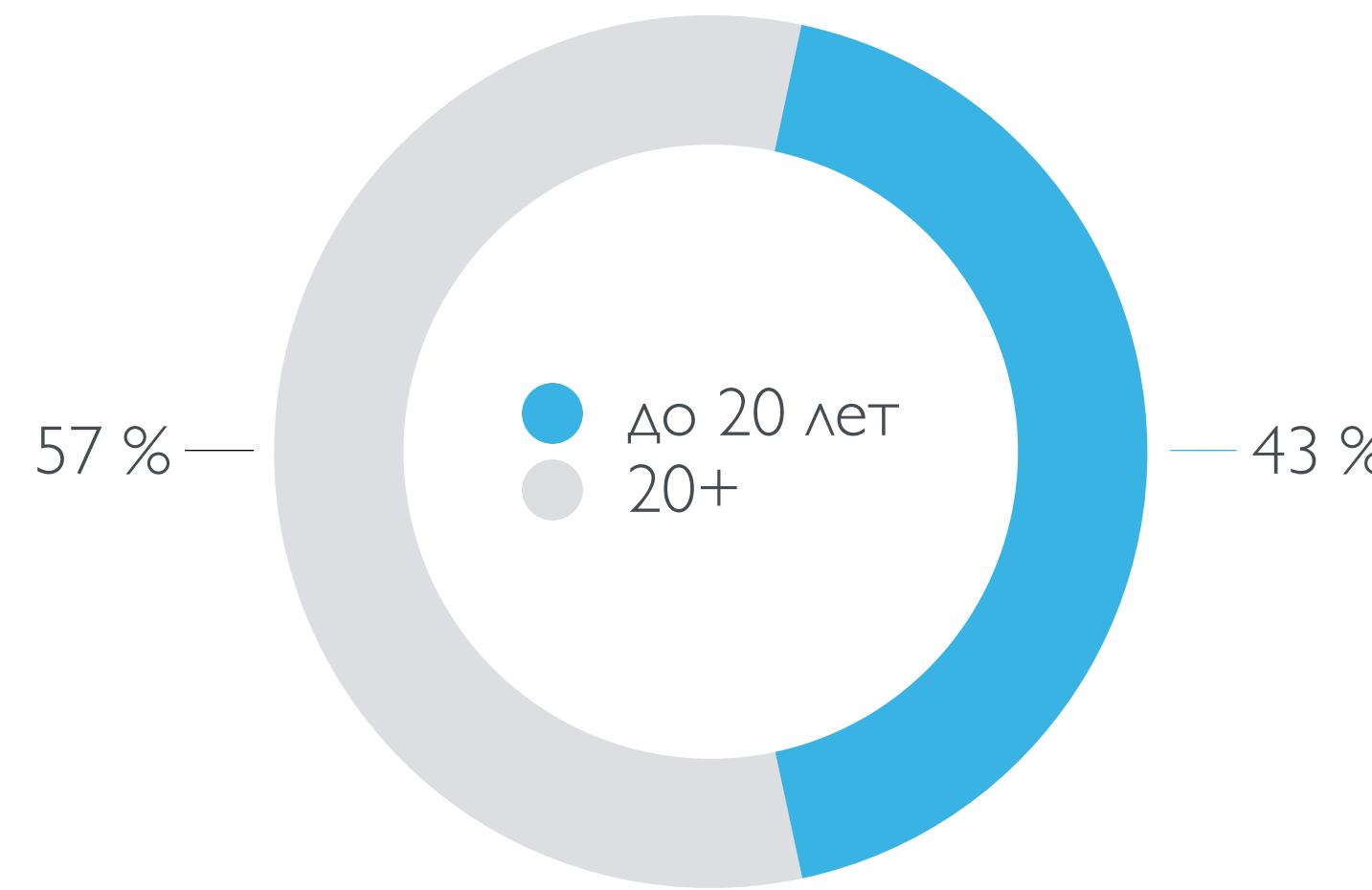




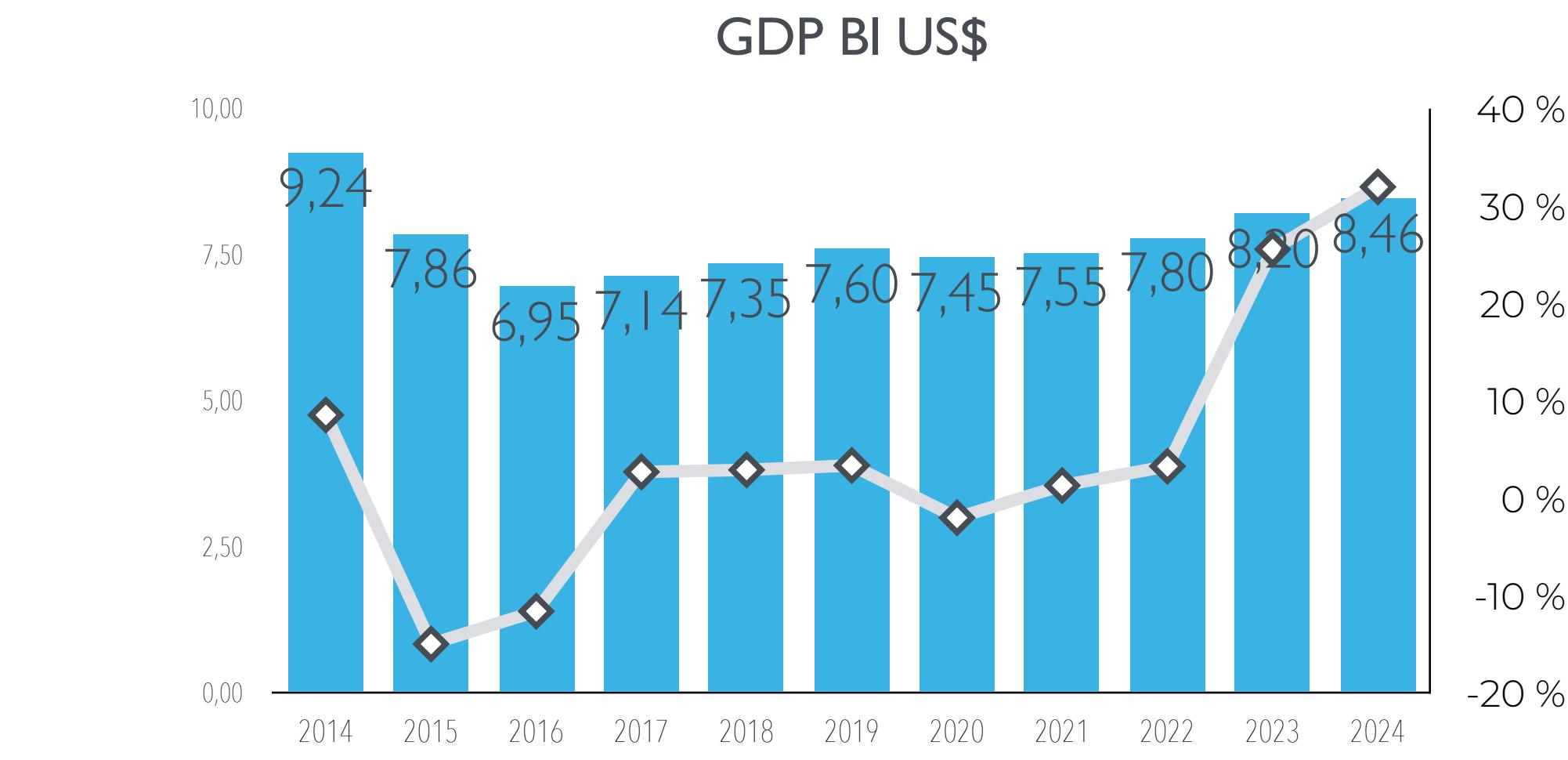
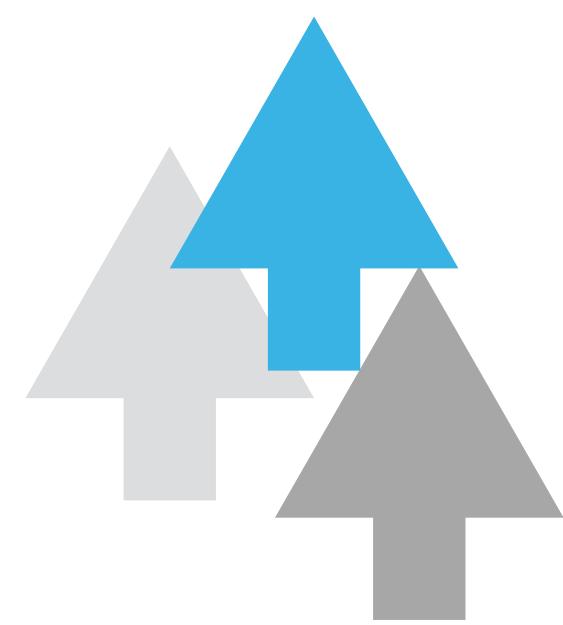
КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА И МЕДИАРЫНОК ТАДЖИКИСТАНА: ОТ ЦЕНОВОГО БАРЬЕРА К СОЗДАНИЮ НОВЫХ РАБОЧИХ МЕСТ.

27 ЗАСЕДАНИЕ КООРДИНАЦИОННОГО
СОВЕТА ПО РЕКЛАМЕ ПРИ МЕЖГОСУДАРСТВЕННОМ СОВЕТЕ
ПО АНТИМОНОПОЛЬНОЙ ПОЛИТИКЕ (МСАП)

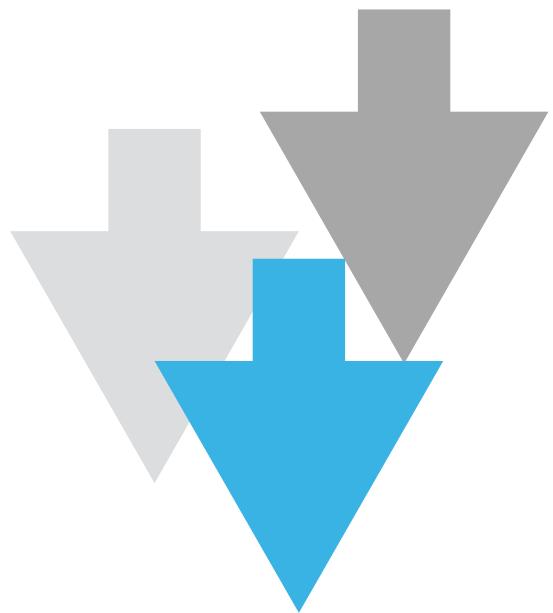
У ТАДЖИКИСТАНА УНИКАЛЬНЫЙ ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ, КОТОРЫЙ ТРЕБУЕТ НОВЫХ СЕКТОРОВ ЭКОНОМИКИ.



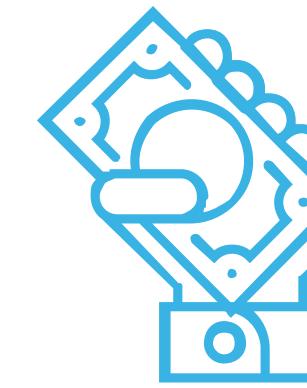
ИСТОЧНИК: ГОССТАТ АГЕНТСТВО РТ, 2025



ИСТОЧНИК: ГОССТАТ АГЕНТСТВО РТ, 2025

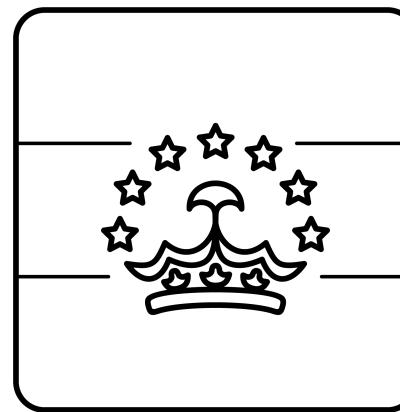


СТРУКТУРА ЗАНЯТОСТИ
ОГРАНИЧЕНА (СФЕРА УСЛУГ,
ИНФРАСТРУКТУРНЫЕ
ПРОЕКТЫ).



ВЫСОКАЯ ЗАВИСИМОСТЬ
ЭКОНОМИКИ ОТ ВНЕШНИХ
ДЕНЕЖНЫХ ПОСТУПЛЕНИЙ.

СУЩЕСТВУЮЩАЯ МОДЕЛЬ РОСТА НЕ СМОЖЕТ В ПОЛНОЙ МЕРЕ
АБСОРБИРОВАТЬ И ОБЕСПЕЧИТЬ КАЧЕСТВЕННЫМИ РАБОЧИМИ
МЕСТАМИ СТРЕМИТЕЛЬНО РАСТУЩЕЕ МОЛОДОЕ ПОКОЛЕНИЕ.



КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА ДЛЯ ТАДЖИКИСТАНА –
ЭТО НЕ "РАЗВЛЕЧЕНИЕ", А СТРАТЕГИЧЕСКИЙ СЕКТОР
ДЛЯ СОЗДАНИЯ РАБОЧИХ МЕСТ С ВЫСОКОЙ
ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТЬЮ.

Прямая занятость (Высокая квалификация):

Это прямые рабочие места для дизайнеров, программистов, сценаристов, режиссеров, маркетологов.

Важно: Эти рабочие места создаются "талантом", а не капитальными вложениями в инфраструктуру. Они идеально подходят для молодежи.

Прямая занятость (Высокая квалификация):

Это прямые рабочие места для дизайнеров, программистов, сценаристов, режиссеров, маркетологов.

Важно: Эти рабочие места создаются "талантом", а не капитальными вложениями в инфраструктуру. Они идеально подходят для молодежи.

Эффект мультипликатора (Косвенная занятость):

Один креативный проект (фильм, рекламный ролик, ИТ-продукт, фестиваль) создает десятки смежных рабочих мест: логистика, аренда, юристы, кейтеринг и т.д.

Прямая занятость (Высокая квалификация):

Это прямые рабочие места для дизайнеров, программистов, сценаристов, режиссеров, маркетологов.

Важно: Эти рабочие места создаются "талантом", а не капитальными вложениями в инфраструктуру. Они идеально подходят для молодежи.

Эффект мультипликатора (Косвенная занятость):

Один креативный проект (фильм, рекламный ролик, ИТ-продукт, фестиваль) создает десятки смежных рабочих мест: логистика, аренда, юристы, кейтеринг и т.д.

Снижение утечки талантов:

Предоставление молодежи возможности самореализации внутри страны, а не только в секторе обслуживания.

Прямая занятость (Высокая квалификация):

Это прямые рабочие места для дизайнеров, программистов, сценаристов, режиссеров, маркетологов.

Важно: Эти рабочие места создаются "талантом", а не капитальными вложениями в инфраструктуру. Они идеально подходят для молодежи.

Эффект мультипликатора (Косвенная занятость):

Один креативный проект (фильм, рекламный ролик, ИТ-продукт, фестиваль) создает десятки смежных рабочих мест: логистика, аренда, юристы, кейтеринг и т.д.

Снижение утечки талантов:

Предоставление молодежи возможности самореализации внутри страны, а не только в секторе обслуживания.

Новый несырьевой экспорт:

Креативный продукт и другие продукты авторского права (ПО, кино, дизайн) могут экспортироваться, принося валютную выручку (диверсификация экономики).

ПАРАДОКС: ПОТЕНЦИАЛ ЕСТЬ, ИНДУСТРИИ НЕТ

ПАРАДОКС: ПОТЕНЦИАЛ ЕСТЬ, ИНДУСТРИИ НЕТ



НЕСМОТРЯ НА ОЧЕВИДНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ, КРЕАТИВНАЯ ИНДУСТРИЯ В
ТАДЖИКИСТАНЕ НЕ РАЗВИВАЕТСЯ И НЕРЕНТАБЕЛЬНА

ПАРАДОКС: ПОТЕНЦИАЛ ЕСТЬ, ИНДУСТРИИ НЕТ



НЕСМОТРЯ НА ОЧЕВИДНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ, КРЕАТИВНАЯ ИНДУСТРИЯ В ТАДЖИКИСТАНЕ НЕ РАЗВИВАЕТСЯ И НЕРЕНТАБЕЛЬНА



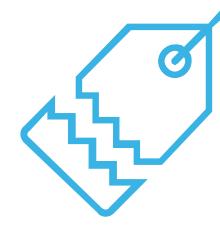
Проблема:

Низкая стоимость труда в секторе. Таланты не могут достойно зарабатывать, производя местный контент.

КОРЕНЬ ПРОБЛЕМЫ: ДИСБАЛАНС НА РЕКЛАМНОМ РЫНКЕ

РАЗВИТИЮ КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ МЕШАЕТ НЕ
ОТСУТСТВИЕ ТАЛАНТОВ, А АРХАИЧНАЯ МОДЕЛЬ
ПРОДАЖ МЕДИАИНВЕНТАРЯ

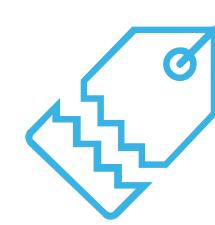
РАЗВИТИЮ КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ МЕШАЕТ НЕ
ОТСУТСТВИЕ ТАЛАНТОВ, А АРХАИЧНАЯ МОДЕЛЬ
ПРОДАЖ МЕДИАИНВЕНТАРЯ



**НЕАДЕКВАТНОЕ
РЕГУЛИРОВАНИЕ
ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ:**

ГОСУДАРСТВО НЕ УСТАНАВЛИВАЕТ
МИНИМАЛЬНЫЙ ПОРОГ ЦЕН (FLOOR PRICE)
НА СВОЙ МЕДИА-АКТИВ (ЭФИРНОЕ ВРЕМЯ)

РАЗВИТИЮ КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ МЕШАЕТ НЕ ОТСУТСТВИЕ ТАЛАНТОВ, А АРХАИЧНАЯ МОДЕЛЬ ПРОДАЖ МЕДИАИНВЕНТАРЯ



НЕАДЕКВАТНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ:

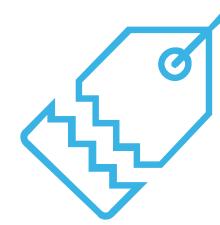
ГОСУДАРСТВО НЕ УСТАНАВЛИВАЕТ
МИНИМАЛЬНЫЙ ПОРOG ЦЕН (FLOOR PRICE)
НА СВОЙ МЕДИА-АКТИВ (ЭФИРНОЕ ВРЕМЯ)



ПРЯМЫЕ ПРОДАЖИ ТЕЛЕКАНАЛАМИ:

КАНАЛЫ ПРОДАЮТ ИНВЕНТАРЬ НАПРЯМУЮ
БИЗНЕСУ, ЧТО В УСЛОВИЯХ ОТСУТСТВИЯ
РЕГУЛЯТОРА ПРОВОЦИРУЕТ ДЕМПИНГ И
ЦЕНОВЫЕ ВОЙНЫ

РАЗВИТИЮ КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ МЕШАЕТ НЕ ОТСУТСТВИЕ ТАЛАНТОВ, А АРХАИЧНАЯ МОДЕЛЬ ПРОДАЖ МЕДИАИНВЕНТАРЯ



НЕАДЕКВАТНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ:

ГОСУДАРСТВО НЕ УСТАНАВЛИВАЕТ
МИНИМАЛЬНЫЙ ПОРог ЦЕН (FLOOR PRICE)
НА СВОЙ МЕДИА-АКТИВ (ЭФИРНОЕ ВРЕМЯ)



ПРЯМЫЕ ПРОДАЖИ ТЕЛЕКАНАЛАМИ:

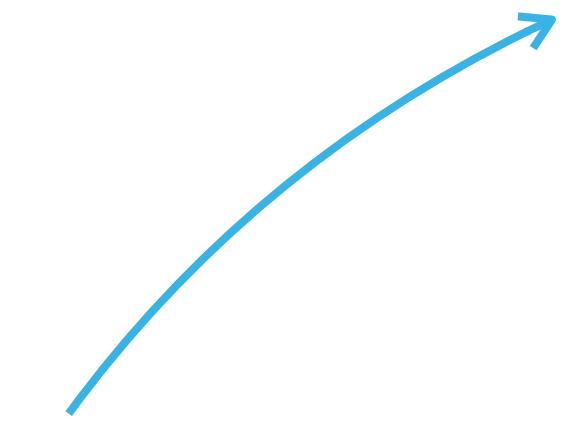
КАНАЛЫ ПРОДАЮТ ИНВЕНТАРЬ НАПРЯМУЮ
БИЗНЕСУ, ЧТО В УСЛОВИЯХ ОТСУТСТВИЯ
РЕГУЛЯТОРА ПРОВОЦИРУЕТ ДЕМПИНГ И
ЦЕНОВЫЕ ВОЙНЫ

- 👎 Стоимость прямой рекламы (Cost Per Point) аномально занижена.
- 👎 Бизнесу **экономически невыгодно** вкладывать в дорогое производство (креативные проекты), когда "дешевая" прямая реклама доступна в неограниченном объеме.

Демпинг и прямые
продажи на ТВ

Демпинг и прямые
продажи на ТВ

Рекламодателям
невыгодно
инвестировать в
креативный контент.



Демпинг и прямые продажи на ТВ

Рекламодателям невыгодно
инвестировать в
креативный контент.

Производство контента нерентабельно.

Телеканалы и
продакшены не могут
платить достойные
зарплаты.

Демпинг и прямые продажи на ТВ

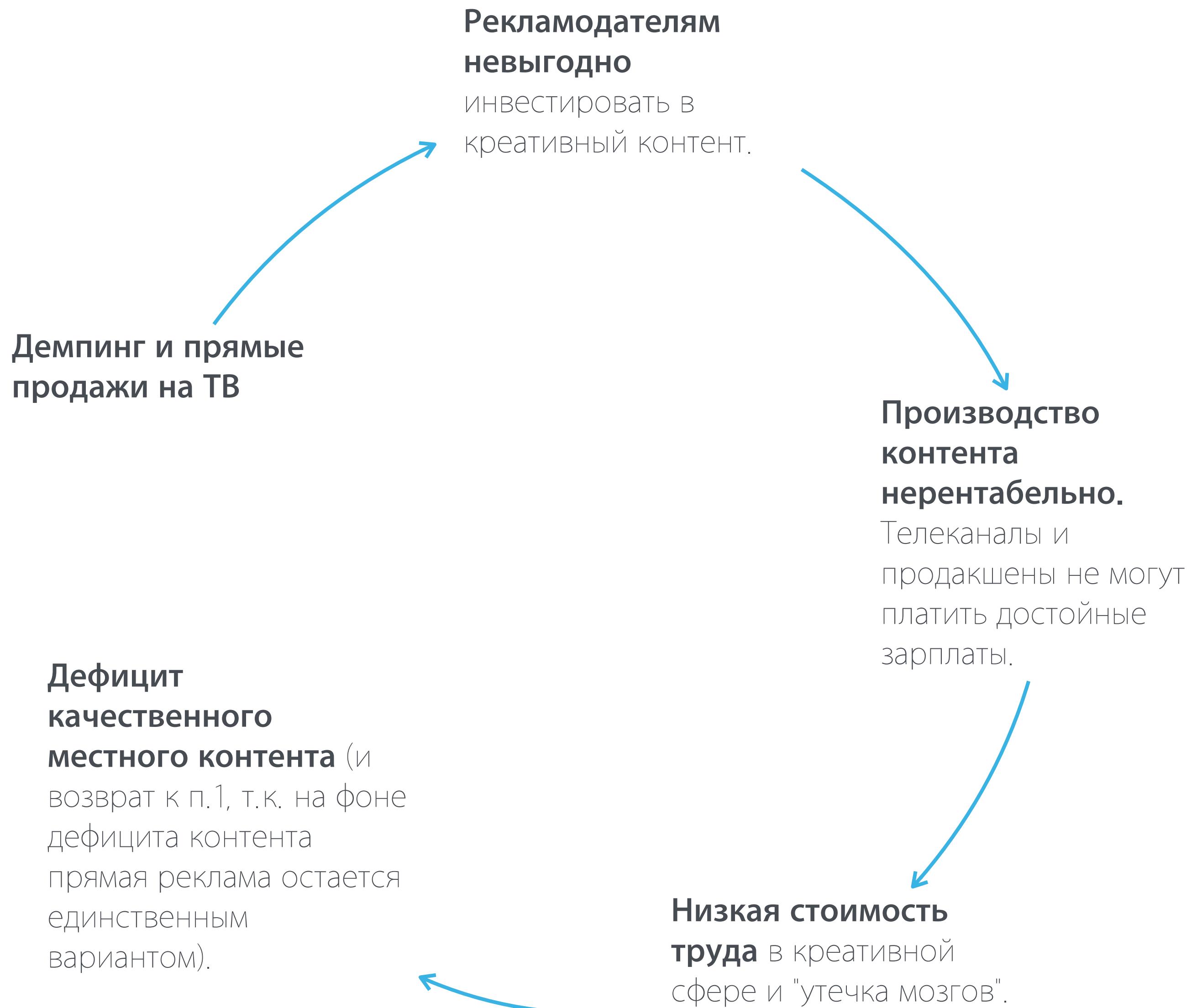
Рекламодателям
невыгодно

инвестировать в
креативный контент.

Производство
контента
нерентабельно.

Телеканалы и
продакшены не могут
платить достойные
зарплаты.

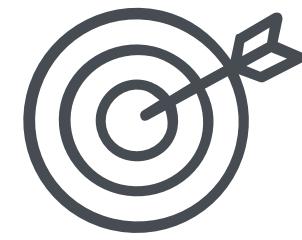
Низкая стоимость
труда в креативной
сфере и "утечка мозгов".





СОЗДАНИЕ РЫНОЧНЫХ СТИМУЛОВ

НАМ НЕ НУЖНО ЗАСТАВЛЯТЬ БИЗНЕС
ИНВЕСТИРОВАТЬ В КРЕАТИВ, А **СОЗДАТЬ**
УСЛОВИЯ, ПРИ КОТОРЫХ ЭТО СТАНЕТ
ЭКОНОМИЧЕСКИ ВЫГОДНЫМ.



ПРИВЕСТИ СТОИМОСТЬ ПРЯМОЙ
РЕКЛАМЫ К РЫНОЧНОМУ УРОВНЮ.

Пересмотр законодательной базы:

Введение современных норм в законы "О рекламе" и "О телевидении" (например, жесткое регулирование объемов прямой рекламы, GRP, стимулирование спонсорства).

Пересмотр законодательной базы:

Введение современных норм в законы "О рекламе" и "О телевидении" (например, жесткое регулирование объемов прямой рекламы, GRP, стимулирование спонсорства).

Прозрачность рынка:

Внедрение независимого медиааудита и измерений (чтобы бизнес мог оценить эффективность разных форматов).

Пересмотр законодательной базы:

Введение современных норм в законы "О рекламе" и "О телевидении" (например, жесткое регулирование объемов прямой рекламы, GRP, стимулирование спонсорства).

Прозрачность рынка:

Внедрение независимого медиааудита и измерений (чтобы бизнес мог оценить эффективность разных форматов).

Государственное стимулирование:

(Возможно) Введение квот на качественный национальный контент, что автоматически поднимет ценность рекламного времени вокруг него.

Пересмотр законодательной базы:

Введение современных норм в законы "О рекламе" и "О телевидении" (например, жесткое регулирование объемов прямой рекламы, GRP, стимулирование спонсорства).

Прозрачность рынка:

Внедрение независимого медиааудита и измерений (чтобы бизнес мог оценить эффективность разных форматов).

Государственное стимулирование:

(Возможно) Введение квот на качественный национальный контент, что автоматически поднимет ценность рекламного времени вокруг него.

Создание Единого Sales House:

Необходим переход от модели прямых продаж к цивилизованному, прозрачному рынку через создание Единого Sales House (ЕСХ) для государственных медиа-активов.

Пересмотр законодательной базы:

Введение современных норм в законы "О рекламе" и "О телевидении" (например, жесткое регулирование объемов прямой рекламы, GRP, стимулирование спонсорства).

Прозрачность рынка:

Внедрение независимого медиааудита и измерений (чтобы бизнес мог оценить эффективность разных форматов).

Государственное стимулирование:

(Возможно) Введение квот на качественный национальный контент, что автоматически поднимет ценность рекламного времени вокруг него.

Создание Единого Sales House:

Необходим переход от модели прямых продаж к цивилизованному, прозрачному рынку через создание Единого Sales House (ЕСХ) для государственных медиа-активов.

СОЗДАНИЕ ЕДИНОГО SALES HOUSE:

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОЗРАЧНОСТИ, АДЕКВАТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ И
СТИМУЛИРОВАНИЕ КОНКУРЕНЦИИ КАЧЕСТВА, А НЕ ЦЕНЫ

СОЗДАНИЕ ЕДИНОГО SALES HOUSE:

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОЗРАЧНОСТИ, АДЕКВАТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ И
СТИМУЛИРОВАНИЕ КОНКУРЕНЦИИ КАЧЕСТВА, А НЕ ЦЕНЫ

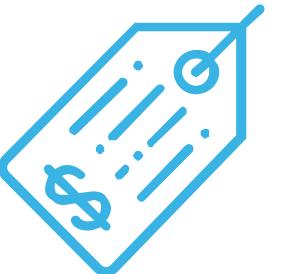


Унификация продаж:

Централизованная
продажа всего
медиаинвентаря
госканалов. Устранение
"серых" зон и прямых
сделок.

СОЗДАНИЕ ЕДИНОГО SALES HOUSE:

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОЗРАЧНОСТИ, АДЕКВАТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ И
СТИМУЛИРОВАНИЕ КОНКУРЕНЦИИ КАЧЕСТВА, А НЕ ЦЕНЫ



Унификация продаж:

Централизованная продажа всего медиаинвентаря госканалов. Устранение "серых" зон и прямых сделок.

Адекватное ценообразование:

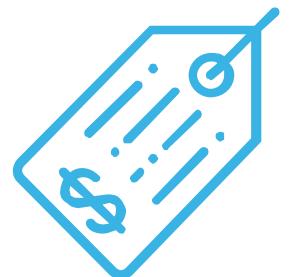
Установление рыночной, экономически обоснованной стоимости рекламы. Прекращение демпинга.

СОЗДАНИЕ ЕДИНОГО SALES HOUSE:

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОЗРАЧНОСТИ, АДЕКВАТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ И
СТИМУЛИРОВАНИЕ КОНКУРЕНЦИИ КАЧЕСТВА, А НЕ ЦЕНЫ



Унификация продаж:
Централизованная продажа всего медиаинвентаря госканалов. Устранение "серых" зон и прямых сделок.



**Адекватное
ценообразование:**
Установление рыночной, экономически обоснованной стоимости рекламы.
Прекращение демпинга.



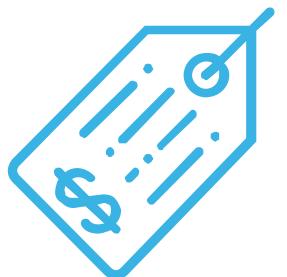
**Внедрение
медиаизмерений:**
Создание единой валюты рынка (например, GRP). Рекламодатель покупает не "секунды", а "рейтинги" (контакт с аудитором).

СОЗДАНИЕ ЕДИНОГО SALES HOUSE:

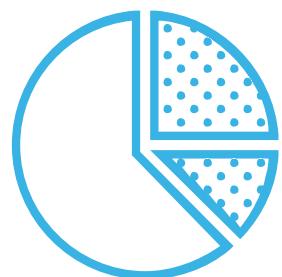
ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОЗРАЧНОСТИ, АДЕКВАТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ И
СТИМУЛИРОВАНИЕ КОНКУРЕНЦИИ КАЧЕСТВА, А НЕ ЦЕНЫ



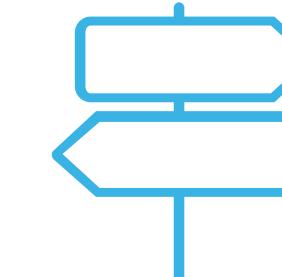
Унификация продаж:
Централизованная продажа всего медиаинвентаря госканалов. Устранение "серых" зон и прямых сделок.



**Адекватное
ценообразование:**
Установление рыночной, экономически обоснованной стоимости рекламы.
Прекращение демпинга.



**Внедрение
медиаизмерений:**
Создание единой валюты рынка (например, GRP).
Рекламодатель покупает не "секунды", а "рейтинги" (контакт с аудитор



**Рыночное
регулирование:**
Установление единых правил игры для всех участников (агентств, рекламодателей, каналов).

Единый Sales House (внедряет GRP и рыночные цены).

Единый Sales House (внедряет GRP и рыночные цены).



Стоимость прямой рекламы (CPP) растет до адекватного уровня.

Единый Sales House (внедряет GRP и рыночные цены).



Стоимость прямой рекламы (CPP) растет до адекватного уровня.



Рекламодатели ищут **новые** форматы (нативная интеграция, спонсорство).

Единый Sales House (внедряет GRP и рыночные цены).



Стоимость прямой рекламы (CPP) растет до адекватного уровня.



Рекламодатели ищут **новые** форматы (нативная интеграция, спонсорство).



Возникает **платежеспособный спрос** на креативный продукт.

Единый Sales House (внедряет GRP и рыночные цены).



Стоимость прямой рекламы (CPP) растет до адекватного уровня.



Рекламодатели ищут **новые** форматы (нативная интеграция, спонсорство).



Возникает **платежеспособный спрос** на креативный продукт.

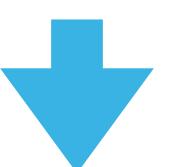


Производство контента становится рентабельным.

Единый Sales House (внедряет GRP и рыночные цены).



Стоимость прямой рекламы (CPP) растет до адекватного уровня.



Рекламодатели ищут **новые** форматы (нативная интеграция, спонсорство).



Возникает **платежеспособный спрос** на креативный продукт.



Производство контента становится рентабельным.



Рост зарплат в индустрии, **создание рабочих мест**.

БЛАГОПРИЯТНЫЙ ЦИКЛ

КАК SALES HOUSE ЗАПУСТИТ КРЕАТИВНУЮ ЭКОНОМИКУ

ВЫВОД 1

КРЕАТИВНАЯ ИНДУСТРИЯ — СТРАТЕГИЧЕСКИЙ СЕКТОР
ДЛЯ ЗАНЯТОСТИ МОЛОДЕЖИ

ВЫВОД 1

КРЕАТИВНАЯ ИНДУСТРИЯ — СТРАТЕГИЧЕСКИЙ СЕКТОР
ДЛЯ ЗАНЯТОСТИ МОЛОДЕЖИ

ВЫВОД 3

БАРЬЕР — ЭКОНОМИЧЕСКИЙ: ДЕМПИНГ НА ТВ-
РЕКЛАМУ ИЗ-ЗА ПРЯМЫХ ПРОДАЖ И НЕ АДЕКВАТНОГО
РЕГУЛИРОВАНИЯ

Вывод 1

КРЕАТИВНАЯ ИНДУСТРИЯ — СТРАТЕГИЧЕСКИЙ СЕКТОР
ДЛЯ ЗАНЯТОСТИ МОЛОДЕЖИ

Вывод 3

БАРЬЕР — ЭКОНОМИЧЕСКИЙ: ДЕМПИНГ НА ТВ-
РЕКЛАМУ ИЗ-ЗА ПРЯМЫХ ПРОДАЖ И НЕ АДЕКВАТНОГО
РЕГУЛИРОВАНИЯ

Вывод 3

СОЗДАНИЕ ЕДИНОГО SALES HOUSE — ЭТО НЕ
“ПОВЫШЕНИЕ ЦЕН”, А СОЗДАНИЕ ПРОЗРАЧНОГО
РЫНКА, КОТОРЫЙ **ПОБУДИТ** БИЗНЕС ИНВЕСТИРОВАТЬ
В КАЧЕСТВО И КРЕАТИВ

ПРЕДЛАГАЕМ:

СОЗДАТЬ МЕЖВЕДОМСТВЕННУЮ РАБОЧУЮ ГРУППУ (С УЧАСТИЕМ ГОСУДАРСТВЕННЫХ РЕГУЛЯТОРОВ, МЕДИА И БИЗНЕСА) ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ДОРОЖНОЙ КАРТЫ ПО МОДЕРНИЗАЦИИ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О РЕКЛАМЕ И ТВ.

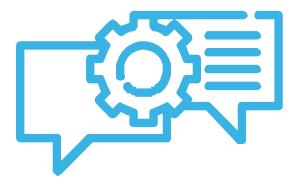
ПРЕДЛАГАЕМ:

СОЗДАТЬ МЕЖВЕДОМСТВЕННУЮ РАБОЧУЮ ГРУППУ (С УЧАСТИЕМ ГОСУДАРСТВЕННЫХ РЕГУЛЯТОРОВ, МЕДИА И БИЗНЕСА) ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ДОРОЖНОЙ КАРТЫ ПО МОДЕРНИЗАЦИИ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О РЕКЛАМЕ И ТВ.

ПРОСИМ:

ОКАЗАТЬ ЭКСПЕРТНОЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ СОДЕЙСТВИЕ В ДОСТИЖЕНИИ НАШИХ ЦЕЛЕЙ

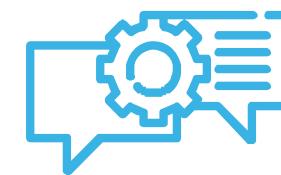
ПРОСИМ ОКАЗАТЬ ЭКСПЕРТНОЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ
СОДЕЙСТВИЕ В ДОСТИЖЕНИИ ЦЕЛЕЙ:



ЭКСПЕРТИЗА:

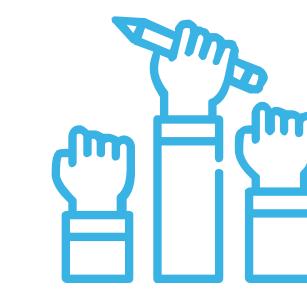
ПОМОЩЬ В АУДИТЕ ТЕКУЩЕЙ СИТУАЦИИ И
ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ЛУЧШИХ ПРАКТИК (CASE
STUDIES) ПО СОЗДАНИЮ, ЗАПУСКУ И
РЕГУЛИРОВАНИЮ ЕДИНЫХ SALES HOUSES ИЗ
ОПЫТА СТРАН-УЧАСТНИЦ СНГ.

ПРОСИМ ОКАЗАТЬ ЭКСПЕРТНОЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ
СОДЕЙСТВИЕ В ДОСТИЖЕНИИ ЦЕЛЕЙ:



ЭКСПЕРТИЗА:

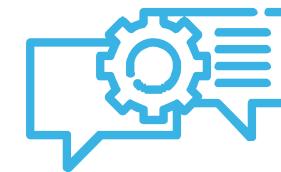
ПОМОЩЬ В АУДИТЕ ТЕКУЩЕЙ СИТУАЦИИ И
ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ЛУЧШИХ ПРАКТИК (CASE
STUDIES) ПО СОЗДАНИЮ, ЗАПУСКУ И
РЕГУЛИРОВАНИЮ ЕДИНЫХ SALES HOUSES ИЗ
ОПЫТА СТРАН-УЧАСТНИЦ СНГ.



ГАРМОНИЗАЦИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА:

СОДЕЙСТВИЕ В РАЗРАБОТКЕ "ДОРОЖНОЙ КАРТЫ"
И ПАКЕТА ПОПРАВОК В НАЦИОНАЛЬНОЕ
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО ("О РЕКЛАМЕ", "О ТВ"),
КОТОРЫЕ ОБЕСПЕЧАТ ПРАВОВУЮ БАЗУ ДЛЯ
ПРОЗРАЧНОЙ РАБОТЫ ЕСХ И БУДУТ
СООТВЕТСТВОВАТЬ ОБЩИМ ПРИНЦИПАМ
СОГЛАШЕНИЯ О СОТРУДНИЧЕСТВЕ.

ПРОСИМ ОКАЗАТЬ ЭКСПЕРТНОЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ
СОДЕЙСТВИЕ В ДОСТИЖЕНИИ ЦЕЛЕЙ:



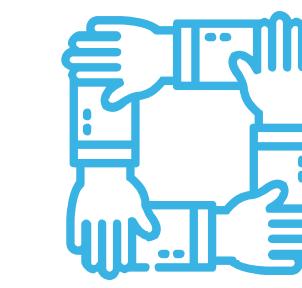
ЭКСПЕРТИЗА:

ПОМОЩЬ В АУДИТЕ ТЕКУЩЕЙ СИТУАЦИИ И
ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ЛУЧШИХ ПРАКТИК (CASE
STUDIES) ПО СОЗДАНИЮ, ЗАПУСКУ И
РЕГУЛИРОВАНИЮ ЕДИНЫХ SALES HOUSES ИЗ
ОПЫТА СТРАН-УЧАСТНИЦ СНГ.



ГАРМОНИЗАЦИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА:

СОДЕЙСТВИЕ В РАЗРАБОТКЕ "ДОРОЖНОЙ КАРТЫ"
И ПАКЕТА ПОПРАВОК В НАЦИОНАЛЬНОЕ
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО ("О РЕКЛАМЕ", "О ТВ"),
КОТОРЫЕ ОБЕСПЕЧАТ ПРАВОВУЮ БАЗУ ДЛЯ
ПРОЗРАЧНОЙ РАБОТЫ ЕСХ И БУДУТ
СООТВЕТСТВОВАТЬ ОБЩИМ ПРИНЦИПАМ
СОГЛАШЕНИЯ О СОТРУДНИЧЕСТВЕ.



ФОРМИРОВАНИЕ КОАЛИЦИИ:

ПОДДЕРЖКА НАШЕЙ ИНИЦИАТИВЫ НА
МЕЖГОСУДАРСТВЕННОМ УРОВНЕ. ВКЛЮЧЕНИЕ
ВОПРОСА О РЕФОРМЕ МЕДИАРЫНКА
ТАДЖИКИСТАНА В ПОВЕСТКУ КСР ДЛЯ
ФОРМИРОВАНИЯ ЕДИНОЙ ПОЗИЦИИ И
ВЫРАБОТКИ КОНСОЛИДИРОВАННЫХ
РЕКОМЕНДАЦИЙ ДЛЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ
РЕГУЛЯТОРОВ НАШЕЙ СТРАНЫ.

ОБЩАЯ ЦЕЛЬ:

СОВМЕСТНЫМИ УСИЛИЯМИ ТРАНСФОРМИРОВАТЬ МЕДИАРЫНОК ТАДЖИКИСТАНА,
СДЕЛАВ ЕГО ПРОЗРАЧНЫМ И РЕНТАБЕЛЬНЫМ.

ЭТО СОЗДАСТ ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ОСНОВУ ДЛЯ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ
И ОБЕСПЕЧИТ ТЫСЯЧИ РАБОЧИХ МЕСТ ДЛЯ НАШЕЙ МОЛОДЕЖИ.

ОБЩАЯ ЦЕЛЬ:

СОВМЕСТНЫМИ УСИЛИЯМИ ТРАНСФОРМИРОВАТЬ МЕДИАРЫНОК ТАДЖИКИСТАНА,
СДЕЛАВ ЕГО ПРОЗРАЧНЫМ И РЕНТАБЕЛЬНЫМ.

ЭТО СОЗДАСТ ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ОСНОВУ ДЛЯ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ
И ОБЕСПЕЧИТ ТЫСЯЧИ РАБОЧИХ МЕСТ ДЛЯ НАШЕЙ МОЛОДЕЖИ.



ХАДАМОТИ ЗИДДИИНХИСОРИИ НАЗДИ
ХУКУМАТИ ЧУМХУРИИ ТОЧИКИСТОН



КООРДИНАЦИОННЫЙ
СОВЕТ ПО РЕКЛАМЕ
Межгосударственный совет
по антимонопольной политике



Ассоциация
Таблиғотии
Тоҷикистон



ХАДАМОТИ ЗИДДИИНХИСОРИИ НАЗДИ
ХУКУМАТИ ЧУМХУРИИ ТОҶИКИСТОН



КООРДИНАЦИОННЫЙ
СОВЕТ ПО РЕКЛАМЕ

Межгосударственный совет
по антимонопольной политике



Ассоциация
Таблиғотии
Тоҷикистон