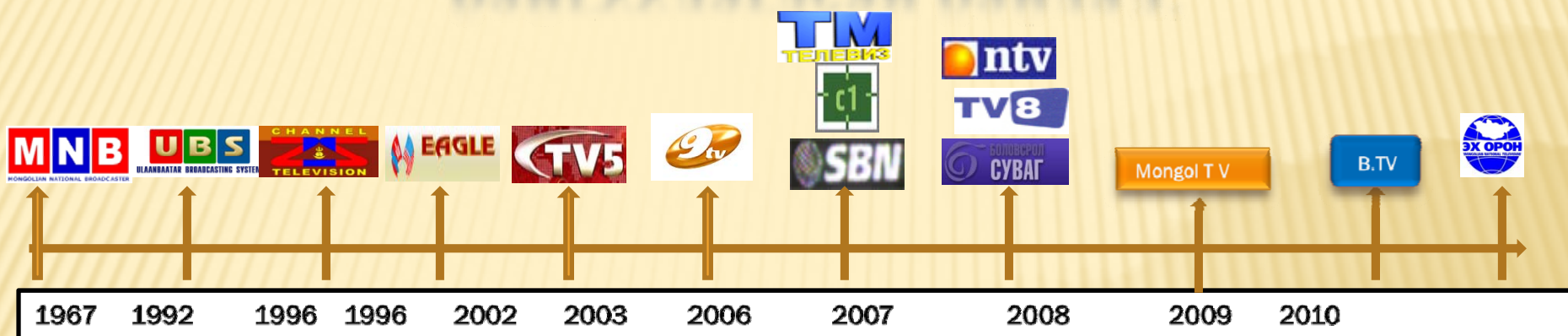


МОНГОЛЫН ТВ РЕКЛАМ ЗАР СУРТАЛЧИЛГААНЫ ЗАХ ЗЭЭЛИЙН ЭРХ ЗҮЙН ЗОХИЦУУЛАЛТЫН ӨНӨӨГИЙН БАЙДАЛ:

ХОЛБОО БАРИХ: contact@maxima.mn
99026676, 98118887

Монголын өргөн нэвтрүүлгийн ТВ сувгууд байгуулагдсан байдал:

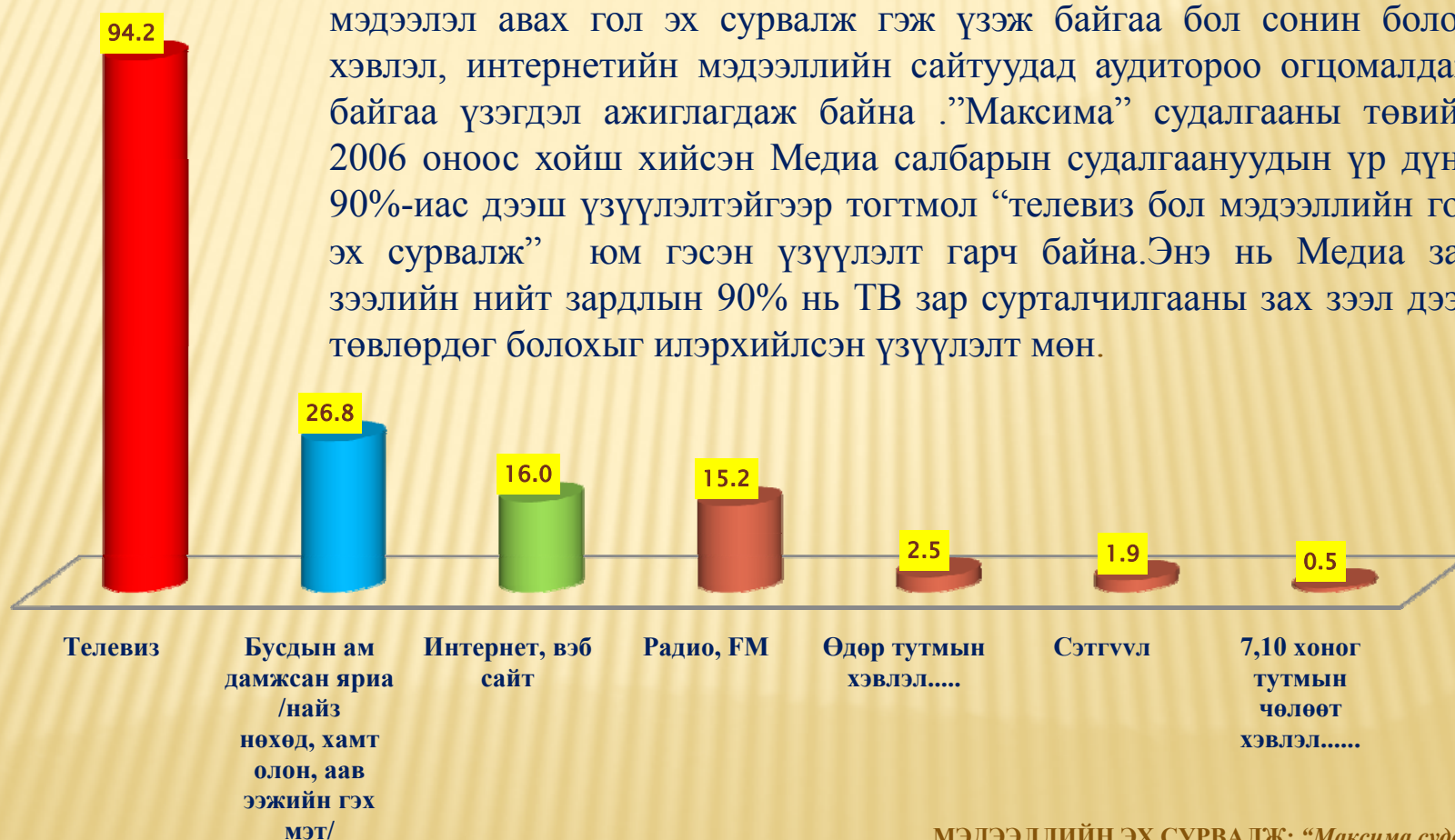


Content categories of TVs:

MNB	public television with multiple type content
UBS	multiple type content
MN25	multiple type content
EBS	News, news information, Christianity
TV5	multiple type content
TV8	multiple type content
C1	multiple type content
SBN	multiple type content
NTV	multiple type content
TV8	multiple type content
TM	multiple type content
Education channel TV	Education and science
Mongol TV	multiple type content
B.TV	multiple type content
Ekh Oron TV	multiple type content

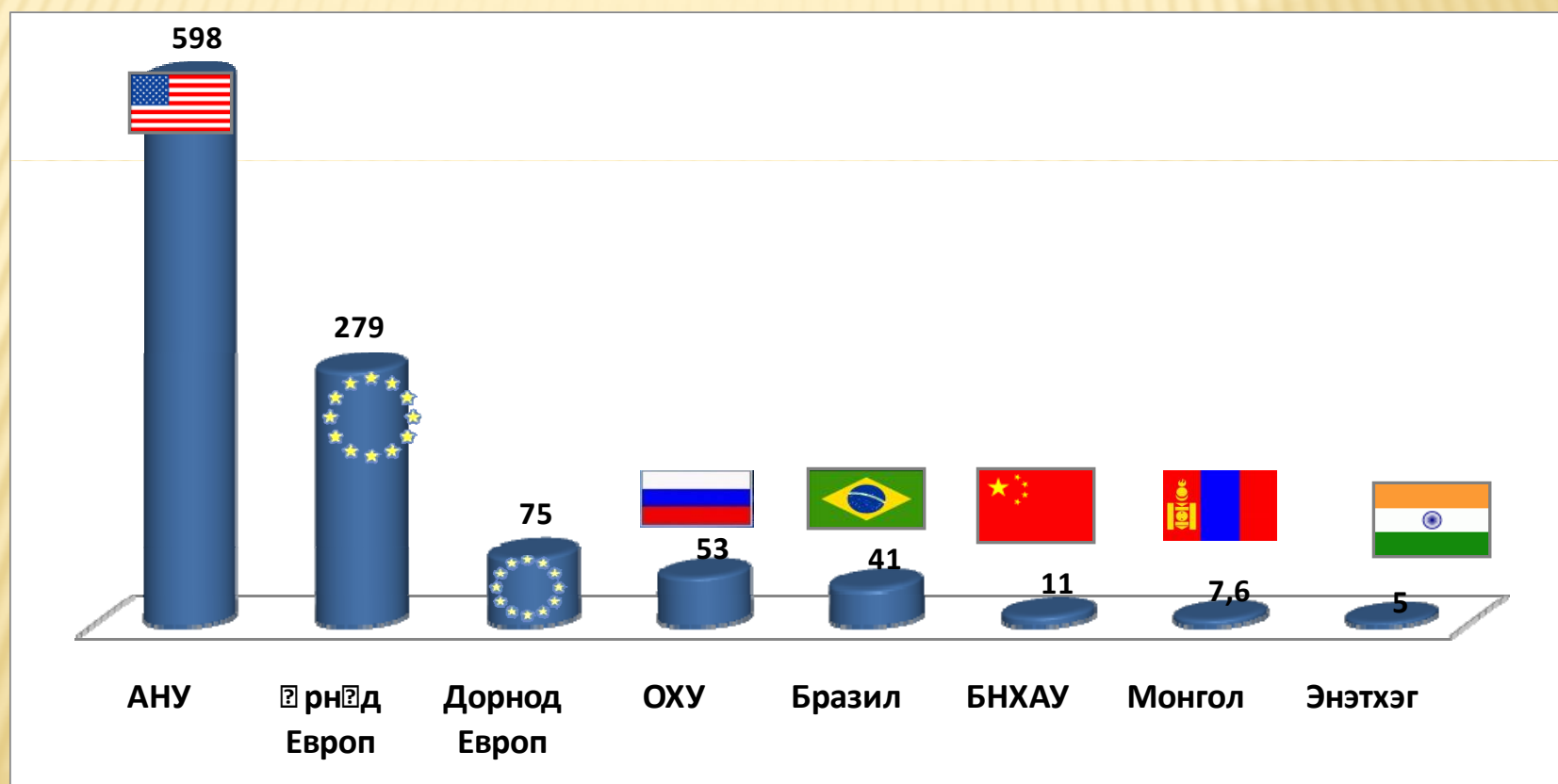
Монголын ОНМХ-ийн “мэдээллийн эх сурвалж” байх үзүүлэлт

“Максима”-судалгааны төвөөс 2010 оны 1-2-р сард 10 аймаг, 30 сум, суурин, Улаанбаатар хотын 6 дүүргийг хамарсан үндэсний хэмжээнд хийсэн санал асуулгаар респондентын 94% нь телевизийг мэдээлэл авах гол эх сурвалж гэж үзэж байгаа бол сонин болон хэвлэл, интернетийн мэдээллийн сайтуудад аудиторoo огцомалдаж байгаа үзэгдэл ажиглагдаж байна.”Максима” судалгааны төвийн 2006 оноос хойш хийсэн Медиа салбарын судалгаануудын үр дүнд 90%-иас дээш үзүүлэлтэйгээр тогтмол “телевиз бол мэдээллийн гол эх сурвалж” юм гэсэн үзүүлэлт гарч байна.Энэ нь Медиа зах зээлийн нийт зардлын 90% нь ТВ зар сурталчилгааны зах зээл дээр төвлөрдөг болохыг илэрхийлсэн үзүүлэлт мөн.



МЭДЭЭЛЛИЙН ЭХ СУРВАЛЖ: “Максима судалгаа”

Нэг хүнд ногдох тв-ийн реклам зар сурталчилгааны зардлыг дэлхийн бусад оронтой харьцуулсан үзүүлэлт: /АМ ДОЛЛАРААР/



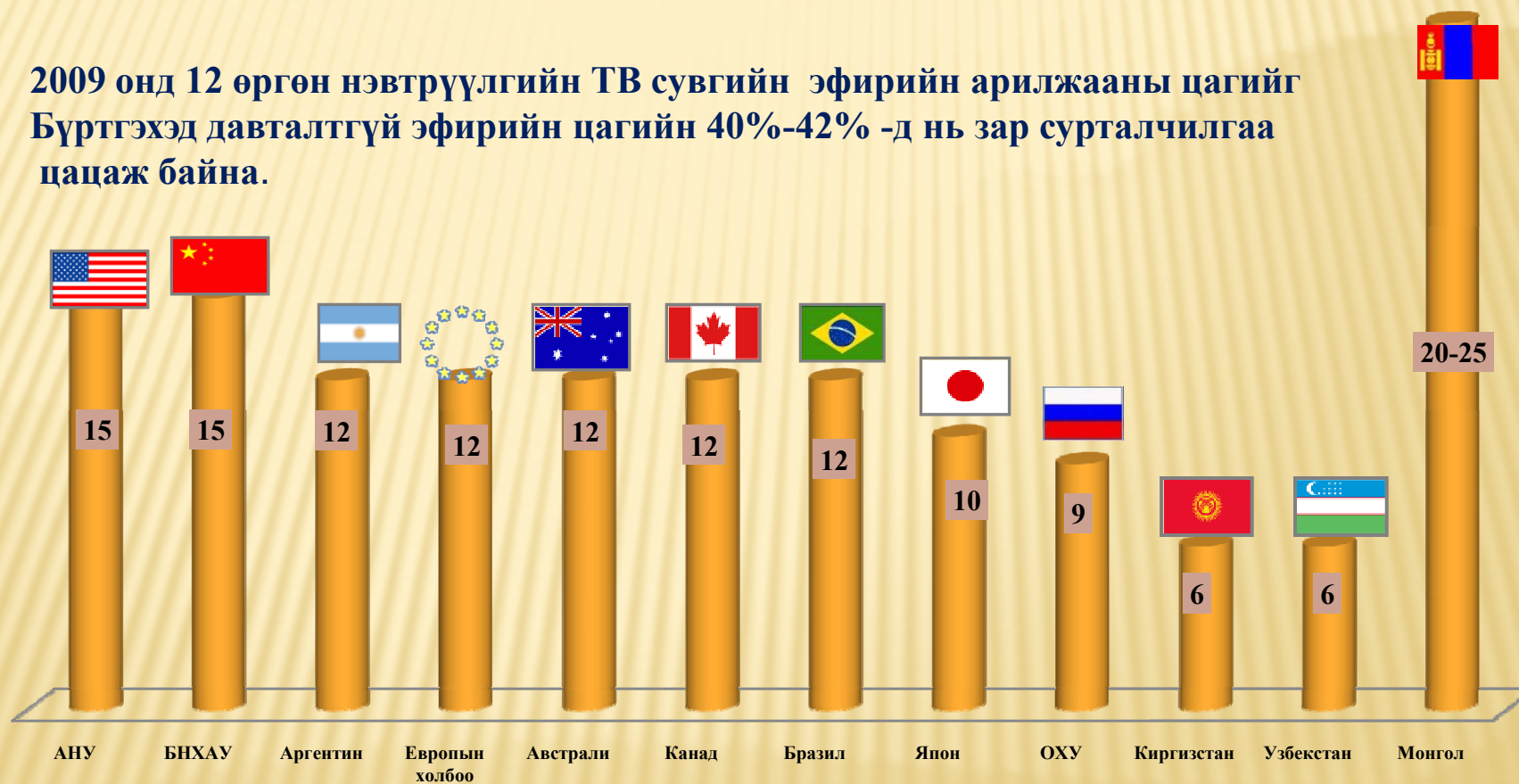
Монголын болон дэлхийн реклам зар сурталчилгааны зардлын үзүүлэлт:

“Максима Мониторинг”-ийн мэдээлэл гаргадаг ТВ сувгуудын 2008 онтой харьцуулахад 2009 оны реклам зар сурталчилгааны зардал 20%-иар буурсан үзүүлэлт гарлаа

Эрэмбэ	Улс орнууд	реклам зар сурталчилгааны зардал
		млрд:\$ /2007 он/
1	АНУ	179,3
2	Япон	39,0
3	Их Британи	23,0
4	Герман	22,0
5	БНХАУ	14,7
6	Франц	13,5
7	Итали	11,3
8	Испани	9,5
9	БНСУ	9,1
10	Австрали	8,4
11	Канад	8,2
12	Бразил	7,8
13	ОХУ	7,6
14	Энэтхэг	5,3
15	Нидерланд	5,0
...	Монгол	ТВ реклам зар сурталчилгааны зардал 2009 онд 16,7 сая ам доллар, 2008 оны эхний 10 сарын байдлаар 20,6 сая ам доллар байна

Дэлхийн зарим улс орнуудын ТВ эфирийн нэг цагт оногдох зар сурталчилгааны хэмжээ: минутаар

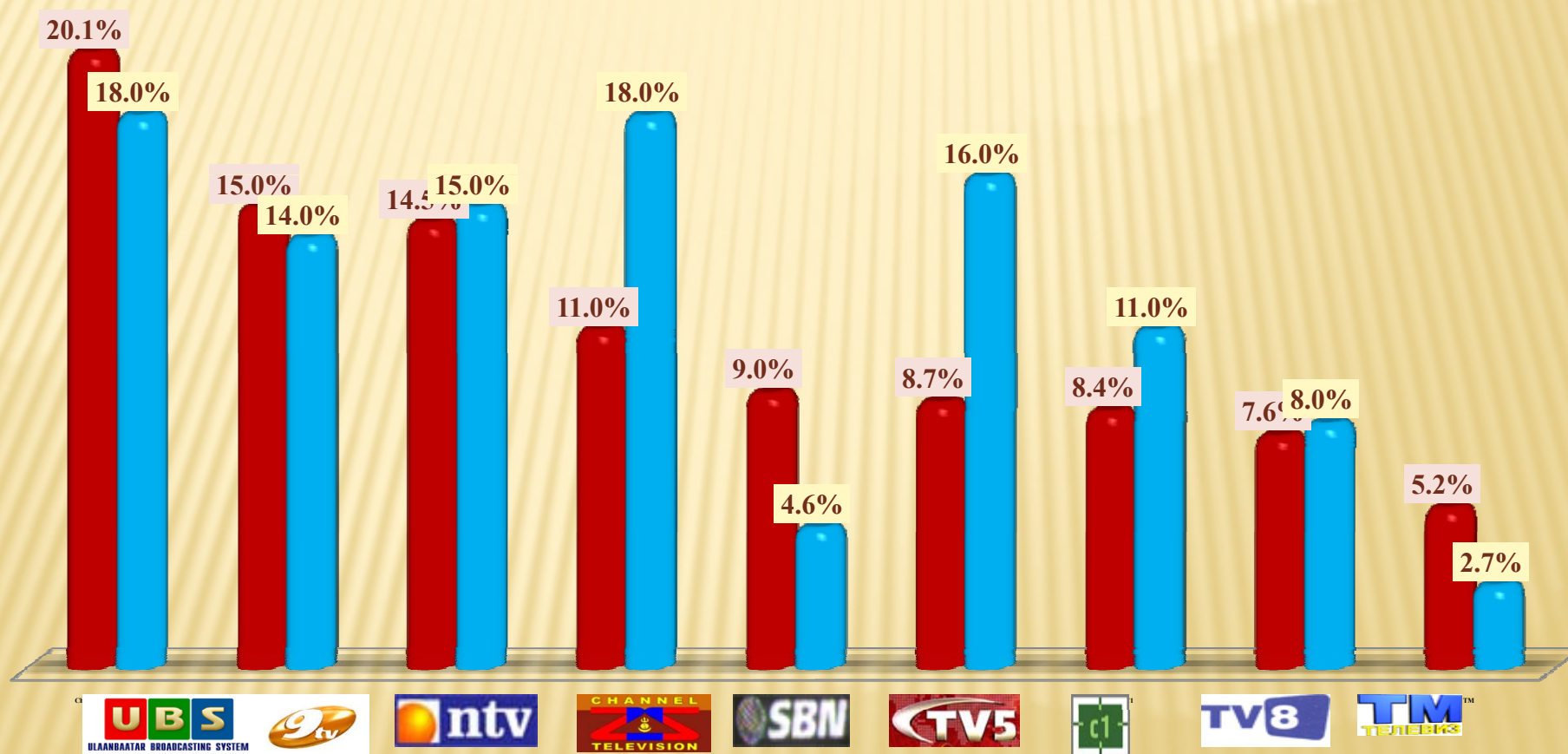
2009 онд 12 өргөн нэвтрүүлгийн ТВ сувгийн эфирийн арилжааны цагийг Бүртгэхэд давталтгүй эфирийн цагийн 40%-42% -д нь зар сурталчилгаа цацаж байна.



Дэлхийн бусад улс орнуудад реклам зар сурталчилгааны тухай хуулиар ТВ эфирийн нэг цагт ноогдох зар сурталчилгааны цагийн хязгаарлалтыг зааж өгдөг бол Монгол улсад ийм зохицуулалт байхгүй байна. “Максима” мониторингийн ТВ мониторингийн 2009 оны мэдээлэлд үндэслэн Монголын үзүүлэлтийг тогтоов.

ТВ зар сурталчилгааны зах зээл дээр ТВ сувгуудын борлуулалтын 2008-2009 оны зэрэгцүүлсэн үзүүлэлт: арилжааны цагаар

Эхний багана 2009 он, 2 дахь багана 2008 оны үзүүлэлтийг заана



МЭДЭЭЛИЙН ЭХ СУРВАЛЖ: “Максима мониторинг”

Монголын ТВ зар сурталчилгааны зах зээл дээрх Топ-20 бүтээгдэхүүн үйлчилгээ: 2008-2009 он

№	категори	2009	2008	зөрүү
1	Communications	24.4%	14.0%	10.4%
2	Shops and markets	11.1%	10.1%	1.0%
3	Hygiene	8.8%	3.1%	5.7%
4	Drink	8.7%	1.0%	7.7%
5	Show	8.2%	6.1%	2.1%
6	Home electronics	7.6%	7.7%	-0.1%
7	Food	7.0%	4.1%	2.9%
8	Medicine	4.5%	1.8%	2.7%
9	Movie	4.3%	4.0%	0.3%
10	Finance	2.9%	6.1%	-3.2%
11	Construction	2.5%		
12	Cosmetics	2.5%	0.6%	1.9%
13	Auto,	2.3%	0.6%	1.7%
14	Home hygiene clean	1.6%	14.3%	-12.7%
15	Education	1.2%	0.7%	0.5%
16	Social	1.1%	0.4%	0.7%
17	Perfume	0.5%	2.4%	-1.9%
18	Furniture	0.4%	0.4%	0.0%
19	Insurance	0.4%	0.2%	0.2%
20	Buildings materials	0.1%		
21	Cashmere		0.8%	
Total of Top-20 categories		79.1%	78.0%	
Other categories		21.9%	22.0%	

Монголын ТВ зар сурталчилгааны зах зээл дээрх Топ-35 бүтээгдэхүүн , үйлчилгээ(сек): 2010 оны 1-3-р улирал

#	Category	C1	Eagle	MN25	NTV	SBN	TM	TV5	TV8	TV9	UBS	Sum2010
1	Comm	1981,73	390,42	1797,53	2218,97	3624,47	2040,62	667,98	2440,82	1822,43	3284,48	20269,45
2	Hyg	509,08	120,98	1198,38	1410,80	449,17	74,20	534,15	62,80	1381,30	1653,73	7394,60
3	Food	559,63	412,25	700,68	730,30	555,03	631,40	753,17	873,73	964,25	489,78	6670,23
4	Drink	511,32	10,25	660,85	569,47	548,37	602,05	528,45	384,87	928,95	1234,00	5978,57
5	Other	743,93	0,00	395,13	310,52	152,02	201,58	360,52	448,63	448,58	407,63	3468,55
6	Hhclean	217,67	51,00	557,78	478,52	198,32	92,52	95,57	10,10	662,23	617,95	2981,65
7	Electronics	338,32	72,82	407,87	431,67	237,77	166,58	224,83	246,75	317,12	424,03	2867,75
8	Cosmetics	337,48	195,58	456,73	326,95	371,27	218,50	67,27	85,68	386,62	351,40	2797,48
9	Retails	191,37	195,47	236,03	267,55	349,43	71,37	295,98	312,43	447,62	392,60	2759,85
10	Farma	29,10	184,92	305,23	199,83	34,28	0,00	341,65	264,62	614,43	624,92	2598,98
11	Shop	165,52	0,00	239,18	199,83	249,70	162,18	295,90	251,77	478,33	416,33	2458,75
12	Afisha	234,12	21,03	261,62	343,07	92,87	45,70	275,70	93,53	274,40	379,35	2021,38
13	Movie	293,68	0,00	205,25	335,60	302,10	9,25	69,22	291,78	224,35	120,43	1851,67
14	Fin	78,10	178,23	258,72	157,33	24,53	89,57	285,02	84,72	282,22	369,62	1808,05
15	Hhdur	181,63	0,00	438,55	218,98	105,78	56,22	149,05	91,33	207,67	192,38	1641,60
16	HoReCa	51,57	20,87	140,75	171,45	68,10	6,25	62,77	313,85	657,63	61,30	1554,53
17	Edu	169,02	86,95	82,78	116,32	27,98	148,53	116,17	379,97	25,95	360,85	1514,52
18	Service	263,95	6,12	209,05	117,20	21,93	4,83	184,28	160,93	104,08	302,62	1375,00
19	Alcohol	352,33	0,00	194,65	214,57	98,52	20,82	8,85	75,82	158,43	188,80	1312,78
20	Const	92,52	7,25	63,98	211,18	75,10	120,07	135,97	89,75	216,70	241,80	1254,32
21	Auto	36,48	51,57	173,33	346,18	10,17	8,52	237,45	63,15	146,92	125,33	1199,10
22	Med	25,23	12,92	133,08	34,42	23,73	2,77	320,12	76,78	208,02	212,57	1049,63
23	Media	115,22	2,17	75,73	151,08	215,00	0,42	15,57	45,02	223,52	26,40	870,12
24	Company	209,05	42,05	248,68	100,83	45,55	0,00	35,27	56,83	113,30	18,17	869,73
25	Fashion	37,83	70,00	72,58	64,57	17,93	19,70	28,58	142,27	129,17	75,10	657,73
26	Furn	43,73	10,85	58,32	237,42	48,50	13,33	87,20	40,65	48,83	51,57	640,40
27	Cashmere	106,58	8,00	16,93	109,90	1,67	0,00	7,00	3,67	55,80	190,67	500,22
28	Petrol	96,98	42,50	14,67	134,92	87,02	0,50	0,43	78,23	40,93	0,40	496,58
29	Parfume	94,83	0,00	0,00	103,08	24,80	0,00	106,47	4,00	74,50	62,17	469,85
30	Insurance	25,53	15,68	33,33	119,68	0,00	10,27	8,60	33,23	19,63	30,50	296,47
31	Aero	37,20	0,00	0,42	19,77	102,42	0,00	7,07	15,33	7,93	0,00	190,13
32	Medicine	0,00	38,33	6,80	7,80	3,33	0,00	16,12	3,05	17,55	10,17	103,15
33	Mining	2,17	3,33	1,67	1,67	2,17	4,33	4,97	0,00	0,83	0,00	21,13
34	Transportation	0,00	6,30	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4,12	0,00	0,67	11,08
35	Air	1,33	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,33

МЭДЭЭЛЛИЙН ЭХ СУРВАЛЖ: “Максима мониторинг”

Монголын ТВ зар сурталчилгааны зах зээл дээрх Топ-35 бүтээгдэхүүн , үйлчилгээ(үнэлгээ): 2010 оны 1-3-р улирал

#	Category	C1	Eagle	MN25	NTV	SBN	TM	TV5	TV8	TV9	UBS	Sum2010
1	Comm	\$214 027,20	\$42 165,00	\$194 133,60	\$239 648,40	\$391 442,40	\$220 386,60	\$72 142,20	\$263 608,20	\$196 822,80	\$354 724,20	\$2 189 100,60
2	Hyg	\$54 981,00	\$13 066,20	\$129 425,40	\$152 366,40	\$48 510,00	\$8 013,60	\$57 688,20	\$6 782,40	\$149 180,40	\$178 603,20	\$798 616,80
3	Food	\$60 440,40	\$44 523,00	\$75 673,80	\$78 872,40	\$59 943,60	\$68 191,20	\$81 342,00	\$94 363,20	\$104 139,00	\$52 896,60	\$720 385,20
4	Drink	\$55 222,20	\$1 107,00	\$71 371,80	\$61 502,40	\$59 223,60	\$65 021,40	\$57 072,60	\$41 565,60	\$100 326,60	\$133 272,00	\$645 685,20
5	Other	\$80 344,80	\$0,00	\$42 674,40	\$33 535,80	\$16 417,80	\$21 771,00	\$38 935,80	\$48 452,40	\$48 447,00	\$44 024,40	\$374 603,40
6	hclean	\$23 508,00	\$5 508,00	\$60 240,60	\$51 679,80	\$21 418,20	\$9 991,80	\$10 321,20	\$1 090,80	\$71 521,20	\$66 738,60	\$322 018,20
7	Electronics	\$36 538,20	\$7 864,20	\$44 049,60	\$46 620,00	\$25 678,80	\$17 991,00	\$24 282,00	\$26 649,00	\$34 248,60	\$45 795,60	\$309 717,00
8	Cosmetics	\$36 448,20	\$21 123,00	\$49 327,20	\$35 310,60	\$40 096,80	\$23 598,00	\$7 264,80	\$9 253,80	\$41 754,60	\$37 951,20	\$302 128,20
9	Retails	\$20 667,60	\$21 110,40	\$25 491,60	\$28 895,40	\$37 738,80	\$7 707,60	\$31 966,20	\$33 742,80	\$48 342,60	\$42 400,80	\$298 063,80
10	Farma	\$3 142,80	\$19 971,00	\$32 965,20	\$21 582,00	\$3 702,60	\$0,00	\$36 898,20	\$28 578,60	\$66 358,80	\$67 491,00	\$280 690,20
11	Shop	\$17 875,80	\$0,00	\$25 831,80	\$21 582,00	\$26 967,60	\$17 515,80	\$31 957,20	\$27 190,80	\$51 660,00	\$44 964,00	\$265 545,00
12	Alfsha	\$25 284,60	\$2 271,60	\$28 254,60	\$37 051,20	\$10 029,60	\$4 935,60	\$29 775,60	\$10 101,60	\$29 635,20	\$40 969,80	\$218 309,40
13	Movie	\$31 717,80	\$0,00	\$22 167,00	\$36 244,80	\$32 626,80	\$999,00	\$7 475,40	\$31 512,60	\$24 229,80	\$13 006,80	\$199 980,00
14	Fin	\$8 434,80	\$19 249,20	\$27 941,40	\$16 992,00	\$2 649,60	\$9 673,20	\$30 781,80	\$9 149,40	\$30 479,40	\$39 918,60	\$195 269,40
15	Hhdur	\$19 616,40	\$0,00	\$47 363,40	\$23 650,20	\$11 424,60	\$6 071,40	\$16 097,40	\$9 864,00	\$22 428,00	\$20 777,40	\$177 292,80
16	HoReCa	\$5 569,20	\$2 253,60	\$15 201,00	\$18 516,60	\$7 354,80	\$675,00	\$6 778,80	\$33 895,80	\$71 024,40	\$6 620,40	\$167 889,60
17	Edu	\$18 253,80	\$9 390,60	\$8 940,60	\$12 562,20	\$3 022,20	\$16 041,60	\$12 546,00	\$41 036,40	\$2 802,60	\$38 971,80	\$163 567,80
18	Service	\$28 506,60	\$660,60	\$22 577,40	\$12 657,60	\$2 368,80	\$522,00	\$19 902,60	\$17 380,80	\$11 241,00	\$32 682,60	\$148 500,00
19	Alcohol	\$38 052,00	\$0,00	\$21 022,20	\$23 173,20	\$10 639,80	\$2 248,20	\$955,80	\$8 188,20	\$17 110,80	\$20 390,40	\$141 780,60
20	Const	\$9 991,80	\$783,00	\$6 910,20	\$22 807,80	\$8 110,80	\$12 967,20	\$14 684,40	\$9 693,00	\$23 403,60	\$26 114,40	\$135 466,20
21	Auto	\$3 940,20	\$5 569,20	\$18 720,00	\$37 387,80	\$1 098,00	\$919,80	\$25 644,60	\$6 820,20	\$15 867,00	\$13 536,00	\$129 502,80
22	Med	\$2 725,20	\$1 395,00	\$14 373,00	\$3 717,00	\$2 563,20	\$298,80	\$34 572,60	\$8 292,60	\$22 465,80	\$22 957,20	\$113 360,40
23	Media	\$12 443,40	\$234,00	\$8 179,20	\$16 317,00	\$23 220,00	\$45,00	\$1 681,20	\$4 861,80	\$24 139,80	\$2 851,20	\$93 972,60
24	Company	\$22 577,40	\$4 541,40	\$26 857,80	\$10 890,00	\$4 919,40	\$0,00	\$3 808,80	\$6 138,00	\$12 236,40	\$1 962,00	\$93 931,20
25	Fashion	\$4 086,00	\$7 560,00	\$7 839,00	\$6 973,20	\$1 936,80	\$2 127,60	\$3 087,00	\$15 364,80	\$13 950,00	\$8 110,80	\$71 035,20
26	Furn	\$4 723,20	\$1 171,80	\$6 298,20	\$25 641,00	\$5 238,00	\$1 440,00	\$9 417,60	\$4 390,20	\$5 274,00	\$5 569,20	\$69 163,20
27	Cashmere	\$11 511,00	\$864,00	\$1 828,80	\$11 869,20	\$180,00	\$0,00	\$756,00	\$396,00	\$6 026,40	\$20 592,00	\$54 023,40
28	Petrol	\$10 474,20	\$4 590,00	\$1 584,00	\$14 571,00	\$9 397,80	\$54,00	\$46,80	\$8 449,20	\$4 420,80	\$43,20	\$53 631,00
29	Parfume	\$10 242,00	\$0,00	\$0,00	\$11 133,00	\$2 678,40	\$0,00	\$11 498,40	\$432,00	\$8 046,00	\$6 714,00	\$50 743,80
30	Insurance	\$2 757,60	\$1 693,80	\$3 600,00	\$12 925,80	\$0,00	\$1 108,80	\$928,80	\$3 589,20	\$2 120,40	\$3 294,00	\$32 018,40
31	Aero	\$4 017,60	\$0,00	\$45,00	\$2 134,80	\$11 061,00	\$0,00	\$763,20	\$1 656,00	\$856,80	\$0,00	\$20 534,40
32	Medicine	\$0,00	\$4 140,00	\$734,40	\$842,40	\$360,00	\$0,00	\$1 740,60	\$329,40	\$1 895,40	\$1 098,00	\$11 140,20
33	Mining	\$234,00	\$360,00	\$180,00	\$180,00	\$234,00	\$468,00	\$536,40	\$0,00	\$90,00	\$0,00	\$2 282,40
34	Transportation	\$0,00	\$680,40	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$444,60	\$0,00	\$72,00	\$1 197,00
35	Air	\$144,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$144,00

МЭДЭЭЛЛИЙН ЭХ СУРВАЛЖ: “Максима мониторинг”

Монголын ТВ зар сурталчилгааны зах зээлийн багтаамж

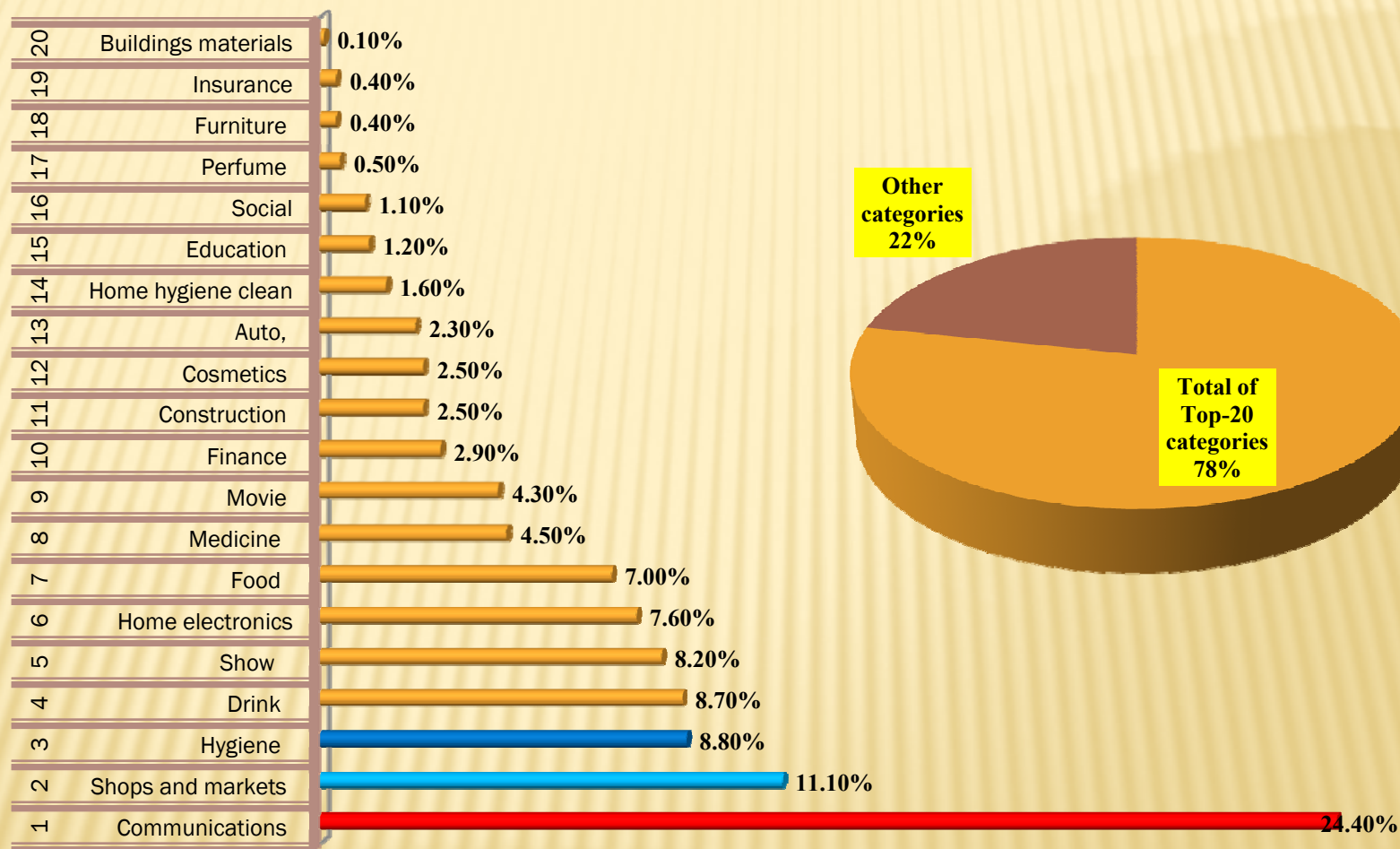
minutes

№	Channel/period	Jul-Dec 2008	Jan-Jun 2009	Jul-Dec 2009	Jan-Jun 2010
1	C1	6256,35	6560,95	7100,60	8134,50
2	Eagle	540,12	1221,52	122,53	2261,05
3	MN25	10146,15	8898,75	9318,52	9646,32
4	NTV	10207,58	10315,42	16452,12	10461,42
5	SBN	4354,38	8418,78	6834,97	8178,48
6	TM	1905,28	3694,13	4618,35	4822,07
7	TV5	11260,53	6983,05	8231,50	6342,67
8	TV8	4339,32	5660,08	7049,65	7530,22
9	TV9	10844,42	11792,12	14306,45	11678,53
10	UBS	14303,72	15632,52	15858,50	12931,72

budgets

№	Channel/period	Jul-Dec 2008	Jan-Jun 2009	Jul-Dec 2009	Jan-Jun 2010
1	C1	\$675 685,80	\$708 583,60	\$766 864,80	\$878 526,00
2	Eagle	\$58 332,60	\$131 923,80	\$13 233,60	\$244 193,40
3	MN25	\$1 095 784,20	\$961 065,00	\$1 006 399,80	\$1 041 802,20
4	NTV	\$1 102 419,00	\$1 114 065,00	\$1 776 828,60	\$1 129 833,00
5	SBN	\$470 273,40	\$909 228,60	\$738 176,40	\$883 276,20
6	TM	\$205 770,60	\$398 966,40	\$498 781,80	\$520 783,20
7	TV5	\$1 216 137,60	\$754 169,40	\$889 002,00	\$685 008,00
8	TV8	\$468 646,20	\$611 289,00	\$761 362,20	\$813 263,40
9	TV9	\$1 171 197,00	\$1 273 548,60	\$1 545 096,60	\$1 261 281,60
10	UBS	\$1 544 801,40	\$1 688 311,80	\$1 712 718,00	\$1 396 625,40

Монголын ТВ зар сурталчилгааны зах зээл дээрх Топ-20 бүтээгдэхүүн үйлчилгээ: 2009 он

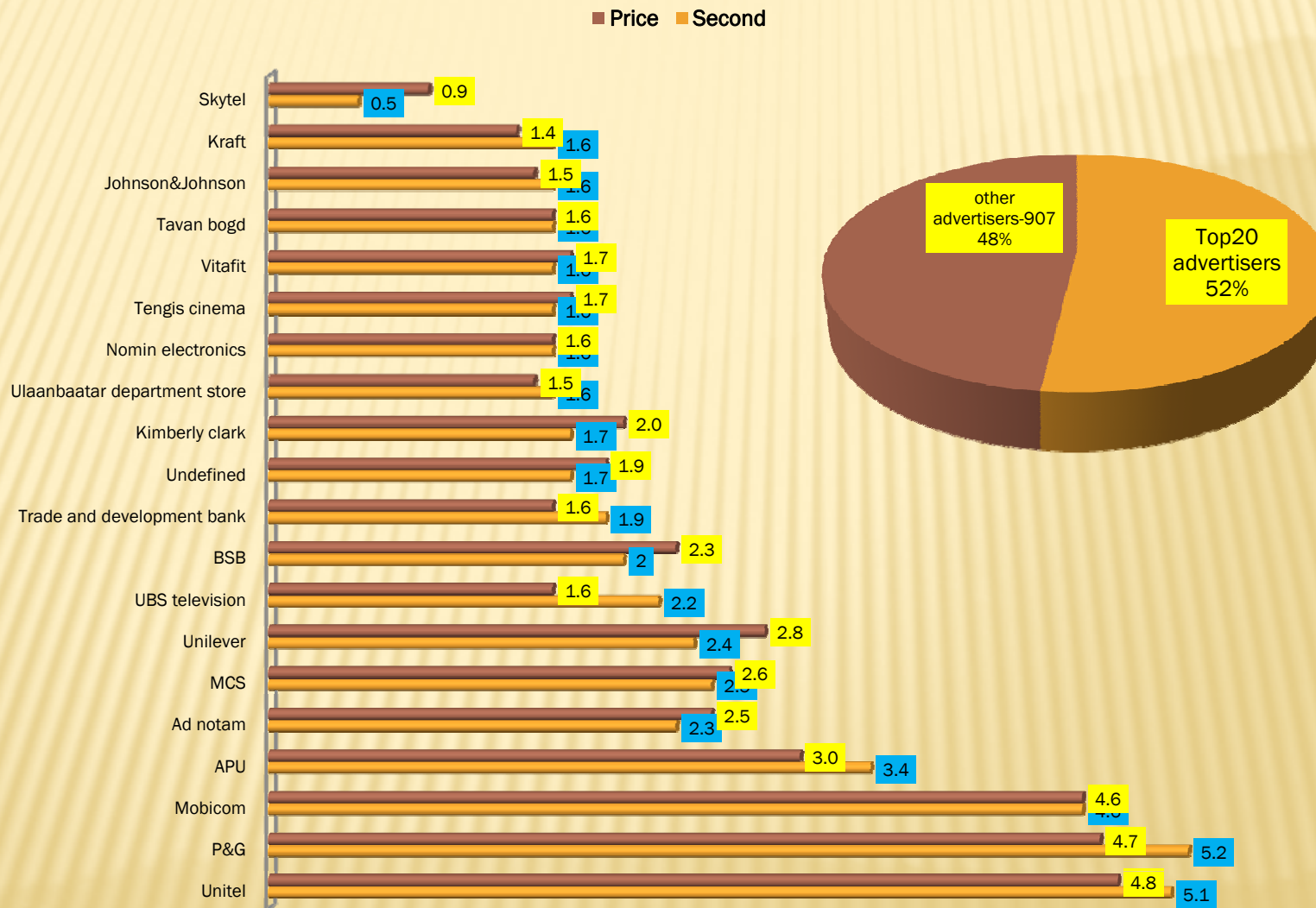


Монголын ТВ зар сурталчилгааны зах зээл дээрх ТОП-20 brand: 2010 оны эхний 10 сар



МЭДЭЭЛЛИЙН ЭХ СУРВАЛЖ: “Максима мониторинг”

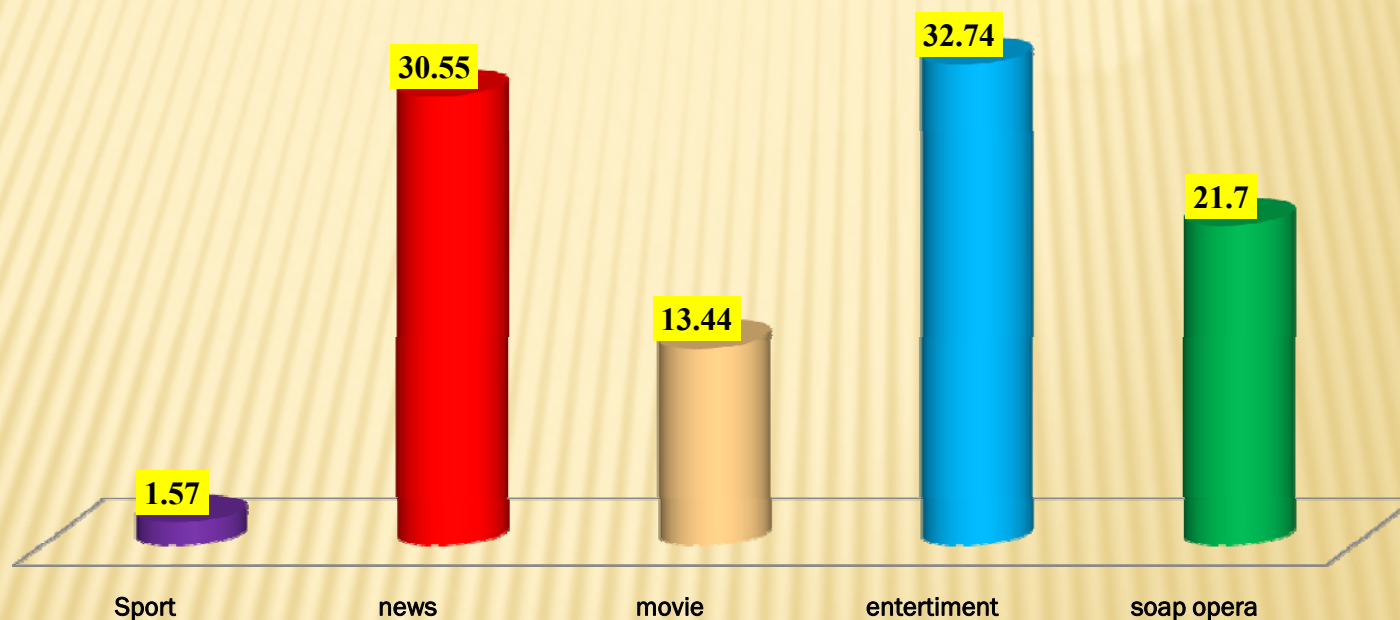
Монголын ТВ зар сурталчилгааны зах зээл дээрх ТОП-20 advertisers: 2010 оны эхний 10 сар



Монголын ТВ зар сурталчилгааны зах зээл дээрх ТОП-20 Advertisers /реклам цацуулагчид/: 2009 он

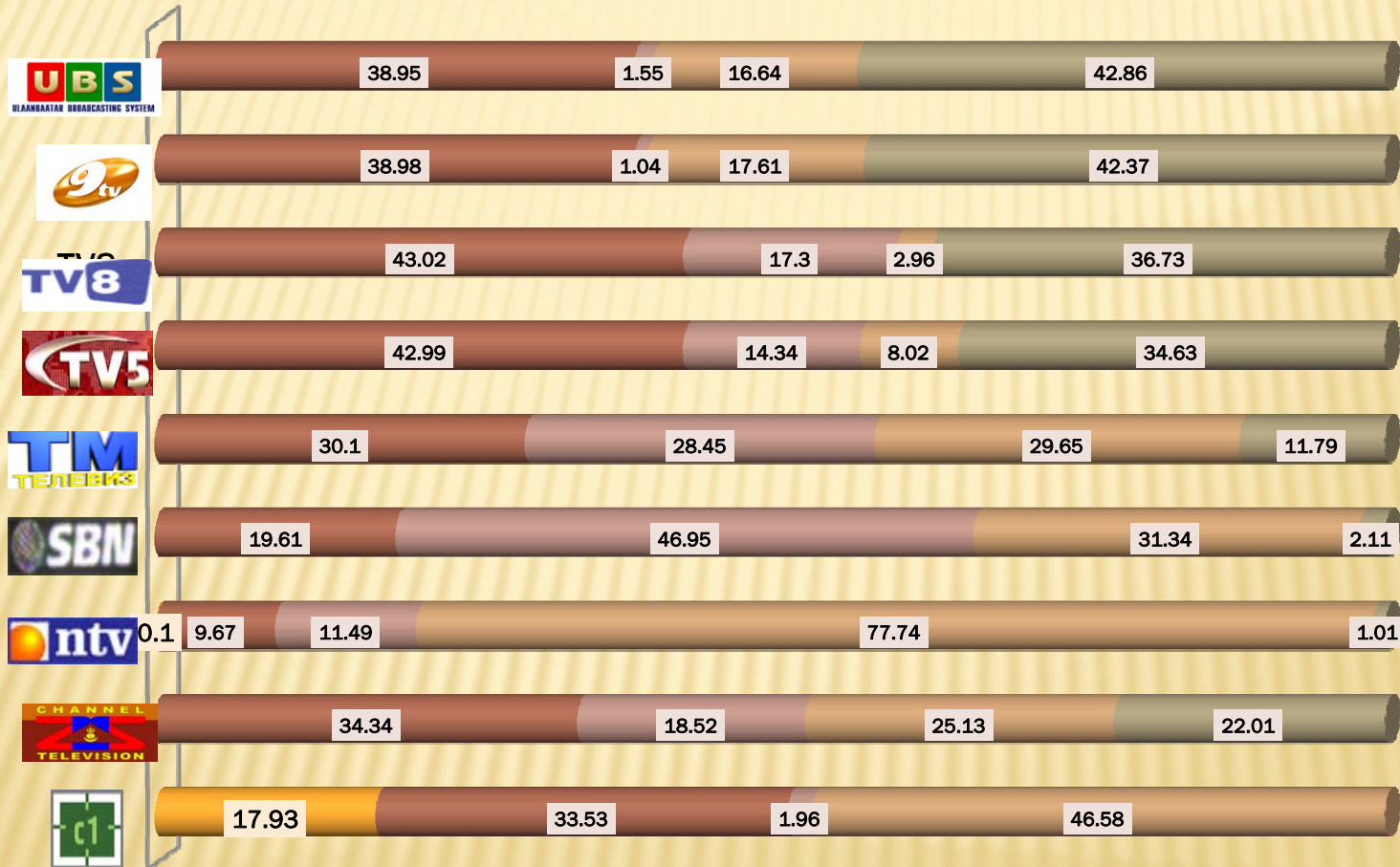
№	Advertiser	Category	Percentage
1	P&G	food,hyg,hhclean,	4,13%
2	MOBICOM	comm,other,	3,98%
3	SKYTEL	comm,other,show,	3,46%
4	UNITEL	comm,other,	7,92%
5	MCS	other,drink,edu,show,	1,45%
6	MONOS	other,hyg,med,hhclean,cosmetics,	1,16%
7	NOMIN ELECTRONICS	shop,hhdur,	1,18%
8	NOMIN	other,shop,food,hhdur,	0,99%
9	NARAN	parfume,other,shop,food,hyg, other,hhclean,hhdur,	0,82%
10	BSB	other,comm,shop,edu,food,hhdur,furn,	1,03%
11	UNILEVER	drink,hyg,hhclean,	1,59%
12	NOYON ZUUCH	comm,	0,78%
13	WRIGLEY	food,hyg,	1,22%
14	GOYO	Shop,other	0,71%
15	APU	other,drink,food,	1,19%
16	MCS ELECTRONICS	hhdur,	1,30%
17	HENKEL	shop,hyg,hhclean,	1,14%
18	KRKA	med, other,	0,71%
19	GLAXO SMITH KLINE	other,hyg,med,	0,70%
20	MR CHICKEN	food,	0,61%
Other advertisers			63%
Total TOP-20			36.06%
ALL Advertisers			100%

ТВ зар сурталчилгаа хэрхэн байрлаж байна вэ? 2010 оны 1-3-р улирал



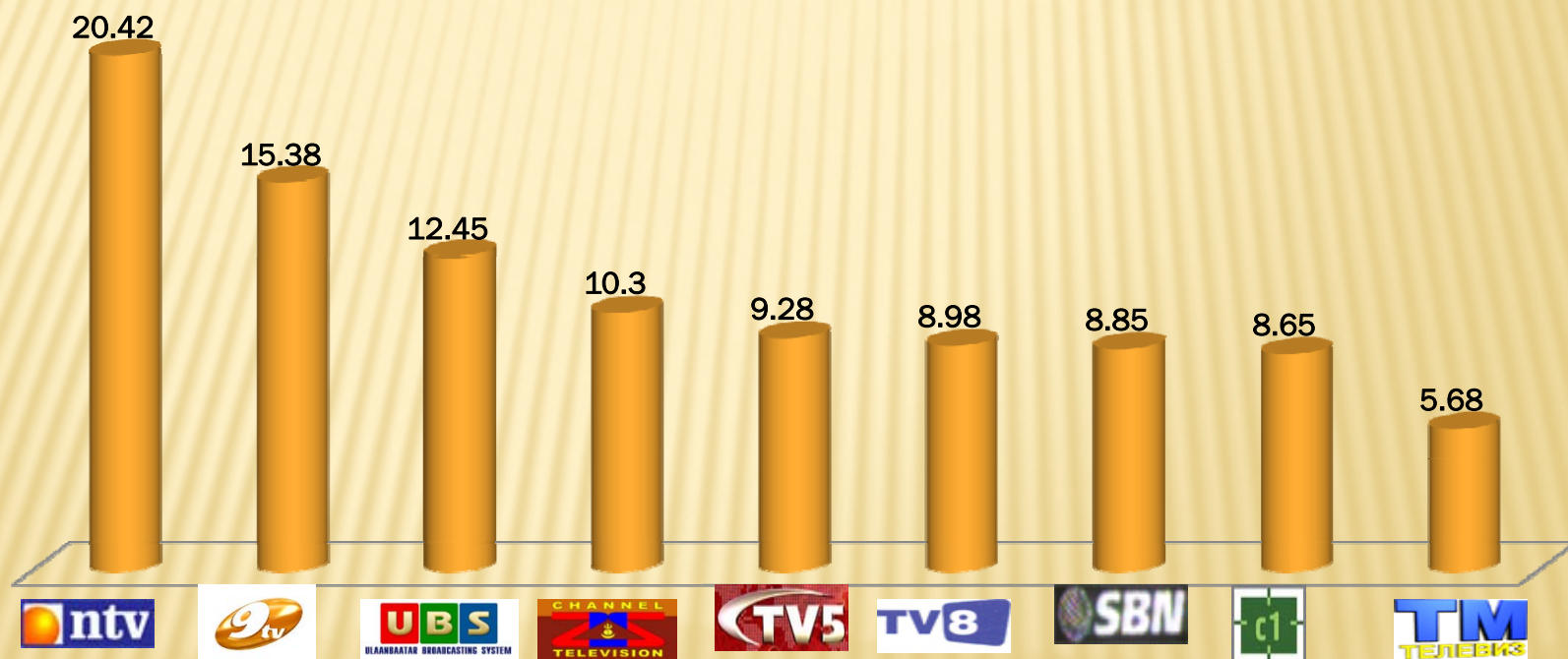
Телевизүүдийн зар сурталчилгааны байршил: 2010 оны 1-3-р улирал

■ Sport
 ■ news
 ■ movie
 ■ entertainment
 ■ soap opera



ТВ зар сурталчилгааны зах зээл дээр ТВ сувгуудын борлуулалтын 2010 оны 1-р улиралын үзүүлэлт:

/арилжааны цагаар/



ТВ-ийн сувгуудын хөтөлбөрийн харьцаа: 2010 оны 1-р улиралын үзүүлэлт



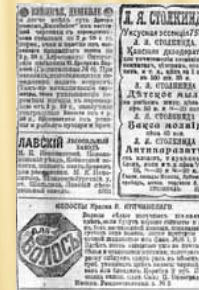
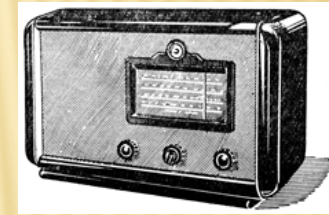
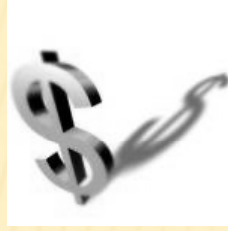
МЭДЭЭЛЛИЙН ЭХ СУРВАЛЖ: "Максима мониторинг"

ТВ-ийн суваг тус бүрийн хөтөлбөрийн харьцаа: 2010 оны 1-3-р улиралын үзүүлэлт

ТВ суваг	Мэдээ	Спорт мэдээ	Нийгэм, улс төрийн хөтөлбөр	Хүүхдийн хөтөлбөр	Хүүхэлдэйн кино	Олон ангит кино	Уран сайхны кино	Нийгэм улс төрийн хөтөлбөрөөс бусад нэвтрүүлэг	Бизнес мэдээ!!!
 MNB HONGOLIAN NATIONAL BROADCASTER	19.6	2.6	3.8	9.0	3.2	0.0	10.3	51.5	0.0
 CHANNEL TELEVISION	13.8	3.7	5.2	0.0	4.6	11.0	18.4	37.7	5.5
 9tv	25.7	3.9	7.6	11.6	0.0	24.4	0.0	16.7	10.3
 TM TELEVISION	18.3	2.2	2.9	0.0	5.4	8.6	21.6	21.6	19.4
 C1	16.1	8.0	1.3	4.4	0.0	0.0	10.2	43.9	16.1
 ntv	14	3	1.7	2	6		18	55	2
 SBN	14.0	0.0	0.0	10.8	3.2	9.7	24.7	32.3	5.4
 TV8	17.9	0.0	1.5	0.0	6.7	13.4	15.7	26.9	17.9
 UBS HILANBAATAR BROADCASTING SYSTEM	18.5	0.0	1.7	4.8	0.0	14.5	17.7	36.3	6.4
 TV5	17.5	0.0	3.8	0.0	11.1	12.7	14.3	19.1	21.5

МЭДЭЭЛЛИЙН ЭХ СУРВАЛЖ: “Максима мониторинг”

Монголын медиа зар сурталчилгааны зардлын хуваарилалт



ТВ-д тогтмол сурталчилгаа нийлдэггүй Advertisers-ууд нэг удаагийн борлуулалтын идэвхжүүлэлтийг ТВ эфирийг ашиглаж рекламны ролик хэлбэрээр бус “афиша” буюу хэвлэмэл сурталчилгааны хэлбэрээр, хямд үнээр сурталчилж байна.

Монголын ТВ зар сурталчилгааны зах зээлийн өнөөгийн нөхцөл байдал:

- ❑ Монголын ТВ зар сурталчилгааны нийлүүлэлтийг **2010** оны байдлаар **907 advertisers** буюу **1402 “брэнд”** хийсэн байна.
- ❑ **Топ-20 advertisers** нийт нийлүүлэлтийн **48%-ийг** хангаж байна.
- ❑ Эхний тогтмол **100 advertisers** нийт нийлүүлэлтийн **65%–ийг** хангаж байна. Эдгээр нь дангаараа ТВ зар сурталчилгааны нийлүүлтийг хангах чадвартай байна.
- ❑ Топ advertisers-уудын рекламны роликийг **10ш-50ш** –ээр багцалж, **10-20** минутын турш үргэлжилсэн цувааны дунд цацагдаж байна. Үзэгч энэ хооронд “усанд орж амждаг” нь фокус бүлгийн судалгаагаар нотлогдож байна.



Реклам 15-20 минут үргэлжилнэ!!!



Монголын Advertisers-ийн сурталчилгаа ямар үр нөлөө үзүүлж байна вэ?



Монголын Top advertisers-ууд жилд 100 саяас 1 тэр бум төгрөг ТВ зар сурталчилгаанд зарцуулдаг.



Пиплметрээр хэмжиж тогтоосон ТВ индексийн /үзэгчийн хэмжээгээр/ мэдээлэл дээр үндэслэж advertisers-ууд зар сурталчилгааны үр өгөөжийг хянаж чадахгүй байна



Зар сурталчилгааны хууль эфирийн нэг цагт оногдох арилжааны цагийн хязгаарлалтыг нарийн тогтоож, үзэгчийн болон advertisers-ийн эрх ашигийг хамгаалахгүй байна



Үндэсний болон Олон улсын хэмжээний нэр хүндтэй Top advertisers-уудын бизнесийн чухал зарчим болох нийгмийн хариуцлага алдагдаж, хулгайн хөтөлбөрийн дундуур сурталчилгаагаа цацаж, үзэгчийг рекламны хүчирхийллээр бухимдуулж, өөрөө өөрийнхөө эсрэг сурталчилгаа хийх нөхцөлд орж байна



Advertisers-ууд хаана, хэрхэн, үр нөлөөтэй сурталчилгаа хийхээ мэдэхгүй байдалд орж байна.



Advertisers-уудын үзэгчийг худалдан авах ёстой зардлаар мэргэжлийн бус “болхи хөтөлбөртэй”, хямдхан, “шар”, зохиогчийн эрхийг хулгайлдаг ТВ сувгууд хөгжих хөрсийг бүрдүүлж байна.

Монголын Телевиз үзэгчдийн нөхцөл байдал

□“Максима” судалгааны төвийн 2006 оноос хойш тодорхой давтамжтай хийсэн санал асуулгаар Монголын аудиторийн 90%-нь “мэдээлэл авах эх сурвалж бол Телевиз” хэмээн үздэг бол 75% нь “ТВ үзэх” –ийг чөлөөт цагаа өнгөрүүлэх үндсэн хэв маяг хэмээн үзэж байна.

□Үзэгчид хэрэгцээ шаардлагад нь нийцэх хөтөлбөр хүлээн авч үзэж чадахгүй харин ТВ-ийн өмнө суух цагийнхаа 40%-50%-ийг “зар сурталчилганы хүчирхийлэл” доор өнгөрүүлж байгаадаа бухимдаж байна.

□Рекламны ролик ТВ нэвтрүүлэг, киноноос илүүтэйгээр хүний зан үйл, сонголт, амьдралын хэв маягт шууд тусгалаа олдог гэдгийг Барууны социологичид тогтоож , жишээ татаж бичдэг . Гэтэл бид ямар түвшинд хийсэн реклам үзэж байгаа билээ?

□Манай үзэгчдийн сонголтыг тодорхойлох хэмжээнд ТВ роликийг ТВ эфирт зөв байршуулж, зохистой агуулга, хийцээр дамжуулж чаддаггүйг “Максима” судалгааны төвийн санал асуулга баталсан байна.



Монголын Телевизийн компаниудын нөхцөл байдал:

- ТВ зах зээл дээр тэргүүлэх байр суурьтай 9 ТВ суваг 2008 онд 20,6 сая ам долларын /прайс листэд бичигдсэн үнээр/ борлуулалт хийж байсан бол 2009 онд 16,7 сая ам доллар буюу 20%-иар буурсан байна.
- Энэ нь шинээр үүссэн ТВ сувгууд, Кабелийн оператор компаний сувгийг ашиглан ТВ хөтөлбөр нийлүүлж байгаа Продакшнууд болон 2-р сувгууд руу дээрх 20% шилжиж байна.
- ТВ-үүд боломжит орлогоо алдаж эхэлснээр мэргэжлийн болон үзэгчийн хэрэгцээ шаардлагад нийцсэн хөтөлбөр бэлдэх санхүүжүүлэлт хийж чадахгүй байна.
- Монголын ТВ сувгууд гадны ТВ контентыг зохиогчийн эрхгүйгээр, бодлогогүйгээр дамжуулдаг Солонгосын болон бусад орны ТВ суваг болж хувирч байна.
- ТВ-үүдийн боловсон хүчин чадавхиж хөгжихгүй байна. Тухайн ТВ-ийн “нүүр царай”-г тодорхойлодог боловсон хүчин ТВ-үүдийн хооронд ажлаа сольж байгаа нь хөрөнгө оруулалтын алдагдлын нэг хэлбэр болж байна. Үүссэн нөхцөл байдал нь тэднийг сонгуулиас сонгуулийн хооронд “Улс төрчдийн увайгүй үйлдлийг сурталчлах” хэрэгсэл болж хувирч байна.
- Монголд үүссэн нөхцөл нь ТВ хамгийн өртөгтэй, хамгийн ашигтай бизнесийн нэг салбар гэдэг утгаа алдахад хүргэж байна.
- ТВ –үүд хөтөлбөрөөрөө бус намуудын улс төрийн бодлогоор, үзэгчийн рейтингээрээ бус үнийн хямдралаар өрсөлдөж байна.



АНХААР!

Реклам нийлүүлэгчид буюу Advertisers дараах мэдээллийг худалдаж авдаг

- Телевизийн болон радиогийн эфирийн **цагийг биш**
- Сонин, сэтгүүлийн **талбайг биш,**
- Гүйдэг зарын **үзэгдэх байдлыг биш**

Харин эдгээр мэдээллийг хүлээн авч байгаа
АУДИТОРИЙГ худалдаж авдаг!



Ямар гарц байна вэ?

ТВ рейтингийн мэдээллийн боловсруулалт хийдэг схем:

1. Үзэгч



2. Үзэгчийн түүвэр



3. Пиплметр



4. Мэдээлэл дамжуулалт

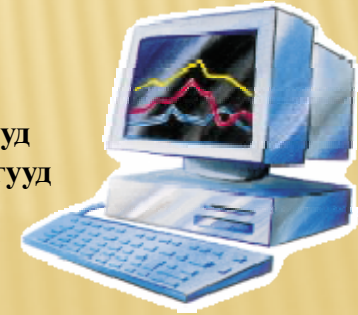


5. Мэдээллийн сан дээрх боловсруулалт



6. ТВ Мониторинг

ТВ үзэгчийн хэмжилтийн эцсийн мэдээлэлийг Advertisers –ууд болон ТВ сувгууд авдаг



Монголын ТВ зах зээл дээрх гажуудлыг арилгах механизм:/ Эрх зүйн зохицуулалт/



Монголын өнөөгийн Медиа салбар, Төлөвизийн салбарын хөгжил гажуудаж байгааг бүх түвшинд хүлээн зөвшөөрч байна. Энэ “гажуудал”-ыг арилгах 2 үндсэн арга зам байна.

1. Эрх зүйн зохицуулалт:

- **Зар сурталчилгааны** тухай хуулинд ТВ зар сурталчилгааны зохицуулалтыг сайжруулах, нэмэлт өөрчлөлт хийх;
- **Зохиогчийн эрхийн** тухай хуулийг мөрдүүлж, хяналт тавих тогтолцоог бий болгох;
- **Өргөн нэвтрүүлгийн** тухай хууль баталж мөрдүүлэх;

ЗАР СУРТАЛЧИЛГААНЫ ТУХАЙ ХУУЛЬ:

11 дүгээр зүйл. Радио, телевизээр түгээх зар сурталчилгаа

11.1.Уран сайхны болон баримтат кино, радио жүжгийн дундуур зар сурталчилгаа нэвтрүүлэхдээ зохиогч, эсхүл зохиогчийн эрх эзэмшигчийн зөвшөөрлийг авсан байна.

11.2.Хүүхдэд зориулсан нэвтрүүлгийн дундуур зөвхөн хүүхдэд зориулсан зар сурталчилгаа нэвтрүүлж болно.

11.3.Улс орны болон дэлхий дахины амьдралын цаг үеийн шинжтэй үйл явдлын талаархи тогтмол мэдээллийн дундуур зар сурталчилгаа нэвтрүүлэхийг хориглоно.

11.4.Сургалтын нэвтрүүлгийн дундуур зөвхөн сургалттай холбоотой бөгөөд 5 минутаас илүүгүй хугацаанд 30 секундээс дээшгүй үргэлжлэх зар сурталчилгааг нэвтрүүлж болно.

11.5.Үргэлжлэх хугацаа нь 20 минутаас дээшгүй нэвтрүүлгийн дундуур зар сурталчилгаа нэвтрүүлэхийг хориглоно.

11.6.Орон нутгийн цагаар 22 цагаас 06 цаг хүртэл 18 хувь хүртэл этилийн спирт агуулсан дарс, пиво, шимийн архины зар сурталчилгаа нэвтрүүлж болно.

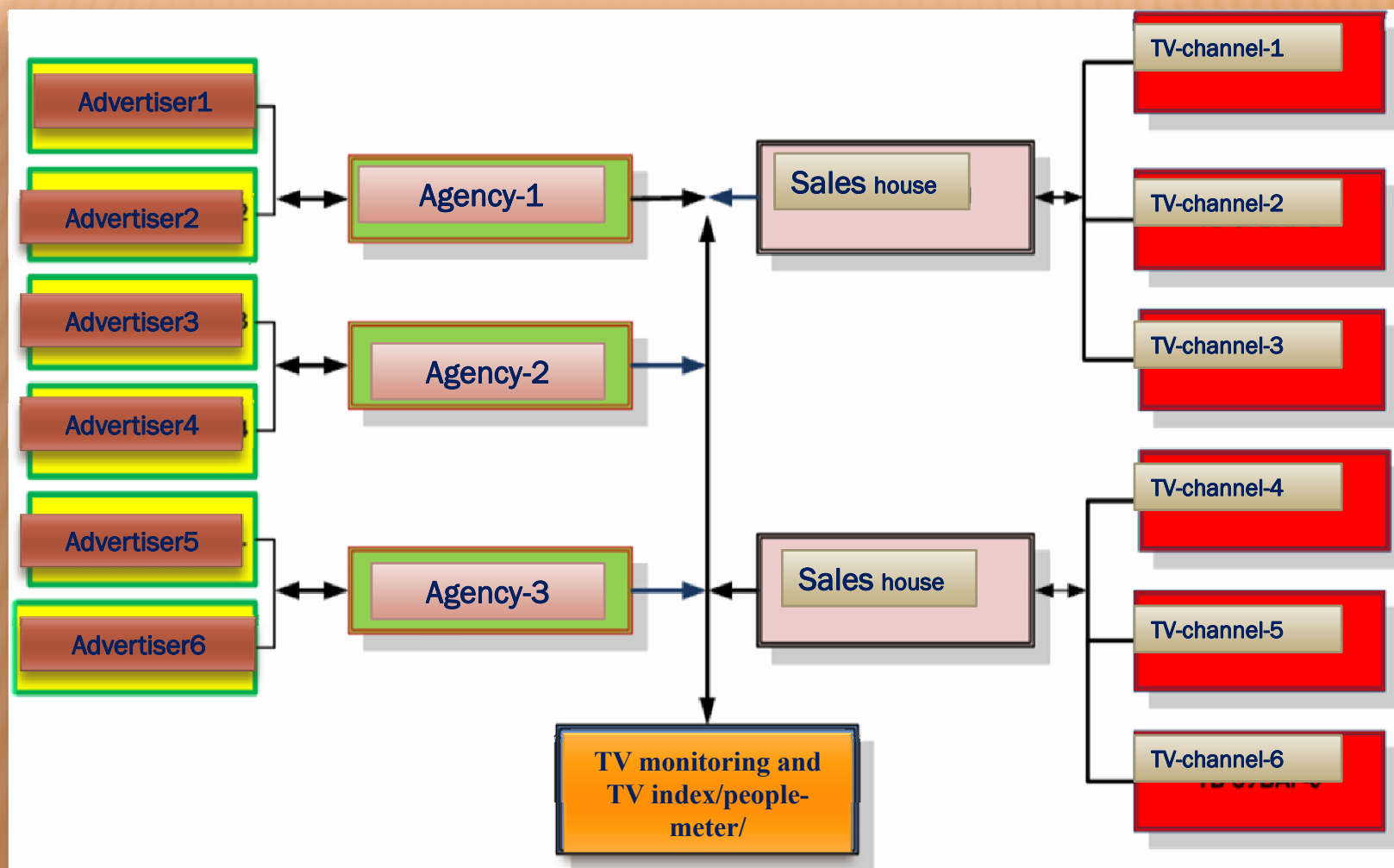
/Энэ хэсгийг 2009 оны 06 дугаар сарын 25-ны өдрийн хуулиар нэмсэн/

Реклам зар сурталчилгааны хуулиар зохицуулж болох зарим заалтуудын талаарх санал

- ТВ рекламны эфирийн **нэг цагт** оногдох арилжааны **цагийн хязгаарыг** нарийвчлан тогтоож, мөрдүүлэх,
- реклам бүтээх стандартыг хуульчлах/ рекламны үргэлжлэх хугацаа, рекламны агуулгын шаардлагууд, гэх мэт/
- ТВ рекламны агуулгад тавигдах хориглосон болон зөвшөөрсөн нөхцлүүдийг мөрдүүлэх /чанарын болон бүртгэлийн тэмдэгттэй бүтээгдэхүүний тэмдэгтийг мэдээлэх, зохиогчийн эрх зөрчсөн контентийн дундуур реклам цацахыг хориглох г.м)

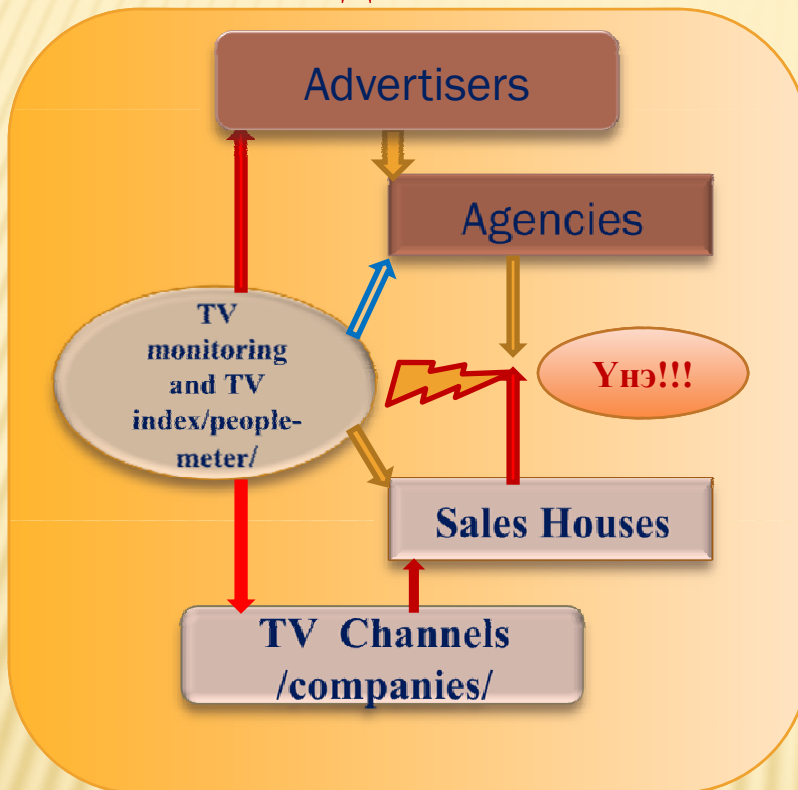
Монголын ТВ зах зээл дээрх гажуудлыг арилгах

механизм: /Зах зээлийн зохицуулалт/

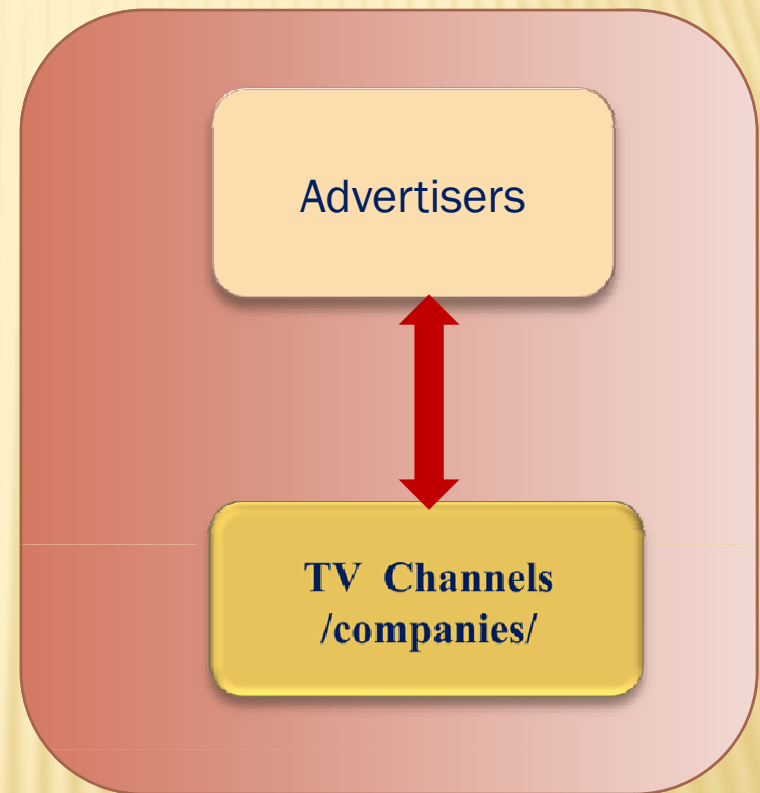


ТВ реклам зар сурталчилгааны зах зээлийн стандарт модель:

**ОЛОН УЛСЫН
СТАНДАРТ ЗАГВАР**



МОНГОЛ ЗАГВАР



Монголд улсад ТВ зах зээлийн эрэлт нийлүүлэлт "монгол" загвараар хөгжиж, зайлшгүй шаардлагатай эрх зүйн зохицуулалтгүй 15 жил явж ирсэний үр дүнд өргөн нэвтрүүлгийн 20 ТВ суваг 10 сая долларын багтаамжтай зах зээл дээр ажиллах нөхцөлд орчихоод байна.

АНХААРАЛ ТАВЬСАНД БАЯРЛАЛАА!

ХОЛБОО БАРИХ: 99026676; 98118887

khishigsuren@maxima.mn

enkhjargal@maxima.mn

“МАКСИМА” ТӨВ

2010 ОН