

// МЕДИАОБЗОР

Медиаобзор рынка Узбекистана

Шесть слайдов для разговора о рынке: кто в интернете, где аудитория, как покупается реклама и на что у людей есть деньги.

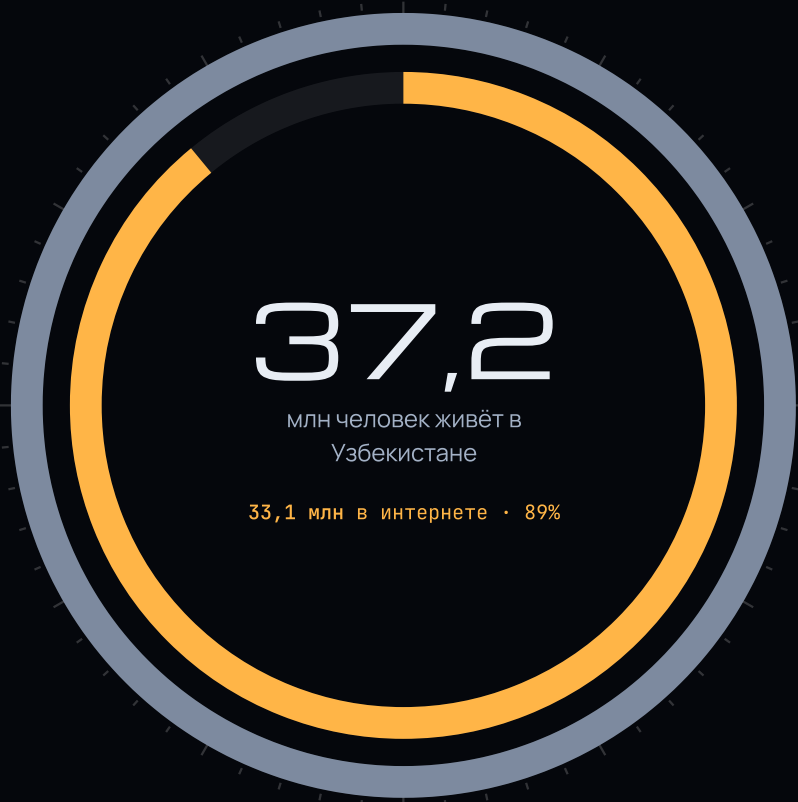
ВЫПУСК
Сентябрь 2026

ОБНОВЛЯЕМ
раз в квартал

СЛЕДУЮЩИЙ
декабрь 2026

ИСТОЧНИКИ
только открытые





• **89%**
ПРОНИКНОВЕНИЕ ИНТЕРНЕТА
выше, чем в среднем по миру

• **55,5 Мбит/с**
МОБИЛЬНЫЙ ИНТЕРНЕТ
+53% за год • фиксированный 86,7

• **27 лет**
МЕДИАННЫЙ ВОЗРАСТ
половина страны моложе

• **7,09 млн сум**
СРЕДНЯЯ ЗАРПЛАТА
+18,4% за год • Ташкент 12,0 млн

• **+7,7%**
РОСТ ВВП
инфляция 7,3%

• **33,9 млн**
МОБИЛЬНЫХ ПОДКЛЮЧЕНИЙ
больше, чем людей

мысль Молодая страна, почти целиком в интернете, с быстрым каналом и растущими доходами. Реклама здесь дотягивается почти до каждого — вопрос только, через что.

• DV360

31,5 млн

ОХВАТ БАННЕРНОЙ СЕТИ

Programmatic Google: баннеры, видео, приложения

CPM CPV

• Google Ads

73,9%

ПОИСКОВЫХ ВИЗИТОВ

Поиск — главная система страны. YouTube смотрят 13 млн, но рекламы там нет

CPC CPM CPV CPA
CPI

• Яндекс

24%

ПОИСКОВЫХ ВИЗИТОВ

Второй поиск, Яндекс Go 4+ млн, объявления на узбекском

CPC CPM CPA

• Meta

14,1 млн

INSTAGRAM • +41,7% ЗА ГОД

Один кабинет — 17+ млн: Instagram, Facebook, Threads

CPM CPC CPA CPI

• Telegram Ads

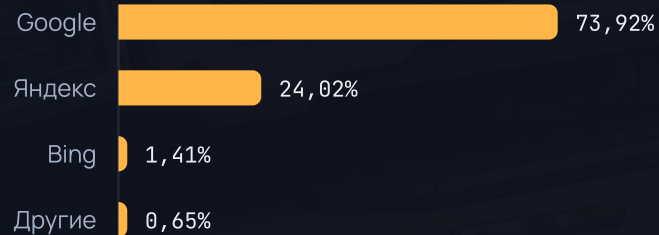
25–27 млн

ЖИВЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

Три четверти интернет-аудитории, каналы, боты, Mini Apps

CPM

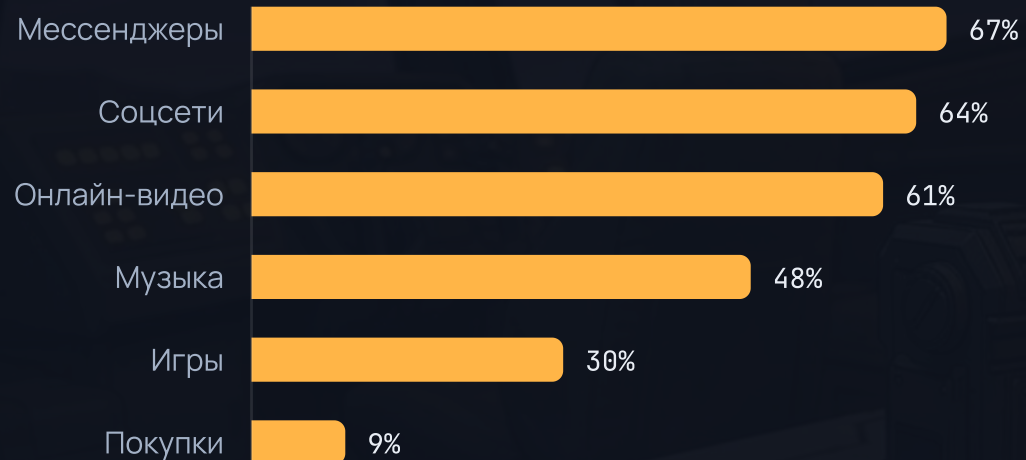
ПОИСК: ДОЛЯ ВИЗИТОВ, АВГУСТ 2026



мысль Три четверти поиска — Google. Человек, который ищет, уже готов покупать: поиск ловит спрос, остальные системы его создают.

CPA, CPI и CPV — цели, под которые площадка оптимизирует показ. Списывает она деньги за показ или за клик.

ЧЕМ ЗАНИМАЮТСЯ В ИНТЕРНЕТЕ, % АУДИТОРИИ 18+



• **94% vs 38%**

ЕЖЕДНЕВНЫЙ ОХВАТ: ИНТЕРНЕТ ПРОТИВ ТВ

• **2 из 3**

ПРОВОДЯТ ОНЛАЙН БОЛЬШЕ 3 ЧАСОВ В ДЕНЬ

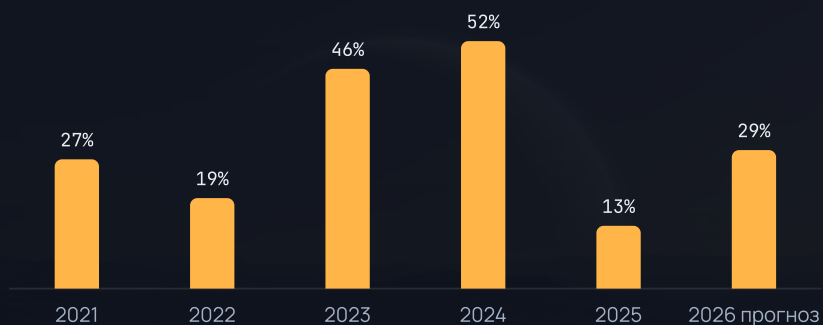
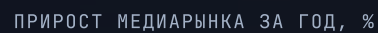
• **99,7%**

ВЫХОДЯТ В СОЦСЕТИ СО СМАРТФОНА • ANDROID У 83%

• **13 млн**

СМОТРЯТ YOUTUBE В МЕСЯЦ — РЕКЛАМЫ ТАМ НЕТ

мысль Интернет — единственное медиа, которое не теряет аудиторию с возрастом. Телевидение держит только старших.



СТРУКТУРА БЮДЖЕТОВ, 2026 ПРОГНОЗ



■ Телевидение – 60% ■ Digital – 37% ■ Наружная – 16% ■ Радио – 2%

- 5 млн сум

МЕДИАННАЯ ЗАРПЛАТА • СРЕДНЯЯ 6,1

- 68% → 53%

ДОЛЯ ТАШКЕНТА В ВАКАНСИЯХ ЗА ЛЕТО

- 3 дня

МЕДИАННАЯ ЖИЗНЬ ВАКАНСИИ, БЫЛО 6

129

АВТОМОБИЛЕЙ НА 1000 ЧЕЛОВЕК

- \$543 млн

ОНЛАЙН-ТОРГОВЛЯ 2023 · КРМГ: \$2 МЛРД
К 2027

115

ТОРГОВЫХ ПЛОЩАДОК, БЫЛО 36 ДВА ГОДА
НАЗАД

- > \$10 млн

РЕКЛАМА В TELEGRAM, 2025

мысль Рынок растёт быстрее экономики, а экономика — одна из самых быстрых в регионе. Регионы — уже рынок: половина вакансий и 70% заказов Uzum за пределами столицы.

01

Считайте охват по пяти системам, а не по десяти площадкам.

DV360 и Telegram — охват, Google и Яндекс — спрос, Meta — интересы. Всё остальное на рынке не набирает и десятой доли их аудитории.

02

Видео — через DV360 и Telegram, не через YouTube.

YouTube смотрят 13 млн человек в месяц, но рекламы там нет: монетизация в стране не включена. Видеоохват строится в приложениях и display-сети.

03

Ставьте узбекский язык в приоритет.

80% населения говорят на узбекском, 18,5% — на русском. Telegram Ads и Яндекс уже принимают объявления на узбекском.

04

Регионы — уже рынок, а не приложение к Ташкенту.

70% заказов Uzum и почти половина вакансий — за пределами столицы. Но зарплаты там вдвое ниже: цена в коммуникации решает.

05

**Мобильный экран –
единственный экран.**

99,7% выходят в соцсети со смартфона, у пяти из шести — Android. Тяжёлые форматы и десктопные баннеры теряют аудиторию до того, как загрузятся.



+998 92 024-09-15

@Saleshubuzb · hello@sales-hub.uz

Полный обзор с графиками: sales-hub.uz/market.html