

Рекламу в интернете признали самой непопулярной в Таджикистане

В Таджикистане среди всех источников рекламы самым непопулярным является интернет — на рекламном рынке страны он занимает всего 4%. При этом в республике самый низкий спрос на онлайн-рекламу среди стран Центральной Азии. Об этом, как пишет «Азия-Плюс», было заявлено на форуме MediaWay 2019, который проходит в казахстанской Алма-Ате.

После того как в 2010 году в Таджикистане была запрещена реклама сотовых операторов на местном телевидении, мобильные компании перенесли всю рекламу на наружные баннеры, и до сих пор наружная реклама является самым популярным видом рекламы в республике.

«Реклама на рынке Таджикистана распределена так: 21% занимает реклама на ТВ, 4% - онлайн, 20% - радио, 7% - газеты, 48% - это наружная реклама», - рассказал Шерали Джурабаев, директор представительства Sky Central Asia в Таджикистане.

По словам Джурабаева, медленнее всего в Таджикистане растет Digital-реклама, несмотря на то что во всем мире это наиболее популярный вид рекламы. По итогам 2017 года общий объем таджикского рекламного рынка находился на уровне 2008 года, составив около \$9 млн. Для сравнения, объем рекламного рынка Кыргызстана в прошлом году составлял более \$20 млн, а России - примерно \$6,5 млрд.

Двигателями таджикского рекламного рынка сегодня являются товары народного потребления, мобильные и финансовые услуги. Составленный маркетинговой компанией «Кашфийет Тахлил Машварат» рейтинг ТОП-20 категорий товаров возглавляет бытовая техника, которая вкладывает в рекламу порядка \$1,4 млн. Далее идут услуги связи, финансовые и транспортные услуги.

По мнению Шавката Собирова, представителя ресурса Mediametrics.kz, недавний анализ показал, что в целом в Таджикистане очень низкая востребованность медиаресурсов, тогда как в Узбекистане наблюдается развитие именно онлайн-рынка.

Фирдавс Абдухаликов, председатель правления узбекской Национальной ассоциации электронных СМИ, утверждает, что ситуация в узбекских медиа действительно за последние два года сильно изменилась.

«В 2017 году в Узбекистане были открыты четыре новых телеканала, которые вышли на республиканский уровень. 14 негосударственных телестанций вошли в цифру. Зритель истосковался по новым продуктам, создается много креативного контента. Важно, что аудитория Узбекистана предпочитает «свой» контент», - отметил Абдухаликов.

В настоящее время в Узбекистане функционируют 60 телеканалов. За 27 лет проведены первые рейтинговые исследования, которые показали, что лидерские позиции занимают три негосударственных канала.

Как [отметил](#) Шавкат Собиров, в Казахстане социальная сеть Facebook отнюдь не является очень популярной, как принято об этом думать. «Популярность Facebook в Казахстане — это миф. Facebook занимает не более 3-4% рынка», - сказал эксперт Mediametrics.kz. В целом интернет уступает телевидению в Казахстане. 72% жителей этой республики сегодня смотрят телевидение, один зритель в среднем 179 минут в день. В интернете казахстанский пользователь проводит 153 минуты — это в основном просмотр видео и использование мессенджеров.

<https://fergana.agency/news/107466/?country=tj>