 hyjnë komunat e Shtipit, Karbincit, Zërnovcit, Çeshinovë-Obleshevës, Probishtipit, Koçanit, Makedonska Kamenicës, Dellçevës, Vinicës, Pehçevës dhe Berovës, ndërsa numri i popullsisë është 178,551 banorë. Tre televizionet rajonale që punojnë në këtë rajon së bashku kanë realizuar të hyra të përgjithshme në shumë prej 26,62 milionë denarë.

Figura nr.24: Të hyrat e përgjithshme të realizuara sipas rajonit radiodifuziv



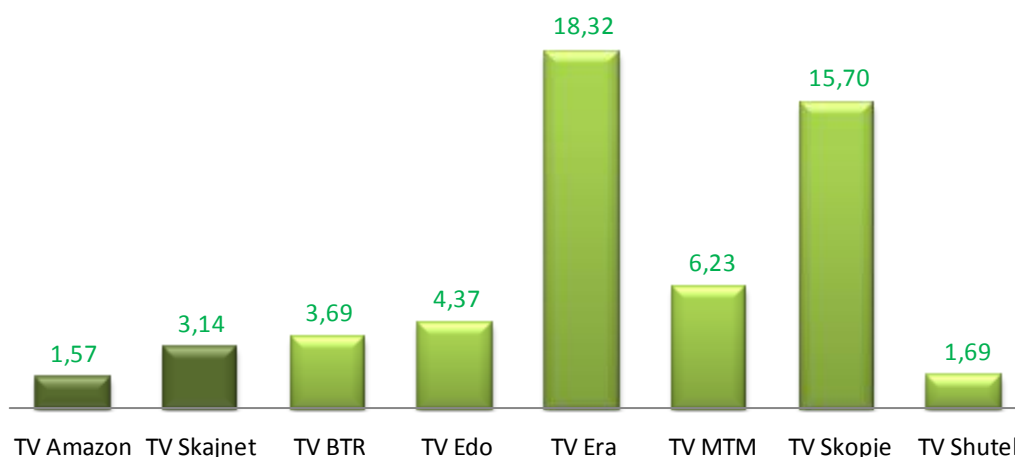
Burimi: ASHMAA

Edhe pse numri i popullsisë, domethënë publiku potencial në rajonin D5, i cili i përfshin komunat e Manastirit, Resnjës, Demir Hisarit, Prilepit, Krushevës, Makedonski Brodit, Kërçovës, Oslomejit, Zajasit, Vraneshticës, Pllasnicës, Dollnenit, Krivogashtanit, Mogilës dhe Novacit është më i madh se sa në rajonin D3 (297,966 kundrejt 178,551 banorë), tre televizionet rajonale në këtë rajon kanë realizuar më pak të hyra (15,77 milionë denarë) se sa ato në rajonin D3 (26,62 milionë denarë).

Nga ana tjetër, numri i popullsisë në rajonet D1-Veles<sup>15</sup>, D2<sup>16</sup>, D4<sup>17</sup> dhe D6<sup>18</sup> është afërsisht sa në rajonin D3, por vihen re dallime në të hyrat e përgjithshme të realizuara në këto rajone.

Më pak të hyra kanë qenë të realizuara në rajonin D7, i cili i përfshin komunat e Dibrës, Mavrovës dhe Rostushit dhe Qendër Zhupës. Numri i përgjithshëm i popullsisë në këtë rajon është 36.340 banorë, që është pothuajse 17 herë më i vogël se sa në rajonin D1-Shkup. Program në këtë rajon emeton vetëm një televizion (TV Kanal 3 nga Dibra), kundrejt tetë në rajonin D1 – Shkup. Në vitin 2013 ky televizion ka realizuar të hyra të përgjithshme në shumë prej 9,19 milionë denarë, domethënë vetëm gjashtë herë më pak se sa të hyrat e përbashkëta të televizioneve në rajonin D1 – Shkup. Në qoftë se krahasohen të dhënat e secilit prej tetë televizioneve të rajonit D1-Shkup, është e dukshme se vetëm dy (TV Era dhe TV Skopje) kanë realizuar më shumë të hyra të përgjithshme se TV Kanal 3 nga Dibra.

Figura nr.25: Të hyrat e përgjithshme të televizioneve në rajonin D1 - Shkup



Burimi: ASHMAA

Deri 62,19% e të hyrave të përgjithshme të tetë televizioneve në rajonin D1-Shkup i kanë realizuar vetëm dy subjekte (TV Era dhe TV Skopje). Më pak shpenzime ka realizuar TV Shutel dhe TV Amazon.

Në krahasim me vitin e mëparshëm, vetëm dy televizione arritën të realizojnë të hyra më të larta (TV Edo për 58,30% dhe TV Skopje për 53,01%). Gjashtë televizionet e tjera kanë

<sup>15</sup> Rajoni D1-Veles i përfshin komunat e Velesit, Llozovës, Sveti Nikollës, Çashkës, Grackës, Rosomanit, Negotinës, Kavadarçit dhe Demir Kapisë

<sup>16</sup> Rajoni D2 i përfshin komunat e Kumanovës, Likovës, Staro Nagoriçanit, Rankovces, Kriva Pallankës dhe Kratovës

<sup>17</sup> Rajoni D4 i përfshin komunat e Radovishit, Konçes, Vasilevës, Bosillovës, Strumicës, Novo Sellës, Vallandovës, Bogdancit, Dojranit dhe Gjevgjelisë

<sup>18</sup> Rajoni D6 i përfshin komunat e Ohrit, Strugës, Debarcës, Vevçanit dhe Drugovës

realizuar më pak të hyra edhe atë: TV Amazon për 9,40%, TV Skajnet për 10,42%, TV BTR për 42,09%, TV Era për 9,13%, TV MTM për 31,59% dhe TV Shutel për 39,01%.

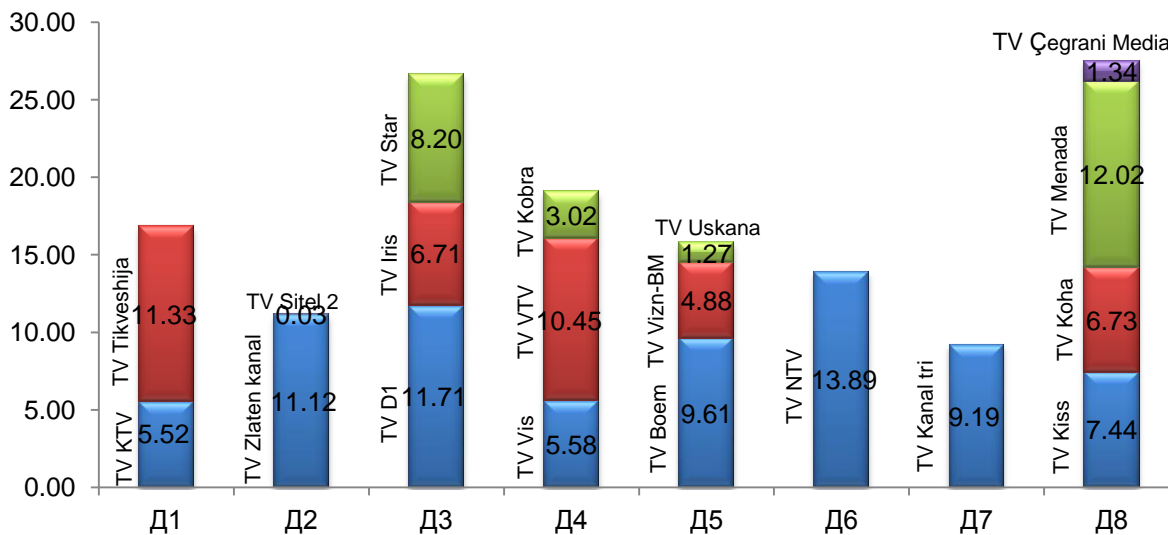
Tabela nr.16: Të hyrat e përgjithshme dhe shkalla e rritjes

	2009	2010	2011	2012	2013	shkalla e rritjes 2013/2012
TV Amazon	1.86	1.32	1.08	1.73	1.57	-9.25%
TV Skajnet	7.85	4.74	2.81	3.50	3.14	-10.29%
TV BTR	3.26	4.32	8.27	6.38	3.69	-42.16%
TV Edo	0.46	2.90	3.37	2.76	4.37	58.33%
TV Era	27.85	47.53	17.67	20.16	18.32	-9.13%
TV MTM	7.50	7.79	9.44	9.10	6.23	-31.54%
TV Skopje	35.05	12.88	10.23	10.26	15.70	53.02%
TV Shutel	2.01	1.65	2.48	2.77	1.69	-38.99%
<b>gjithsej</b>	<b>85.84</b>	<b>83.13</b>	<b>55.35</b>	<b>56.66</b>	<b>54.71</b>	<b>-0.30</b>

Burimi: ASHMAA

Në rajonin D1 – Veles kanë qenë të realizuara të hyrat të përgjithshme në shumë prej 16,85 milionë denarë, prej të cilëve 32,78% i ka realizuar TV KTV, ndërsa 67,22% TV Tikveshija, të dyja nga Kavadarci.

Figura nr.26: Të hyrat e përgjithshme të televizioneve në rajonin D1 – Veles, D2, D3, D4, D5, D6, D7 dhe D8



Burimi: ASHMAA

Në vitin e analizuar, të dyja televizionet që emetonin program në rajonin D2 kanë realizuar gjithsej 11,14 milionë denarë, prej të cilëve deri 99,75% kanë qenë të hyrat e TV Zlaten Kanal nga Kriva Pallanka.

Të hyrat e përbashkëta të tre televizioneve nga rajoni D3 kanë qenë 26,62 milionë denarë, 44% prej të cilëve kanë qenë të hyrat e TV D1 nga Dellçeva, 30,79% të TV Star nga Shtipi dhe 25,21% të hyrat e TV Iris nga Shtipi.

Në rajonin D4 program emetojnë tre televizione dhe të hyrat e tyre të përbashkëta kanë qenë 19,05 milionë denarë. Më shumë se gjysma e këtyre fondeve kanë qenë të hyrat e TV VTV nga Vallandova (54,84%). TV Vis nga Strumica ka realizuar 29,28% ndërsa TV Kobra nga Radovishi 15,87% e të hyrave të përgjithshme në këtë rajon.

Të hyrat e përgjithshme që i kanë realizuar tre televizionet në rajonin D5 kanë qenë 15,77 milionë denarë. Më shumë fonde ka realizuar TV Boem nga Kërçova e cila emeton në gjuhën maqedonase (60,96% e kësaj shume). TV Vizhn-BM nga Prilepi e cila gjithashtu emeton në maqedonisht, ka realizuar 30,97%, ndërsa TV Uskana nga Kërçova, e cila e emeton programin në gjuhën shqipe, ka realizuar 8,07% e të hyrave të përgjithshme në këtë rajon.

Në rajonet D6 dhe D7 punon vetëm nga një televizion (TV NTV, përkatësisht TV Kanal tre) dhe të hyrat që ato i kanë realizuar kanë qenë 13,89, përkatësisht 9,19 milionë denarë.

Katër televizionet që emetojnë program në rajonin D8 së bashku kanë realizuar të hyra të përgjithshme në shumë prej 27,53 milionë denarë. Dy prej tyre emetojnë program në gjuhën maqedonase (TV Kiss dhe TV Menada nga Tetova), ndërsa një në gjuhën shqipe (TV Koha nga Tetova), ndërsa një televizion (TV Çegrani Media nga Gostivari) në gjuhën maqedonase, turke dhe shqipe. Pjesa më e madhe e kësaj shume kanë qenë të hyrat e TV Menada nga Tetova (43,68%). TV Kiss nga Tetova ka realizuar 27,02%, TV Koha nga Tetova 24,45%, ndërsa pjesë më të vogël paraqisnin të hyrat e TV Çegrani Media nga Gostivari, vetëm 4,85% e të hyrave të përgjithshme në rajon.

Tabela nr.17: Struktura e të hyrave të televizioneve rajonale

	Shkup - orokp	D1 - Shkup	D1 - Veles	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8
Reklama dhe teleshoping	3.88	39.19	15.01	11.11	26.06	18.18	11.40	11.75	9.07	26.92
Sponsorime	0.00	0.30	0.00	0.00	0.01	0.10	0.00	0.00	0.00	0.27
Shitje të përmbajtjeve	0.06	1.71	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.13
Shërbime të siguruara ndaj palëve të treta	0.63	1.65	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Të hyra të tjera	0.10	6.63	1.84	0.00	0.24	0.49	0.00	2.14	0.12	0.17
<b>Të hyra nga veprimtaria bazë</b>	<b>4.67</b>	<b>49.49</b>	<b>16.85</b>	<b>11.11</b>	<b>26.31</b>	<b>18.77</b>	<b>11.40</b>	<b>13.89</b>	<b>9.19</b>	<b>27.49</b>
Të hyra nga veprimtari të tjera	0.00	0.15	0.00	0.00	0.31	0.28	4.37	0.00	0.00	0.00
Të hyra të jashtëzakonshme	0.04	0.36	0.00	0.03	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.04
<b>Të hyra të përgjithshme</b>	<b>4.71</b>	<b>50.00</b>	<b>16.85</b>	<b>11.14</b>	<b>26.62</b>	<b>19.05</b>	<b>15.77</b>	<b>13.89</b>	<b>9.19</b>	<b>27.53</b>

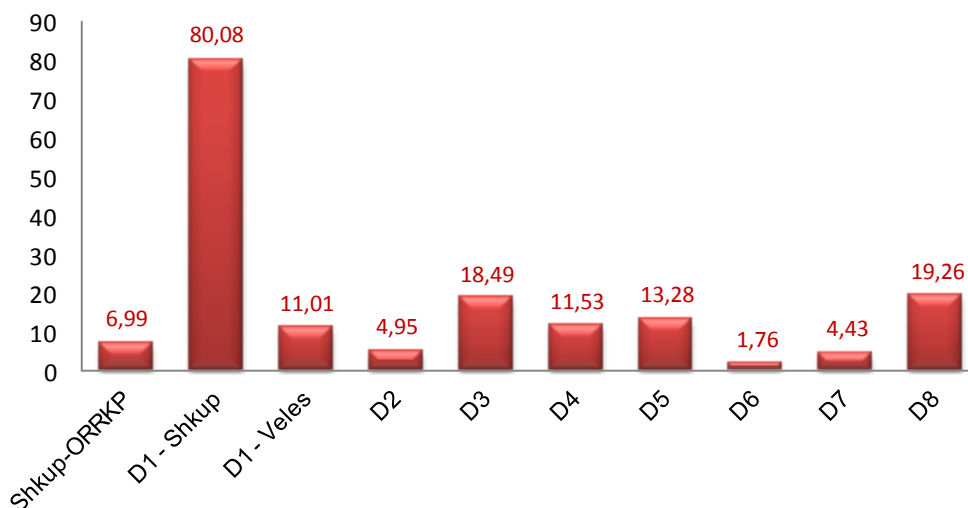
Burimi: ASHMAA

Në strukturën e të hyrave të çdo televizioni rajonal pjesë dominuese kanë të hyrat nga shitja e kohës për reklamim dhe teleshoping.

Të hyra nga sponsorime kanë paraqitur vetëm katër televizione rajonale (TV BTR nga Shkupi, TV Star nga Shtipi, TV Çegrani Media nga Gostivari dhe TV Kobra nga Radovishi). Të hyra nga shitja e përmbajtjeve kanë realizuar vetëm TV Skajnet dhe TV MTM nga

Shkupi, ndërsa të hyra nga shërbime të siguruara ndaj palëve të treta vetëm TV Amazon dhe TV Shutel nga Shkupi.

Figura nr.27: Shpenzimet e përgjithshme sipas rajonit radiodifuziv



Burimi: ASHMAA

Në vitin 2013 shpenzimet e përgjithshme të televizioneve rajonale kanë qenë 171,78 milionë denarë.

Gjysma e këtyre fondeve (50,69%) kanë qenë të harxhuara nga ana e tetë televizioneve që emetojnë në rajonin D1 – Shkup. Dallime të rëndësishme janë të dukshme mes shpenzimeve të televizioneve në këtë rajon. Më shumë fonde kanë harxhuar TV Skopje (37,08 milionë denarë), TV Era (23,72 milionë denarë) dhe TV MTM (10,71 milionë denarë), ndërsa më pak TV Shutel (1,63 milionë denarë) dhe TV Amazon (1,85 milionë denarë).

Shpenzimet materiale që i ka paraqitur TV Era paraqesin 70,32% e shpenzimeve të përgjithshme materiale. Shpenzime për sigurimin e përmbajtjeve kanë paraqitur vetëm TV MTM (1,59 milionë denarë) dhe TV Skopje (3,8 milionë denarë).

Deri 88,83% të shpenzimeve për rroga dhe kompensime të personave drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit i kanë paraqitur vetëm tre televizione: TV Era (3,57 milionë denarë), TV MTM (3,35 milionë denarë) dhe TV Skopje (4,05 milionë denarë). Shpenzime për rroga dhe kompensime për personat të cilët nuk janë drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit ka paraqitur vetëm TV MTM (0,45 milionë denarë). Pothuajse të gjithë shumën e shpenzimit për amortizim të pajisjes e ka paraqitur TV Skopje (23 milionë denarë).

Të dyja televizionet nga rajoni D1 – Veles kanë harxhuar pothuajse njësoj: TV KTV – 5,37 milionë denarë, ndërsa TV Tikveshija – 5,64 milionë denarë. Vetëm TV KTV ka paraqitur shpenzime për sigurimin e programit, dhe ajo në shumë të parëndësishme prej 0,05 milionë denarë.

Për rroga dhe kompensime për të punësuarit TV KTV ka harxhuar 1,36 milionë denarë, ndërsa TV Tikveshija 1,67 milionë denarë.

Shpenzimet e përbashkëta të të dyja televizioneve në rajonin D2 kanë qenë 4,95 milionë denarë. TV Zlaten kanal ka harxhuar dy herë e gjysëm më shumë fonde se sa TV Sitel 2 (3,58 kundrejt 1,37 milionë denarë). Asnjë televizion nuk ka paraqitur shpenzime për sigurimin e përmbytjeve, as shpenzime për rroga dhe kompensime të tjera për të punësuarit drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit. Shuma e përgjithshme e shpenzimeve për rroga dhe kompensime të tjera të personave të cilët nuk janë drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit e ka paraqitur TV Zlaten Kanal (1,06 milionë denarë).

Tabela nr.18: Struktura e shpenzimeve të televizioneve rajonale

	Shkup - orrkp	D1 - Shkup	D1 - Velesc	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8
Shpenzime materiale	0.97	10.07	1.37	0.12	2.09	2.43	1.41	1.12	0.12	7.82
Shpenzime për sigurimin e programit	0.00	5.39	0.05	0.00	2.07	0.29	0.34	0.00	0.00	0.60
Shpenzime jomateriale (shërbime)	1.56	2.01	1.13	2.45	1.42	1.41	2.49	0.00	0.74	4.15
Rroga dhe kompensime të tjera të personave drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit	1.41	12.36	2.97	0.00	9.41	1.58	3.46	0.00	1.88	4.72
<b>Shpenzime të drejtpërdrejta për krijimin e programit</b>	<b>3.95</b>	<b>29.83</b>	<b>5.52</b>	<b>2.57</b>	<b>14.98</b>	<b>5.71</b>	<b>7.71</b>	<b>1.12</b>	<b>2.74</b>	<b>17.29</b>
Rroga dhe kompensime të tjera të personave që nuk janë drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit	0.00	0.45	0.06	1.06	0.00	1.49	0.11	0.27	0.00	0.00
Amortizimi i pajisjes	0.63	25.18	2.08	0.35	1.21	0.27	2.17	0.02	0.17	0.40
Amortizimi i të drejtave dhe licencave	0.00	2.05	0.00	0.00	0.00	0.00	1.25	0.00	0.00	0.00
Qira dhe shpenzime të tjera nga detyrime	0.36	3.42	0.21	0.24	0.00	0.31	0.35	0.00	0.00	0.22
Të gjitha shpenzimet e tjera të papërfshira të punës	1.58	15.98	3.14	0.73	1.83	3.75	1.58	0.00	1.52	1.28
<b>Gjithsej të hyrat e punës</b>	<b>6.52</b>	<b>76.91</b>	<b>11.01</b>	<b>4.95</b>	<b>18.03</b>	<b>11.53</b>	<b>13.17</b>	<b>1.76</b>	<b>4.43</b>	<b>19.19</b>
Të dala nga aktivitete të tjera	0.00	0.92	0.00	0.00	0.31	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Të dala të jashtëzakonshme	0.47	2.25	0.00	0.00	0.14	0.00	0.11	0.00	0.00	0.07
<b>Gjithsej të hyrat e punës</b>	<b>6.99</b>	<b>80.08</b>	<b>11.01</b>	<b>4.95</b>	<b>18.49</b>	<b>11.53</b>	<b>13.28</b>	<b>1.76</b>	<b>4.43</b>	<b>19.26</b>

Burimi: ASHMAA

Në rajonin D3 kanë qenë të harxhuar gjithsej 18,49 milionë denarë. Pothuajse të njëjta fonde kanë harxhuar TV Iris (7,5 milionë denarë), dhe TV Star (7,78 milionë denarë), ndërsa shpenzimet e TV D1 kanë qenë dukshëm më të ulëta (3,21 milionë denarë). Pothuajse 83% e shpenzimeve për sigurimin e programit i ka paraqitur TV Star (1,71 milionë denarë). Ky

televizion ka harxhuar edhe më shumë fonde për rroga dhe kompensime për personat të cilët janë drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit (4,93 milionë denarë). Për këtë lloj shpenzimi TV Iris ka ndarë 3,39 milionë denarë, ndërsa TV D1 1,09 milionë denarë.

Shpenzimet e përgjithshme në rajonin D4 kanë qenë 11,53 milionë denarë, prej të cilëve pothuajse gjysma (47,7%) kanë qenë shpenzimet e TV Vis nga Strumica. TV VTV ka harxhuar gjithsej 3,28 milionë denarë, ndërsa TV Kobra 2,75 milionë denarë. Vetëm TV Kobra ka ndarë fonde për sigurimin e programit, dhe atë në shumë prej 0,29 milionë denarë. Për rroga për të punësuarit më shumë fonde ka ndarë TV Vis (1,67 milionë denarë). Këto shpenzime tek TV VTV kanë qenë 0,69 milionë denarë, ndërsa tek TV Kobra 0,71 milionë denarë.

Janë të dukshme dallime të rëndësishme mes shpenzimeve të përgjithshme që në vitin e analizuar i kanë bërë tre televizionet në rajonin D5: TV Boem ka harxhuar 6,5 milionë denarë, TV Vizhn-BM 4,76 milionë denarë, ndërsa TV Uskana 2,02 milionë denarë. Pjesa më e madhe e shpenzimeve të përbashkëta të këtyre tre televizioneve (26,88%) janë bërë për rroga për të punësuarit. Shpenzimet për rroga për të punësuarit që janë drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit të TV Vizhn-BM, në shumë prej 1,89 milionë denarë, janë dy herë më të larta se shpenzimet e TV Uskana (0,93 milionë denarë) dhe pothuajse tre herë më të larta se shpenzimet e TV Boem (0,64 milionë denarë). Për sigurimin e programit TV Boem ka ndarë 0,19 milionë denarë, ndërsa TV Vizhn-BM 0,14 milionë denarë. Shuma e përgjithshme e shpenzimeve për amortizimin e pajisjes (2,17 milionë denarë) e ka paraqitur TV Boem.

Në rajonet D6 dhe D7, ku program emeton vetëm nga një televizion (TV NTV përkatësisht TV Kanal tre), shpenzimet e përgjithshme kanë qenë 1,76 milionë denarë, përkatësisht 4,43 milionë denarë.

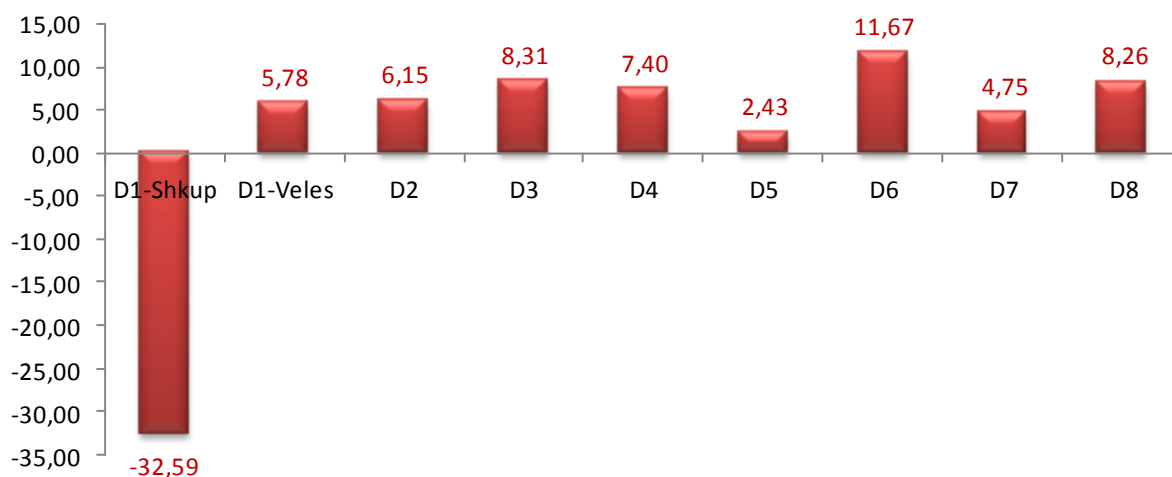
Katër televizionet në rajonin D8 së bashku kanë harxhuar 19,26 milionë denarë, prej të cilëve më shumë kanë harxhuar TV Kiss (8,11 milionë denarë) dhe TV Koha (5,19 milionë denarë). Shpenzimet e përgjithshme të TV Menada kanë qenë 4,64 milionë denarë, ndërsa të TV Çegrani media vetëm 1,33 milionë denarë. Në strukturën e shpenzimeve të përgjithshme të këtyre katër televizioneve pjesëmarrje më të rëndësishme kanë shpenzimet materiale (40,62%), që është për shkak të shumës së lartë të këtij lloji shpenzimi që e ka paraqitur TV Kiss (5,94 milionë denarë). Shpenzime për sigurimin e përmbajtjeve kanë paraqitur vetëm TV Koha (0,25 milionë denarë) dhe TV Menada (0,35 milionë denarë). Për rroga për të punësuarit, fonde pothuajse të njëjta kanë harxhuar TV Kiss (1,18 milionë denarë), TV Koha (1,5 milionë denarë) dhe TV Menada (1,66 milionë denarë), ndërsa dukshëm më pak fonde ka ndarë TV Çegrani Media (0,37 milionë denarë).

Në vitin 2013, vetëm në rajonin D1 –Shkup ka qenë i realizuar rezultat financiar negativ. Vetëm tre nga tetë televizionet që emetojnë program në këtë rajon kanë realizuar fitim, edhe atë: TV BTR (0,77 milionë denarë), TV Edo (0,35 milionë denarë) dhe TV Shutel (0,06 milionë denarë). Rezultat më të keq financiar ka realizuar TV Skopje (humbje në shumë prej 21,4 milionë denarë). Humbja e TV Era ka qenë 5,48 milionë denarë, të TV MTM 4,6 milionë denarë, të TV Skajnet 2,01 milionë denarë dhe të TV Amazon 0,28 milionë denarë.

Të dyja televizionet në rajonin D1 – Veles kanë realizuar fitim, dhe atë TV KTV 0,10 milionë denarë, ndërsa TV Tikveshija 5,68 milionë denarë.

Rezultati financiar nga puna e dy televizioneve në rajonin D2 ka qenë fitim në shumë prej 6,15 milionë denarë. TV Zlaten kanal ka realizuar fitim prej 7,52 milionë denarë, ndërsa TV Sitel 2 humbje në shumë prej 1,37 milionë denarë.

Figura nr.28: Rezultati i realizuar nga puna



Burimi: ASHMAA

Rezultat financiar pozitiv në rajonin D3 kanë realizuar dy televizione (TV D1 në shumë prej 8,51 milionë denarë dhe TV Star në shumë prej 0,41 milionë denarë), ndërsa një televizion (TV Iris) ka punuar me humbje prej 0,6 milionë denarë.

Të tre televizionet nga rajoni D4 kanë realizuar rezultat financiar pozitiv, edhe atë: TV Vis fitim në shumë prej 0,05 milionë denarë, TV VTV në shumë prej 7,08 milionë denarë dhe TV Kobra në shumë prej 0,28 milionë denarë.

Dy televizione nga rajoni D5 (TV Boem dhe TV Vizhn-BM) kanë realizuar fitim në shumë prej 3,05 milionë denarë, përkatësisht 0,12 milionë denarë. TV Uskana ka realizuar rezultat financiar negativ në shumë prej 0,75 milionë denarë.

I vetmi televizion që emeton program në rajonin D6 – TV NTV ka realizuar fitim prej 11,67 milionë denarë, që është rezultat financiar më i mirë nga të gjithë televizionet rajonale. Vetëm një televizion emeton program edhe në rajonin D7 – TV Kanal tre, dhe ai ka realizuar fitim prej 4,75 milionë denarë.

Rezultati i përbashkët nga puna e katër televizioneve në rajonin D8 ka qenë fitim në shumë prej 8,26 milionë denarë. Vetëm TV Kiss ka realizuar rezultat financiar negativ (0,68 milionë denarë), ndërsa tre të mbeturat kanë realizuar fitim, edhe atë: TV Koha në shumë prej 1,55 milionë denarë, TV Menada në shumë prej 7,39 milionë denarë, ndërsa fitimi i TV Çegрани media ka qenë 0,01 milionë denarë.



Tabela nr.19: Numri mesatar i të punësuarve në marrëdhënie të rregullt pune

nr	Emri i shkurtër i radiodifuzerëve	numri mesatar i të punësuarve në marrëdhënie të rregullt pune	gjithsej në rajon
1	TV Amazon	4	
2	TV Skajnet	1	
3	TV BTR	1	
4	TV Edo	4	49
5	TV Era	16	
6	TV MTM	14	
7	TV Skopje	8	
8	TV Shutel	1	
9	TV KTV	11	21
10	TV Tikveshija	10	
11	TV Zlaten kanal	6	6
12	TV Sitel 2	0	
13	TV D1	5	30
14	TV Iris	15	
15	TV Star	10	
16	TV Vis	11	15
17	TV VTV	1	
18	TV Ko-Bra	3	
19	TV Boem	2	11
20	TV Vizhn-BM	7	
21	TV Uskana	2	
22	TV NTV	1	1
23	TV Kanal tre	6	6
24	TV Kiss	11	29
25	TV Koha	11	
26	TV Menada	4	
27	TV Çegrani Media	3	
	gjithsej	168	168

Burimi: ASHMAA

Në vitin 2013 numri mesatar i të punësuarve në marrëdhënie të rregullt pune në 27 televizionet rajonale ka qenë 168 persona.

Numër më të madh të të punësuarve te televizionet rajonale kanë pasur TV Era nga Shkupi (16), TV Iris nga Shtipi (15), TV MTM nga Shkupi (14), TV KTV nga Kavadarci, TV Vis nga Strumica, TV Kiss dhe TV Koha nga Tetova (nga 11 persona) dhe TV Tikveshija nga Kavadarci dhe TV Star nga Shtipi (nga dhjetë persona).

## Televizione lokale

Në fillim të vitit 2013, leje të emetojnë program televiziv në nivel lokal kishin gjithsej 48 subjekte. Në maj të vitit 2013, 20 prej tyre dorëzuan kërkesë në Agjencinë për shërbime mediatike audio dhe audiovizuale (atëherë Këshilli i radiodifuzionit) për ndryshimin e lejes, dhe në shtatë muajt e ardhshëm të vitit vazhduan të punojnë si televizione rajonale. Gjatë vitit 2013, një televizion lokal – TV Top nga Berova<sup>19</sup> e humbi të drejtën të kryejë veprimtari radiodifuzive.

Gjatë gjithë vitit program në nivel lokal emetonin gjithsej 27 stacione televizive.

Tabela nr.20: Numri i popullsisë, numri i TV stacioneve dhe të hyrat e realizuara

komuna	popullsia <sup>20</sup>	gjithsej të hyra	numri i TV stacioneve
Kumanovë, Likovë dhe Staro Nagoriçanë	141,782	9.07	4
Koçanë, Vinicë, Çeshinovë-Obleshevë dhe Zrnovcë	67,802	4.88	2
Probishtip dhe Kratovë	25,175	2.28	1
Radovish dhe Konçe	32,467	2.20	1
Strumicë, Vasilevë, Bosilevë dhe Novo Sellë	94,372	4.42	1
Gjevgjeli, Vallandovë, Bogdanci dhe Dojran	46,452	1.65	1
Veles, Çashkë dhe Grackë	66,390	6.63	2
Sveti Nikollë dhe Llozovë	20,587	2.05	1
Dollnenë, Prilep dhe Krivogashtani	95,105	0.29	1
Manastir, Mogilë, Novacë dhe Resnjë	118,898	21.58	2
Ohër dhe Debarcë	57,250	10.51	2
Strugë dhe Vevçanë	67,436	2.19	2
Dibër, Qendër Zhupë, Mavrovë dhe Rostushë	36,340	0.59	1
Kërçovë, Pllasnicë dhe Makedonski Brod	41,646	2.17	2
Tetovë, Tearcë, Jegunovcë, Zhelinë dhe Brvenicë	167,893	2.87	2
Gostivar, Vrapçishtë dhe Bogovinë	140,627	1.46	2

Burimi: ASHMAA/ESHS

Në shtatë prej gjithsej 16 zona lokale punonte vetëm nga një televizion lokal, në tetë nga dy televizione, ndërsa në zonën që i përfshin komunat e Kumanovës, Likovës dhe Staro Nagoriçanit punonin katër televizione lokale.

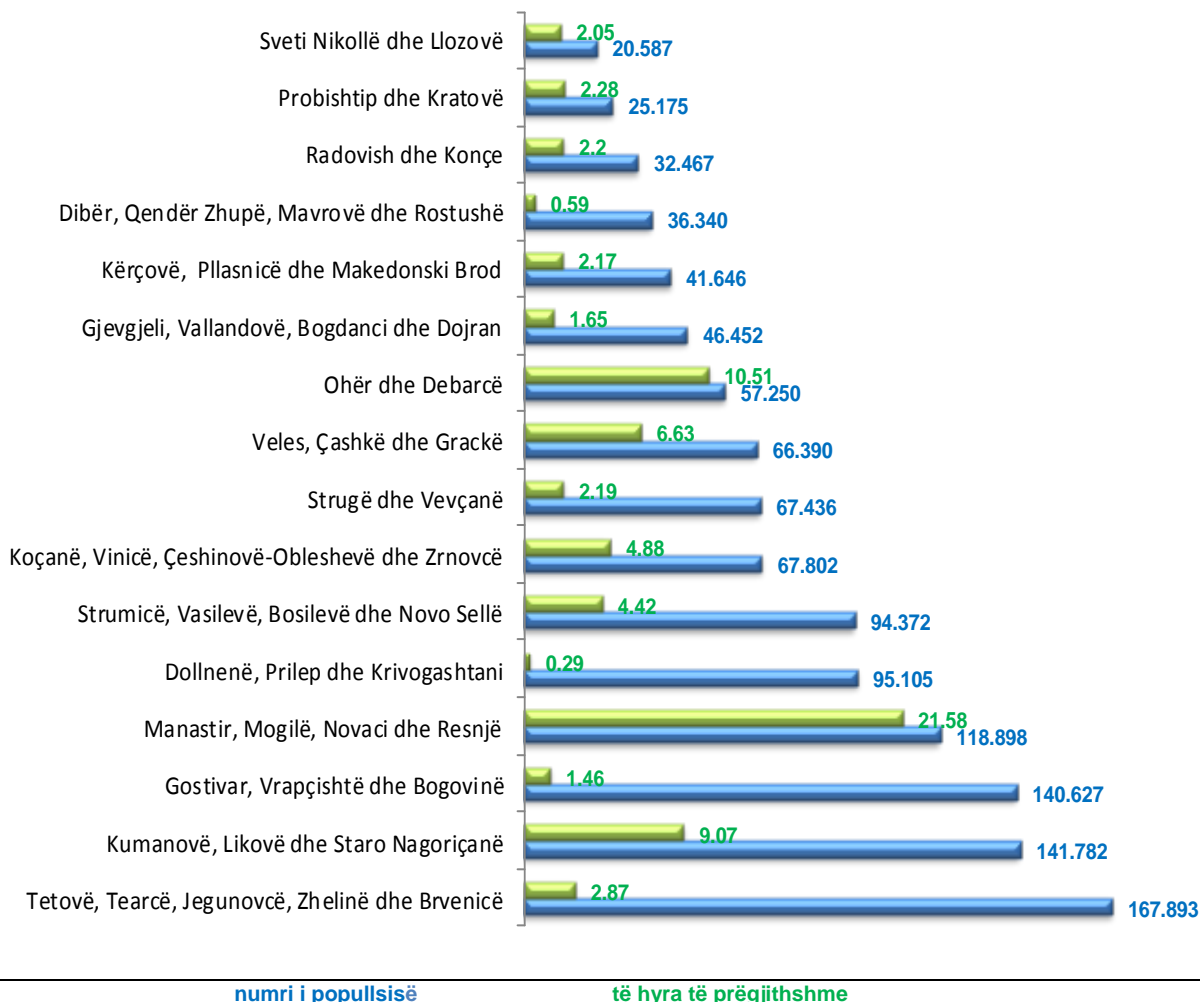
Të hyrat e përgjithshme të realizuara dhe publiku potencial (popullsia e përgjithshme) në këto 16 zona dallohen në mënyrë të dukshme. Kështu, në zonën me numër më të madh banorësh (zona që i përfshin komunat e Tetovës, Tearcës, Jegunovcës, Zhelinës dhe

<sup>19</sup> Vendim nr.07-170 prej 23.05.2013 (Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë nr.76/13) për heqjen e lejes për kryerjen e veprimtarisë radiodifuzive nr.07-3449/1 prej 26.11.2008 të Shoqatës tregtare radiodifuzive TOP TV SHPKNJP Berovë

<sup>20</sup> Të dhënat për numrin e popullsisë në çdo rajon radiodifuziv janë siguruar nga publikimi "Vlerësimet e popullsisë më 30.06.2012 dhe 31.12.2012 sipas gjinisë dhe moshës, sipas komunave dhe rajoneve statistike (NTES3 - 2007)" të Entit shtetëror i statistikës i RM-së; në dispozicion në <http://www.stat.gov.mk/Publikacii/2.4.13.13.pdf>

Brvenicës) numri i popullsisë është deri tetë herë më i madh se numri i popullsisë në zonën që i përfshin komunat e Sveti Nikollës dhe Llozovës, ndërsa të hyrat e përgjithshme janë më të larta vetëm për 1,4 herë.

**Figura nr.29: Të hyrat e përgjithshme të realizuara kundrejt publikut potencial (numri i popullsisë) sipas zonave**



Burimi: ASHMAA, ESHS

Të hyra më të larta kanë qenë të realizuara në zonën që i përfshin komunat e Manastirit, Mogilës, Novacit dhe Resnjës (21,58 milionë denarë), në zonën e komunave të Ohrit dhe Debarcës (10,51 milionë denarë) dhe në zonën që e formojnë komunat e Kumanovës, Likovës dhe Staro Nagoriçanit (9,07 milionë denarë).

Të hyrat e përgjithshme të realizuara na tregun televiziv rajonal në vitin 2013 kanë qenë 74,83 milionë denarë. Në qoftë se i shikojmë të dhënat për të hyrat e përgjithshme që në vitin e analizuar i ka realizuar secili stacion televiziv më vete, është e dukshme se të hyra shumë më të larta se sa televizionet e tjera lokale kanë realizuar TV Tera nga Manastiri (11,07 milionë denarë,) TV Orbis nga Manastiri (10,51 milionë denarë) dhe TVM nga Ohri (9,74 milionë denarë).

Tabela nr.21: Të hyrat e përgjithshme të televizioneve lokale

nr	TV satcioni	të hyra të realizuara	nr	TV satcioni	të hyra të realizuara
1	TV Dalga-Krt, Kumanovë	1.77	15	TV Orbis, Manastir	10.51
2	TV Festa, Kumanovë	1.42	16	TV Tera, Manastir	11.07
3	TV Hana, Kumanovë	1.08	17	TV Moris, Ohër	0.76
4	TV Nova, Kumanovë	4.81	18	TV M, Ohër	9.74
5	TV Koçani-LD, Koçanë	2.94	19	TV Kaltrina, Strugë	0.85
6	TV Kanal 8, Koçanë	1.94	20	TV Spektra, Strugë	1.34
7	TV Protel, Probishtip	2.28	21	TV Dibra, Dibër	0.59
8	TV Emi, Radovish	2.20	22	TV Gurra, Kërçovë	0.97
9	TV Intel, Strumicë	4.42	23	TV Anisa, Pllasnicë	1.20
10	TV Nova, Gjevgjeli	1.65	24	TV Art, Tetovë	2.87
11	TV Kanal 21, Veles	2.94	25	TV Super Skaj, Tetovë	0.01
12	TV Zdravkin, Veles	3.69	26	TV Due, Gostivar	1.26
13	TV Svet, Sveti Nikollë	2.05	27	G-TV, Gostivar	0.19
14	TV Llazhani, Llazhanë	0.29		<b>gjithsej</b>	<b>74,83</b>

Burimi: ASHMAA

Më së paku të hyra kanë realizuar G-TV nga Gostivari (0,19 milionë denarë) dhe TV Super Skaj nga Tetova (0,01 milionë denarë).

Në strukturën e të hyrave të stacioneve televizive lokale pjesëmarrje më të rëndësishme kanë të hyrat nga reklama dhe teleshopping. Pothuajse 90% e të hyrave të përgjithshme kanë qenë të realizuara nga shitja e kohës për reklamim.

Tabela nr.22: Struktura e të hyrave të televizioneve lokale

	2013	pjesëmarrja
Reklama dhe teleshopping	66.74	89.19%
Sponsorime	0.52	0.69%
Shitje të përmbajtjeve	0.00	0.00%
Shërbime të siguruara ndaj palëve të treta	1.02	1.36%
Të hyra të tjera	4.94	6.60%
<b>Të hyra nga veprimtaria bazë</b>	<b>73.22</b>	<b>97.85%</b>
Të hyra nga veprimtari të tjera	1.30	1.73%
Të hyra të jashtëzakonshme	0.32	0.42%
<b>Të hyra të përgjithshme</b>	<b>74.83</b>	

Burimi: ASHMAA

Të hyra nga sponsorime kanë paraqitur vetëm dy televizione lokale – TV Emi nga Radovishi (0,01 milionë denarë) dhe TV Orbis nga Manastiri (0,51 milionë denarë), ndërsa të hyra nga shërbime të siguruara ndaj palëve të treta kanë paraqitur vetëm TV Hana nga Kumanova (0,86 milionë denarë) dhe TV Kanal 21 nga Velesi (0,16 milionë denarë). Pjesa më e madhe e të hyrave të kategorisë “të hyra të tjera” e ka paraqitur TV Orbis nga Manastiri.

Në vitin 2013, këto 27 televizione lokale së bashku kanë harxhuar gjithsej 65,66 milionë denarë. Njësoj si tek të hyrat, tre televizionet në vijim kanë harxhuar dukshëm më shumë fonde se sa 24 të mbeturat: TV Tera nga Manastiri (10,78 milionë denarë), TV Orbis nga Manastiri (8,75 milionë denarë) dhe TVM nga Ohri (6,25 milionë denarë). Shpenzimet e

këtyre tre televizioneve përbëjnë pothuajse 40% e shpenzimeve të përgjithshme në tregun televiziv lokal.

Më shumë se gjysma e shpenzimeve të televizioneve lokale kanë qenë shpenzime të drejtpërdrejta për krijimin e programit (56,53%), ndërsa pjesa më e madhe prej tyre kanë qenë për rroga dhe kompensime të tjera të personave që janë drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit. Më shumë fonde për këtë lloj shpenzimi ka ndarë TV Tera nga Manastiri (2,44 milionë denarë).

Tabela nr.23: Struktura e shpenzimeve të televizioneve lokale

	2013	pjesëmarrja
Shpenzime materiale	8.71	13.27%
Shpenzime për sigurimin e programit	2.93	4.46%
Shpenzime jomateriale (shërbime)	9.66	14.71%
Rroga dhe kompensime të tjera të personave drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit	15.82	24.09%
<b>Shpenzime të drejtpërdrejta për krijimin e programit</b>	<b>37.12</b>	<b>56.53%</b>
Rroga dhe kompensime të tjera të personave që nuk janë drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit	5.64	8.59%
Amortizimi i pajisjes	7.42	11.30%
Amortizimi i të drejtave dhe licencave	0.10	0.16%
Qira dhe shpenzime të tjera nga detyrime	2.04	3.11%
Të gjitha shpenzimet e tjera të papërfshira të punës	10.01	15.24%
<b>Gjithsej shpenzimet e punës</b>	<b>62.34</b>	<b>94.94%</b>
Të dala nga aktivitete të tjera	2.84	4.33%
Të dala të jashtëzakonshme	0.48	0.73%
<b>Gjithsej shpenzimet e punës</b>	<b>65.66</b>	

Burimi: ASHMAA

Shpenzime për sigurimin e programit kanë paraqitur vetëm tetë televizione: TV Hana nga Kumanova (0,17 milionë denarë), TV Kanal 8 nga Koçani (0,04 milionë denarë), TV Intel nga Strumica (0,10 milionë denarë), TV Nova nga Gjevgjelia (0,35 milionë denarë), TV Zdravkin nga Velesi (0,10 milionë denarë), TV Svet nga Sveti Nikollë (0,14 milionë denarë), TV Tera nga Manastiri (1,34 milionë denarë) dhe TVM Nga Ohri (0,69 milionë denarë).

Në fund të vitit, gjithsej 17 televizione lokale kanë realizuar fitim, ndërsa vetëm dhjetë humbje (TV Hana dhe TV Nova nga Kumanova), TV Nova nga Gjevgjelia, TV Llzhani nga Llzhani, TV Moris nga Ohri, TV Kaltrina nga Struga, TV Dibra nga Dibra, TV Super skaj nga Tetova dhe dy televizionet nga Gostivari – TV Due dhe G-TV). Rezultat financiar më të mirë ka realizuar TVM nga Ohri – fitim në shumë prej 3,48 milionë denarë.

Numri mesatar i të punësuarve në marrëdhënie të rregullt pune tek televizionet lokale ka qenë 109 persona. Më shumë prej tyre kanë qenë të angahuara në TV Tera nga Manastiri – 14 dhe në TVM nga Ohri – 13 persona. Në TV Nova nga Kumanova kanë qenë të punësuar nëntë persona, në TV Kanal 8 nga Koçani tetë, ndërsa në TV Orbis nga Manastiri shtatë persona. Nga pesë persona ishin të punësuar në TV Koçani-LD nga Koçani, TV Emi nga Radovishi, TV Intel nga Strumica, TV Kanal 21 nga Velesi dhe në TV Spektra nga Kumanova. Në TV Protel nga Probishtipi dhe TV Kaltrina nga Struga, numri mesatar i të punësuarve në marrëdhënie të rregullt pune ka qenë katër persona, ndërsa në TV Zdravkin nga Velesi dhe në TV Dibra nga Dibra tre persona.

Në gjithsej gjashtë televizione (TV Dalga-Krt nga Kumanova, TV Nova nga Gjevgjelia, TV Svet nga Sveti Nikollë, TV Gurra nga Kërçova, TV Art nga Tetova dhe TV Due nga Gostivari) kanë qenë të angazhuar nga dy persona në marrëdhënie të rregullt pune.

Mes televizioneve lokale në shumicë janë ato ku numri mesatar i të punësuarve në marrëdhënie të rregullt pune ka qenë vetëm një person. Situata është e tillë te gjithsej shtatë televizione lokale: TV Festa dhe TV Hana nga Kumanova, TV Llzhani nga Llzhani, TV Moris nga Ohri, TV Anisa nga Pllasnica, TV Super Skaj nga Tetova dhe G-TV nga Gostivari.

Tabela nr.24: Numri mesatar i të punësuarve në marrëdhënie të rregullt pune

rb	TV stacioni	numri mesatar i të punësuarve në marrëdhënie të rregullt pune	rb	TV stacioni	numri mesatar i të punësuarve në marrëdhënie të rregullt pune
1	TV Tera, Manastir	14	15	TV Dalga-Krt, Kumanovë	2
2	TV M, Ohër	13	16	TV Nova, Gjevgjeli	2
3	TV Nova, Kumanovë	9	17	TV Svet, Sveti Nikollë	2
4	TV Kanal 8, Koçanë	8	18	TV Gurra, Kërçovë	2
5	TV Orbis, Manastir	7	19	TV Art, Tetovë	2
6	TV Koçani-LD, Koçanë	5	20	TV Due, Gostivar	2
7	TV Emi, Radovish	5	21	TV Festa, Kumanovë	1
8	TV Intel, Strumicë	5	22	TV Hana, Kumanovë	1
9	TV Kanal 21, Veles	5	23	TV Llzhani, Prilep	1
10	TV Spektra, Strugë	5	24	TV Moris, Ohër	1
11	TV Protel, Probishtip	4	25	TV Anisa, Makedonski Brod	1
12	TV Kaltrina, Strugë	4	26	TV Super Skaj, Tetovë	1
13	TV Zdravkin, Veles	3	27	G-TV, Gostivar	1
14	TV Dibra, Dibër	3		<b>gjithsej</b>	<b>109</b>

Burimi: ASHMAA

## Qëndrimet e publikut për përfaqësimin dhe cilësinë e përmbajtjeve programore të televizioneve të vendit

Në prill të vitit 2013, Agjencia për shërbime mediatike audio dhe audiovizuale i porositi agjencisë hulumtuese Market Vizhn nga Shkupi të zbatojë hulumtim të mendimit të publikut për programe të ndryshme në kanalet televizive dhe radio kanalet e vendit<sup>21</sup>. Pyetëtori përmbante edhe disa pyetje në lidhje me qëndrimet dhe kënaqësinë e publikut nga përmbajtjet programore të llojeve të caktuara.

Në pyetjen “sa jeni në përgjithësi të kënaqur nga oferta e televizioneve të vendit” pjesa më e madhe e të anketuarve (45,7%) u përgjigjën se janë më shumë të pakënaqur se sa të kënaqur. Sipas moshës, në numër më të madh kanë qenë të anketuarit e moshës 30 deri 39 vjeç (23,1%), ndërsa sipas venbanimit të anketuarit që vinin nga zonat urbane (62%). Vetëm 17,2% e të anketuarve u përgjigjën se janë të kënaqur plotësisht, ndërsa pjesërisht të kënaqur kanë qenë 21,7%. Deri 15,5% të publikut ka qenë përgjithësisht i pakënaqur nga oferta programore të stacioneve televizive të vendit.

E vetmja përmbajtje programore për të cilën publiku ka menduar se është tepër e përfaqësuar në kanalet televizive vendase kanë qenë serialet (deri 78% e të anketuarve).

Pjesë më të rëndësishme të publikut (48%) ka menduar se në kanalet televizive të vendit tepër të përfaqësuar janë edhe lajmet dhe programet informative, ndërsa pjesa më e madhe (51%) kanë menduar se këto përmbajtje janë mjaft të përfaqësuar. Vetëm 1% e të anketuarve u përgjigjën se lajmet dhe programi informativ nuk janë mjaft të përfaqësuar në kanalet televizive të vendit.

Pjesa më e madhe e të anketuarve u përgjigjën se mjaft të përfaqësuar janë debatet përkatësisht emisionet politike (46%) dhe filmat vizatimorë (48%).

Më shumë se gjysma e të anketuarve kanë menduar se në kanalet televizive vendase duhet të ketë më shumë programe filmash (51%), emisione muzikore (52%), emisione dokumentare (50%), program i destinuar për fëmijët (54%), program edukativ (54%) dhe program kulturor (57%).

Në lidhje me cilësinë e programeve që i ofrojnë televizionet e vendit, publiku ka qenë i kënaqur nga lajmet dhe programet informative (deri 70% e të anketuarve u përgjigjën se cilësia e këtyre përmbajtjeve është në nivel të kënaqshëm), programet sportive (62% kanë menduar se përmbajtjet sportive që i ofrojnë televizionet e vendit janë me cilësi të mirë) dhe programet për fëmijë (52% u përgjigjën se programet që janë dedikuar për fëmijët janë me cilësi të kënaqshme).

Pikërisht gjysma e të anketuarve kanë qenë të kënaqur nga cilësia e emisioneve muzikore.

Për të gjitha llojet e tjera të përmbajtjeve programore, qytetarët e Maqedonisë kanë menduar se nuk janë me cilësi në nivel të kënaqshëm. Pjesa më e madhe e tyre nuk kanë qenë të

<sup>21</sup> Hulumtimi i mendimit të publikut për programe të ndryshme në kanalet televizive dhe radio kanalet e vendit është i disponueshëm në ueb faqen e Agjencisë për shërbime mediatike audio dhe audiovizuale në linkun e mëposhtëm: [http://avmu.mk/images/SRD\\_izveshtaj\\_15\\_04\\_2013\\_od\\_Market\\_Vision.pdf](http://avmu.mk/images/SRD_izveshtaj_15_04_2013_od_Market_Vision.pdf)

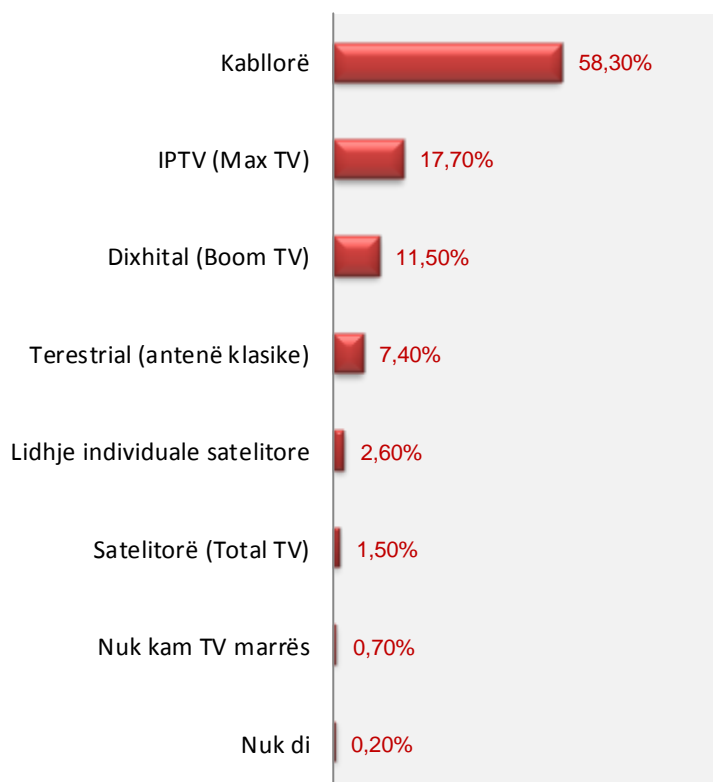
kënaqur nga cilësia e programit edukativ (81%), programi kulturor dhe dokumentar (nga 78%), filmat vizatimorë dhe emisionet politike/debatet nga 74%) dhe emisionet zbavitëse (73%). Pavarësisht shikueshmërisë së lartë, deri 66% e publikut ka menduar se serialet në kanalet vendase nuk janë me cilësi të kënaqshme. Me cilësinë e ofertës së filmit nuk kanë qenë të kënaqur 62% e të anketuarve.

### Modelet e pranimit të sinjalit televiziv

Në vitin 2013, 99,3% e amvisërive maqedonase kanë pasur marrës televiziv.

Vetëm një pjesë të vogël të amvisërive (7,4%) nuk kanë pasur qasje në kanale televizive të huaja. Ato i kanë marrë falas vetëm kanalet televizive të vendit përmes antenës klasike tokësore. Deri dy të tretat e tyre kanë qenë nga zonat rurale. Në vitet e fundit shënohet zvogëlim të amvisërive që kanë përdorur vetëm antenë klasike (23,4% në vitin 2009, 10,6% në vitin 2012 dhe vetëm 7,4% në vitin 2013).

Fotografia nr.30: Modelet e pranimit të TV sinjalit



Burimi: Market Vizhn

89% të amvisërive maqedonase kanë pasur marrëveshje parapaguese me ndonjë nga operatorët e rrjeteve komunikuese elektronike publike të cilët i transmetojnë përmbajtjet audiovizuale nëpërmjet platformave të ndryshme telekomunikuese. Më shumë se gjysma (58,3%) e amvisërive maqedonase i kanë shfrytëzuar shërbimet e operatorëve kabllorë.



Pjesa më e madhe e tyre, përkatësisht 67,7% kanë banuar në zonë urbane. Shërbimet e operatorit Makedonski Telekom (Max TV), i cili i riemeton serviset programore përmes protokollit të internetit – IPTV, i kanë shfrytëzuar 17,7% të amvisërive, ndërsa të operatorit Digiplus Multimedia (Boom TV), i cili riemeton përmes rrjetit terestrial dixhital e patel – 11,5% e amvisërive. Pjesa më e madhe e parapaguesve të Max TV vinin nga zonat urbane (54,3%), ndërsa të Boom TV nga zonat rurale. (66,1%). Të gjithë parapaguesit e operatorit Total TV, i cili riemeton servise programore përmes satelitit vinin nga zonat rurale të Maqedonisë. Ata përbënin vetëm 1,5% e amvisërive maqedonase.

Lidhje individuale satelitore kanë shfrytëzuar 2,6% të amvisërive maqedonase (57,1% prej tyre kanë qenë nga zonat urbane).

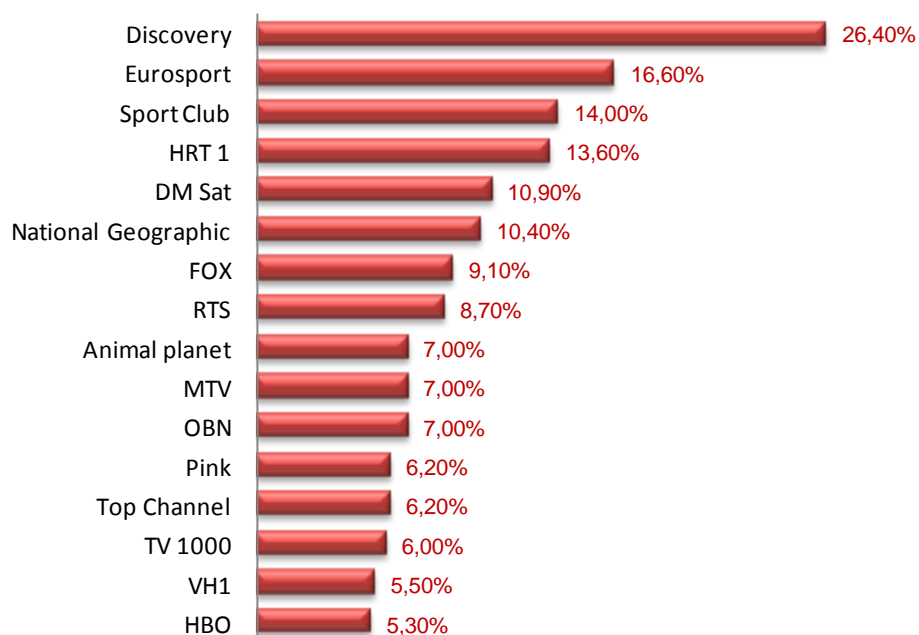
### Kanale të huaja televizive

Përmes marrëveshjes parapaguese me operatorët e rrjeteve komunikuese elektronike publike audienca maqedonase ka qasje në mbi 400 servise të huaja programore. Në Agjencinë për shërbime mediatike audio dhe audiovizuale paketa programore kanë regjistruar gjithsej 63 operatorë, nga të cilët 59 riemetojnë përmes kablo, nga një përmes platformës IPTV (Makedonski telekom, domethënë Max TV) dhe përmes platformës DVB-T (Digiplus multimedija, domethënë BOOM TV) dhe dy përmes platformës DVBS-T (Total TV dhe Tring Maks). Shërbimet e tyre i kanë shfrytëzuar 89% e amvisërive maqedonase.

Për shkak të futjes së një sistemi të ri më të sofistikuar, dhe për shkak të shkyçjes së emetimit analog dhe fillimi me emetim dixhital të sinjalit televiziv në qershor të vitit 2013, agjencia hulumtuese Nielsen Audience Measurement nuk ishte në gjendje t'i siguroi Agjencisë të dhëna të sakta për shikueshmërinë e kanaleve të huaja në vitin 2013. Më saktë, gjatë periudhës së qershorit, korrikut dhe gushtit të vitit 2013, dhe për shkak se pjesa më e madhe e amvisërive në panel kaluan nga marrje analoge në marrje dixhitale të sinjalit televiziv, të dhënat për këtë periudhë nuk janë mjaft të sakta.

Në vitet e kaluara, pjesëmarrja e përbashkët e kanaleve të huaja në shikueshmërinë e përgjithshme ishte relativisht e lartë. Në vitin 2007 kanaleve të huaja i kanë takuar 25,30% të shikueshmërisë së përgjithshme, në vitin 2008 deri 26,4%, ndërsa në vitin 2009 24,98%. Në vitin 2010 pjesëmarrja e kanaleve të huaja në shikueshmërinë e përgjithshme dukshëm u zvogëlua (18,4%). Në vitin 2011 pjesëmarrja ka qenë 20% e shikueshmërisë së përgjithshme, ndërsa në vitin 2012 - 19,60%.

Figura nr.31: Kanale të huaja që publiku maqedonas i shikon më shpesh



Burimi: Market Vizhn

Një nga pyetjet që i ishte parashtruar të anketuarve në Hulumtimin e mendimit të publikut për programe të ndryshme në kanalet televizive dhe radio kanalet e vendit ishte *“cilat kanale të huaja i shikoni më shpesh”*, dhe ato mund të jepnin maksimum tre përgjigje. Zgjedhja më e shpeshtë e të anketuarve që kanë shikuar kanale të huaja kanë qenë serviset programore të specializuara të Discovery (26,40%) dhe dy kanalet sportive Eurosport (16,60%) dhe Sport Club (14%). Zgjedhja e katërt e publikut maqedonas ka qenë servisi i parë programor të servisit radiodifuziv publik kroat HRT1.

Në kanalet e huaja publiku zakonisht ka shikuar përmbajtje dokumentare, sportive dhe filmash.

Mes gjashtëmbëdhjetë kanaleve të huaja më të shikuara gjenden katër kanale muzikore (DM Sat nga Austria, Pink nga Serbia dhe dy kanalet ndërkombëtare muzikore MTV dhe VH1), katër kanale me format të përgjithshëm (serviset e para programore të servisit radiodifuziv publik kroat HRT dhe të servisit publik të Serbisë – RTS, kanali boshnjak OBN dhe kanali shqiptar Top Channel), tre kanale me filma (FOX, TV 1000 dhe HBO), tre kanale dokumentare, përkatësisht edukative (Discovery Channel, National Geographic dhe Animal Planet) dhe dy kanale sportive (Eurosport dhe Sport Club).

Tabela nr.25: Operatorë të rrjeteve komunikuese elektronike publike

<b>OPERATORË TË RRJETEVE KOMUNIKUESE ELEKTRONIKE PUBLIKE – OPERATORË KABLORË</b>					
Nr	Emri i shkurtër	Zonat ku kryhen shërbimet	Nr	Emri i shkurtër	Zonat ku kryhen shërbimet
1	Studio Andes	Radovish	31	RI-GO Kabel Sat	Shkup
2	Kabel-L-Net	Llabunishtë, Podgorcë, Borovëc	32	Telenet Kom	Tetovë
3	Filadelfija-2002	Koçanë,Orizarë,Obleshevë	33	Pela Digital 2008	Strugë
4	Kabel	Vallandovë	34	Interlajf	Demir Kapija
5	Viva Net	Berovë dhe Pehçevë	35	Transhped trejd	Kriva Pallankë
6	Kanal 16	Resnjë, Manastir, Ohër	36	KTV Sato-Net	f. Çellopek, komuna Brvenicë-Tetovë
7	Kabel Riz	Koçanë,Orizarë,Obleshevë	37	GIV	Gostivar
8	Vin Sat	Vinicë	38	NGM K-Ristal	Strugë
9	Kratelsat	Kratovë	39	Spajder-Net	Gjevgjeli dhe Bogdancë
10	Asta Plus	Koçanë	40	Global-Net	Krushevë
11	TO-MI	Radovish	41	KTV-69	Vinicë
12	Super hit	Grackë	42	Multimedia Net	Kumanovë
13	KTV Peshna	Makedonski Brod	43	Spejs Tel Net	Shkup
14	Igmas net	Manastir (f.Kravarë dhe f.Bistricë)	44	Kabel Net	Strumicë
15	BIV Piramida	Dellçevë (kom. dhe qyteti)	45	Skupi Kable	Shkup
16	Omega Net	Demir Hisar	46	Di-Kabal	Dibër
17	Inel internacional	Kavadarci, Rosoman, Grackë, Negotinë	47	IP Systems	Kumanovë
18	G-KTV	Territori i RM-së	48	DTS Kabelkall	Kërçovë
19	G-ON	Territori i RM-së	49	Kam Net	Makedonska Kamenicë
20	Sistem Kabel	Shkup (f.Dollno Lisiçe)	50	Imperija Sat	Çashkë
21	Skrembl	Strumicë (kom. Novo Sellë)	51	Pet Net	Gjevgjeli
22	Multimedija network L	Gostivar (kom. Vrapçishtë dhe Rostushë)	52	Mobi Servis	Krivogashtanë
23	Infel KTV	Në të gjithë territorin e RM-së	53	VVV-Internet	Likovë dhe Kumanovë
24	Galavizion 5	Manastir (f.Novaci)	54	AS-SAT	Gostivar
25	KDS-VT	Probishtip	55	Fibernetworks	Territori i RM-së
26	KDS Kabel Net	Prilep me vendet përreth	56	BTV-NET	Manastir
27	RTD Altra Sat 2000	Ohër	57	Kombo 2003	Kumanovë
28	Blizu	Territori i RM-së	58	Sanet Kabelsat	Kratovë
29	Robi	Territori i RM-së	59	Vinsat Kabel	Vinicë
30	Profi saund	Llabunishtë			
<b>OPERATORË TË RRJETEVE KOMUNIKUESE ELEKTRONIKE PUBLIKE - IPTV Platformë</b>					
1	Makedonski telekom (Max TV)	Territori i RM-së			
<b>OPERATORË TË RRJETEVE KOMUNIKUESE ELEKTRONIKE PUBLIKE - DVB-T Platformë</b>					
1	Digiplus multimedija (BOOM TV)	Territori i RM-së			
<b>OPERATORË TË RRJETEVE KOMUNIKUESE ELEKTRONIKE PUBLIKE - DVB-S Platformë</b>					
1	Total TV	Territori i RM-së			
2	Tring Maks	Territori i RM-së			

Burimi: ASHMAA

## Burimet e informimit të publikut maqedonas

Televizioni akoma është burimi më i rëndësishëm i informimit për publikun maqedonas. Në vitin 2013, deri 79% e të anketuarve u përgjigjën se për ngjarjet e vendit dhe të huaja çdo ditë informohen nga televizioni, ndërsa 11% disa herë në javë.

Tabela nr.26: Çfarë pjese të publikut çdo ditë informohet nga...

	2012	2013
TV	75.40%	79.00%
RA	13.70%	8.00%
Shtyp	23.60%	20.00%
Internet	39.00%	44.00%
Nga njerëz të tjerë	47.90%	30.00%

Burimi: Market Vizhn

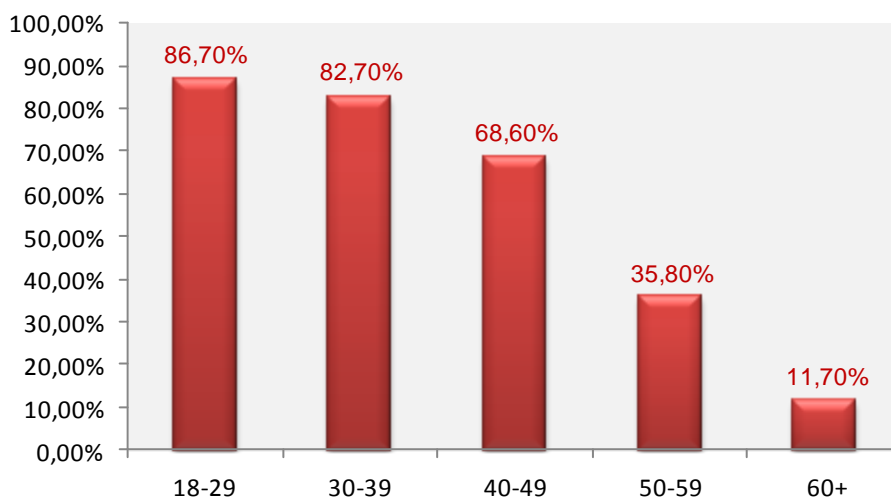
Këto vlera për mediat e tjera janë dukshëm më të ulëta: 44% çdo ditë kanë qenë të informuar nga interneti, 20% nga mediat e shtypura, ndërsa vetëm 8% nga radioja.

Në krahasim me vitin e mëparshëm, numri i atyre që çdo ditë informoheshin nga televizioni është rritur për 3,60 pikë përqindjeje, kurse i atyre që çdo ditë informoheshin nga interneti është rritur për pesë pikë përqindjeje.

Te radioja dhe shtypi shënohet zvogëlim i publikut, dhe atë te radioja për 5,70 pikë përqindjeje kurse te shtypi për 3,60 pikë përqindjeje.

Më së paku e të anketuarve (vetëm 2%) u përgjigjën se asnjëherë nuk informohen nga televizioni. Deri 51% asnjëherë nuk informoheshin nga radioja, 26% nga mediat e shtypura dhe 36% nga interneti.

Figura nr.32: Çfarë pjese të publikut përdor internet nga shtëpia (sipas grupeve të moshave)



Burimi: Market Vizhn

Internet nga shtëpia kanë përdorur më shumë se gjysma e të anketuarve (59,1%). Me rritjen e moshës së të anketuarve paralelisht është zvogëluar edhe pjesëmarrja e atyre që përdorin internet nga shtëpia. Deri 86,7% e të anketuarve në moshën prej 18 deri 29 vjeç dhe 82,7% e të anketuarve në moshën prej 30 deri 39 vjeç u përgjigjën se përdorin internet nga shtëpia.

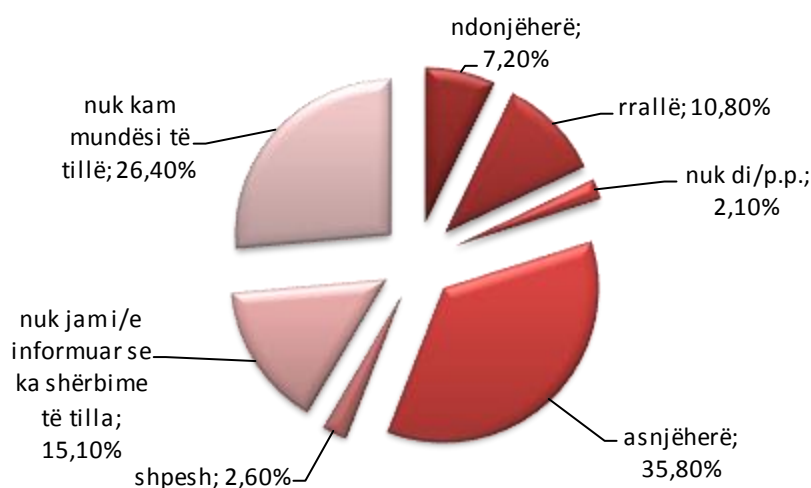
Te grupi i moshës midis 40 dhe 49 vjeç shihet se pjesë më të vogël përdor internet nga shtëpia, ndërsa te publiku në moshën prej 50 deri 59 vjeç tashmë më pak se gjysma. E pritur, pjesa më e vogël e personave të moshës mbi 60 vjeç kanë përgjigjur pozitivisht në pyetjen “a përdorni internet nga shtëpia”.

Deri 65% e të anketuarve interneti nga shtëpia çdo ditë e kanë përdorur për qasje në rrjetet sociale, 57% për t'u informuar për ngjarjet e ditës, 3% për të dëgjuar radio, ndërsa vetëm 1% për të shikuar televizion.

Deri 95,1% e të anketuarve kanë pasur celular. Prej tyre, 18% e kanë përdorur shpesh celularin për qasje dhe kërkim në internet, nga 9% ndonjëherë dhe shumë rrallë, ndërsa 24% asnjëherë. Deri 40% nuk kanë pasur mundësi të tillë në celular. Për sa i përket shikimit të përmbajtjeve televizive përmes celularit, 39% e të anketuarve nuk kanë pasur mundësi të tillë, 48% asnjëherë nuk e kanë shfrytëzuar këtë mundësi, 8% shumë rrallë, 4% ndonjëherë, ndërsa vetëm 1% shpesh kanë shikuar përmbajtje televizive përmes celularit.

Shërbimi “video me kërkesë” e kanë shfrytëzuar 20,6% e shikuesve, dhe atë 2,6% e kanë përdorur shpesh, 7,2% ndonjëherë, ndërsa 10,8% rrallë.

**Figura nr.33: Sa shpesh e shfrytëzoni shërbimin “video me kërkesë”**



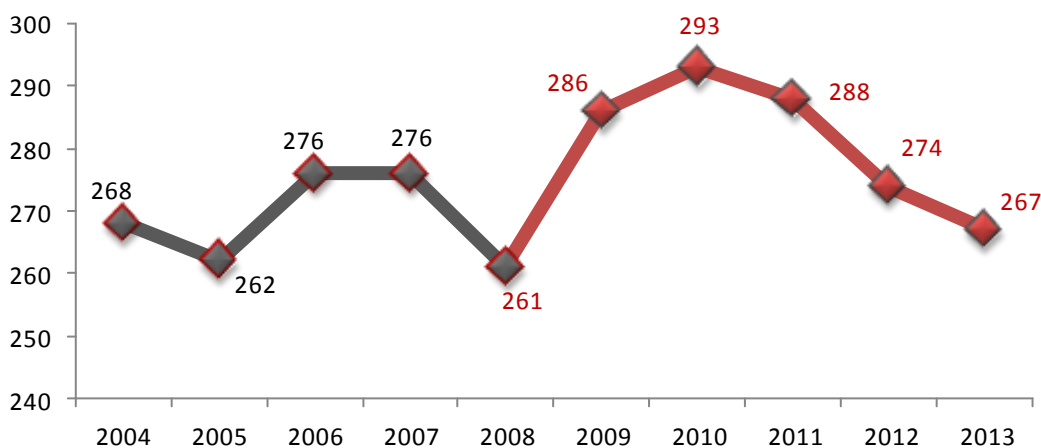
Burimi: Market Vizhn

Pjesa më e madhe e të anketuarve (35,80%) u përgjigjën se asnjëherë nuk e shfrytëzojnë këtë shërbim, 26,40% se nuk kanë mundësi të tillë, ndërsa 15,10% nuk kanë qenë të informuar fare se është ofruar një shërbim i tillë.

## Koha mesatare e shikimit të televizionit gjatë një dite

Në vitin 2013 publiku maqedonas mesatarisht gjatë një dite ka shikuar televizion 4 orë dhe 27 minuta. Në grafikun më poshtë janë paraqitur të dhënat për shikimin mesatar ditor të televizionit në dhjetë vitet e fundit. Këto të dhëna nuk janë plotësisht të krahasueshme për shkak të metodologjisë së ndryshme sipas së cilës janë përlogaritur.

Figura nr.34: Shikimi mesatar ditor i televizionit në dhjetë vitet e fundit (në minuta)



Burimi: Nielsen Audience Measurement

Pikërisht, në periudhën prej vitit 2004 deri 2008 matja e publikut televiziv në Maqedoni ishte kryer sipas metodës së ditareve, ndërsa nga viti 2008 e këtej filloi të përdoret metoda e pipmetrave. Metoda e ditareve e përfshinte publikun e moshës prej 10 deri 70 vjeç, ndërsa niveli javor ishte llogaritur në të paktën 15 minuta shikim, ndërsa metoda me pipmetër e përfshin publikun e moshës mbi katër vjeç, kurse niveli javor llogarritet në të paktën një minutë shikim.

Qytetarët maqedonas më pak televizion kanë shikuar në vitin 2008 (4 orë dhe 21 minuta). Në dy vitet e ardhshme kjo kohë po rritej, dhe atë në vitin 2009 për 25 minuta, ndërsa në vitin 2010 deri për 32 minuta. Që nga viti 2010 e këtej, shikimi ditor mesatar i televizionit çdo vit zvogëlohej. Në vitin 2013 mesatarisht gjatë ditës publiku maqedonas ka shikuar televizion shtatë minuta më pak se sa në vitin 2012, 21 minuta më pak se sa në vitin 2011 dhe deri 26 minuta më pak se sa në vitin 2010.

## Përmbajtjet programore më të shikuara në vitin 2013

Përmbajtja programore më e shikuar në stacionet televizive maqedonase ka qenë episodi i serialit turk "Ashtu siç koha kalon", i emetuar më 04 prill, në TV Sitel, me rejting prej 28,3%. Rejtingu i përbashkët i të gjitha 83 episodave të këtij seriali, të emetuara në vitin 2013 ka qenë 18,3%, që e vendos në vendin e 15-të sipas shikueshmërisë.

## Top 10

Dhjetë përmbajtjet më të shikuara këtë vit janë emetuar në TV Sitel. Katër prej tyre kanë qenë transmetime të drejtpërdrejta të ndeshjeve sportive, pesë kanë qenë seriale dhe një film artistik.

Në vendin e parë dhe të dytë janë transmetimet e drejtpërdrejta të dy ndeshjeve të Kampionatit botëror në hendboll për meshkuj (ndeshja mes ekipeve të Danimarkës dhe Maqedonisë me rejting prej 22,5% dhe ndeshja mes ekipeve të Katarit dhe Maqedonisë me rejting prej 22,4%). Edhe dy transmetime të drejtpërdrejta të ndeshjeve sportive janë midis dhjetë përmbajtjeve më të shikuara (ndeshja e hendbollit mes ekipeve të Maqedonisë dhe Kilit dhe ndeshja e basketbollit mes ekipeve të Lituanisë dhe Maqedonisë).

Tabela nr.27: Përmbajtjet programore më të shikuara në vitin 2013

Nr	Përmbajtjet programore	AMR	AMR%	Emetime
1	KB Hendboll meshkuj 2013: Danimarka-Maqedonia	429,737	22,5%	1
2	KB Hendboll meshkuj 2013: Katari-Maqedonia	426,181	22,4%	1
3	Film: Lëkurë e ngushtë	410,711	21,6%	1
4	Serial: Betimi	394,850	20,7%	45
5	Serial: Fati i Fatmagjullit	389,383	20,4%	57
6	Serial: Asi	387,467	20,3%	132
7	Basketboll KE: Lituania-Maqedonia	386,253	20,3%	1
8	Serial: Të dënuar për dashuri	372,104	19,5%	3
9	KB Hendboll meshkuj 2013: Maqedonia-Kili	361,645	19,0%	1
10	Serial: Mëkati i nënës së saj	357,620	18,8%	6

Burimi: Nielsen AudienceMeasurement

Në vendin e tretë gjendet filmi artistik “Lëkurë e ngushtë”, i prodhuar në vitin 1982 në ish-Jugosllavinë.

Mes dhjetë përmbajtjeve më të shikuara arritën të gjenden deri pesë seriale, katër prej të cilëve në produksion turk dhe një në produksion serb (“Mëkati i nënës së saj”).

## Top 100

Deri 84 nga 100 përmbajtjet programore më të shikuara kanë qenë të ofertës së TV Sitel.

Vetëm katër kanë qenë të emetuara në TV Kanal 5, dhe ato: inçizimi nga manifestimi “Mollëkuqja e artë e popullaritetit për vitin 2013” (në vendin e 27 me shikueshmëri prej 15,9%), transmetimi nga zgjedhja “Huremi i vitit” (në vendin e 58 me shikueshmëri prej 10,8%) dhe serialet turke “Lugina e ujëve Kurthi” (në vendin e 93 me shikueshmëri mesatare të shtatë episodave të emetuara prej 8,5%) dhe “I madhërishmi” (në vendin e 96 me shikueshmëri mesatare prej 8,4% nga gjithsej 93 episoda të emetuara).

Dymbëdhjetë përmbajtjet e tjera programore mes 100 më të shikuarat kanë qenë nga oferta programore e kanalit të parë të Televizionit Maqedonas (TVM1). Dhjetë prej tyre kanë qenë transmetime nga ndeshje sportive (katër ndeshje të reaprezentacionit maqedonas në Kualifikacionet për Kampionatin botëror në futboll, katër transmetime të ndeshjeve të ligës së kampionëve, një ndeshje futbollit nga Kupa e konfederatave dhe një ndeshje hendbolli të kualifikacioneve për Kampionatin evropian midis Maqedonisë dhe Portugalisë), transmetimi nga tërheqja e shpërblimeve të lojës shpërblyese *“Llogari fiskale në dorë – shpërblim pa mundim”* (në vendin e 57 me shikueshmëri prej 10,9%) dhe transmetimi i natës së dytë gjysëmfinale të Eurosongut (në vendin e 82 me shikueshmëri prej 9,2%).

### Karakteristikat demografike të publikut

Pjesa më e madhe e shikuesve në vitin 2013 kanë qenë femra (për 7,74% më shumë se meshkujt).

Pjesë dukshëm më të madhe të publikut të përgjithshëm ka qenë në moshën 65 vjeç.

Pothuajse i njëjtë numër i shikuesve vinin nga kryeqyteti (28,38%) dhe nga rajoni lindor të vendit (28,32%).

Më shumë se gjysma e publikut ka qenë nga qytetarët të papunësuar të moshës mbi 15 vjeç, ndërsa pjesë dukshëm më të madhe kanë qenë me arsim të mesëm (42,18%).

Vetëm 38,70% e shikuesve të programeve televizive kanë qenë ato që janë përgjegjës për furnizimet në familjen e tyre.

Pothuajse gjysma e publikut (45,71%) ka pasur të hyra mujore në sasi të të hyrave mujore mesatare në vend.

Pjesë dukshëm më të madhe të publikut vinte nga zonat urbane.

Në qoftë se shikohen të dhënat për strukturën demografike të publikut sipas kanaleve televizive më vete, është e dukshme se vetëm publikun i TV Telma e përbënin më shumë meshkuj se sa femra.

Pjesa më e madhe e shikuesve të TVM1, TV Sitel, TV Kanal 5, TV Telma dhe TV Alfa kanë qenë të moshës mbi 65 vjeç, ndërsa pjesa më e madhe e shikuesve të TV Alsat-M kanë qenë të moshës prej 10 deri 14 vjeç. Deri 23,24% të publikut të TV Alsat-M kanë qenë fëmijë të moshës prej katër deri 14 vjeç.



Tabela nr.28: Karakteristikat demografike të publikut në vitin 2013

Kriteri		pjesëmarrja	kriteri		pjesëmarrja
Gjinia	Meshkuj	46.13%	Statusi i punës	I punësuar 15+	29.79%
	Femra	<b>53.87%</b>		I papunësuar 15+	<b>55.76%</b>
Moshë	4-10	7.48%	Arsimi	Fëmijë 4-14	14.45%
	10-14	6.97%		Fillor ose pa arsim	27.14%
	15-19	4.53%		I mesëm	<b>42.18%</b>
	20-24	4.33%	I lartë	16.22%	
	25-29	5.17%	Numri i anëtarëve në amvisëri	Fëmijë 4-14	14.45%
	30-34	6.18%		1-2	21.30%
	35-39	7.92%	3-4	<b>46.24%</b>	
	40-44	7.74%	5 e më shumë	32.46%	
	45-49	8.98%	Përgjegjës për furnizimet	Po	38.70%
	50-54	8.49%	Jo	<b>61.30%</b>	
	55-59	7.22%	Të hyra mesatare mujore	nënmesatare	33.61%
	60-64	7.77%		mesatare	<b>45.71%</b>
	65+	<b>17.22%</b>		mbimesatare	20.68%
Rajoni	Shkup	<b>28.38%</b>	Zona	Urbane	<b>64.38%</b>
	Veriperëndimor	22.97%		Rurale	35.62%
	Jugperëndimor	20.33%	Kombësia	Maqedonas e të tjerë	<b>80.99%</b>
	Lindor	28.32%		Shqiptarë	19.01%

Burimi: Nielsen AudienceMeasurement

Deri 72,33% të shikuesve të TV Alsat-M kanë qenë nga pjesa veriperëndimore të vendit. Te pesë televizionet e tjera nuk shihen dallime kaq të rëndësishme në strukturën e publikut sipas rajonit (pjesa më e madhe e publikut të TVM1, TV Sitel, dhe TV Kanal 5 ka qenë nga rajoni lindor të Maqedonisë, ndërsa pjesa më e madhe e publikut të TV Telma dhe TV Alfa nga Shkupi).

Shikuar sipas statusit të punës, më shumë se gjysma e shikuesve tek të gjithë gjashtë televizioneve kanë qenë persona të papunësuar në moshë mbi 15 vjeç.

Sipas shkallës së arsimimit vetëm pjesë më të madhe të shikuesve të TV Alsat-M kanë qenë me arsim fillor ose pa arsim, ndërsa pjesa më e madhe e shikuesve të pesë televizioneve të mbetura kanë mbarruar shkollë të mesme.

Pjesë më të konsiderueshme të shikuesve të TV Sitel, TV Kanal 5, TV Telma, dhe TV Alfa kanë pasur të hyra mujore në sasi të të hyrave mesatare mujore në vend, ndërsa pjesa më e madhe e shikuesve të TVM1 dhe të TV Alsat-M kanë pasur të hyra mujore më të ulëta se të hyrat mujore mesatare.

Tabela nr.29: Karakteristikat demografike të publikut të stacioneve televizive në nivel shtetëror

kriteri		TVM 1	SITEL	KANAL 5	ALSAT-M	TELMA	ALFA
Gjinia	Meshkuj	46.67%	41.57%	44.31%	41.54%	<b>50.87%</b>	47.81%
	Femra	<b>53.33%</b>	<b>58.43%</b>	<b>55.69%</b>	<b>58.46%</b>	49.13%	<b>52.19%</b>
Moshë	4-10	6.37%	7.43%	6.08%	11.34%	5.44%	4.28%
	10-14	6.23%	6.86%	5.94%	<b>11.90%</b>	4.11%	4.15%
	15-19	2.57%	3.96%	4.99%	6.65%	2.53%	2.36%
	20-24	3.24%	3.91%	4.46%	7.92%	3.48%	3.41%
	25-29	6.20%	4.34%	4.82%	7.52%	4.41%	4.42%
	30-34	5.31%	5.39%	5.71%	9.87%	5.52%	6.49%
	35-39	7.55%	7.52%	7.71%	8.27%	9.21%	7.48%
	40-44	6.23%	7.67%	7.86%	6.86%	8.11%	7.40%
	45-49	10.88%	8.35%	10.52%	6.15%	8.56%	10.90%
	50-54	8.75%	7.21%	10.08%	6.46%	9.54%	11.00%
	55-59	5.60%	7.50%	7.41%	5.75%	9.04%	7.82%
	60-64	8.12%	9.23%	8.80%	5.10%	8.96%	7.61%
	65+	<b>22.96%</b>	<b>20.63%</b>	<b>15.61%</b>	6.20%	<b>21.08%</b>	<b>22.67%</b>
Rajoni	Shkup	26.24%	27.88%	30.08%	23.54%	<b>33.50%</b>	<b>33.42%</b>
	Veriperëndimor	16.61%	13.09%	16.72%	<b>72.33%</b>	19.20%	20.17%
	Jugperëndimor	26.92%	21.21%	20.67%	3.03%	21.29%	19.04%
	Lindor	<b>30.23%</b>	<b>37.82%</b>	<b>32.53%</b>	1.09%	26.01%	27.38%
Statusi i punës	I punësuar 15+	29.04%	29.12%	31.06%	19.19%	34.43%	36.35%
	I papunësuar 15+	<b>58.36%</b>	<b>56.59%</b>	<b>56.92%</b>	<b>57.57%</b>	<b>56.02%</b>	<b>55.22%</b>
	Fëmijë 4-14	12.60%	14.29%	12.02%	23.24%	9.56%	8.43%
Arsimi	Fillor ose pa arsim	22.43%	27.96%	30.09%	<b>40.57%</b>	24.37%	17.87%
	Arsim i mesëm	<b>48.10%</b>	<b>42.27%</b>	<b>43.92%</b>	26.52%	<b>45.80%</b>	<b>47.43%</b>
	Arsim i lartë	16.87%	15.48%	13.98%	9.66%	20.27%	26.27%
	Fëmijë 4-14	12.60%	14.29%	12.02%	23.24%	9.56%	8.43%
Numri i anëtarëve në amvisëri	1-2	28.05%	24.28%	21.87%	6.20%	28.32%	28.31%
	3-4	<b>46.82%</b>	<b>47.12%</b>	<b>45.66%</b>	33.00%	<b>45.93%</b>	<b>48.21%</b>
	5 e më shumë	25.13%	28.60%	32.47%	<b>60.80%</b>	25.75%	23.49%
Përgjegjës për furnizimet	Po	41.39%	41.12%	40.87%	26.52%	43.74%	45.37%
	Jo	<b>58.61%</b>	<b>58.88%</b>	<b>59.13%</b>	<b>73.48%</b>	<b>56.26%</b>	<b>54.63%</b>
Të hyra mesatare mujore	nënmesatare	<b>38.21%</b>	31.58%	38.08%	<b>48.27%</b>	29.73%	29.53%
	mesatare	37.83%	<b>48.99%</b>	<b>43.45%</b>	38.11%	<b>46.01%</b>	<b>41.34%</b>
	mbimesatare	23.96%	19.43%	18.47%	13.63%	24.26%	29.14%
Zona	Urbane	<b>65.67%</b>	<b>68.64%</b>	<b>60.49%</b>	37.15%	<b>66.15%</b>	<b>78.09%</b>
	Rurale	34.33%	31.36%	39.51%	<b>62.85%</b>	33.85%	21.91%
Kombësia	Maqedonas e të tjerë	<b>94.39%</b>	<b>94.65%</b>	<b>91.44%</b>	6.44%	<b>88.83%</b>	<b>95.03%</b>
	Shqiptarë	5.61%	5.35%	8.56%	<b>93.56%</b>	11.17%	4.97%

Burimi: Nielsen AudienceMeasurement

## INDUSTRIA E RADIOS

## Gjetjet kyçe

Tabela nr.30: Gjetjet kyçe në industrinë e radios

	të hyra të përgjithshme	të hyra nga reklama	shpenzime të përgjithshme	në milionë denarë	
				rezultati nga puna	numri i të punësuarve
Radio Maqedonase	242.72	2.93	233.54	9.18	270
Antena 5	29.33	25.81	28.71	-0.05	13
Kanal 77	19.2	3.78	18.64	0.53	5
Metropolis	2.56	2.56	2.31	0.25	0
Sllobodna Makedonija	14.69	14.69	2.16	12.52	1
Radiostacione rajonale	54.04	44.17	55.59	-2.26	51
Radiostacione lokale	36.41	31.66	35.69	1.12	95
<b>GJITHSEJ</b>	<b>398.95</b>	<b>125.6</b>	<b>376.64</b>	<b>21.29</b>	<b>435</b>

Burimi: ASHMAA

*Radiostacioni më i dëgjuar në vitin 2013 ka qenë Antena 5*

Në vitin e analizuar niveli mesatar javor të RA Antena 5 ka qenë 23,10%. Në vendin e dytë ka qenë RA Kanal 77 me nivel mesatar javor prej 10,60%, ndërsa në të tretin Radioja Maqedonase 1 me 6,20%.

*Të hyrat e përgjithshme në industrinë e radios kanë qenë më të ulëta për 17,90%*

Të hyrat e përgjithshme të realizuara në industrinë e radios kanë qenë 398,95 milionë denarë. Në krahasim me vitin e mëparshëm, rezultati i tillë paraqet zvogëlim për 17,90%, që në masë më të madhe është për shkak të zvogëlimit të të hyrave të Radios Maqedonase. Më pak të hyra të përgjithshme se sa në vitin e mëparshëm kanë realizuar edhe RA Antena 5, RA Kanal 77 dhe radiostacionet rajonale në përgjithësi. Të hyrat e përgjithshme të Radios Maqedonase paraqisnin 60,84% e të hyrave në industrinë e radios. Radiostacionet komerciale në nivel shtetëror kanë realizuar 16,49%, radiostacionet rajonale 13,55%, ndërsa radiostacionet lokale 9,13% e të hyrave të përgjithshme në industrinë e radios.

*Të hyrat nga reklamimi janë zvogëluar për 2,57%*

Nga shitja e kohës për reklamim Radioja Maqedonase dhe radiostacionet komerciale kanë realizuar gjithsej 125,6 milionë denarë, që është për 2,57% më pak se sa në vitin e mëparshëm. Më shumë të hyra nga reklama kanë realizuar RA Antena 5, përkatësisht 25,81 milionë denarë ose 20,55% nga kulaçi i reklamave në industrinë e radios. Radiostacionet në nivel shtetëror kanë realizuar 39,63%, gjashtëmbëdhjetë radiostacionet rajonale 35,17%, ndërsa 55 radiostacionet lokale 25,21% e të hyrave nga reklama në industrinë e radios.

*Shpenzimet e përgjithshme në industrinë e radios kanë qenë 376,64 milionë denarë*

Në vitin 2013 shpenzimet e përgjithshme e të gjithë subjekteve të sektorit publik dhe privat kanë qenë 376,64 milionë denarë. Në krahasim me vitin e mëparshëm shpenzimet e përgjithshme kanë qenë më të ulëta për 13,83%. Shpenzimet e Radios Maqedonase paraqisnin deri 62,01% e shpenzimeve të përgjithshme në industrinë e radios. Katër radiostacionet komerciale në nivel shtetëror kanë harxhuar 13,76%, radiostacionet rajonale 14,76%, ndërsa radiostacionet lokale 9,48% e shpenzimeve të përgjithshme të të gjithë subjekteve në industrinë e radios.

Më shumë se gjysma e shpenzimeve të përgjithshme kanë qenë shpenzime të drejtpërdrejta për krijimin e programit (54,06%). Më së shumti fonde kanë qenë të ndarë për rroga dhe kompensime të tjera të personave drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit (125,75 milionë denarë ose 33,39% të shpenzimeve të përgjithshme).

*Më shumë se gjysma e radiostacioneve kanë realizuar fitim*

Rezultati financiar i realizuar nga puna e të gjithë radiostacioneve në vitin 2013 ka qenë fitim në shumë prej 21,29 milionë denarë. Vetëm radiostacionet rajonale në përgjithësi kanë punuar me humbje. Të gjitha segmentet e tjera të tregut të radios kanë realizuar rezultat financiar pozitiv, edhe atë Radioja Maqedonase fitim në shumë prej 9,18 milionë denarë radiostacionet komerciale në nivel shtetëror fitim në shumë prej 13,25 milionë denarë, ndërsa radiostacionet lokale 1,12 milionë denarë. Gjithsej 47 radiostacione kanë realizuar rezultat financiar pozitiv.

*Numri mesatar i të punësuarve në industrinë e radios ka qenë 435 persona*

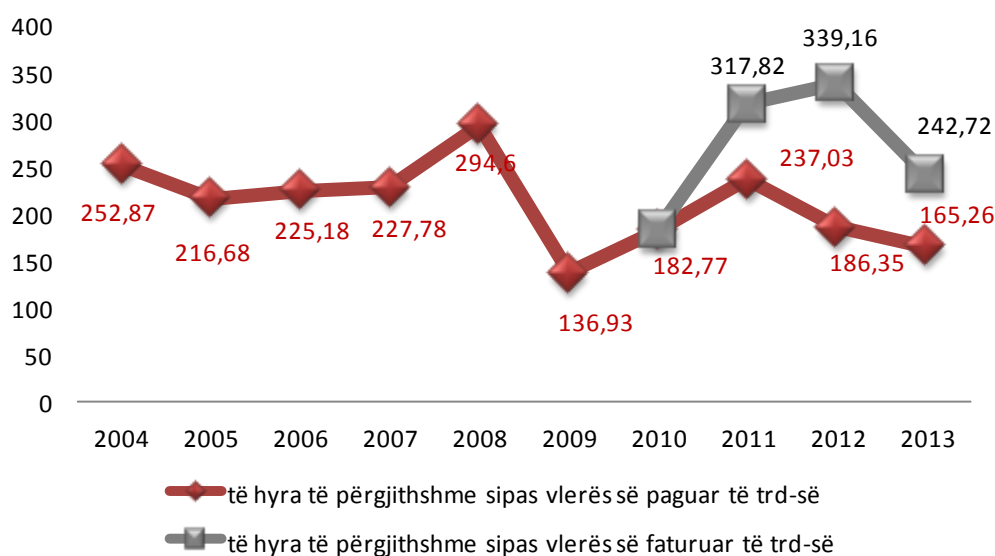
Numri mesatar i të punësuarve në marrëdhënie të rregullt pune në të gjithë subjektet e industrisë së radios ka qenë 435 persona. Pjesa më e madhe e tyre kanë qenë të angazhuar në servis publik - 270 persona. Në katër radiostacionet komerciale kanë qenë të punësuar gjithsej 19 persona, në gjashtëmbëdhjetë radiostacionet rajonale 51 persona, ndërsa në radiostacionet lokale 95 persona.

## Radioja Maqedonase

Në vitin e analizuar Radioja Maqedonase ka realizuar të hyra të përgjithshme në shumë prej 242,72 milionë denarë. Njësoj si tek të dhënat mbi ecurinë ekonomike të Televizionit Maqedonas, në këtë shumë është llogaritur vlera e faturuar e taksës radiodifuzive. Në tre vitet e fundit, më saktë nga viti 2011 e këtej, servisi publik në rekomandim të Entit shtetëror për revizion është i obliguar si të hyra në kontabilitet ta paraqes vlerën e faturuar të taksës radiodifuzive, dhe jo vlerën reale të paguar si deri atëherë. Në vitin 2013, prej gjithsej 160,53 milionë denarë sa ka qenë shuma e vlerës së faturuar, kanë qenë të paguara vetëm 51,75%, domethënë 83,07 milionë denarë.

Në paraqitjen më poshtë është paraqitur lëvizja e të hyrave të përgjithshme të Radios Maqedonase në dhjetë vitet e fundit, prej të cilëve në shtatë vitet e para vlerat në vetvete e përmbajnë vlerën e paguar të taksës radiodifuzive (siç kanë qenë atëherë të evidentuara në kontabilitet këto të hyra), ndërsa në tre vitet e fundit të hyrat e përgjithshme janë paraqitur me dy vlera (njëra me vlerën e faturuar, siç është e dhëna në llogarinë përfundimtare, ndërsa tjetra me vlerën e paguar të taksës radiodifuzive). Mund ti krahasojmë vetëm të hyrat që janë llogaritur në të njëjtën mënyrë, domethënë vetëm ato që janë llogaritur me vlerën e paguar të taksës radiodifuzive.

Figura nr.35: Lëvizja e të hyrave të përgjithshme të Radios Maqedonase në dhjetë vitet e fundit



Burimi: ASHMAA

Që nga viti 2004 e këtej, më pak të hyra se sa në vitin e analizuar Radioja Maqedonase ka realizuar vetëm në vitin 2009 (për 20,69%). Në krahasim me vitin e mëparshëm të hyrat janë më të ulëta për 11,31%, ndërsa në krahasim me vitin 2011 për 30,28%. Të hyra më të larta në shumë prej 294,6 milionë denarë kanë qenë të realizuara në vitin 2008.

Pjesa më e madhe e të hyrave të Radios Maqedonase kanë qenë nga fondet e taksës radiodifuzive (66,14%) dhe nga të hyrat nga shërbime të siguruara ndaj palëve të treta (19,90%). Pjesëmarrje të rëndësishme kanë edhe të hyrat e kategorisë “të hyra të tjera” të cilat, sipas të dhënave që i dorëzoi servisi publik, kanë qenë të realizuara nga huazime të

fshira të paguara, të hyra të caktuara shtesë nga vitet e kaluara, të hyra nga kamata dhe këmbime valutore e të tjerë.

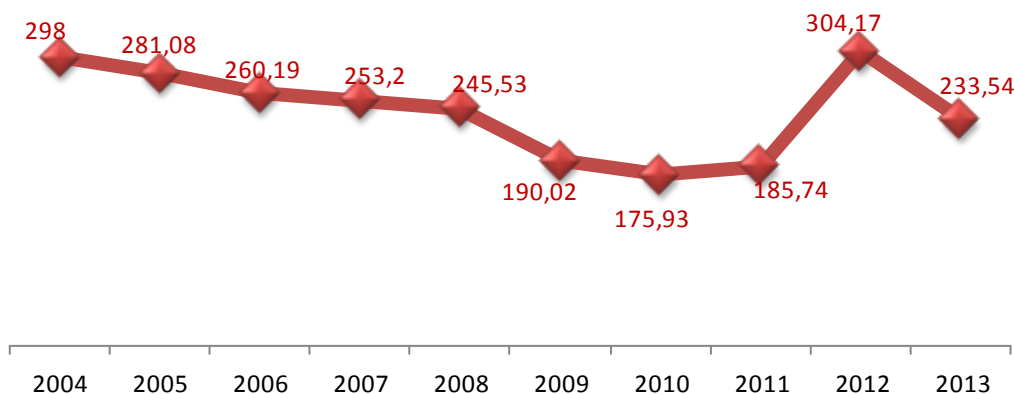
Tabela nr.31: Struktura e të hyrave të Radios Maqedonase

	2013	pjesëmarrja
Taksa radiodifuzive	160.53	66.14%
Reklama	2.93	1.21%
Sponsorime	0,00	0.00%
Shitje të përmbajtjeve	0,00	0.00%
Shërbime të siguruar ndaj palëve të treta	48.29	19.90%
Të hyra të tjera	30.97	12.76%
<b>Të hyra nga veprimtaria bazë</b>	<b>242.72</b>	
Të hyra nga veprimtari të tjera	0,00	0.00%
Të hyra të jashtëzakonshme	0,00	0.00%
<b>Të hyra të përgjithshme</b>	<b>242.72</b>	<b>0.00%</b>

Burimi: ASHMAA

Nga shitja e kohës për reklamim kanë qenë të realizuara 2,93 milionë denarë, që është pothuajse për tre herë më shumë se sa në vitin e mëparshëm, kur këto të hyra kanë qenë vetëm 1,04 milionë denarë. Megjithatë, pjesëmarrja e këtyre të hyrave në të hyrat e përgjithshme të Radios Maqedonase është shumë e vogël – vetëm 1,21%, që çon në konkluzionin se mundësitë për realizimin e të hyrave nga reklamim as nga larg nuk janë mjaft të shfrytëzuar dhe se servisi radiodifuziv publik duhet të angazhohet më tutje në këtë drejtim

Figura nr.36: Lëvizja e shpenzimeve të përgjithshme të Radios Maqedonase në dhjetë vitet e fundit



Burimi: ASHMAA

Shpenzimet e përgjithshme të Radios Maqedonase kanë qenë 233,54 milionë denarë, që paraqet zvogëlim për 23,22% në krahasim me shpenzimet nga viti i mëparshëm.

Pothuajse gjysma e fondeve të harxhuara kanë qenë shpenzime të drejtpërdrejta për krijimin e programit (49,01%), ndërsa më të larta prej tyre kanë qenë të hyrat për rroga dhe kompensime të tjera të personave që janë drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit. Pjesëmarrje të rëndësishme në shpenzimet e përgjithshme kanë edhe shpenzimet e kategorisë “të gjitha shpenzimet e tjera të papërfshira të punës”.

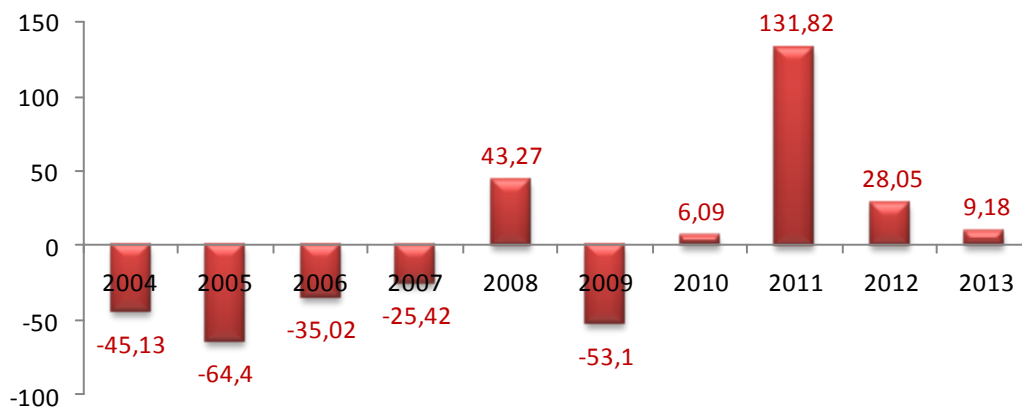
Tabela nr.32: Struktura e shpenzimeve të Radios Maqedonase

	2013	pjesëmarrja
Shpenzime materiale	14.40	6.17%
Shpenzime për sigurimin e programit	7.14	3.06%
Shpenzime jomateriale (shërbime)	1.01	0.43%
Rroga dhe kompensime të tjera të personave drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit	91.92	39.36%
<b>Shpenzime të drejtpërdrejta për krijimin e programit</b>	<b>114.47</b>	<b>49.01%</b>
Rroga dhe kompensime të tjera të personave që nuk janë drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit	7.87	3.37%
Amortizimi i pajisjes	6.77	2.90%
Amortizimi i të drejtave dhe licencave	0	0.00%
Qira dhe shpenzime të tjera nga detyrime	9.96	4.26%
Të gjitha shpenzimet e tjera të papërfshira të punës	94.48	40.45%
<b>Gjithsej shpenzimet e punës</b>	<b>233.55</b>	
Të dala nga aktivitete të tjera	0	0.00%
Të dala të jashtëzakonshme	0	0.00%
<b>Gjithsej shpenzimet e punës</b>	<b>233.55</b>	

Burimi: ASHMAA

Në periudhën prej vitit 2004 deri 2013, rezultat financiar pozitiv nga puna Radioja Maqedonase ka realizuar në katër vitet e fundit dhe në vitin 2008. Rezultat financiar më të mirë ka qenë i realizuar në vitin 2011 (fitim në shumë prej 131,82 milionë denarë), ndërsa më të keq në vitin 2005 (humbje prej 64,4 milionë denarësh).

Figura nr.37: Rezultati i realizuar nga puna në dhjetë vitet e fundit



Burimi: ASHMAA

Numri mesatar i të punësuarve në vitin 2013 ka qenë 270 persona.



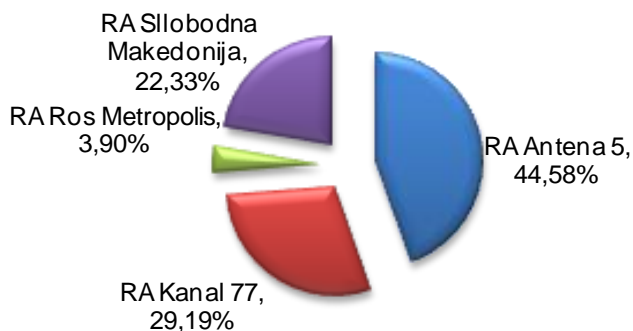
## Radiostacione në nivel shtetëror

Në vitin 2013 radioprogram në gjithë territorin e shtetit emetonin katër radiostacione komerciale, prej të cilët tre gjatë gjithë vitit (RA Antena 5, RA Kanal 77 dhe RA Metropolis), ndërsa një (RA Sllobodna Makedonija) vetëm në muajin e fundit të vitit.

Në prill të vitit 2013 ishte shpallur konkurs për lëshim të lejes për kryerjen e veprimtarisë radiodifuzive – radio në nivel shtetëror. Me Vendim nr.07-321 prej 15.07.2013 leja i ishte dhënë Shoqatës tregtare radiodifuzive Radio Ravel SHPKNJP nga Shkupi, e cila më vonë e ndërroi emrin në Radio Sllobodna Makedonija. Ky radiostacion filloi të emetojë program më 11 dhjetor të vitit 2013.

Të hyrat e përgjithshme të këtyre katër radiostacioneve në vitin 2013 kanë qenë 65,78 milionë denarë.

**Figura nr.38: Pjesëmarrja në të hyrat e përgjithshme të radiostacioneve në nivel shtetëror**



Burimi: ASHMAA

Deri 44,58% e kësaj shume paraqisnin të hyrat e përgjithshme të RA Antena 5, në shumë prej 29,33 milionë denarë. Pjesëmarrje të afërsisht të të hyrat e përgjithshme kanë pasur RA Kanal 77 (29,19%) dhe RA Sllobodna Makedonija (22,33%), të hyrat e përgjithshme e të cilëve kanë qenë 19,20 milionë denarë, përkatësisht 14,69 milionë denarë. Pjesë më të vogël të të hyrave të përgjithshme të radiostacioneve komerciale në nivel shtetëror ka realizuar RA Metropolis (vetëm 3,90%). Të hyrat e përgjithshme të këtij radiostacioni kanë qenë 2,56 milionë denarë.

Të hyrat e përgjithshme të realizuara në këtë segment të tregut të radios në krahasim me të hyrat e përgjithshme të realizuara në vitin e mëparshëm, janë rritur për 17,42%. Kjo, para së gjithash, është për shkak të të hyrave që i ka paraqitur subjekti i ri i tregut, RA Sllobodna Makedonija (14,69 milionë denarë), dhe në pjesë shumë të vogël për shkak të rritjes së të hyrave të përgjithshme të RA Metropolis (28% ose në shumë absolute vetëm 0,56 milionë denarë).

Dy radiostacionet e tjera kanë realizuar më pak të hyra se sa në vitin 2012, edhe atë RA Antena 5 për 2%, ndërsa RA Kanal 77 për 20,30%.

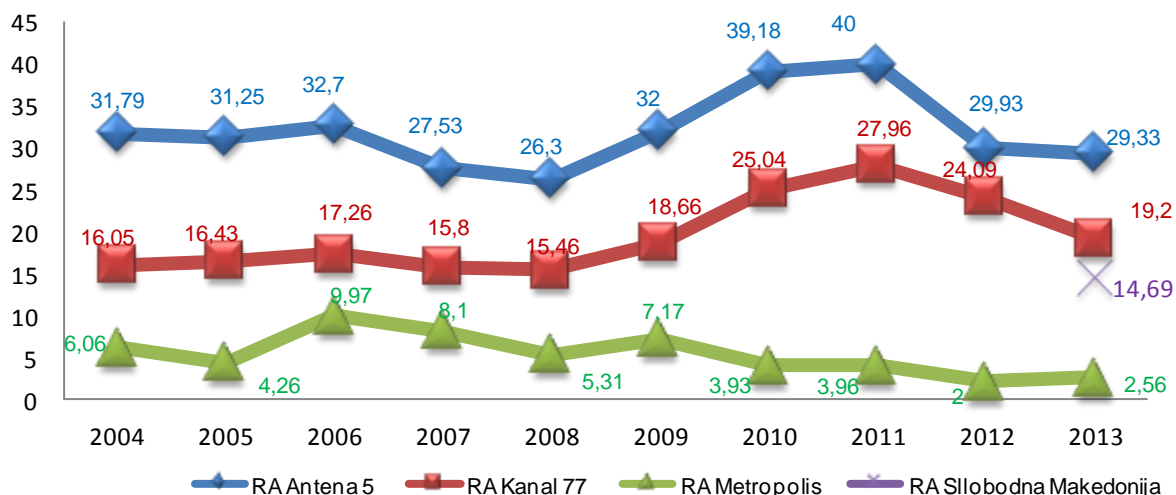
Tabela nr.33: Shkalla e rritjes së të hyrave të përgjithshme

	Shkalla e rritjes 2010/2009	Shkalla e rritjes 2011/2010	Shkalla e rritjes 2012/2011	Shkalla e rritjes 2013/2012
RA Antena 5	22.44%	2.09%	-25.18%	-2.00%
RA Kanal 77	34.19%	11.66%	-13.84%	-20.30%
RA Metropolis	-45.19%	0.76%	-49.49%	28.00%
RA Sllobodna Makedonija	-	-	-	-

Burimi: ASHMAA

Në secilin prej dhjetë viteve të fundit të hyra më të larta ka realizuar RA Antena 5, ndërsa pas tij RA Kanal 77. Viti më i volitshëm për këto dy radiostacione ka qenë viti 2011, kur RA Antena 5 ka realizuar të hyra të përgjithshme në shumë prej 40 milionë denarë, ndërsa Kanal 77 në shumë prej 27,96 milionë denarë. Në periudhën prej vitit 2004 e këtej, RA Metropolis ka realizuar të hyra më të larta në vitin 2006 (9,97 milionë denarë).

Figura nr.39: Lëvizja e të hyrave të përgjithshme në periudhën prej vitit 2004 deri 2013



Burimi: ASHMAA

Në vitin 2013 katër radiostacionet komerciale në nivel shtetëror kanë realizuar të hyra vetëm në katër baza: nga shitja e kohës për reklamim, nga shitja e përmbajtjeve, të hyra nga kategoria “të hyra të tjera” dhe të hyra nga veprimtari të tjera.

Në strukturën e të hyrave pjesëmarrje më të madhe kanë të hyrat nga reklama (71,21%). Shitja e kohës për reklamim ka qenë burimi i vetëm i të hyrave për RA Metropolis dhe për RA Sllobodna Makedonija.

RA Antena 5 nga emetimi i spoteve reklamuese ka realizuar 88% e të hyrave të përgjithshme. 12% e mbeturat kanë qenë të hyra nga kategoria “të hyra të tjera” (bëhet fjalë për të hyra nga shlyerje detyrimesh) dhe të hyra nga veprimtari të tjera.

Të hyrat nga reklamim nuk kanë qenë burimi më i rëndësishëm i të hyrave për RA Kanal 77. Pjesa më e madhe e të hyrave ky radiostacion i ka realizuar nga veprimtari të tjera (41,11%) dhe nga shitja të përmbajtjeve (28, 84%).

Shuma e përgjithshme e të hyrave nga shitja e përmbajtjeve e ka paraqitur RA Kanal 77 (5,54 milionë denarë), ndërsa “të hyrat e tjera” RA Antena 5 (2,51 milionë denarë) dhe RA Kanal 77 (1,99 milionë denarë). Vetëm këto dy radiostacione kanë paraqitur edhe të hyra nga veprimtari të tjera (RA Antena 5 – 1,01 milionë denarë, ndërsa RA Kanal 77 – 7,89 milionë denarë).

Tabela nr.34: Struktura e të hyrave të radiostacioneve komerciale në nivel shtetëror

	2013	pjesëmarrja
Reklama dhe teleshoping	46.84	71.21%
Sponsorime	0.00	0.00%
Shitje të përmbajtjeve	5.54	8.42%
Shërbime të siguruar ndaj palëve të treta	0.00	0.00%
Të hyra të tjera	4.50	6.84%
<b>Të hyra nga veprimtaria bazë</b>	<b>56.88</b>	<b>86.47%</b>
Të hyra nga veprimtari të tjera	8.90	13.53%
Të hyra të jashtëzakonshme	0.00	0.00%
<b>Të hyra të përgjithshme</b>	<b>65.78</b>	

Burimi: ASHMAA

Shpenzimet e përgjithshme që në vitin e analizuar i kanë bërë këto katër radiostacione kanë qenë 51,84 milionë denarë.

RA Antena 5 ka harxhuar më shumë fonde se sa tre radiostacionet e tjera së bashku. Shpenzimet e RA Antena 5 kanë qenë 28,71 milionë denarë, që paraqet 55,39% e shpenzimeve të përgjithshme të radiostacioneve në nivel shtetëror. Shpenzime më të rëndësishme ka bërë edhe RA Kanal 77 (18,64 milionë denarë, domethënë 35,97% e shpenzimeve të përgjithshme). Pothuajse njësoj fonde kanë harxhuar RA Metropolis (2,31 milionë denarë) dhe RA Sllobodna Makedonija (2,16 milionë denarë).

Më shumë se gjysma e shpenzimeve të përgjithshme të këtyre katër radiostacioneve kanë qenë shpenzime të drejtpërdrejta për prodhimin e programit (58,58%). Duke shikuar veç e veç, pjesëmarrje më të madhe në shpenzimet e përgjithshme kanë shpenzimet jomateriale, domethënë shërbimet (28,72%), që është për shkak të shumës së lartë të këtij shpenzimi që e ka paraqitur RA Antena 5 (9,76 milionë denarë ose 65,55% e shumës së përgjithshme).

Shpenzimet për rroga dhe kompensime të tjera të personave që janë drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit marrin pjesë me 10,92% në shpenzimet e përgjithshme. Më shumë fonde për këtë lloj shpenzimi ka ndarë RA Antena 5 (4,03 milionë denarë). RA Kanal 77 për rroga për të punësuarit ka ndarë 1,32 milionë denarë, ndërsa RA Sllobodna Makedonija 0,31 milionë denarë. Shpenzime për rroga dhe kompensime të tjera për personat që nuk janë drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit ka paraqitur vetëm RA Antena 5, dhe ajo në shumë prej 1,78 milionë denarë. RA Metropolis nuk ka paraqitur fare shpenzime për rroga dhe kompensime për personat e angazhuara, që e hap dilemën në çfarë mënyre janë paguar personat përmes angazhimit i të cilëve punon ky radiostacion.

Tabela nr.35: Struktura e shpenzimeve të radiostacioneve komerciale në nivel shtetëror

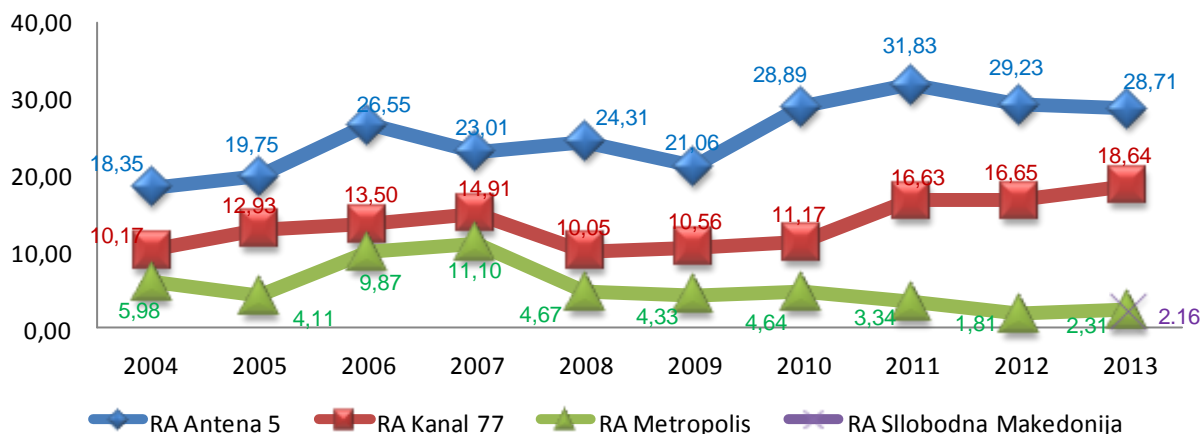
	2013	pjesëmarrja
Shpenzime materiale	6.07	11.72%
Shpenzime për sigurimin e programit	3.74	7.21%
Shpenzime jomateriale (shërbime)	14.89	28.72%
Rroga dhe kompensime të tjera të personave drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit	5.66	10.92%
<b>Shpenzime të drejtpërdrejta për krijimin e programit</b>	<b>30.36</b>	<b>58.58%</b>
Rroga dhe kompensime të tjera të personave që nuk janë drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit	1.78	3.44%
Amortizimi i pajisjes	7.23	13.94%
Amortizimi i të drejtave dhe licencave	0.00	0.00%
Qira dhe shpenzime të tjera nga detyrime	1.81	3.49%
Të gjitha shpenzimet e tjera të papërfshira të punës	10.38	20.03%
<b>Gjithsej shpenzimet e punës</b>	<b>51.56</b>	<b>99.48%</b>
Të dala nga aktivitete të tjera	0.27	0.52%
Të dala të jashtëzakonshme	0.00	0.00%
<b>Gjithsej shpenzimet e punës</b>	<b>51.84</b>	

Burimi: ASHMAA

Pothuajse e gjithë shuma e “të gjitha shpenzimeve të tjera të papërfshira të punës” e kanë paraqitur RA Antena 5 (3,63 milionë denarë) dhe RA Kanal 77 (6,65 milionë denarë).

Në vitin 2013 RA Antena 5 ka harxhuar më pak fonde se sa në vitin e mëparshëm (për 1,77%), ndërsa RA Kanal 77 dhe RA Metropolis i kanë zmadhuar shpenzimet (për 11,98%, përkatësisht për 27,88%).

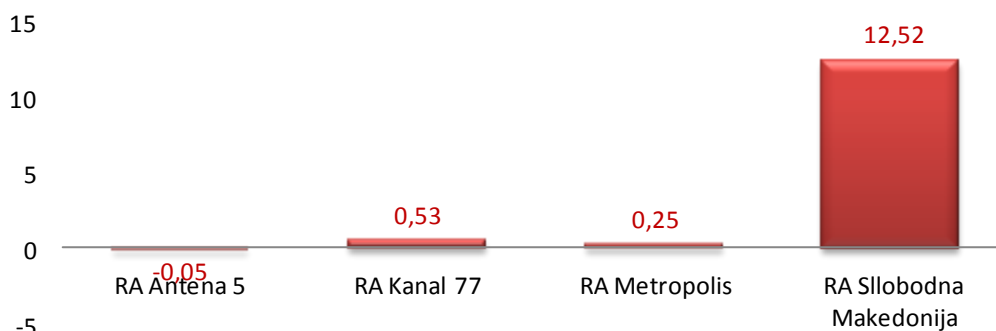
Figura nr.40: Lëvizja e shpenzimeve të radiostacioneve në nivel shtetëror në dhjetë vitet e fundit



Burimi: ASHMAA

Në vitin e analizuar vetëm RA Antena 5 ka realizuar rezultat financiar negativ (humbje në shumë prej 0,05 milionë denarë). Tre radiostacionet e tjera kanë realizuar fitim.

Figura nr.41: Rezultati i realizuar nga puna



Burimi: ASHMAA

Numri mesatar i të punësuarve në marrëdhënie të rregullt pune te këto katër radiostacione ka qenë 19 persona, prej të cilëve deri 13 kanë qenë të punësuar në RA Antena 5, pesë në RA Kanal 77 dhe një në RA Slobodna Makedonija.

Në RA Metropolis në marrëdhënie të rregullt pune nuk ka qenë i angazhuar asnjë person.

Tabela nr.36: Numri mesatar i të punësuarve në marrëdhënie të rregullt pune

	2009	2010	2011	2012	2013
RA Antena	13	14	14	14	13
RA Kanal 77	4	5	6	6	5
RA Metropolis	0	0	0	0	0
RA Slobodna Makedonija	-	-	-	-	1

Burimi: ASHMAA

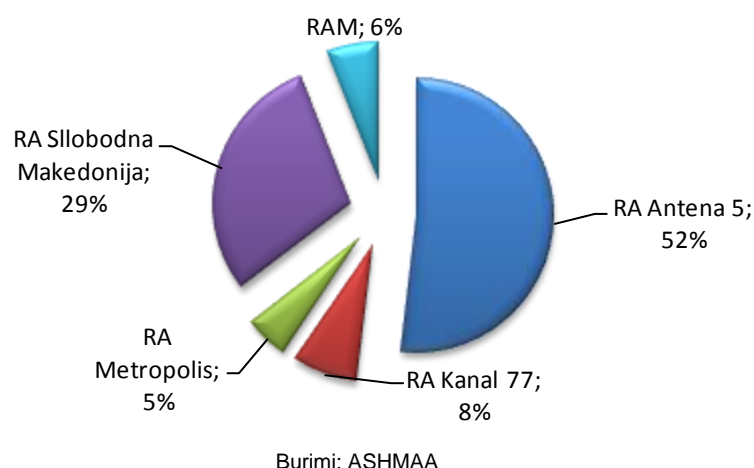
Në krahasim me vitin e mëparshëm, RA Antena 5 dhe RA Kanal 77 e kanë zvogëluar numrin e të punësuarve për nga një person.

## Pjesëmarrjet në të hyrat nga reklamim dhe në dëgjueshmërinë e radiostacioneve në nivel shtetëror

Të hyrat e përgjithshme nga shitja e kohës për reklamim që në vitin 2013 i kanë realizuar radiostacionet që emetojnë program në nivel shtetëror (katër radiostacionet komerciale dhe Radioja Maqedonase) kanë qenë 49,77 milionë denarë.

Më shumë se gjysma e këtyre fondeve arriti t'i realizojë RA Antena 5 (52%), të hyrat nga reklamimi i të cilit kanë qenë 25,81 milionë denarë. RA Slobodna Makedonija ka realizuar gjithsej 14,69 milionë denarë nga shitja e kohës për reklamim, që paraqet 29% e të hyrave të përgjithshme të radiostacioneve në nivel shtetëror (bëhet fjalë për fonde të paguara paraprakisht nga shpallësit, spotet reklamuese e të cilëve do të emtohen në periudhën e ardhshme). Të hyrat nga reklamim që i ka realizuar RA Kanal 77, në shumë prej 3,78 milionë denarë paraqesin 8% e të hyrave të përgjithshme nga reklamim, ndërsa të hyrat e Radios Maqedonase në shumë prej 2,93 milionë denarë marrin pjesë me 6% në të hyrat e përgjithshme nga reklama. Më së paku tërheqëse për shpallësit ka qenë RA Metropolis, i cili ka realizuar vetëm 2,56 milionë denarë ose vetëm 5% e të hyrave nga reklama të radiostacioneve në nivel shtetëror.

Figura nr.42: Pjesëmarrja në të hyrat nga reklama



Të dhënat për dëgjueshmërinë e radiostacioneve janë të siguruar nga agjencia hulumtuese IPSOS STRATEXHIK PULS nga Shkupi. Për mbledhjen e këtyre të dhënave është përdorur metoda e anketës telefonike asistuar me kompjuter, me mbledhje të përditshme e të dhënave domethënë anketim e një mostër prej 44 të anketuar në ditë, domethënë 14.780 në vit. Të anketuarve i është shtruar pyetja “*cilin radiostacion e keni dëgjuar të paktën pesë minuta javën e kaluar*”?

Pjesa më e madhe e të anketuarve, saktësisht 23,10% prej tyre u përgjigjën se e kanë dëgjuar RA Antena 5, ndërsa 10,60% RA Kanal 77. Në vendin e tretë ka qenë servisi i parë programor të Radios Maqedonase.

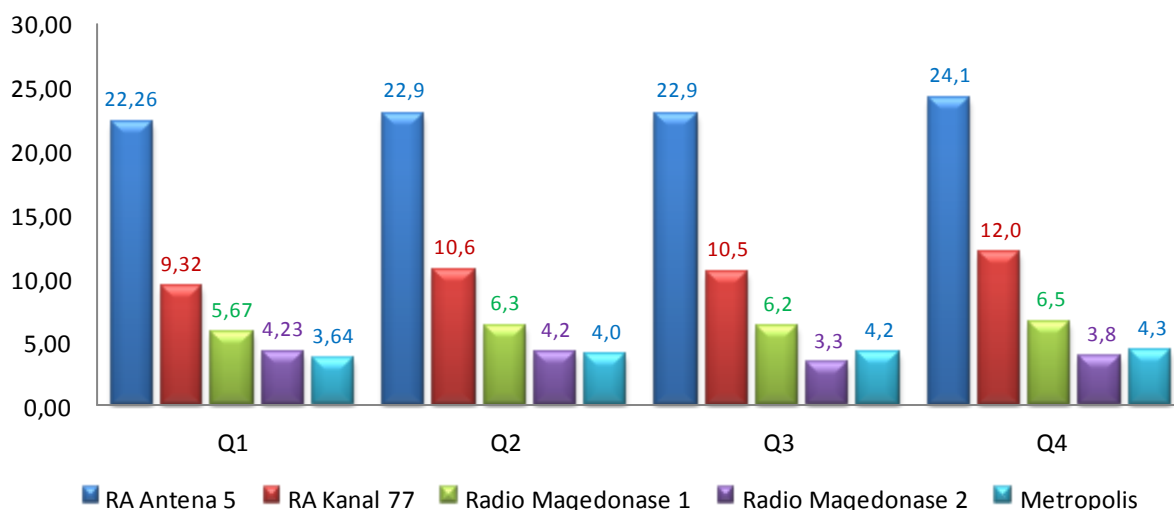
Tabela nr.37: Niveli mesatar javor në vitin 2013

radiostacioni	WR 2013
RA Antena 5	23.10%
RA Kanal 77	10.60%
Radio Maqedonase 1	6.20%
RA Metropolis	4.10%
Radio Maqedonase 2	3.80%
Radio Maqedonase 3	n.k.dh.
RA Sillobodna Makedonija	n.k.dh.

Burimi: Ipsos Strategic Puls

Në qoftë se krahasohen të dhënat tremujore për nivelin mesatar të këtyre radiostacioneve është e dukshme se në çdo tremujor nivel më të madh ka pasur RA Antena 5, zgjedhja e dytë e dëgjuesve ka qenë RA Kanal 77, ndërsa e tretë Radioja Maqedonase 1. Në dy tremujorët e parë Radioja Maqedonase 2 ka qenë në vendin e katërt, ndërsa në tremujorin e tretë dhe të katërt në vendin e pestë.

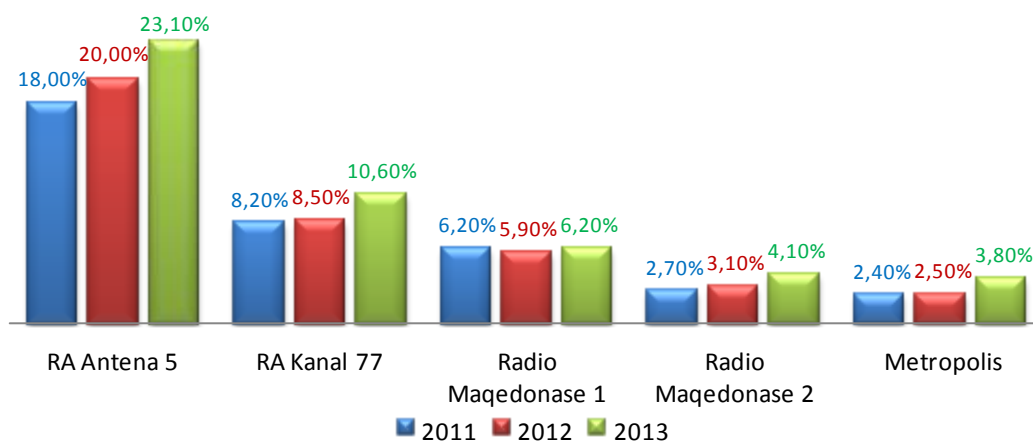
Figura nr.43: Të dhëna tremujore për nivelin javor të radiostacioneve në nivel shtetëror



Burimi: Ipsos Strategic Puls

Në secilin prej tre viteve të fundit nivel mesatar më të lartë ka pasur RA Antena 5. Vetëm në vitin 2012 Radioja Maqedonase 1 ka pasur nivel më të vogël se sa në vitin e mëparshëm. Tek katër radiostacionet e tjera niveli mesatar javor është rritur prej vitit në vit.

Figura nr.44: Niveli mesatar vjetor të radiostacioneve në nivel shtetëror në tre vitet e fundit



Burimi: Ipsos Strategic Puls

Në vitin 2013 niveli javor i RA Antena 5 ka qenë për 3,10 pikë përqindjeje më i lartë se sa në vitin e mëparshëm. Nivel më të lartë javor se sa në vitin 2012 kanë pasur edhe katër radiostacionet e tjera, edhe atë: RA Kanal 77 për 2,10 pikë përqindjeje, Radioja Maqedonase 1 për 0,30 pikë përqindjeje, Radioja Maqedonase 2 për një pikë përqindjeje, ndërsa RA Metropolis për 1,30 pikë përqindjeje.

### Karakteristikat demografike të publikut të radiostacioneve në nivel shtetëror

Sipas të dhënave për karakteristikat demografike të dëgjuesve të radiostacioneve në nivel shtetëror, pjesa më e madhe e publikut tek secili prej tyre kanë qenë meshkuj.

Midis dëgjuesve të RA Antena 5 dhe të RA Metropolis më të shumtë kanë qenë ata të moshës 20 deri 29 vjeç, ndërsa pjesëmarrje të rëndësishme kanë pasur edhe dëgjuesit e moshës 30 deri 49 vjeç (dëgjuesit e moshës 20 deri 49 vjeç përbënin 67% të publikut të RA Antena 5 dhe 77,8% të publikut të RA Metropolis). Pothuajse gjysma e dëgjuesve të RA Kanal 77 dhe të Radios Maqedonase 2 kanë qenë në moshë midis 30 dhe 49 vjeç (47,6% përkatësisht 42,2% nga publiku i përgjithshëm). Oferta programore e Radios Maqedonase 1 zakonisht e kanë dëgjuar dëgjuesit më të moshuar, ata të moshës mbi 50 vjeç.

Pjesa më e madhe e dëgjuesve të RA Antena 5, RA Metropolis dhe Radios Maqedonase 2 kanë qenë nga Shkupi, ndërsa të RA Kanal 77 dhe Radios Maqedonase 1 nga rajoni i Maqedonisë lindore dhe qendrore.

Pjesëmarrje dominuese në publikun e secilit prej këtyre pesë radiostacioneve kanë pasur personat e punësuar, personat që kanë mbaruar arsim të mesëm, si dhe dëgjuesit që vinin nga zonat urbane.



Tabela nr.38: Karakteristikat demografike të publikut të radiostacioneve në nivel shtetëror

kriteri		Antena 5	Kanal 77	RAM 1	RAM 2	Metropolis
Gjinia	Meshkuj	<b><u>57,8%</u></b>	<b><u>63,5%</u></b>	<b><u>60,1%</u></b>	<b><u>56,0%</u></b>	<b><u>58,6%</u></b>
	Femra	42,2%	36,5%	39,9%	44,0%	41,4%
Moshë	10-19	27,5%	14,3%	6,1%	16,1%	17,1%
	20-29	<b><u>35,3%</u></b>	17,1%	5,9%	21,6%	<b><u>39,5%</u></b>
	30-49	31,7%	<b><u>47,6%</u></b>	36,7%	<b><u>42,2%</u></b>	38,3%
	50-70	5,5%	20,9%	<b><u>51,2%</u></b>	20,1%	5,1%
Rajoni	MK lindore dhe qendrore	28,5%	<b><u>48,9%</u></b>	<b><u>36,1%</u></b>	22,6%	20,5%
	Rajoni veriperëndimor	20,3%	18,3%	16,4%	24,9%	18,0%
	Shkup	<b><u>36,2%</u></b>	10,9%	27,4%	<b><u>31,2%</u></b>	<b><u>40,7%</u></b>
	Rajoni jugperëndimor	15,1%	21,9%	20,1%	21,3%	20,8%
Statusi i punës	I punësuar	<b><u>40,4%</u></b>	<b><u>49,7%</u></b>	<b><u>36,9%</u></b>	<b><u>41,2%</u></b>	<b><u>48,9%</u></b>
	I papunësuar	19,1%	22,1%	22,7%	19,0%	20,8%
	Pensionist	1,5%	8,2%	27,0%	8,7%	0,8%
	Amvise	0,5%	2,1%	5,6%	10,3%	0,3%
	Nxënës/student	38,5%	17,8%	7,8%	20,8%	29,3%
Arsimi	Fillor ose pa arsim	27,5%	26,4%	33,0%	36,3%	15,3%
	Arsim i mesëm	<b><u>52,1%</u></b>	<b><u>55,4%</u></b>	<b><u>48,7%</u></b>	<b><u>44,4%</u></b>	<b><u>53,9%</u></b>
	I lartë	20,4%	18,2%	18,4%	19,3%	30,8%
Zona	Urbane	<b><u>74,7%</u></b>	<b><u>72,2%</u></b>	<b><u>68,7%</u></b>	<b><u>63,6%</u></b>	<b><u>84,2%</u></b>
	Rurale	25,3%	27,8%	31,3%	36,4%	15,8%
Kombësia	Shqiptarë	9,7%	4,2%	5,0%	40,9%	2,4%
	Maqedonas	84,6%	89,7%	87,9%	49,8%	93,5%
	Të tjerë	5,7%	6,2%	7,0%	9,3%	4,1%

Burimi: Ipsos Strategic Puls

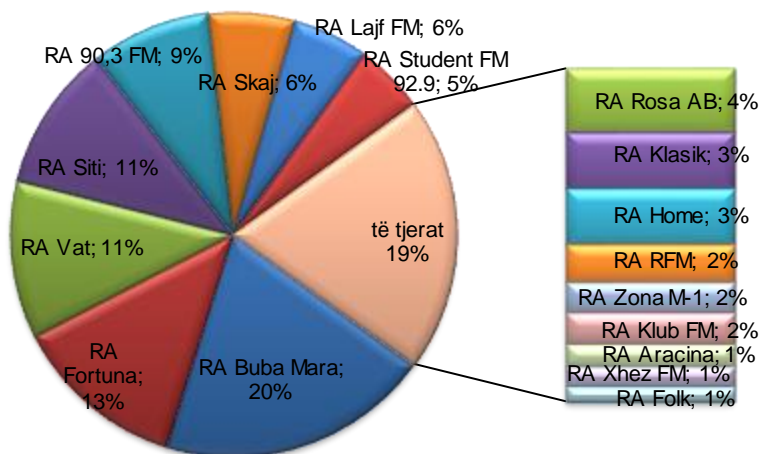
## Radiostacione në nivel rajonal

Në fillim të vitit 2013 leje të emetojnë radioprogram në nivel rajonal kishin gjithsej 17 radiostacione komerciale dhe një radiostacion jofitimprurës. Në janar të vitit 2013 me Vendim nr.03-156/1 prej 10.01.2013 pushoi të vlejë leja e Shoqatës tregtare radiodifuzive RADIO RAVEL nga Shkupi, në bazë të deklaratës së dorëzuar më parë nga vetë radiodifuzeri se pushon të transmetojë radioprogram.

Të hyrat e përgjithshme që në vitin 2013 së bashku i kanë realizuar radiostacionet rajonale kanë qenë 54,04 milionë denarë, që është për 3,21% më pak se sa në vitin e mëparshëm. Më shumë se gjysma e këtyre fondeve kanë qenë të hyrat e vetëm katër radiostacioneve rajonale: RA Buba Mara, RA Fortuna, RA Vat dhe RA Siti. Të hyrat e këtyre katër radiostacioneve paraqesin 54,47% e të hyrave të përgjithshme të 17 radiostacioneve rajonale.

Të hyra më të larta kanë realizuar RA Buba Mara (10,73 milionë denarë, domethënë 19,86% e të hyrave të përgjithshme në tregun rajonal të radios). Të hyrat e këtij radiostacioni janë pothuajse të njëjta me të hyrat që së bashku arrijnë t'i realizojnë nëntë radiostacionet e mëposhtme: RA Folk, RA Xhez FM, RA Araçina, RA Klub FM, RA Zona-M1, RA RFM, RA Home, RA Klasik FM dhe RA Rosa AB.

Figura nr.45: Pjesëmarrja në të hyrat e përgjithshme të radiostacioneve rajonale



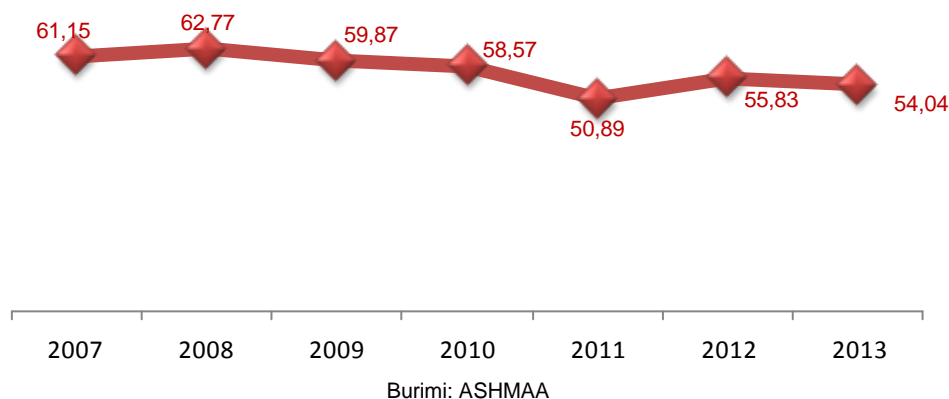
Burimi: ASHMAA

Deri në maj të vitit 2007 këto radiostacione emetonin program në nivel lokal. Në vitin 2007 ishte realizuar procedura për kalim nga sistemi i koncesioneve në sistem të lejeve. Pas mbarimit të kësaj procedure, dhe me Vendimin për dhënien e lejeve për kryerjen e veprimtarisë radiodifuzive (nr.02-1628/20 prej 30.05.2007), filluan të emetojnë radioprogram në nivel rajonal.

Që nga viti 2007 e këtej, vetëm në vitin 2011 të hyrat e përgjithshme të radiostacioneve rajonale kanë qenë më të ulëta se sa në vitin e analizuar. Më e volitshme ka qenë viti 2008,

kur në tregun rajonal të radios kanë qenë të realizuara të hyra të përgjithshme në shumë prej 62,77 milionë denarë.

Figura nr.46: Të hyrat e përgjithshme të radiostacioneve rajonale në shtatë vitet e fundit



Në krahasim me vitin e mëparshëm, vetëm gjashtë radiostacione kanë realizuar të hyra më të larta: RA Vat (për 5,65%), RA Rosa AB (për 69,92%) RA Zona M-1 (për 14,94%), RA Folk (për 4,35%), RA Xhez FM (për 1,52%) dhe RA Araçina (për 19,67%).

Tabela nr.39: Të hyrat e përgjithshme të radiostacioneve rajonale

SHTR	në milionë denarë						shkalla e rritjes 2013/2012
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
Buba Mara	8.32	9.53	9.00	8.49	11.43	10.73	-6.12%
Siti	9.92	6.47	9.23	7.64	7.05	5.72	-18.87%
Fortuna	8.12	8.84	8.63	6.55	7.26	6.82	-6.06%
Vat	8.31	10.09	6.47	5.44	5.84	6.17	5.65%
RA 90,3 FM	5.02	5.29	5.46	5.25	6.15	4.71	-23.41%
Lajf FM	1.35	2.76	4.17	4.11	4.93	3.00	-39.15%
Skaj radio	5.66	4.95	5.27	3.52	3.69	3.40	-7.86%
Home	3.00	2.42	2.94	2.81	2.04	1.77	-13.24%
Klub FM	1.24	0.78	0.76	2.1	1.61	1.00	-37.89%
Rosa AB	2.89	2.59	1.94	1.78	1.23	2.09	69.92%
Zona M-1	1.27	1.42	1.36	1.16	0.87	1.00	14.94%
Folk	1.24	0.82	0.87	0.77	0.46	0.48	4.35%
Xhez FM	0.86	0.68	0.77	0.63	0.66	0.67	1.52%
Araçina	0.95	0.94	1.09	0.52	0.61	0.73	19.67%
Student FM	nkdh	nkdh	nkdh	nkdh	nkdh	2.69	-
RFM	nkdh	nkdh	nkdh	nkdh	nkdh	1.23	-
Klasik	1.35	0.48	nkdh	nkdh	2.00	1.85	-7.50%
<b>GJITHSEJ</b>	<b>59.5</b>	<b>58.06</b>	<b>57.96</b>	<b>50.77</b>	<b>55.83</b>	<b>54.04</b>	<b>-3.19%</b>

Burimi: ASHMAA

Pjesa më e madhe e të hyrave kanë qenë të realizuara nga shitja e kohës për reklamim (81,74%). Më tërheqëse për shpallësit kanë qenë RA Buba Mara, i cili ka realizuar 7,61 milionë denarë nga reklama, RA Fortuna me 6,82 milionë denarë, RA Vat me 6,16 milionë denarë dhe RA Siti me 5,52 milionë denarë të hyra të realizuara nga reklama.

Të hyrat nga sponsorime marrin pjesë me 6,65% në të hyrat e përgjithshme të stacioneve rajonale. RA Buba Mara ka paraqitur pjesë më të madhe të këtyre fondeve (3,11 milionë

denarë). Të hyra nga sponsorime kanë paraqitur edhe vetëm RA 90,3 FM (0,33 milionë denarë) dhe RA Xhez FM (0,15 milionë denarë).

Tabela nr.40: Struktura e të hyrave të radiostacioneve rajonale

	2013	pjesëmarrja
Reklama dhe teleshoping	44.17	81.74%
Sponsorime	3.59	6.65%
Shitje të përmbajtjeve	0.00	0.00%
Shërbime të siguruara ndaj palëve të treta	0.03	0.05%
Të hyra të tjera	4.38	8.11%
<b>Të hyra nga veprimtaria bazë</b>	<b>52.17</b>	<b>96.55%</b>
Të hyra nga veprimtari të tjera	1.87	3.45%
Të hyra të jashtëzakonshme	0.00	0.00%
<b>Të hyra të përgjithshme</b>	<b>54.04</b>	

Burimi: ASHMAA

Pjesëmarrja e lartë e të “hyrave të tjera” është për shkak të shumës së lartë që në këtë kategori e kanë paraqitur radiostacioni jofitimrurës Student FM (2,69 milionë denarë) dhe RA Home (1,19 milionë denarë).

Pothuajse të gjithë shumën e të hyrave të realizuara nga veprimtari të tjera e ka paraqitur RA Klasik FM (1,85 milionë denarë). Në vitin 2013 ky radiostacion nuk ka realizuar të hyra nga veprimtaria bazë, por i vetmi burim i të hyrave kanë qenë të hyrat nga veprimtari të tjera.

Në vitin 2013 shpenzimet e përgjithshme të radiostacioneve rajonale kanë qenë 55,59 milionë denarë. Më shumë se gjysma e kësaj shume kanë qenë shpenzimet që i kanë bërë vetëm katër radiostacione: RA Buba Mara (9,9 milionë denarë), RA Siti (7,14 milionë denarë), RA Fortuna (7,01 milionë denarë) dhe RA Vat (6,83 milionë denarë).

Pjesa më e madhe e shpenzimeve të përgjithshme kanë qenë shpenzime të drejtpërdrejta për krijimin e programit (60,93%). Shpenzimet për sigurim të programit marrin pjesë me 11,62% në shpenzimet e përgjithshme. Shpenzim të këtij lloji kanë paraqitur vetëm pesë radiostacione, prej të cilëve shumë më të lartë ka paraqitur RA Buba Mara (5,46 milionë denarë).

Shpenzime për rroga dhe kompensime të tjera për të punësuarit që janë drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit nuk kanë paraqitur vetëm RA Klasik FM dhe RA RFM. Më së shumti fonde për rroga për të punësuarit kanë ndarë RA Buba Mara (1,98 milionë denarë), RA Fortuna (1,97 milionë denarë) dhe RA Siti (1,79 milionë denarë). Shumën e përgjithshme të shpenzimeve për rroga dhe kompensime të tjera të personave që nuk janë drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit (0,93 milionë denarë) e ka paraqitur RA Lajf.

Tabela nr.41: Struktura e shpenzimeve të radiostacioneve rajonale

	2013	pjesëmarrja
Shpenzime materiale	5.58	10.04%
Shpenzime për sigurimin e programit	6.46	11.62%
Shpenzime jomateriale (shërbime)	7.97	14.34%
Rroga dhe kompensime të tjera të personave drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit	13.87	24.94%
<b>Shpenzime të drejtpërdrejta për krijimin e programit</b>	<b>33.87</b>	<b>60.93%</b>
Rroga dhe kompensime të tjera të personave që nuk janë drejtpërdrejtë të lidhur me prodhimin e programit	0.93	1.68%
Amortizimi i pajisjes	5.06	9.09%
Amortizimi i të drejtave dhe licencave	0.22	0.40%
Qira dhe shpenzime të tjera nga detyrime	5.19	9.33%
Të gjitha shpenzimet e tjera të papërfshira të punës	9.63	17.31%
<b>Gjithsej shpenzimet e punës</b>	<b>54.90</b>	<b>98.75%</b>
Të dala nga aktivitete të tjera	0.56	1.01%
Të dala të jashtëzakonshme	0.13	0.24%
<b>Gjithsej shpenzimet e punës</b>	<b>55.59</b>	

Burimi: ASHMAA

Në vitin 2013 nëntë radiostacione rajonale kanë realizuar rezultat financiar pozitiv nga puna: RA Araçina, RA Buba Mara, RA Zona M-1, RA Klasik, RA Rosa AB, RA RFM, RA Folk, RA Fortuna dhe RA Xhez FM. Rezultat financiar më të mirë ka realizuar RA Buba Mara (fitim në shumë prej 0,83 milionë denarë), ndërsa më të keq RA Siti (humbje prej 1,51 milionë denarë).

Tabela nr.42: Numri mesatar i të punësuarve në marrëdhënie të rregullt pune

RA stacioni	2008	2009	2010	2011	2012	2013
RA Fortuna	7	7	7	9	9	8
RA Siti	6	8	8	9	8	8
RA Skaj	4	5	5	5	6	5
RA EF-EM 90,3	6	6	5	5	5	5
RA Buba Mara	4	4	5	4	5	5
RA Rosa AB	4	4	4	4	4	4
RA Lajf	2	2	2	4	4	4
RA Home	5	4	7	6	6	3
RA Klub FM	3	2	2	3	3	3
RA Vat	11	10	10	8	8	2
RA Xhez FM	2	2	2	2	2	1
RA Folk	1	2	3	2	1	1
RA Zona M-1	3	1	2	2	1	1
RA Araçina	1	1	1	1	1	1
RA Klasik FM	1	0	nkdh	nkdh	0	0
RA RFM	0	0	0	0	0	0
<b>gjithsej</b>	<b>60</b>	<b>58</b>	<b>63</b>	<b>64</b>	<b>63</b>	<b>51</b>

Burimi: ASHMAA

Në gjashtëmbëdhjetë radiostacionet rajonale në marrëdhënie të rregullt pune kanë qenë të punësuar gjithsej 51 persona. Numër më të madh të të punësuarve kanë pasur RA Fortuna dhe RA Siti (nga tetë persona). Në vitin 2013 numri mesatar i të punësuarve ka qenë më i vogël se sa në vitin e mëparshëm tek gjithsej pesë radiostacione. Në RA Fortuna, RA Skaj dhe RA Xhez FM numri mesatar i të punësuarve u zvogëlua për nga një person, në RA

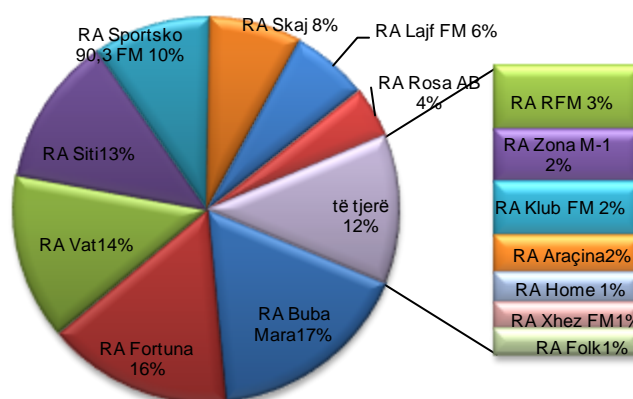
Home për tre persona, ndërsa zvogëlim më të madh shihet te RA Vat, deri për gjashtë persona.

### Pjesëmarrjet në të hyrat nga reklamim dhe në dëgjueshmërinë e radiostacioneve në nivel rajonal

Gjashtëmbëdhjetë radiostacionet komerciale të cilët në vitin 2013 emetonin program në zonën e qytetit të Shkupit së bashku kanë realizuar gjithsej 44,17 milionë denarë nga shitja e kohës për reklamim.

Më shumë të hyra nga reklama ka realizuar RA Buba Mara (7,61 milionë denarë, që paraqet 17% e të hyrave të përgjithshme të realizuara nga reklamim në tregun rajonal të radios). Më tërheqëse për shpallësit ka qenë edhe RA Fortuna, i cili ka realizuar 16% e të hyrave të reklamimit në të gjithë radiostacionet rajonale. Të hyrat nga reklamim të RA Fortuna kanë qenë 6,82 milionë denarë. RA Vat është në vendin e tretë sipas të hyrave të realizuara nga reklama në shumë prej 6,16 milionë denarë, që paraqet 14% e të hyrave nga reklamim në këtë segment të industrisë së radios.

Figura nr.47: Pjesëmarrja në të hyrat nga reklama



Burimi: ASHMAA

Në tabelën më poshtë janë paraqitur të dhënat për nivelin javor të radiostacioneve rajonale në vitin e analizuar. Prej tyre mund të shihet se radiostacionet që kanë pasur dëgjueshmëri më të lartë, në të njëjtën kohë nuk kanë qenë edhe më tërheqëse për shpallësit.

Kështu, pjesëmarrje më të madhe në dëgjueshmërinë në vitin 2013 ka pasur RA Siti (niveli mesatar javor i këtij radiostacioni ka qenë 9,60%). Nga ana tjetër, pra, deri tre radiostacione kanë arritur të realizojnë të hyra nga reklamim më të mëdha se ai.

RA Buba Mara, i cili ka realizuar më shumë të hyra nga reklama, ka qenë radiostacioni i dytë më i dëgjuar me nivel javor prej 8,30%.

Tabela nr.43: Niveli mesatar javor në vitin 2013

radiostacioni	WR 2013
RA Siti	9.60%
RA Buba Mara	8.30%
RA Zona M-1	8.00%
RA Vat	7.20%
RA Araçina	6.80%
RA Skaj	5.00%
RA Fortuna	4.80%
RA Rosa AB	3.70%
RA Folk	3.30%
RA Sportsko radio 90,3 FM	2.90%
RA Lajf FM	2.50%
RA Klub FM	1.20%
RA Home	0.70%
RA Xhez FM	0.70%
RA Klasik FM	0.40%
RA RFM	n.k.dh.
Radio universitare STUDENT FM 92.9	n.k.dh.

Burimi: Ipsos Strategic Puls

RA Zona M-1, me pjesëmarrje prej vetëm 2% në të hyrat e përgjithshme të realizuara nga reklama në këtë segment të tregut të radios, ka qenë radiostacioni i tretë më i dëgjuar.

Më pak tërheqëse për publikun ka qenë RA Klasik FM, niveli mesatar javor i të cilit ka qenë 0,40%. Ky radiostacion nuk ka realizuar fare të hyra nga reklamim.

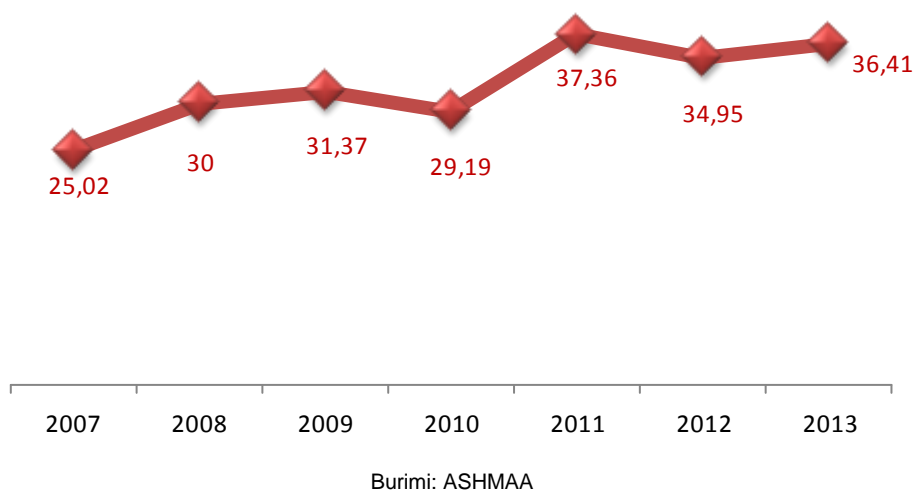
Për RA RFM dhe për Radioja universitare STUDENT FM 92.9 nuk janë siguruar të dhëna për dëgjueshmërinë.

## Radiostacione në nivel lokal

Në vitin 2013 tregu lokal i radios numëronte gjithsej 57 radiostacione komerciale dhe dy radiostacione jofitimprurëse. Në Analizën janë përpunuar të dhënat mbi ecurinë ekonomike të 55 radiostacioneve komerciale. Në të vërtetë, gjatë përgatitjes së këtij dokumenti radiostacionit lokal Energu nga Struga i ishte marrë leja për kryerjen e veprimtarisë radiodifuzive<sup>22</sup>, saktësisht për mosdorëzimin e të dhënave të punës, kurse leja e RA Besa nga f.Crnilishtë, Dollnenë pushoi të vlejë sipas ligjit, pas shfaqjes së falimentimit të mbajtësit të lejes.

Të hyrat e përbashkëta që i kanë realizuar radiostacionet lokale në vitin e analizuar kanë qenë 36,41 milionë denarë, që është për 4,18% më shumë se sa në vitin e mëparshëm. Të hyra të përbashkëta më të larta në shtatë vitet e fundit kanë qenë të realizuara vetëm në vitin 2011 (për 2,54%).

Figura nr.48: Lëvizja e të hyrave të përgjithshme të radiostacioneve lokale në shtatë vitet e fundit



Pothuajse 54% e të hyrave të 55 radiostacioneve lokale i kanë realizuar vetëm 12 prej tyre (RA 106 dhe RA B-97 nga Manastiri, RA Merak 5 FM nga Velesi, RA Tajm nga Gjevgjelia, RA Kavadarci nga Kavadarci, RA Bravo nga Kumanova, RA Super nga Ohri, RA Holidej nga Prilepi, RA Ekspres dhe RA Hit nga Strumica, RA Kiss nga Tetova dhe RA Enxhels FM nga Shtipi).

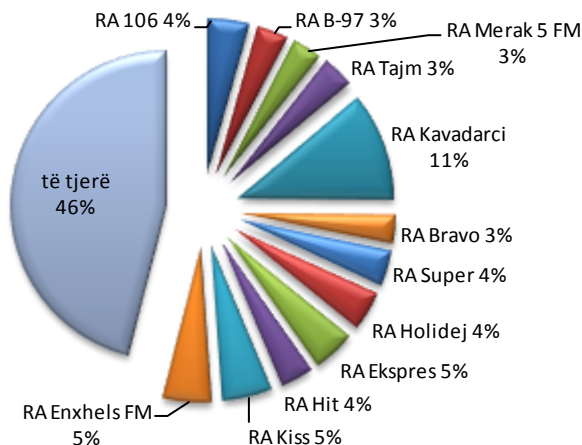
Në vitin e analizuar deri tre radiostacione lokale (Ra Di-Xhej dhe RA Drini nga Struga dhe RA Red FM nga Tetova) nuk kanë realizuar të hyra fare.

Të hyra të përgjithshme më të larta ka realizuar RA Kavadarci nga Kavadarci (4,08 milionë denarë).

<sup>22</sup> Vendim për heqjen e lejes për kryerjen e veprimtarisë radiodifuzive të Shoqatës tregtare radiodifuzive ENERGU RADIO SHPKNJP import-eksport Strugë nr.07-280 prej 14.07.2014



Figura nr.49: Pjesëmarrja në të hyrat e përgjithshme të radiostacioneve lokale



Burimi: ASHMAA

Pjesëmarrje dominuese në strukturën e të hyrave kanë pasur të hyrat nga shitja e kohës për reklamim dhe teleshoping (86,95%). Më shumë të hyra nga reklama kanë paraqitur RA Kiss nga Tetova (1,89 milionë denarë) dhe RA Enxhels nga Shtipi (1,85 milionë denarë).

Tabela nr.44: Struktura e të hyrave të radiostacioneve lokale

	2013	pjesëmarrja
Reklama dhe teleshoping	31,66	86,95%
Sponsorime	0,32	0,89%
Shitje të përmbajtjeve	0,08	0,22%
Shërbime të siguruara ndaj palëve të treta	0,43	1,18%
Të hyra të tjera	1,96	5,37%
<b>Të hyra nga veprimtaria bazë</b>	<b>34,45</b>	<b>94,62%</b>
Të hyra nga veprimtari të tjera	1,83	5,04%
Të hyra të jashtëzakonshme	0,12	0,34%
<b>Të hyra të përgjithshme</b>	<b>36,41</b>	

Burimi: ASHMAA

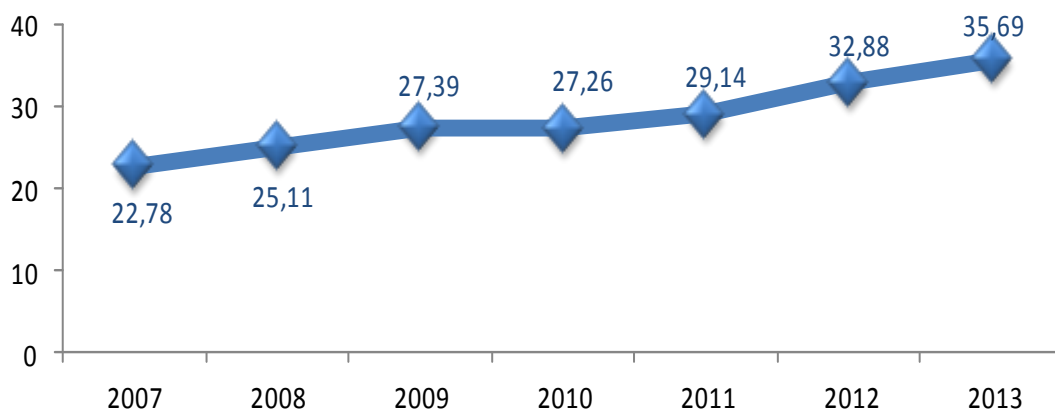
Të hyrat nga sponsorime në shumë prej 0,32 milionë denarë i kanë realizuar vetëm pesë radiostacione, edhe atë RA Aktuel nga Manastiri, RA Aljbana nga Kumanova, RA Bravo nga Kumanova, RA Jehona nga Kumanova dhe RA PRO-FM nga Gostivari.

Të gjitha të hyrat nga shitja e përmbajtjeve (0,08 milionë denarë) i ka realizuar RA Blea nga Tetova, ndërsa të hyra nga shërbime të siguruara ndaj palëve të treta kanë paraqitur vetëm RA PRO-FM nga Gostivari, RA Rrapi nga Struga dhe RA Blea nga Tetova.

5,37% e të hyrave të përgjithshme kanë qenë nga kategoria “të hyra të tjera”, në shumë absolute prej 1,96 milionë denarë. Më shumë se gjysma e këtyre fondeve (55,61%) i ka paraqitur RA Kavadarci nga Kavadarci. Ky radiostacion ka realizuar edhe të hyra më të larta nga veprimtari të tjera, dhe atë deri 95,63% të shumës së përgjithshme të këtyre fondeve (të hyra nga veprimtari të tjera kanë paraqitur edhe katër subjekte – RA Merak 5 FM nga Velesi, RA Super nga Ohri, RA Sveti Nikole nga Sveti Nikollë dhe RA Fama nga Tetova.

Fondet që radiostacionet lokale i kanë harxhuar së bashku në vitin e analizuar kanë qenë gjithsej 35,69 milionë denarë, që është për 8,55% më shumë se sa në vitin e mëparshëm. Në periudhën e shtatë viteve të fundit shpenzimet e radiostacioneve lokale, përveç në vitin 2010, kur shënohet një rënie e vogël, kanë rritur nga viti në vit.

**Figura nr.50: Lëvizja e shpenzimeve të përgjithshme të radiostacioneve lokale në shtatë vitet e fundit**



Burimi: ASHMAA

Pjesa më e madhe e fondeve kanë qenë shpenzime të drejtpërdrejta për krijimin e programit (69,80%). Prej tyre, pra, më shumë kanë qenë të ndarë për rroga dhe kompensime të tjera të personave drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit. Më shumë fonde për këtë lloj shpenzimi kanë ndarë RA Enxhels nga Shtipi (pothuajse një milion denarë) dhe RA Sveti Nikole nga Sveti Nikollë (0,70 milionë denarë). Deri 13 radiostacione lokale nuk kanë paraqitur fare shpenzime për rroga dhe kompensime të tjera të personave drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit.

Pjesa më e madhe e shpenzimeve për rroga dhe kompensime të tjera të personave që nuk janë drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit, por të cilat kanë marrë pjesë me 4,43% në shpenzimet e përgjithshme, kanë qenë shpenzimet e RA 106 nga Manastiri (32,40%). Sasi më të rëndësishme ka paraqitur edhe RA Galaksi-2002 nga Kavadarci (19,72%). Shpenzime për rroga dhe kompensime të tjera të personave që nuk janë drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit kanë paraqitur edhe shtatë radiostacione të tjera (RA Kavadarci nga Kavadarci, RA Aljbana dhe RA KMR nga Kumanova, RA Ohrid nga Ohri, Ra Holidej nga Prilepi, RA Drini nga Struga dhe RA Plus Forte nga Tetova).

Tabela nr.45: Struktura e shpenzimeve të radiostacioneve lokale

	2013	pjesëmarrja
Shpenzime materiale	6,09	17,07%
Shpenzime për sigurimin e programit	0,43	1,21%
Shpenzime jomateriale (shërbime)	4,09	11,45%
Rroga dhe kompensime të tjera të personave drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit	14,30	40,07%
<b>Shpenzime të drejtpërdrejta për krijimin e programit</b>	<b>24,91</b>	<b>69,80%</b>
Rroga dhe kompensime të tjera të personave që nuk janë drejtpërdrejtë të lidhura me prodhimin e programit	1,58	4,43%
Amortizimi i pajisjes	2,09	5,85%
Amortizimi i të drejtave dhe licencave	0,03	0,08%
Qira dhe shpenzime të tjera nga detyrime	0,66	1,85%
Të gjitha shpenzimet e tjera të papërfshira të punës	4,48	12,55%
<b>Gjithsej shpenzimet e punës</b>	<b>33,75</b>	<b>94,57%</b>
Të dala nga aktivitete të tjera	0,50	1,39%
Të dala të jashtëzakonshme	1,44	4,04%
<b>Gjithsej shpenzimet e punës</b>	<b>35,69</b>	

Burimi: ASHMAA

Për amortizimin e pajisjes radiostacionet lokale së bashku kanë harxhuar 2,09 milionë denarë, prej të cilëve 19,62% ka harxhuar vetëm RA Uskana-Plus nga Kërçova.

Rezultati financiar i relazuar nga puna e radiostacioneve lokale ka qenë fitim në shumë prej 1,12 milionë denarë.

Rezultat më të mirë financiar ka realizuar RA Kavadarci nga Kavadarci (fitim në shumë prej 0,87 milionë denarë). Rezultat financiar pozitiv nga puna kanë realizuar edhe 33 radiostacione të tjera lokale.

Rezultat më të keq nga puna ka pasur RA MH nga Ohri, i cili ka paraqitur humbje në shumë prej 0,50 milionë denarë.

Numri mesatar i të punësuarve në këtë segment të tregut të radios ka qenë 95 persona. Më shumë të punësuar ka paraqitur RA Ekspres nga Strumica (pesë persona). Në katër radiostacione kanë qenë të angazhuar nga 4 persona në marrëdhënie të rregullt pune, në dhjetë nga tre persona, në 15 nga dy persona, në 18 nga një person, kurse tetë nuk kanë paraqitur asnjë person të punësuar.

Tabela nr.46: Numri mesatar i të punësuarve në marrëdhënie të rregullt pune

zona	SHTR	numri mesatar i të punësuarve në mrrp	zona	SHTR	numri mesatar i të punësuarve në mrrp
Strumicë	RA Ekspres	5	Tetovë	Ra Bleta	2
Gjevgjeli	RA Tajm	4	Tetovë	Ra Fama	2
Ohër	RA MH	4	Berovë	Skaj radio plus	1
Prilep	RA Holidej	4	Manastir	RA Aktuel	1
Manastir	RA 106	3	Manastir	Ra Delfin	1
Veles	RA Merak 5 FM	3	Vallandovë	RA Vallandovo	1
Kumanovë	RA Bravo	3	Veles	RA Golldi	1
Negotinë	RA Produkcija-LGN	3	Vinicë	RA La Kosta	1
Ohër	RA Super	3	Gostivar	RA Kometa	1
Strugë	RA Rrapi	3	Gostivar	RA PRO-FM	1
Strumicë	RA Hit	3	Kërçovë	RA A.Makedonski	1
Tetovë	RA Kiss	3	Kërçovë	RA Akord	1
Shtip	RA Enxhels FM	3	Kumanovë	RA Aljbana	1
Shtip	UGD FM	3	Kumanovë	RA Jehona	1
Manastir	RA B-97	2	Kumanovë	RA KMR	1
Veles	RA Ce-De	2	Pehçevë	Ra Pehçevo	1
Dellçevë	RA Zora	2	Prilep	Ra Meff	1
Kavadarci	RA Galaksi-2002	2	Strugë	RA Drini	1
Kavadarci	RA Kavadarci	2	Strugë	RA Mi-Ni	1
Kërçovë	RA Medison	2	Tetovë	RA Plus Forte	1
				RADIO UNIVERSITARE	
Koçanë	RA Koçani FM	2	Manastir	UKLO FM	0
Negotinë	RA Puls	2	Dibër	Ra Merlin	0
Ohër	RA Ohrid	2	Radovish	RA Emi	0
Prilep	Ra 5 Coki	2	Kërçovë	RA Uskana-Plus	0
Probishtip	RA Eko	2	M.Brod	RA Moris plus	0
Sveti Nikollë	RA Modea	2	Ohër	RA Llav	0
Sveti Nikollë	RA Sveti Nikole	2	Strugë	Ra Di-Xhej	0
			Tetovë	Ra Red FM	0
				GJITHSEJ	95

Burimi: ASHMAA

## Qëndrimet e publikut për përmbajtjet programore të radiostacioneve

Në prill të vitit 2013 agjencia hulumtuese Market Vizhn nga Shkupi zbatoi “Hulumtim për mendimin e publikut për programe të ndryshme të kanaleve televizive dhe radiokanaleve vendase”<sup>23</sup>. Të anketuarve i ishin parashtruar edhe disa pyetje në lidhje me zakonet e dëgjimit të radios dhe qëndrimet e tyre për ofertën programore të radiostacioneve.

Vetëm 46% e të anketuarve i’u përgjigjën pozitivisht pyetjes “a dëgjoni radio”. Prej tyre, pra, vetëm 33,3% kanë dëgjuar radio çdo ditë, 26% katër deri pesë ditë në javë, ndërsa 40,7% e tjerat më pak se katër ditë në javë.

Radiostacionet kanë pasur më shumë dëgjues në periudhën prej orës 10<sup>00</sup> deri 14<sup>00</sup> (32,1% e të anketuarve kanë dëgjuar radio në këtë kohë). Në periudhën prej orës 06<sup>00</sup> deri 10<sup>00</sup> radio kanë dëgjuar 27,6% e të anketuarve, në periudhën prej orës 17<sup>00</sup> deri 22<sup>00</sup> 17,5%, ndërsa në periudhën prej orës 14<sup>00</sup> deri 17<sup>00</sup> 14,6%. Më pak dëgjues radiostacionet kanë pasur në periudhën prej orës 22<sup>00</sup> deri 06<sup>00</sup> (vetëm 8,1% e publikut të përgjithshëm gjatë ditës).

Pothuajse gjysma e qytetarëve më shpesh kanë dëgjuar radio në shtëpi (49,2%), 27,6% në punë, 20,7% në makinë, ndërsa 2,4% e mbeturat më shpesh kanë dëgjuar radio duke shëtitur ose gjatë ndonjë aktiviteti tjetër sportiv.

Pyetjes “çfarë dëgjoni zakonisht në radio”, deri 78% e të anketuarve i’u përgjigjën se kanë dëgjuar muzikë. Programi i mëngjesit i radiostacioneve ka qenë zgjedhja më e shpeshtë e 9,8%, ndërsa lajmet e 6,5% të dëgjuesve. Emisionet zbavitëse-kontaktuese më shpesh i ka dëgjuar vetëm 3,3% e publikut të radios.

Plotësisht të kënaqur nga oferta programore e radiostacioneve të vendit kanë qenë vetëm 23% e të anketuarve, ndërsa 26,2% kanë qenë pjesërisht të kënaqur. Pjesa më e madhe e të anketuarve kanë deklaruar se janë më shumë të pakënaqur se sa të kënaqur me ofertën e radiostacioneve të vendit (37,3%), ndërsa pjesa më e vogël nuk kanë qenë fare të kënaqur (13,5%).

<sup>23</sup> Hulumtimi është i disponueshëm në:  
[http://avmu.mk/images/SRD\\_izveshtaj\\_15\\_04\\_2013\\_od\\_Market\\_Vision.pdf](http://avmu.mk/images/SRD_izveshtaj_15_04_2013_od_Market_Vision.pdf)

## PËRMBAJTJA E TABELAVE

Tabela nr.1: Gjetjet kyçe në industrinë televizive.....	9
Tabela nr.2: Numri i stacioneve televizive .....	11
Tabela nr.3: Rajone radiodifuzive dhe televizione rajonale.....	13
Tabela nr.4: Struktura e të hyrave të Televizionit Maqedonas.....	15
Tabela nr.5: Struktura e shpenzimeve të Televizionit Maqedonas.....	19
Tabela nr.6: Shkalla e rritjes së të hyrave të përgjithshme të pesë televizioneve në nivel shtetëror.....	21
Tabela nr.7: Struktura e të hyrave të televizioneve komerciale në nivel shtetëror .....	22
Tabela nr.8: Struktura e shpenzimeve të televizioneve komerciale në nivel shtetëror.....	23
Tabela nr.9: Numri mesatar i të punësuarve në marrëdhënie të rregullt pune.....	26
Tabela nr.10: Pjesëmarrjet mujore në shikueshmërinë e përgjithshme .....	29
Tabela nr.11: 50 shpallësit më të rëndësishëm në gjashtë televizionet në nivel shtetëror.....	32
Tabela nr.12: Struktura e të hyrave të televizioneve satelitore .....	35
Tabela nr.13: Struktura e shpenzimeve të televizioneve satelitore .....	37
Tabela nr.14: Numri mesatar i të punësuarve në marrëdhënie të rregullt pune.....	38
Tabela nr.15: Numri i popullsisë, numri i televizioneve rajonale dhe të hyrat e përgjithshme të realizuara sipas rajonit radiodifuziv.....	39
Tabela nr.16: Të hyrat e përgjithshme dhe shkalla e rritjes .....	42
Tabela nr.17: Struktura e të hyrave të televizioneve rajonale .....	43
Tabela nr.18: Struktura e shpenzimeve të televizioneve rajonale.....	45
Tabela nr.19: Numri mesatar i të punësuarve në marrëdhënie të rregullt pune.....	48
Tabela nr.20: Numri i popullsisë, numri i TV stacioneve dhe të hyrat e realizuara.....	49
Tabela nr.21: Të hyrat e përgjithshme të televizioneve lokale .....	51
Tabela nr.22: Struktura e të hyrave të televizioneve lokale .....	51
Tabela nr.23: Struktura e shpenzimeve të televizioneve lokale .....	52
Tabela nr.24: Numri mesatar i të punësuarve në marrëdhënie të rregullt pune.....	53
Tabela nr.25: Operatorë të rrjeteve komunikuese elektronike publike .....	58
Tabela nr.26: Çfarë pjese të publikut çdo ditë informohet nga.....	59
Tabela nr.27: Përmbajtjet programore më të shikuara në vitin 2013 .....	62
Tabela nr.28: Karakteristikat demografike të publikut në vitin 2013.....	64
Tabela nr.29: Karakteristikat demografike të publikut të stacioneve televizive në nivel shtetëror.....	65
Tabela nr.30: Gjetjet kyçe në industrinë e radios.....	67
Tabela nr.31: Struktura e të hyrave të Radios Maqedonase.....	70
Tabela nr.32: Struktura e shpenzimeve të Radios Maqedonase .....	71
Tabela nr.33: Shkalla e rritjes së të hyrave të përgjithshme .....	73
Tabela nr.34: Struktura e të hyrave të radiostacioneve komerciale në nivel shtetëror.....	74
Tabela nr.35: Struktura e shpenzimeve të radiostacioneve komerciale në nivel shtetëror .....	75
Tabela nr.36: Numri mesatar i të punësuarve në marrëdhënie të rregullt pune.....	76
Tabela nr.37: Niveli mesatar javor në vitin 2013.....	78
Tabela nr.38: Karakteristikat demografike të publikut të radiostacioneve në nivel shtetëror.....	80
Tabela nr.39: Të hyrat e përgjithshme të radiostacioneve rajonale .....	82
Tabela nr.40: Struktura e të hyrave të radiostacioneve rajonale.....	83
Tabela nr.41: Struktura e shpenzimeve të radiostacioneve rajonale .....	84

Tabela nr.42: Numri mesatar i të punësuarve në marrëdhënie të rregullt pune.....	84
Tabela nr.43: Niveli mesatar javor në vitin 2013.....	86
Tabela nr.44: Struktura e të hyrave të radiostacioneve lokale.....	88
Tabela nr.45: Struktura e shpenzimeve të radiostacioneve lokale.....	90
Tabela nr.46: Numri mesatar i të punësuarve në marrëdhënie të rregullt pune.....	91

## PËRMBAJTJA E FIGURAVE

Figura nr.1: Rajone radiodifuzive.....	12
Figura nr.2: Lëvizja e të hyrave të përgjithshme të Televizionit Maqedonas në dhjetë vitet e fundit.....	14
Figura nr.3: Lëvizja e të hyrave nga taksa radiodifuzive në Televizionin Maqedonas në dhjetë vitet e fundit.....	16
Figura nr.4: Pjesëmarrja e taksës radiodifuzive në të hyrat e përgjithshme të Televizionit Maqedonas.....	17
Figura nr.5: Lëvizja e të hyrave nga reklama në dhjetë vitet e fundit.....	18
Figura nr.6: Lëvizja e shpenzimeve të përgjithshme të Televizionit Maqedonas në dhjetë vitet e fundit.....	18
Figura nr.7: Rezultati i realizuar nga puna e Televizionit Maqedonas në dhjetë vitet e fundit.....	19
Figura nr.8: Pjesëmarrja në të hyrat e përgjithshme të televizioneve në nivel shtetëror.....	20
Figura nr.9: Lëvizja e të hyrave të përgjithshme në periudhën prej vitit 2004 deri 2013.....	21
Figura nr.10: Struktura e të hyrave të përgjithshme.....	22
Figura nr.11: Lëvizja e shpenzimeve të përgjithshme në periudhën prej vitit 2004 deri 2013.....	25
Figura nr.12: Rezultati financiar i realizuar në vitin 2013.....	25
Figura nr.13: Numri mesatar i të punësuarve në vitin 2013.....	26
Figura nr.14: Pjesëmarrja në të hyrat e përgjithshme nga reklamim në televizionet në nivel shtetëror.....	27
Figura nr.15: Pjesëmarrja në shikueshmërinë e përgjithshme.....	28
Figura nr.16: Pjesëmarrjet në shikueshmërinë e përgjithshme muaj pas muaj.....	29
Figura nr.17: Pjesëmarrja në shikueshmërinë e përgjithshme dhe në të hyrat nga reklama.....	30
Figura nr.18: Pjesëmarrjet në shikueshmërinë e përgjithshme në tre vitet e fundit.....	31
Figura nr.19: Pjesëmarrja në të hyrat e përgjithshme të televizioneve satelitore.....	34
Figura nr.20: Lëvizja e të hyrave të përgjithshme të pesë televizioneve satelitore në gjashtë vitet e fundit.....	35
Figura nr.21: Struktura e të hyrave të përgjithshme të televizioneve satelitore.....	36
Figura nr.22: Pjesëmarrja në të hyrat nga reklamimi të televizioneve satelitore.....	36
Figura nr.23: Rezultati financiar i realizuar nga puna.....	38
Figura nr.24: Të hyrat e përgjithshme të realizuara sipas rajonit radiodifuziv.....	40
Figura nr.25: Të hyrat e përgjithshme të televizioneve në rajonin D1 - Shkup.....	41
Figura nr.26: Të hyrat e përgjithshme të televizioneve në rajonin D1 – Veles, D2, D3, D4, D5, D6, D7 dhe D8.....	42
Figura nr.27: Shpenzimet e përgjithshme sipas rajonit radiodifuziv.....	44
Figura nr.28: Rezultati i realizuar nga puna.....	47
Figura nr.29: Të hyrat e përgjithshme të realizuara kundrejt publikut potencial (numri i popullsisë) sipas zonave.....	50
Figura nr.30: Modelet e pranimit të TV sinjalit.....	55
Figura nr.31: Kanale të huaja që publiku maqedonas i shikon më shpesh.....	57
Figura nr.32: Çfarë pjese të publikut përdor internet nga shtëpia (sipas grupeve të moshave).....	59
Figura nr.33: Sa shpesh e shfrytëzoni shërbimin “video me kërkesë”.....	60

Figura nr.34: Shikimi mesatar ditor i televizionit në dhjetë vitet e fundit (në minuta) .....	61
Figura nr.35: Lëvizja e të hyrave të përgjithshme të Radios Maqedonase në dhjetë vitet e fundit .....	69
Figura nr.36: Lëvizja e shpenzimeve të përgjithshme të Radios Maqedonase në dhjetë vitet e fundit .....	70
Figura nr.37: Rezultati i realizuar nga puna në dhjetë vitet e fundit .....	71
Figura nr.38: Pjesëmarrja në të hyrat e përgjithshme të radiostacioneve në nivel shtetëror .....	72
Figura nr.39: Lëvizja e të hyrave të përgjithshme në periudhën prej vitit 2004 deri 2013 .....	73
Figura nr.40: Lëvizja e shpenzimeve të radiostacioneve në nivel shtetëror në dhjetë vitet e fundit .....	75
Figura nr.41: Rezultati i realizuar nga puna .....	76
Figura nr.42: Pjesëmarrja në të hyrat nga reklama .....	77
Figura nr.43: Të dhëna tremujore për nivelin javor të radiostacioneve në nivel shtetëror .....	78
Figura nr.44: Niveli mesatar vjetor të radiostacioneve në nivel shtetëror në tre vitet e fundit .....	79
Figura nr.45: Pjesëmarrja në të hyrat e përgjithshme të radiostacioneve rajonale .....	81
Figura nr.46: Të hyrat e përgjithshme të radiostacioneve rajonale në shtatë vitet e fundit .....	82
Figura nr.47: Pjesëmarrja në të hyrat nga reklama .....	85
Figura nr.48: Lëvizja e të hyrave të përgjithshme të radiostacioneve lokale në shtatë vitet e fundit .....	87
Figura nr.49: Pjesëmarrja në të hyrat e përgjithshme të radiostacioneve lokale .....	88
Figura nr.50: Lëvizja e shpenzimeve të përgjithshme të radiostacioneve lokale në shtatë vitet e fundit .....	89



Titulli	Analiza e tregut të veprimtarisë radiodifuzive për vitin 2013
Botuesi	Agjencia për shërbime mediatike audio dhe audiovizuale Bul. VMRO nr.3, Shkup Tel. 02/3103-400 www.avmu.mk <a href="mailto:contact@avmu.mk">contact@avmu.mk</a>
Për botuesin	dr. Zoran Trajçevski, u.d. Drejtor
Përgatiti	mr. Magdalena Davidovska-Dovleva
Bashkëpunëtor	Katerina Donevska
Faqe/tabela/figura	96/46/50
Përktheu:	Katerina Donevska