KANTAR

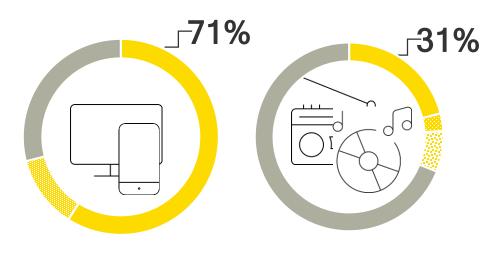
Потребление ТВ: текущая ситуация и факторы влияния



KANTAR Июнь, 2022

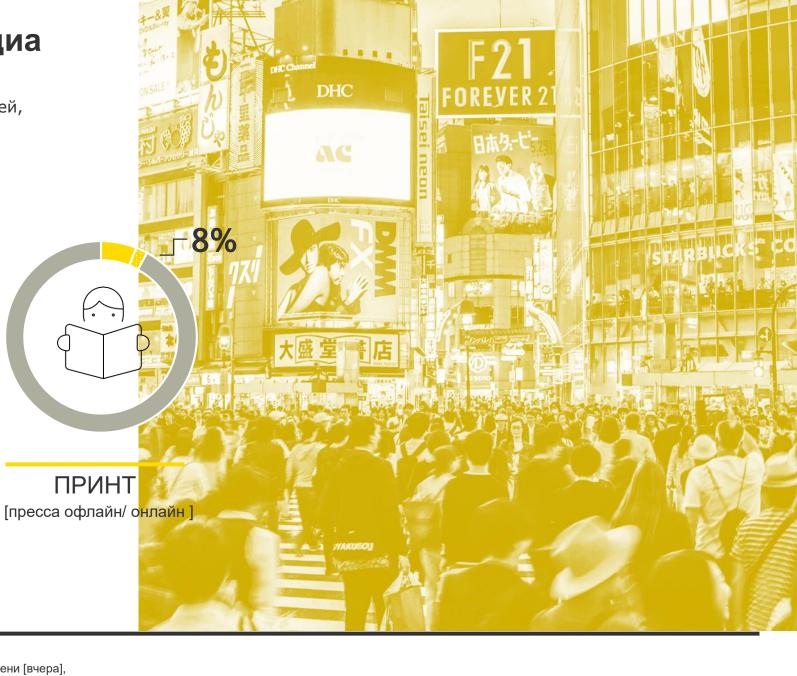
Активность потребления медиа форматов

(городское население, среднесуточный % пользователей, офлайн & онлайн)



ВИДЕО [ТВ + онлайн видео]

АУДИО [радио офлайн/ онлайн + музыка]





Активность использования медиаканалов (городское население, среднесуточный % пользователей) ПРЕССА ТЕЛЕВИДЕНИЕ РАДИО **UHTEPHET** Офлайн Офлайн Офлайн 59% 80% 21% 6% 5% [2%] 60% [30%] 5% [2%] 19% [6%]



Потребление ТВ & Онлайн видео

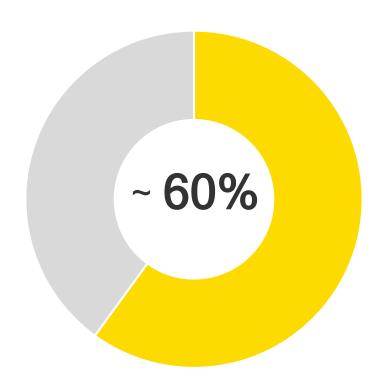
(городское население, среднесуточная аудитория, офлайн & онлайн)





Аудитория Казахстанского ТВ [1]

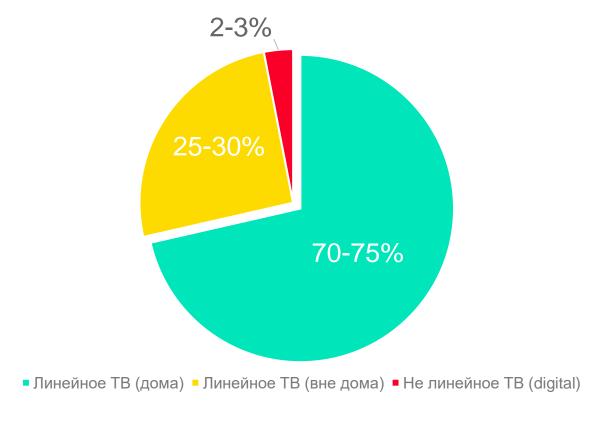
(городское население, среднесуточная аудитория)



около 60% составляет доля аудитории казахстанских телеканалов от всей аудитории телевидения в крупных городах.

Аудитория Казахстанского ТВ [2]

(городское население, среднесуточная аудитория)



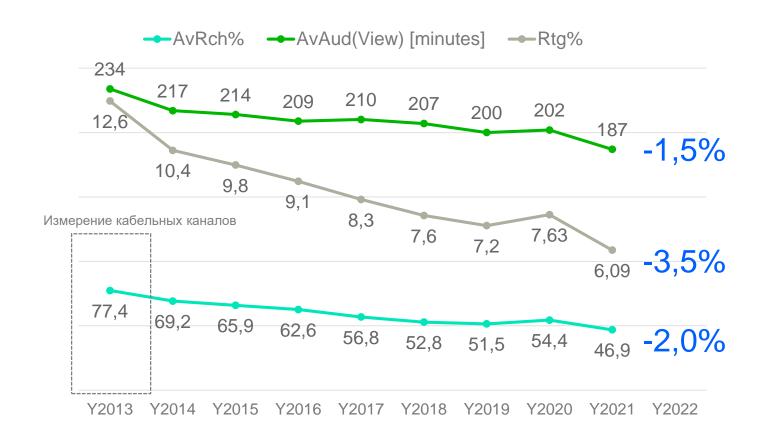
около 25% линейного просмотра казахстанского ТВ происходит вне дома.

около 3% - составляет доля аудитории нелинейного просмотра кодированного контента телеканалов в digital среде

В силу технологических особенностей не измеряется видео контент [программы, реклама], который не содержит уникального кода телеканала.

Аудитория Казахстанского ТВ [3]

(городское население, среднесуточная аудитория)

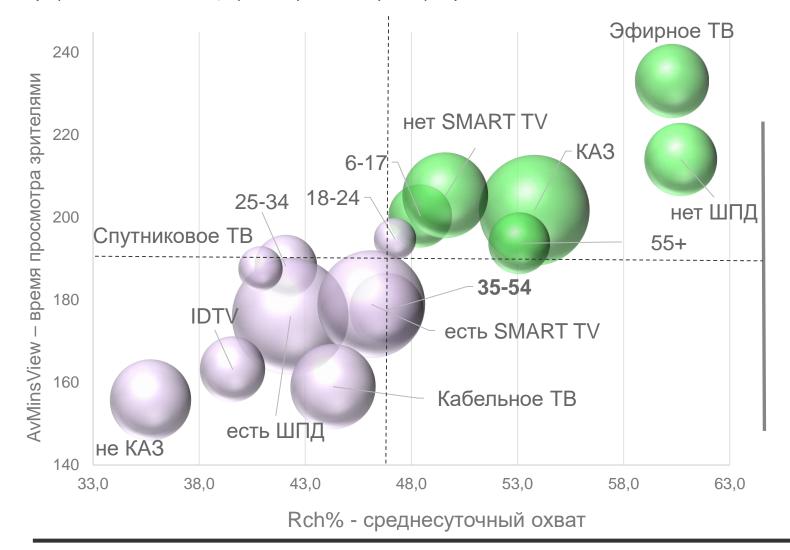


на 3.5% снизился совокупный рейтинг измеряемых телеканалов снизился за период февраль – июнь 2022 года

около 2.5% стабильно составляет нелинейный просмотр ТВ контента за период 2019-2022

Аудитория Казахстанского ТВ [4]

(городское население, среднесуточная аудитория)

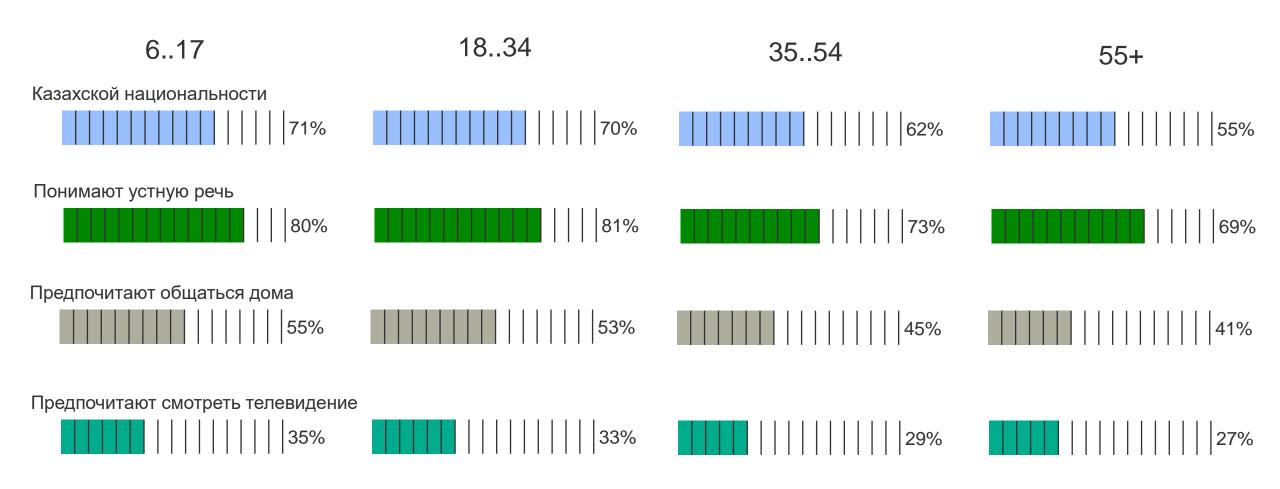


Активность аудитории казахстанских телеканалов существенно различается в зависимости от факторов:

- возраст & национальность
- способ доставки ТВ сигнала
- наличие SMART TV & ШПД

Фактор влияния: возраст + национальность и язык

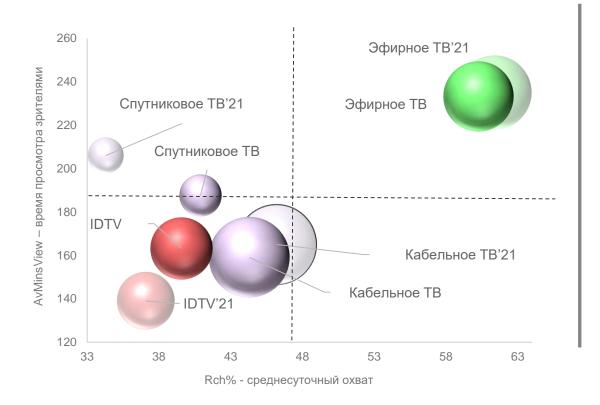
(городское население, среднесуточная аудитория)





Фактор влияния: способ доставки ТВ сигнала

(городское население, среднесуточная аудитория)

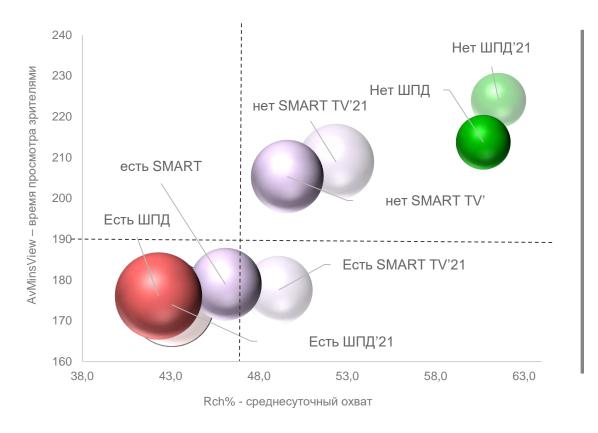


71% населения городов 100 000+, имеет возможность смотреть иностранные телеканалы по телевидению [+4% к 2021].

Минимальный объем просмотра среди абонентов IPTV [4,5%], максимальный – среди тех у кого нет подключения к иностранному ТВ [9,8%]

Фактор влияния: наличие SMART TV и ШПД

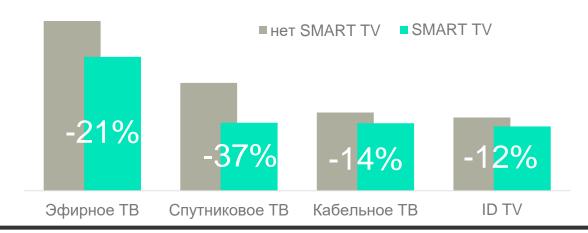
(городское население, среднесуточная аудитория)



72% населения городов 100 000+, имеет доступ к широкополосному Интернету [+2% к 2021].

50% населения городов 100 000+, имеет SMART TV [+5% к 2021].

Минимальный объем просмотра среди абонентов с ШПД [5,2%], максимальный – среди тех у кого его нет [9,0%]





Аудитория ТВ: доля в бюджете времени

(городское население, среднесуточная аудитория)



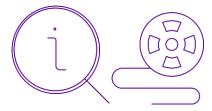
От 4 до 5 часов в день проводят в Интернете люди в возрасте до 34 лет.

что составляет от 70 до 84% общих затрат времени на каналы коммуникации.

Потребление Интернета

Активности и сервисы

ТОП 5 АКТИВНОСТЕЙ









ПОИСК

фильмы сообщения новости

88%

73% 69% 68% 51%

блокирует рекламу на мобильном или ноутбуке

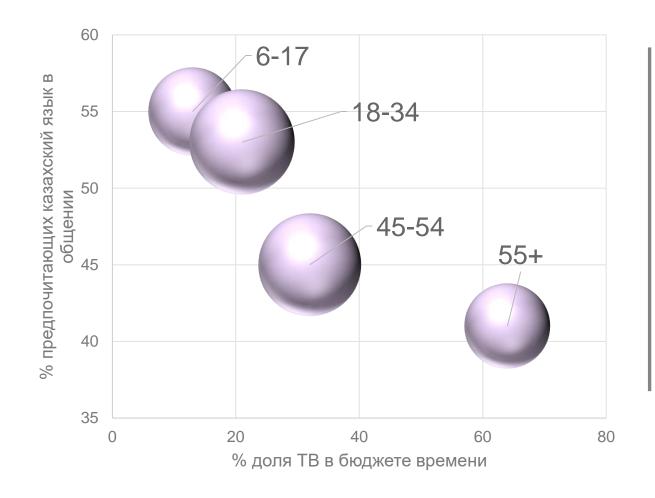
имеют платную подписку на видео или музыкальный сервис

ТОП 5 платных видео сервисов: IVI, MEGOGO, КИНОПОИСК, NETFLIX, AMEDIATEKA



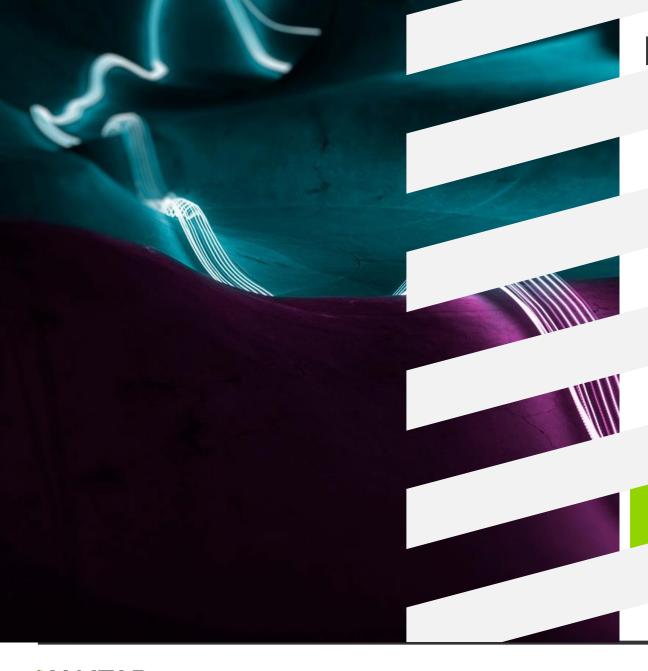
Аудитория ТВ: зрительская и языковая активность по возрастам

(городское население, среднесуточная аудитория)



Чем моложе аудитория, тем выше уровень использования казахского языка для общения, активность потребления Интернета и ниже уровень потребления ТВ.

55+ = макс. активность просмотра ТВ + мин. активность использования казахского языка



РЕЗЮМЕ

ВИДЕО

- самый потребляемый формат для всех поколений
- охват и активность зрителей онлайн ТВ и Видео растет за счет категории 35+
- аудитория ТВ офлайн снижается

ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯН НА ТВ АУДИТОРИЮ

- высокий охват ШПД Интернета
- рост использования Интернета в активной ТВ аудитории (55+)
- рост проникновения иностранного ТВ
- рост использования SMART TV

KANTAR

Спасибо!

Татьяна Старцева Генеральный Директор

т.: +7 (727) 347 05 03

e.: <u>Tatyana.Startseva@tns-global.kz</u>

