

DIGITAL MARKET OVERVIEW



Зміст

03

Огляд економічної ситуації

07

Соціально-демографічні зміни серед українців

09

Динаміка проникнення інтернет

19

Динаміка рекламного ринку

25

Диджитал формати

32

Диджитал майданчики

35

Відео та дисплей

45

Динаміка e-commerce категорії

53

Тенденції користування AI (ШІ)

ОГЛЯД ЕКОНОМІЧНОЇ СИТУАЦІЇ

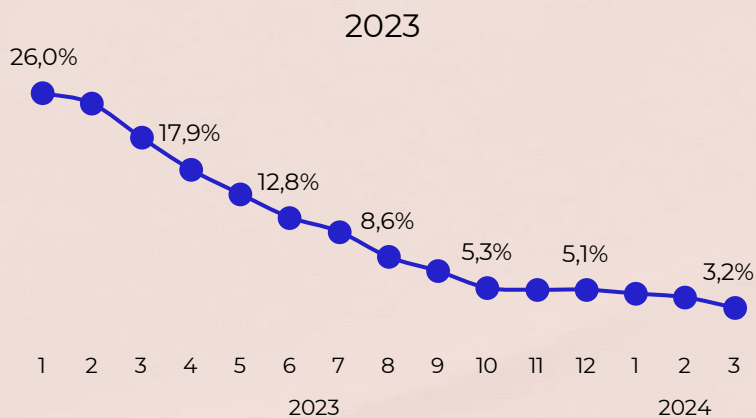
1



ПОТОЧНА ЕКОНОМІЧНА СИТУАЦІЯ

СТАБІЛІЗАЦІЯ ПРИ ЕМОЦІЙНІЙ ВТОМІ

ІНФЛЯЦІЯ СПОВІЛЬНИЛАСЬ І БУДЕ ПОМІРНОЮ У 2024



Основні стримуючі фактори інфляції:

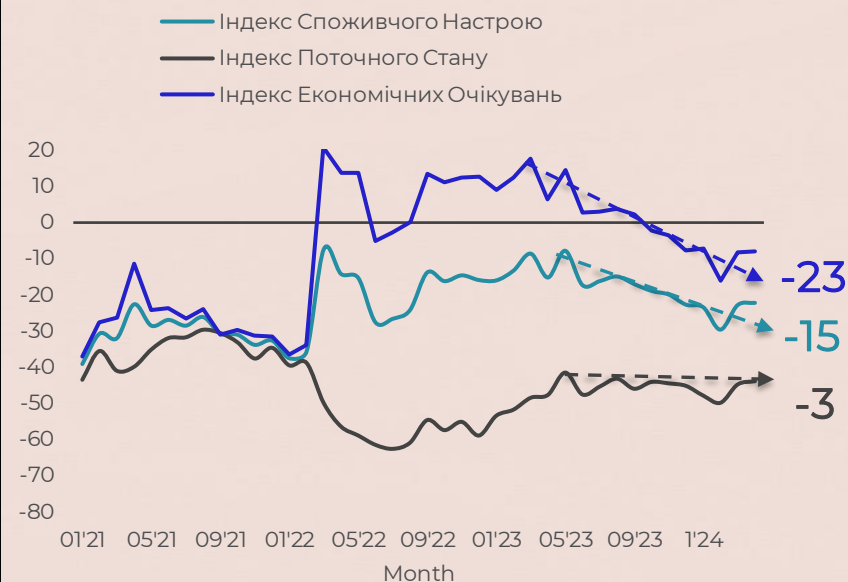
- достатнє забезпечення продуктами харчування
- послаблення тиску на бізнес
- витрати на підтримку стабільності обмінного курсу

У перші місяці 2024 року вона буде близькою до поточного рівня, проте очікується, що у другому півріччі 2024 року - помірно зросте

ДО КІНЦЯ 2023 РОКУ ЄВРО ТА ДОЛАР ПРОДОВЖИЛИ ЗРОЩУВАТИ ВАРТІСТЬ



СПОЖИВЧІ НАСТРОЇ ПОЧАЛИ ЗНИЖУВАТИСЬ ПІД ТИСКОМ ВТОМИ

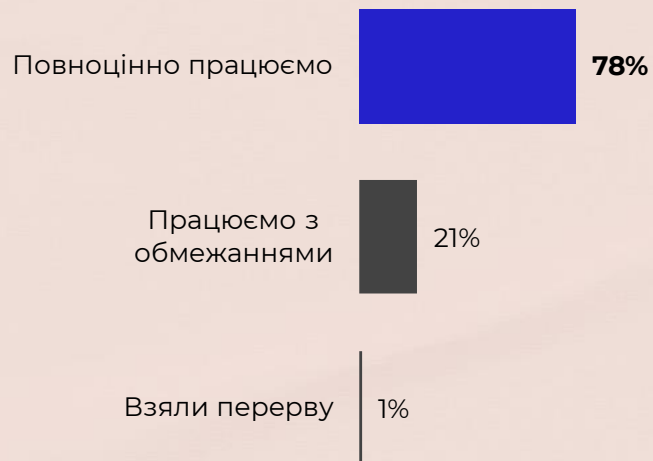


Хоча поточний стан населення майже не змінився, економічні очікування та споживчі настрої показали негативну динаміку

ПОТОЧНА ЕКОНОМІЧНА СИТУАЦІЯ

ВІДНОВЛЕННЯ БІЗНЕСУ

62% КОМПАНІЙ ДО КІНЦЯ 2023 РОКУ
ВІДНОВИЛИ ПОВНОЦІННУ РОБОТУ



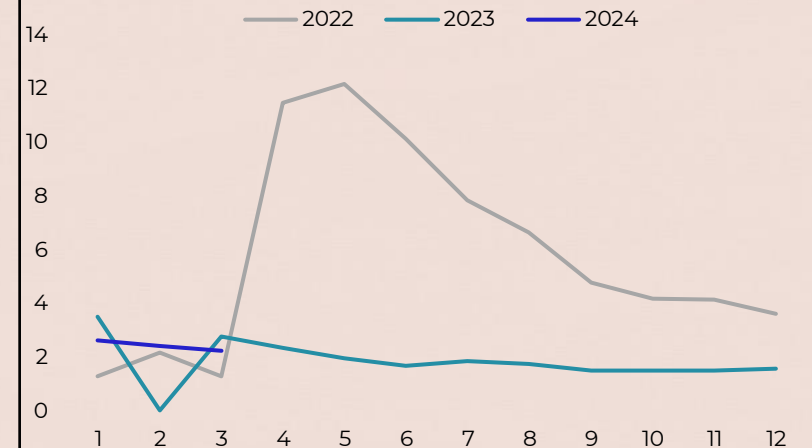
17% Кампаній працюють на іноземних ринках

РІВЕНЬ БЕЗРОБІТТЯ ЗНИЖУЄТЬСЯ, І
КАМПАНІЇ АКТИВНО НАЙМАЮТЬ



50% Кампаній планують у 2024 збільшити кількість співробітників на 10%+

КАДРОВИЙ ГОЛОД: КІЛЬКІСТЬ ЗАЯВОК
НА ОДНУ ВАКАНСІЮ ЗНИЗИЛАСЬ








45% Спеціалістів оцінюють можливість віддаленої роботи, як значну перевагу

до **77%** Зріс ринок праці у західних регіонах до 2022



ПРОГНОЗ ЕКОНОМІЧНОЇ СИТУАЦІЇ

ПОСТУПОВЕ ПОВІЛЬНЕ ВІДНОВЛЕННЯ

	 ІНФЛЯЦІЯ	 ВВП	 СПОЖИВАННЯ	 СЕРЕДНЯ РЕАЛЬНА ЗАРПЛАТА	 ОБМІННИЙ КУРС
2021	+10%	+3.4%	10.7%	9.8%	27.28 UAH
2022	+26.6%	-29.1%	21.4%	7.4%	28.94 UAH <small>До 21.07.2022</small> 36.57 UAH <small>Після 21.07.2022</small>
2023	+5.1%	+5.3%	15.4%	3.5%	38 UAH
F 2024	+8.6%	+3.6%	10%	6.9%	40.33 UAH



СОЦІАЛЬНО- ДЕМОГРАФІЧНІ ЗМІНИ СЕРЕД УКРАЇНЦІВ

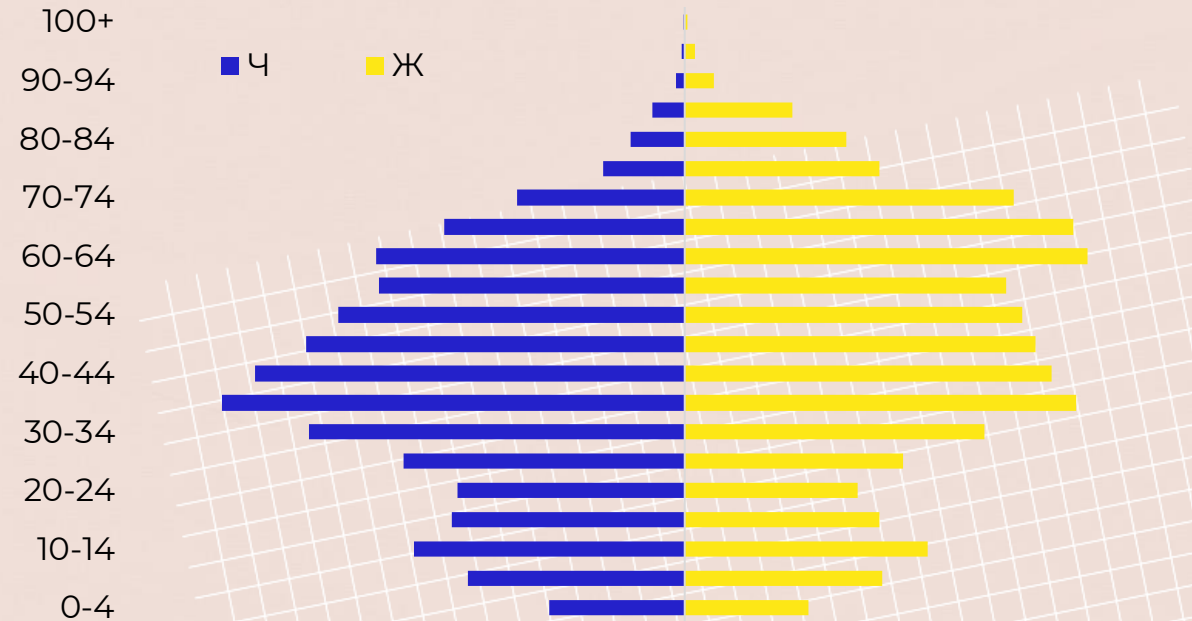


Кількість українців на підконтрольній уряду території складає 31 млн

Кількість українців, млн



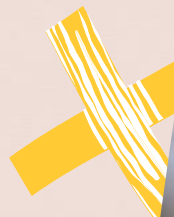
Розподіл українців за віком і статтю, тис



Аудиторія жінок 15-29 років зменшилася через можливість виїзду за кордон. Є ймовірність, що значна частина цієї аудиторії не повернеться в Україну. Наразі основу аудиторії в Україні складають чоловіки та жінки віком 35-64 роки.

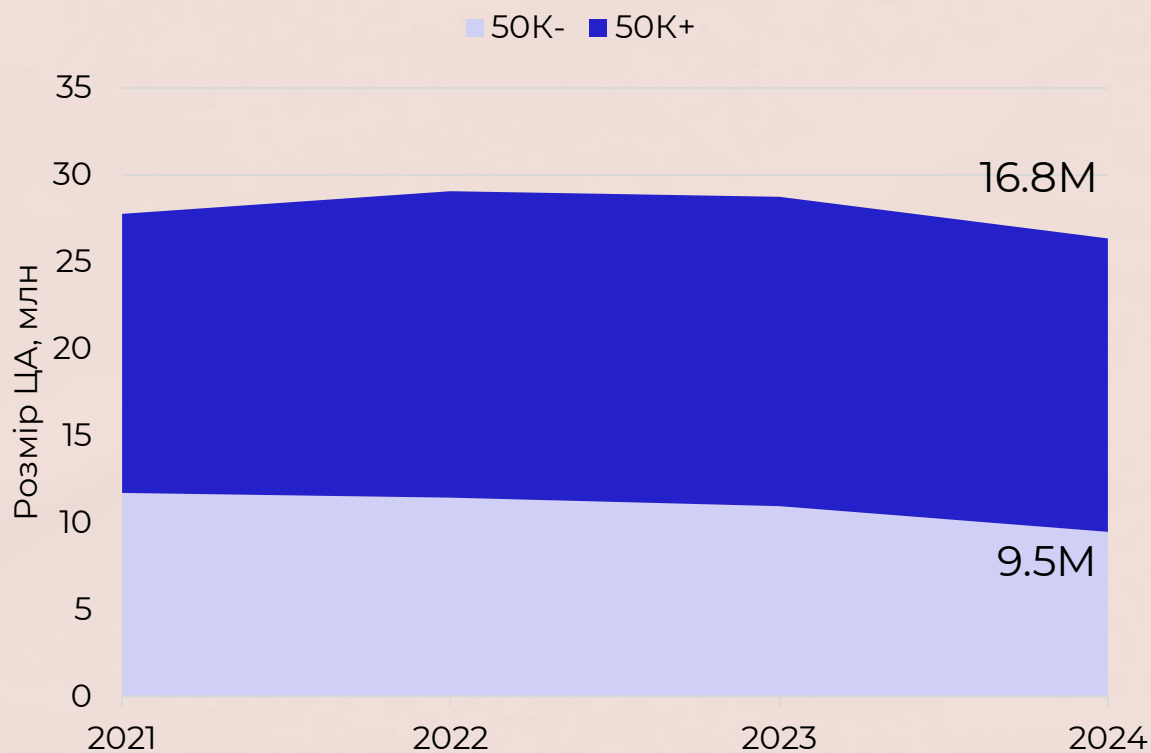


ДИНАМІКА ПРОНИКНЕННЯ ІНТЕРНЕТ

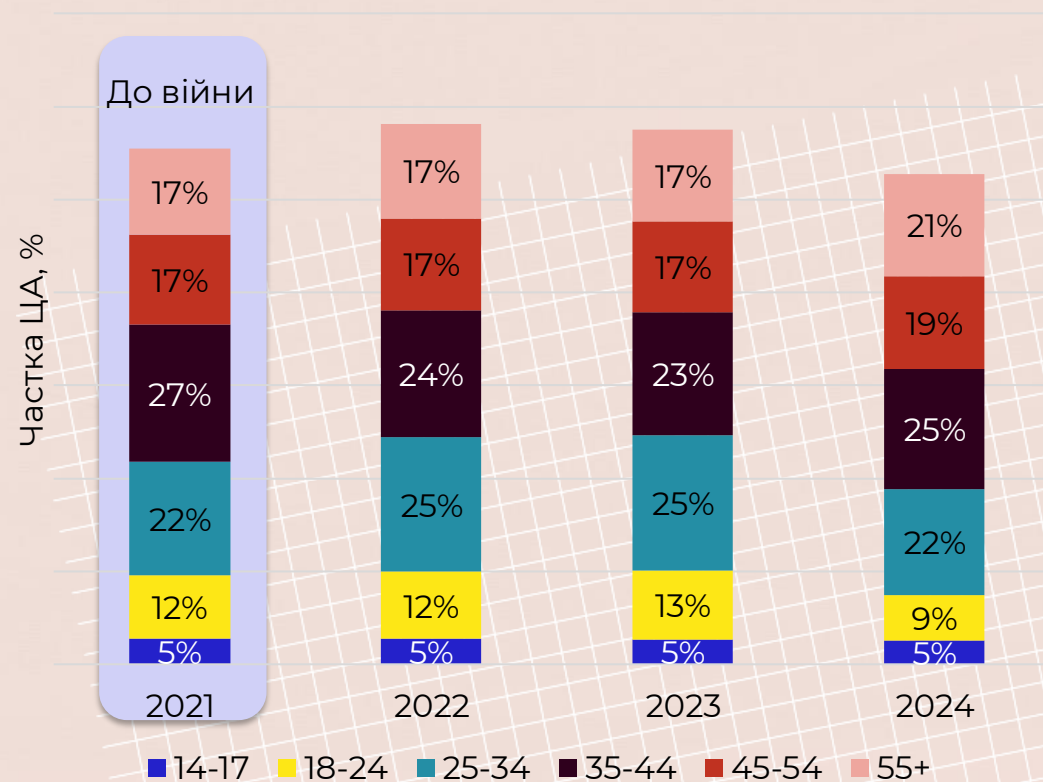


Інтернетом користуються 26 мільйонів українців. Тенденція до зростання частки дорослої аудиторії

Динаміка проникнення інтернету серед українців



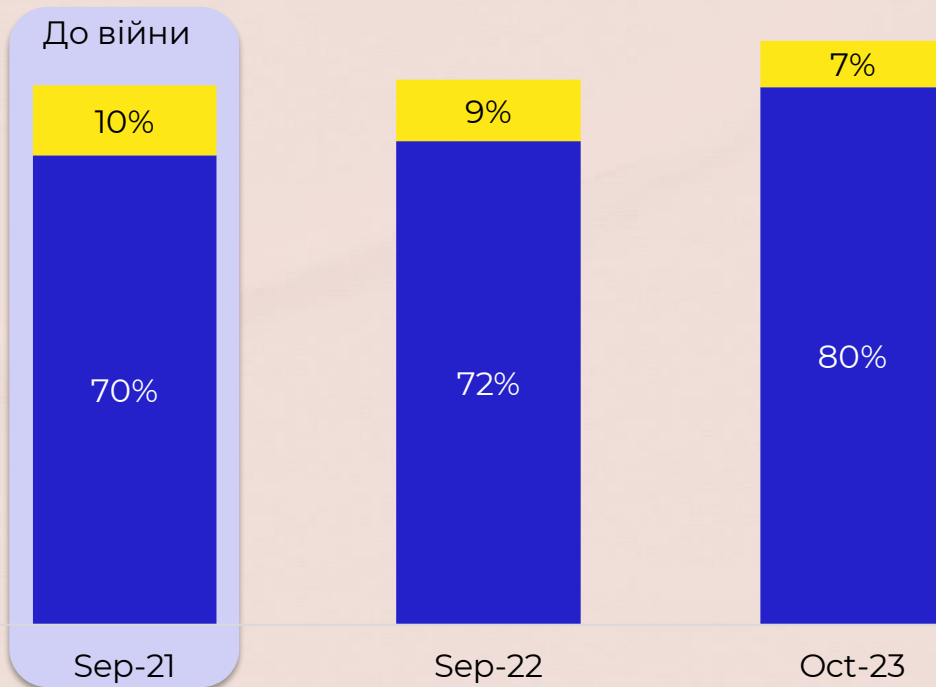
Динаміка проникнення Інтернету серед віку



За останній рік частка користувачів, які щодня користуються Інтернетом 3 години і більше, зросла з 72% до 80%

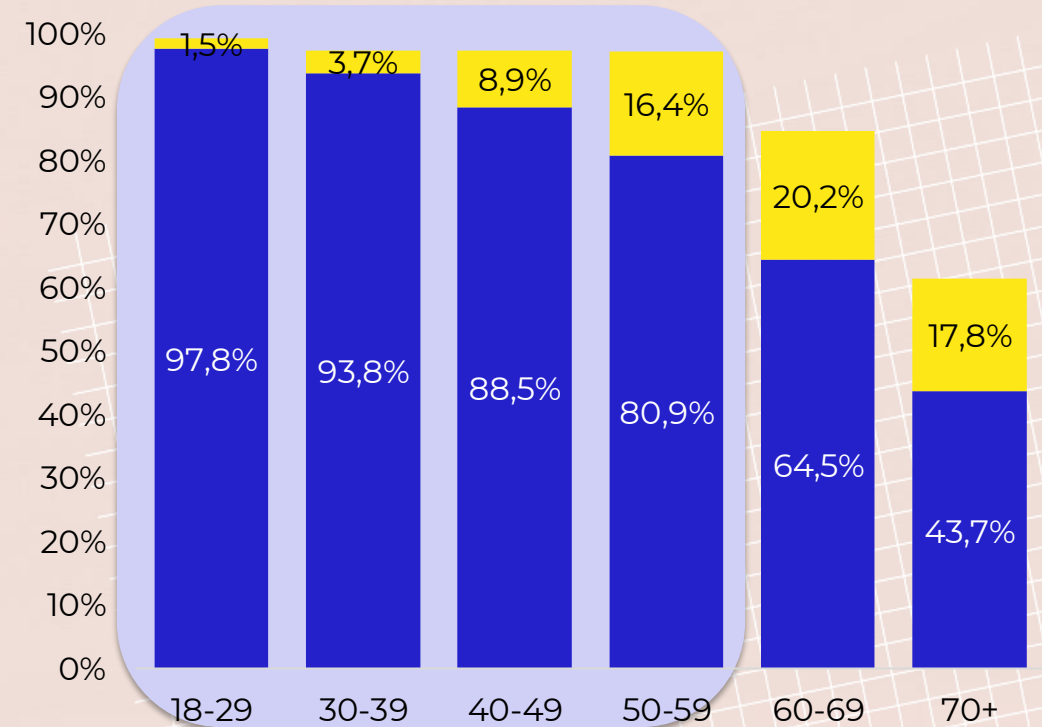
Як часто ви користуєтеся Інтернетом?

■ 3+ години на день ■ 2-3 години на тиждень



Як часто ви користуєтеся Інтернетом?

■ 3+ години на день ■ 2-3 години на тиждень

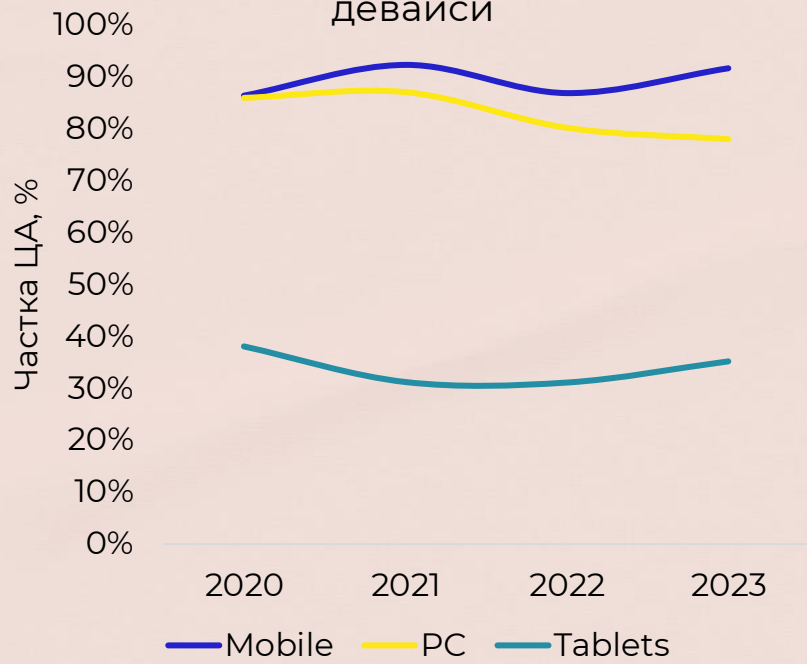


Джерело: Аналітичний звіт «Думки та погляди українців на державні електронні послуги у 2023 році»
 Дослідження проводив Київський міжнародний інститут соціології (КМІС) у вересні-жовтні 2023 року на замовлення Програми розвитку ООН в Україні.

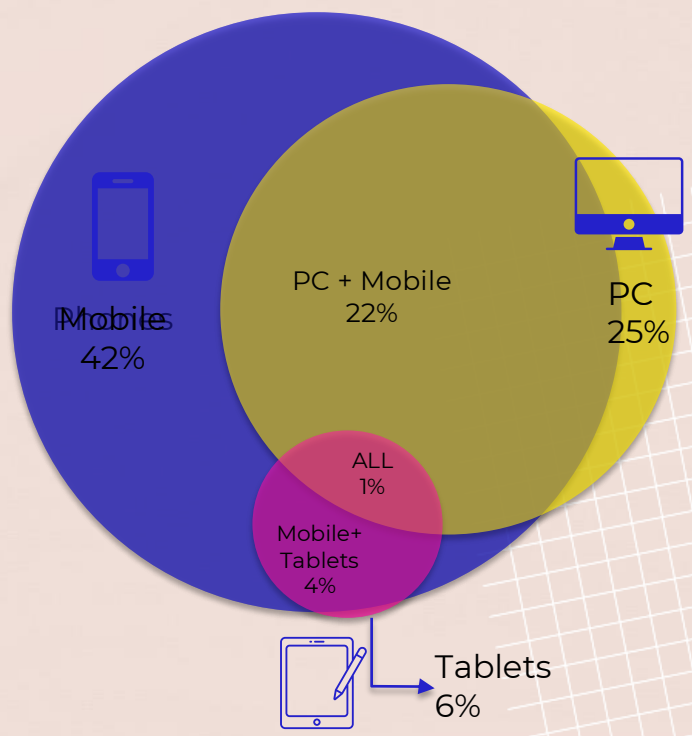


Основним пристроєм для виходу в Інтернет залишається мобільний. Частка PC також висока, але поступово зменшується

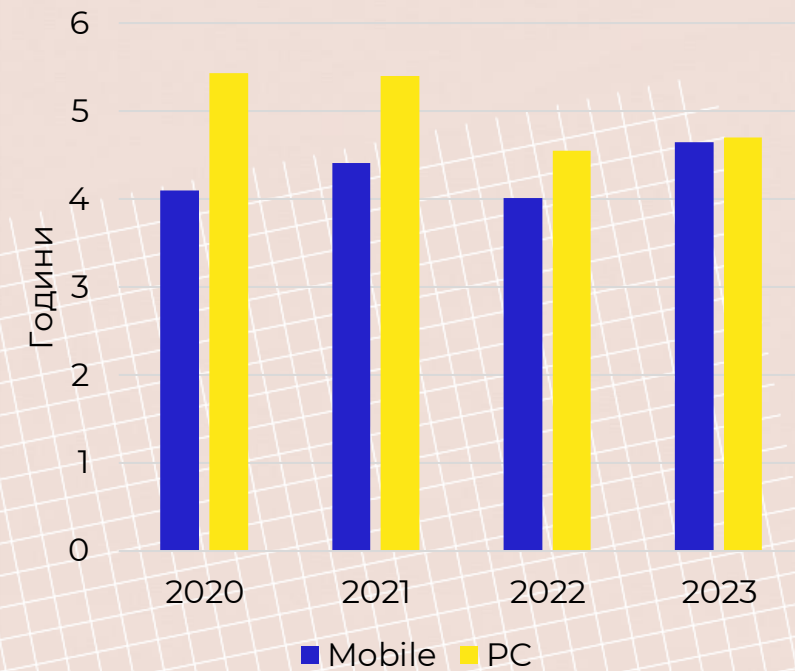
Динаміка виходу в Інтернет, девайси



Розподіл за пристроями, охоплення



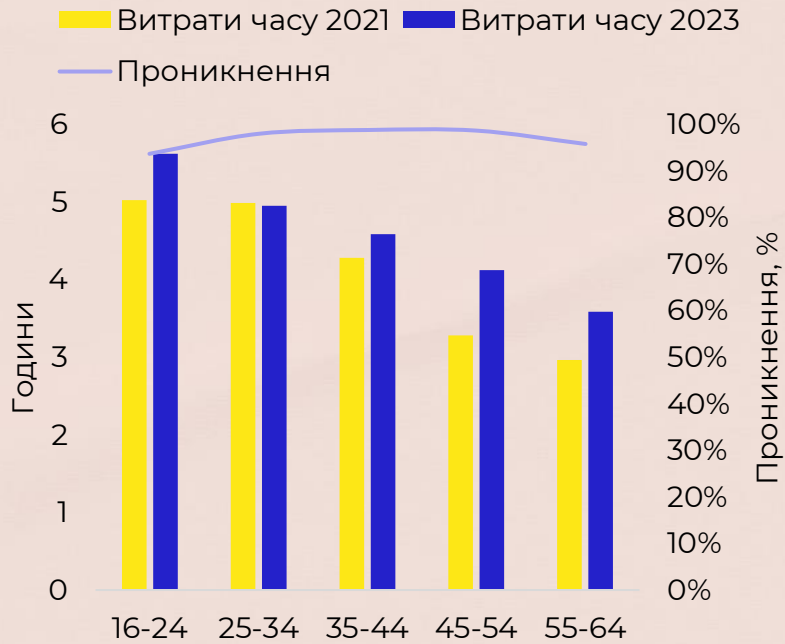
Щоденний витрачений час



Серед Інтернет аудиторії майже 100% виходять онлайн з мобільного



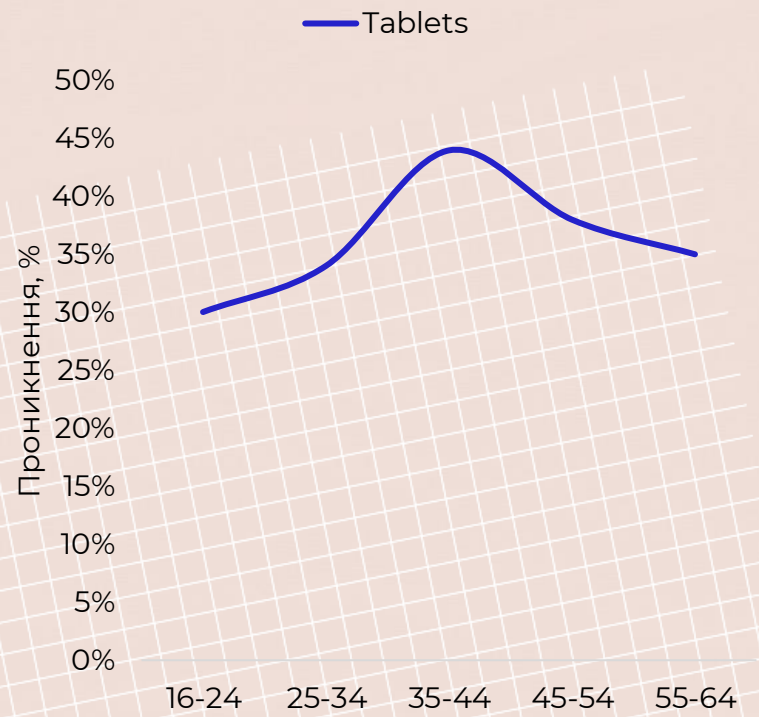
Проникнення мобільного зв'язку серед віку



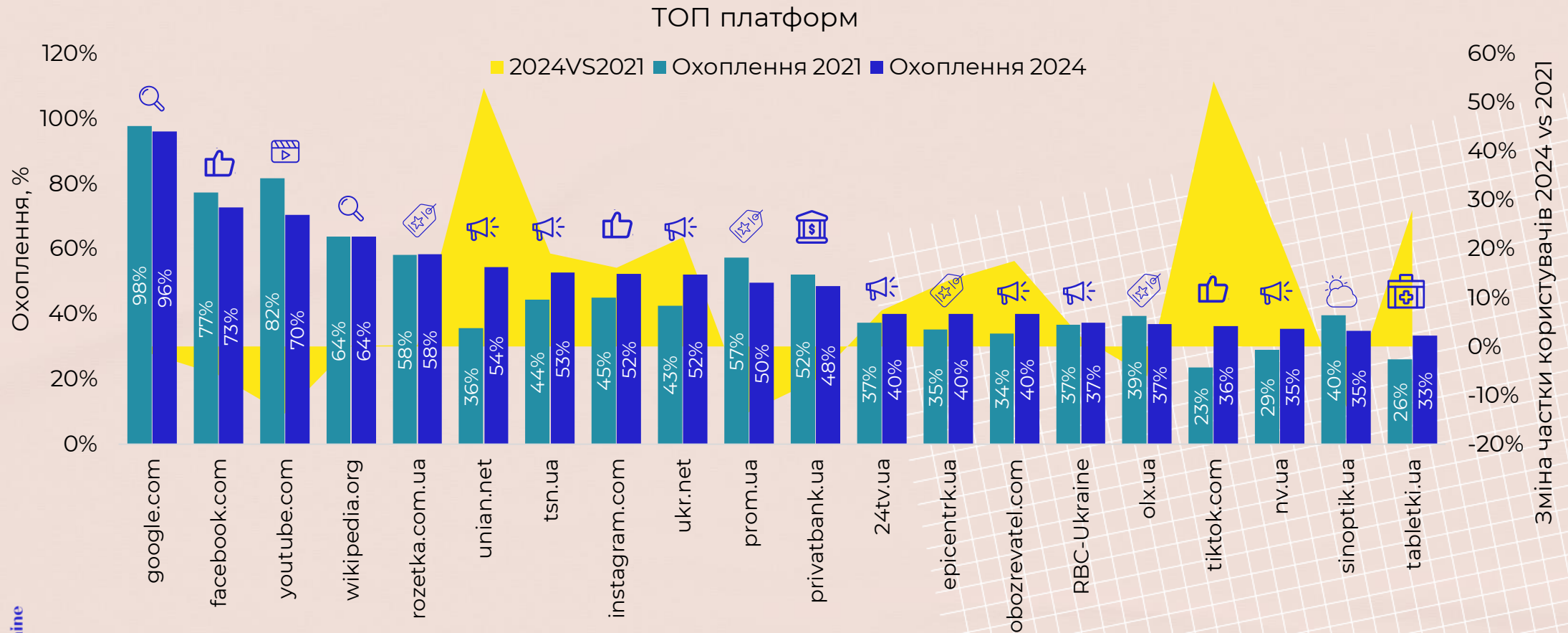
Проникнення PC серед віку



Проникнення планшетів серед віку



З початку повномасштабної війни найбільшої популярності набули новинні сайти та соціальні мережі з короткими відео



Джерело: Gemius Audience, 01-03'2024, 01-03'2023, 01-03'2022, 05-07'2021. Вік 14-69
відсутність обмежень за типом міста

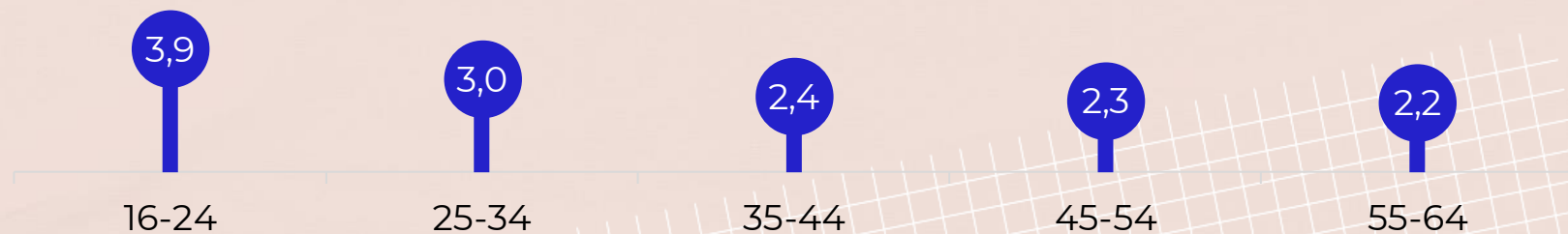
Використання соціальних мереж

В середньому українці щодня проводять у соцмережах понад 2,5 години. Найбільше часу в соцмережах проводить молодь, а найменше – літні люди. Найпопулярнішими мережами в Україні є месенджери Viber і Telegram, Facebook і Instagram, відеохостинг YouTube.

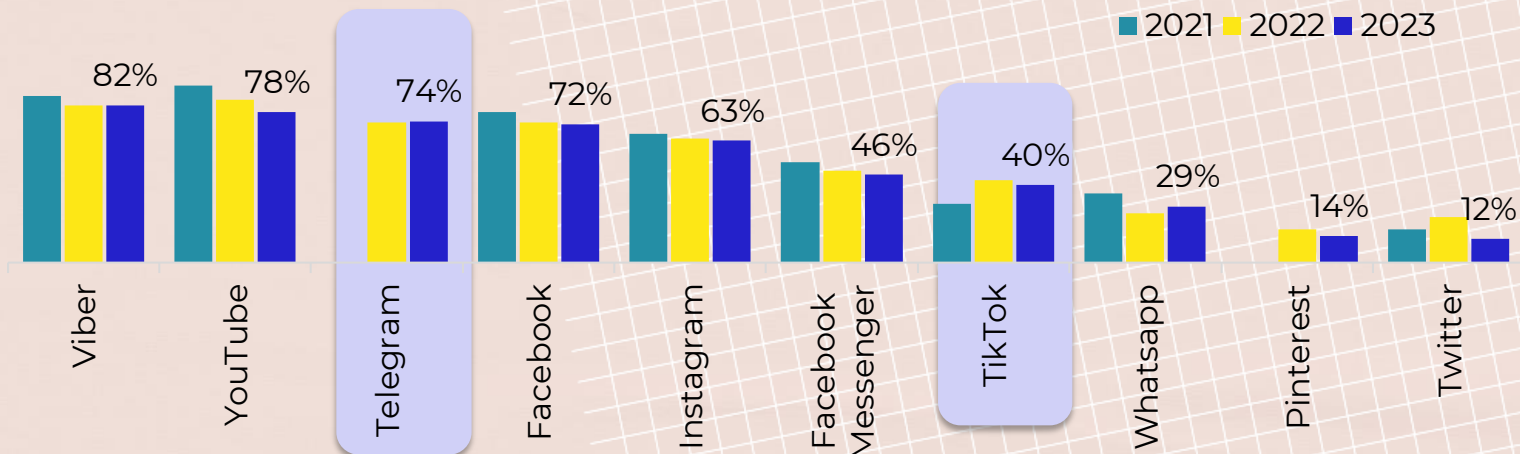


У середньому українці витрачають на перегляд соцмереж 2,65 години на день

Середній час споживання за віковими групами, год

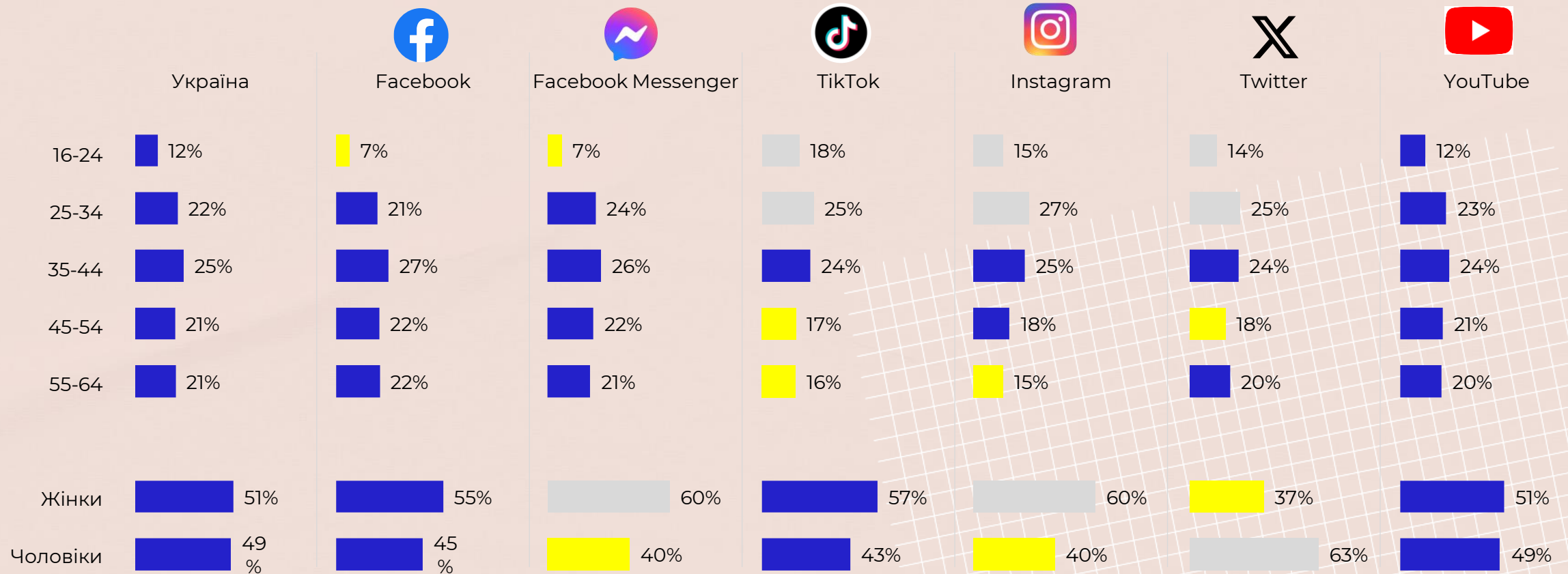


Використання соціальних мереж за останній місяць, %



Профіль користувачів соціальних мереж

TikTok, Instagram і X (Twitter) мають більшу частку молодшої аудиторії порівняно з Facebook і YouTube. У Facebook Messenger та Instagram переважають жінки, тоді як чоловіки більше віддають перевагу X (Twitter).



Більшість українців звертають увагу на рекламу в соціальних мережах

59%

більшість реклами отримує з
Інтернету

41%

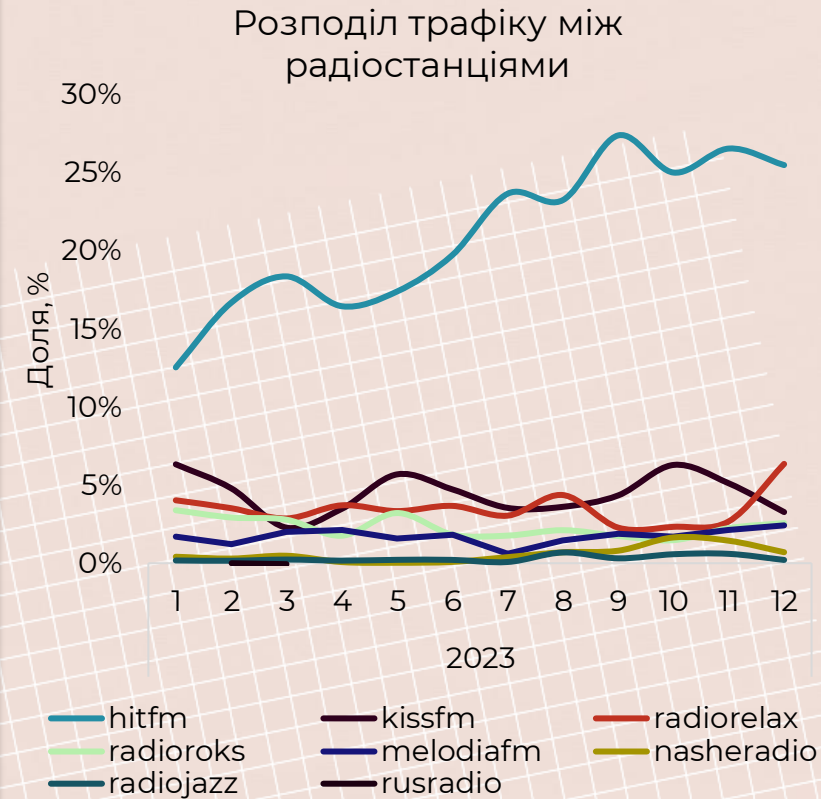
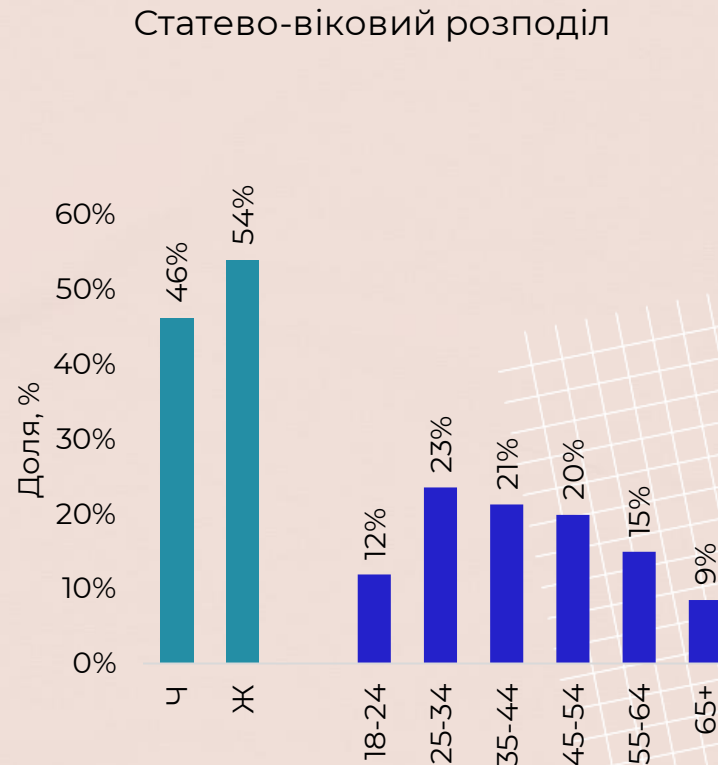
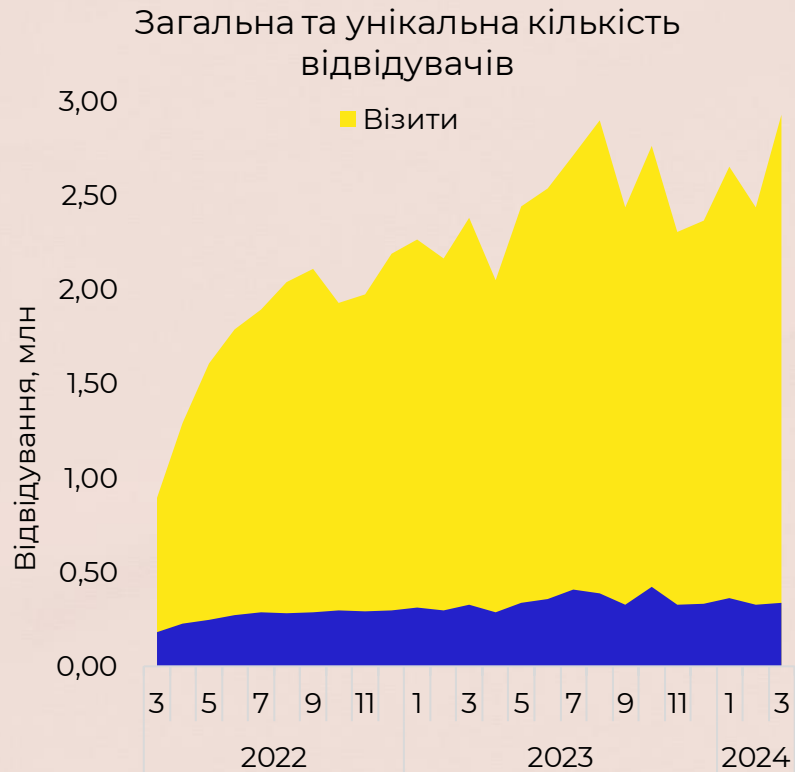
звертає увагу на рекламу в
соціальних мережах

25%

Здійснюють покупки через
Instagram



Кількість слухачів онлайн-радіо зростає, ядро – слухачі 25-54 років, які люблять поп-музику

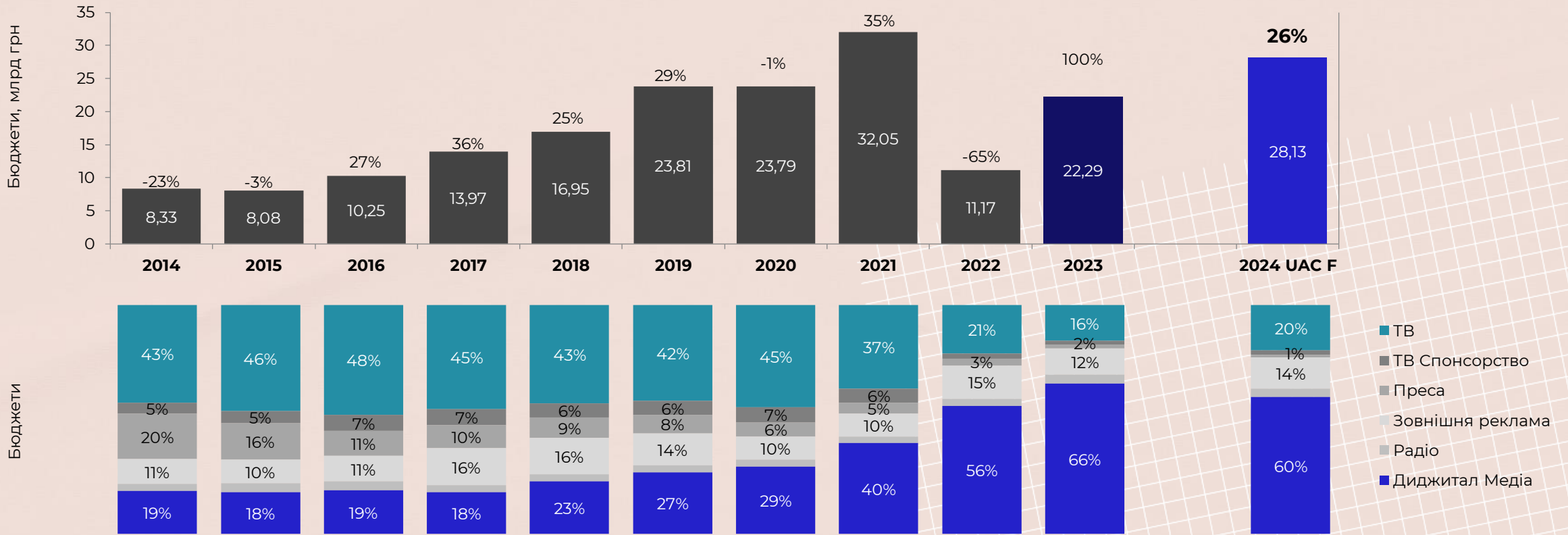




ДИНАМІКА РЕКЛАМНОГО РИНКУ

ВІДНОВЛЕННЯ МЕДІА РИНКУ

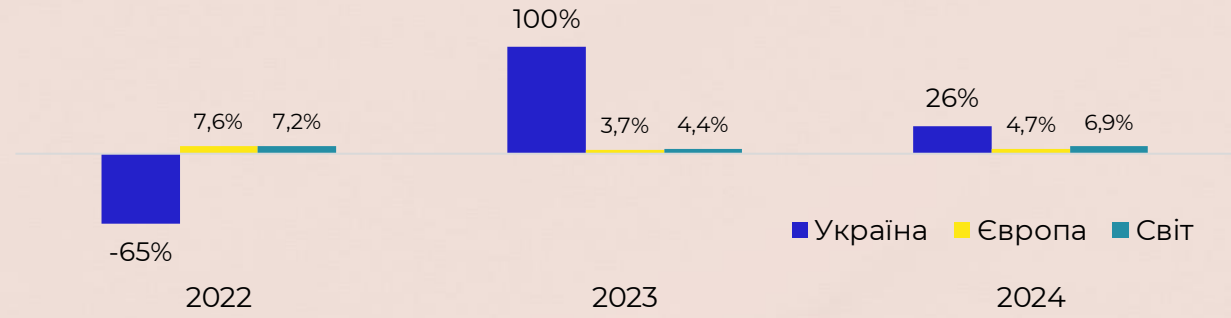
2024 ЗРОСТЕ НА 26% ДО РІВНЯ 88% ВІД 2021



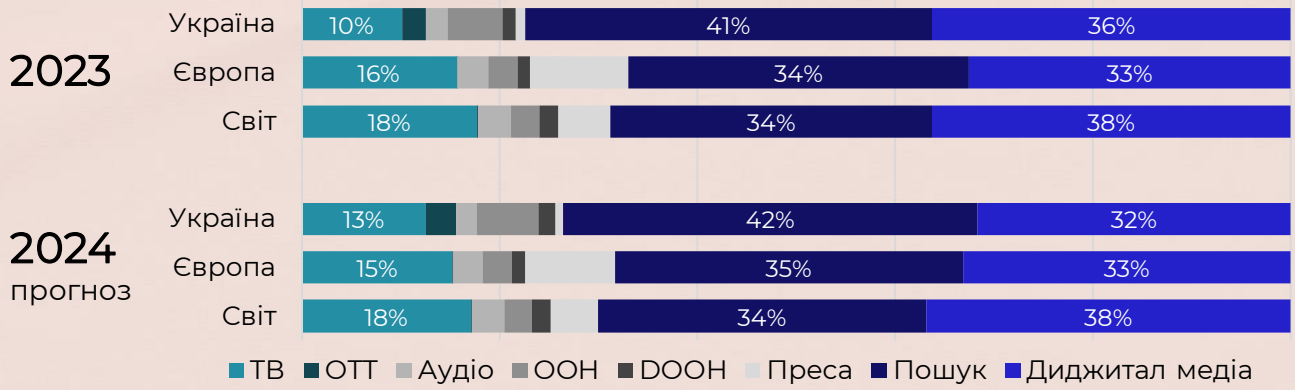
УКРАЇНА vs СВІТ

МЕДІА РИНОК

ДИНАМІКА МЕДІА ІНВЕСТИЦІЙ, РІК ДО РОКУ

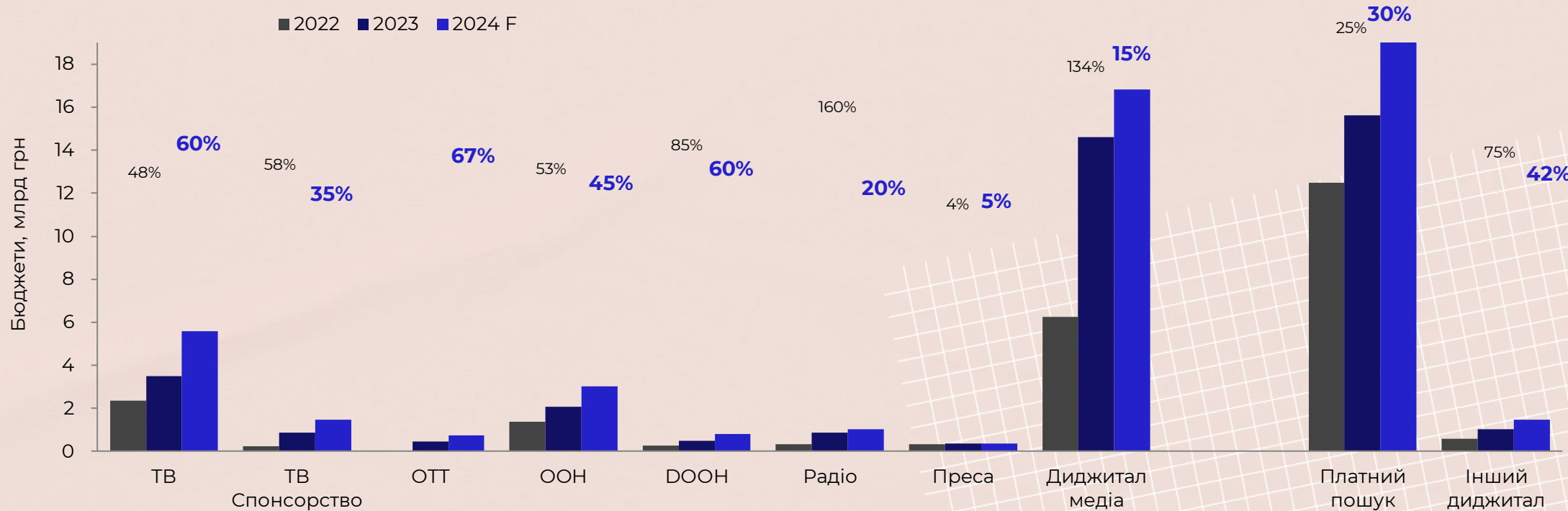


СПЛІТ ІНСТРУМЕНТІВ



ВІДНОВЛЕННЯ РЕКЛАМНОГО РИНКУ

НЕ-ДИДЖИТАЛЬНІ МЕДІА БУДУТЬ ЗРОСТАТИ ШВИДШЕ, ВІДНОВЛЮЮЧИ СВОЮ ЧАСТКУ



УКРАЇНА vs СВІТ

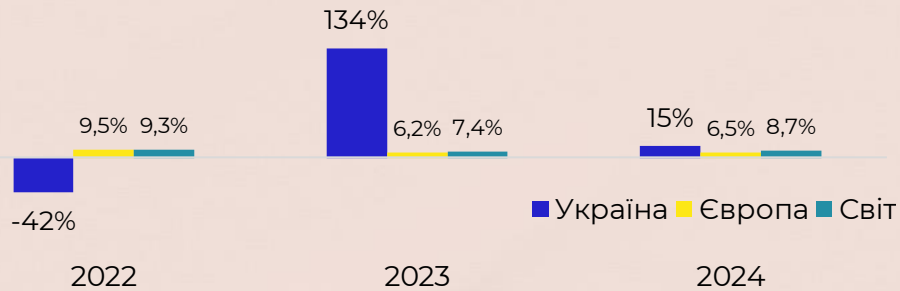
ДИДЖИТАЛ РИНОК

2022 vs 2021
ДИДЖИТАЛ РИНОК



Україна Європа

ДИНАМІКА ДИДЖИТАЛ МЕДІА ІНВЕСТИЦІЙ, РІК ДО РОКУ

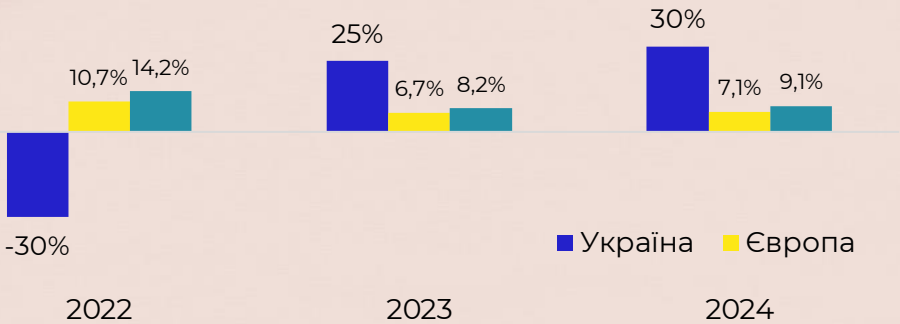


2023 vs 2022
ДИДЖИТАЛ РИНОК



Україна Європа

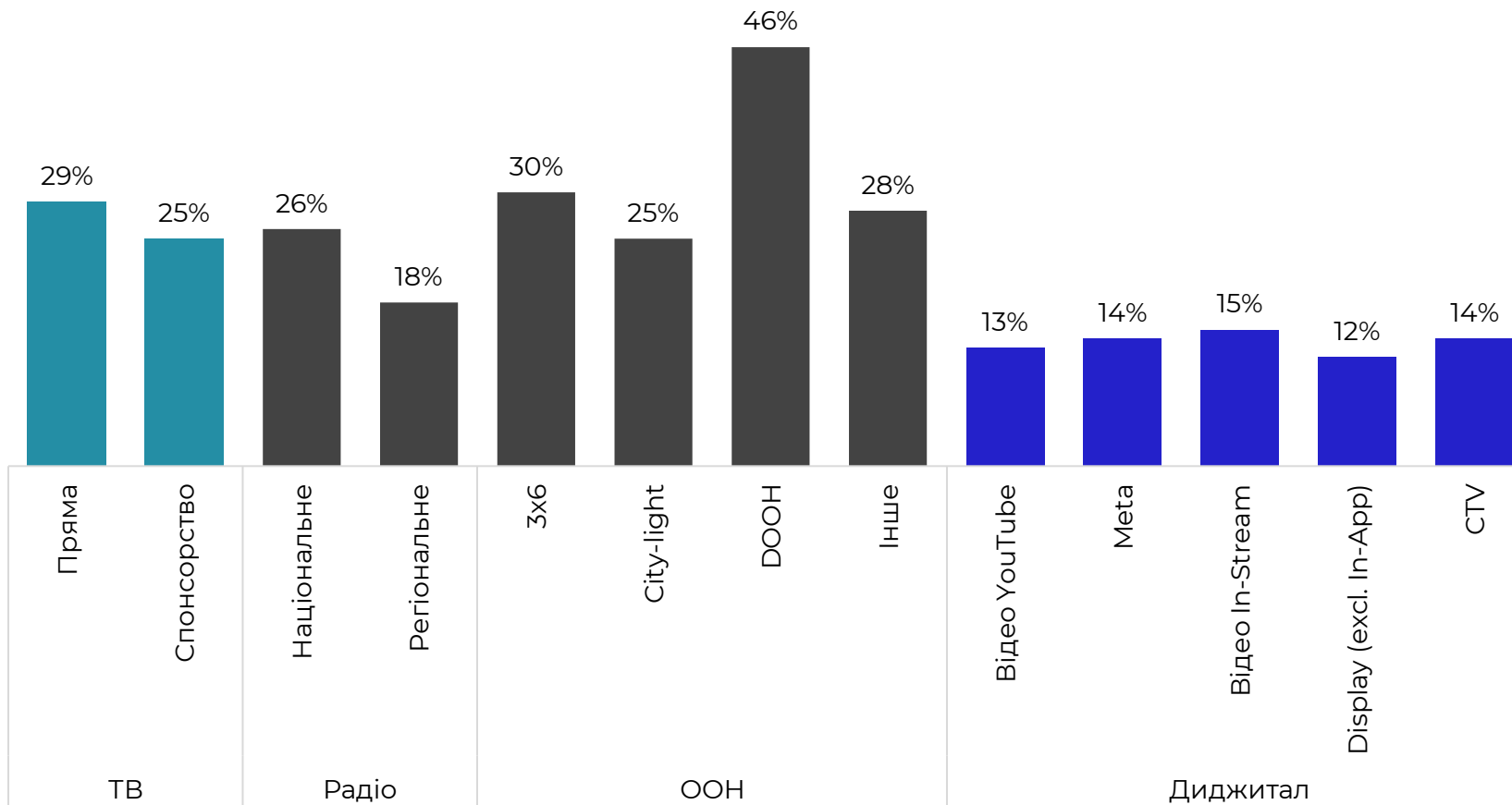
ДИНАМІКА ІНВЕСТИЦІЙ В ПОШУКОВУ РЕКЛАМУ, РІК ДО РОКУ





МЕДІА ІНФЛЯЦІЯ 2024

ЗРОСТАННЯ ЦІН ДЛЯ ДИДЖИТАЛ ІНСТРУМЕНТІВ - НАЙПОМІРНИШЕ



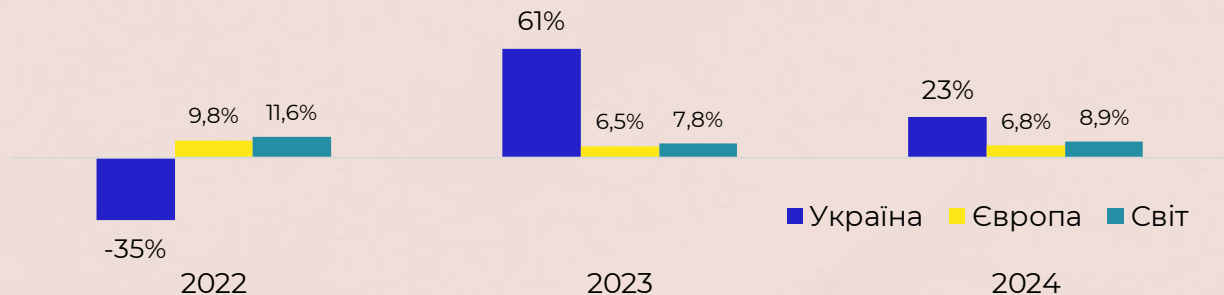
ДИДЖИТАЛ ФОРМАТИ



УКРАЇНА vs СВІТ

ДИДЖИТАЛ РИНОК

ДИНАМІКА ДИДЖИТАЛ ІНВЕСТИЦІЙ, РІК ДО РОКУ



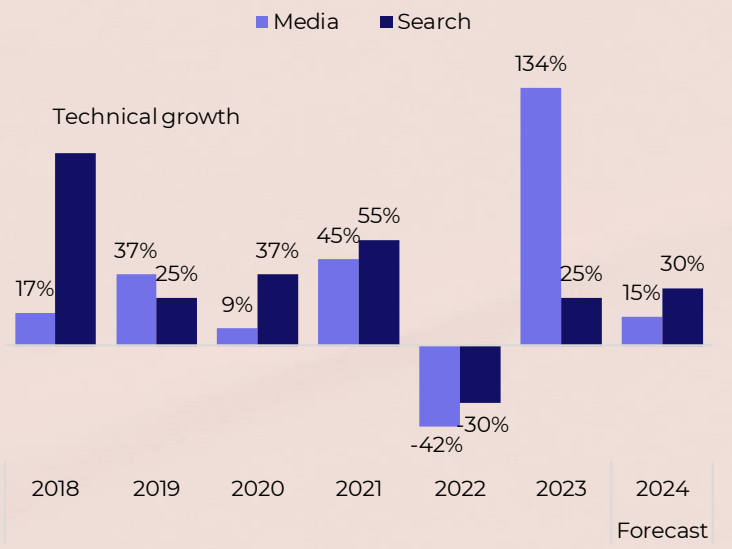
СПЛІТ ІНСТРУМЕНТІВ



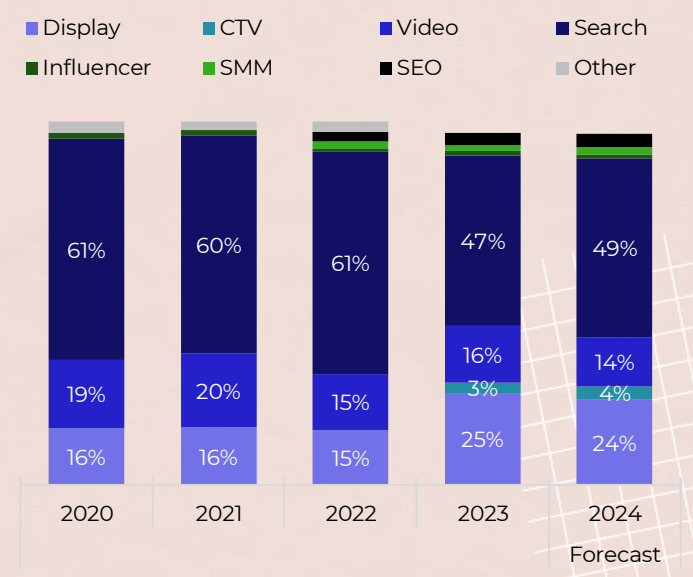
ВІДНОВЛЕННЯ ДИДЖИТАЛ РИНКУ

ДИСПЛЕЙНА РЕКЛАМА ВІДНОВЛЮЄТЬСЯ НАЙШВИДШЕ

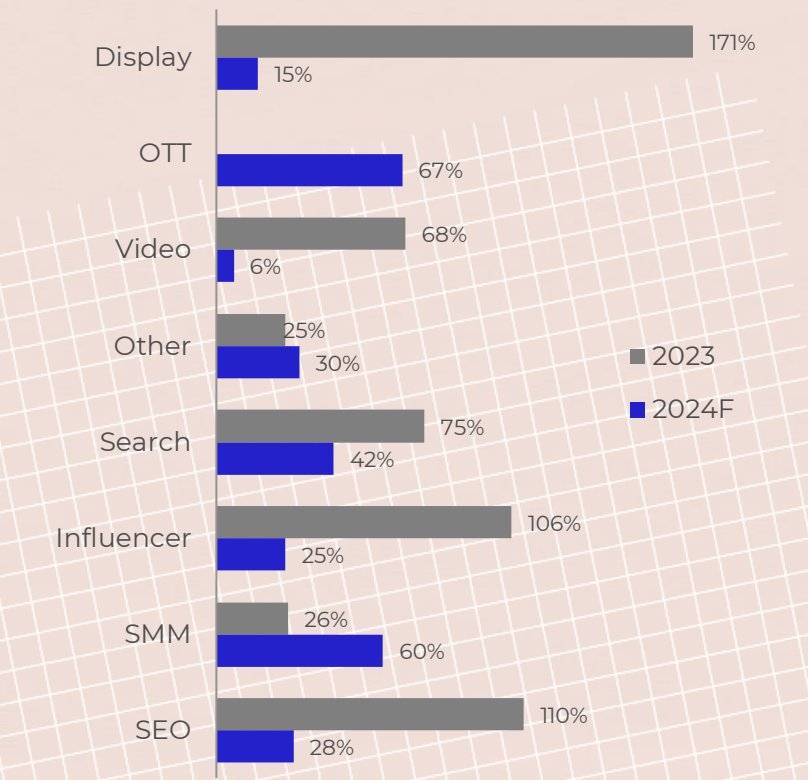
ДИДЖИТАЛ МЕДІА У 2023
ВІДНОВИЛОСЬ ДО РІВНЯ 2021 РОКУ



СПЛІТ ПО ФОРМАТАМ СТІЛЬБИЙ



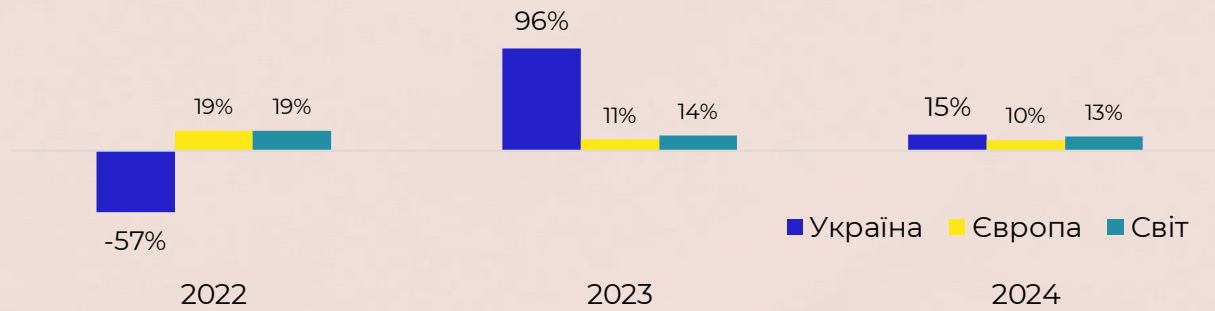
ЗРОСТАННЯ 2023 ПРОДОВЖИТЬСЯ І В
2024 ПО ВСІМ ФОРМАТАМ



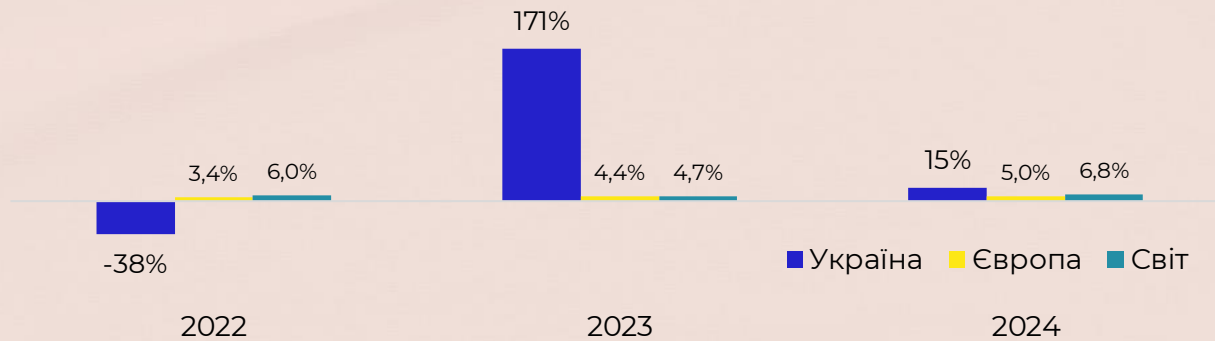
УКРАЇНА vs СВІТ

ДИДЖИТАЛ ФОРМАТИ

ДИНАМІКА МЕДІА ВІДЕО ІНВЕСТИЦІЙ, РІК ДО РОКУ



ДИНАМІКА МЕДІА ДІСПЛЕЙ ІНВЕСТИЦІЙ, РІК ДО РОКУ

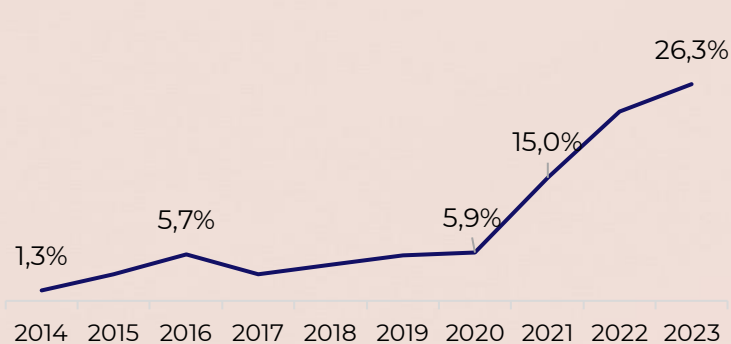




CONNECTED TV

РІСТ В ЛЮДЯХ ТА ІНВЕСТИЦІЯХ

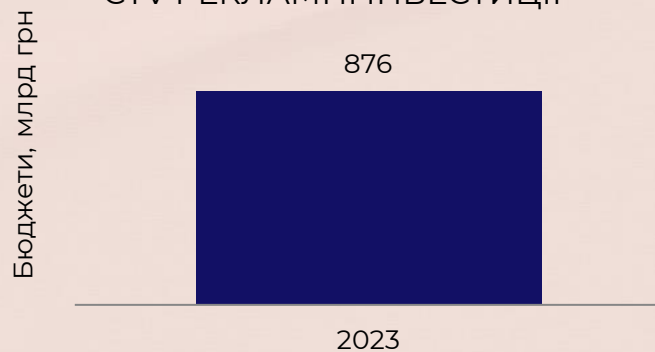
OTT/IPTV ПЕНЕТРАЦІЯ В УКРАЇНІ



49% Підключились протягом останніх 2 років

86 хв на день – середній час перегляду

STV РЕКЛАМНІ ІНВЕСТИЦІЇ



2024 vs 2023
ПРОГНОЗ ЗРОСТАННЯ OTT

+67%

Україна

+10%

Європа

vs 46,6% в 2022

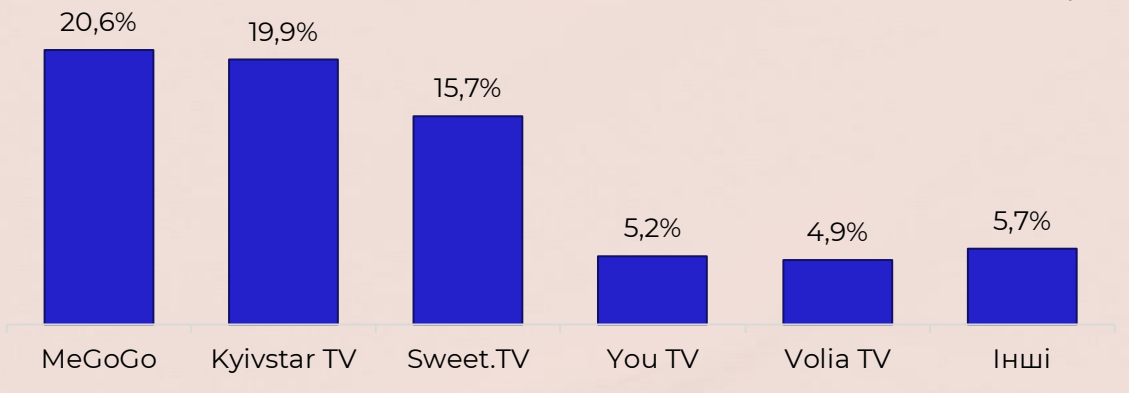




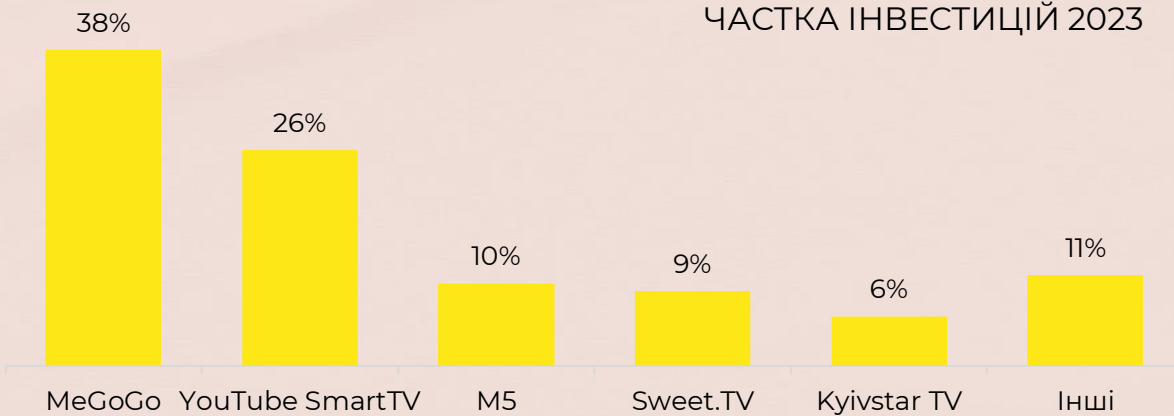
CONNECTED TV

MEGOGO – НАЙБІЛЬШИЙ ГРАВЕЦЬ

TV STREAMING ПЛАТФОРМИ,
ПЕНЕТРАЦІЯ



TV STREAMING ПЛАТФОРМИ,
ЧАСТКА ІНВЕСТИЦІЙ 2023



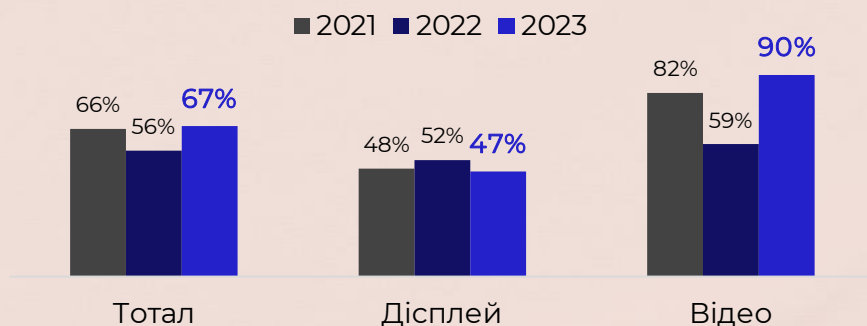


PROGRAMMATIC

ВІДНОВЛЕННЯ ЧАСТКИ

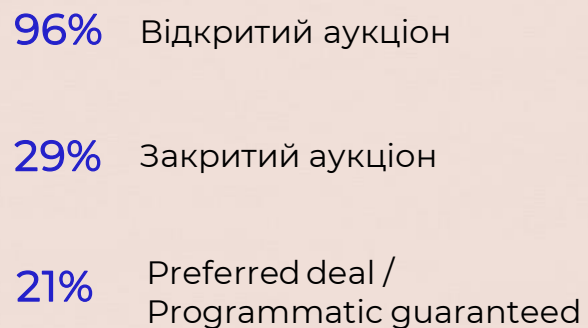
ЧАСТКА ПРОГРАМАТИК ЗАКУПІВЕЛЬ В БЮДЖЕТАХ, УКРАЇНА

2022 ЄВРОПА



НАЙЧАСТІШІ ТАРГЕТИНГИ ПРИ ПРОГРАМАТИК ЗАКУПІВЛЯХ

2023 УКРАЇНА



ДИДЖИТАЛ МАЙДАНЧИКИ

1

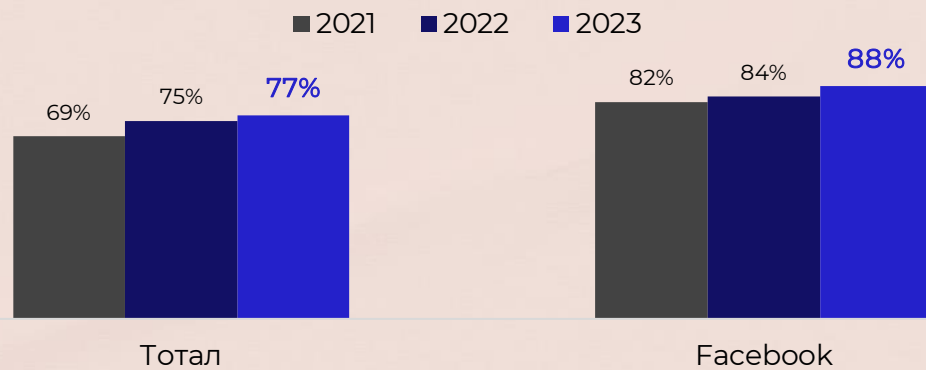




MOBILE

<1/4 РОЗМІЩЕНЬ – НА ДЕСКТОПІ

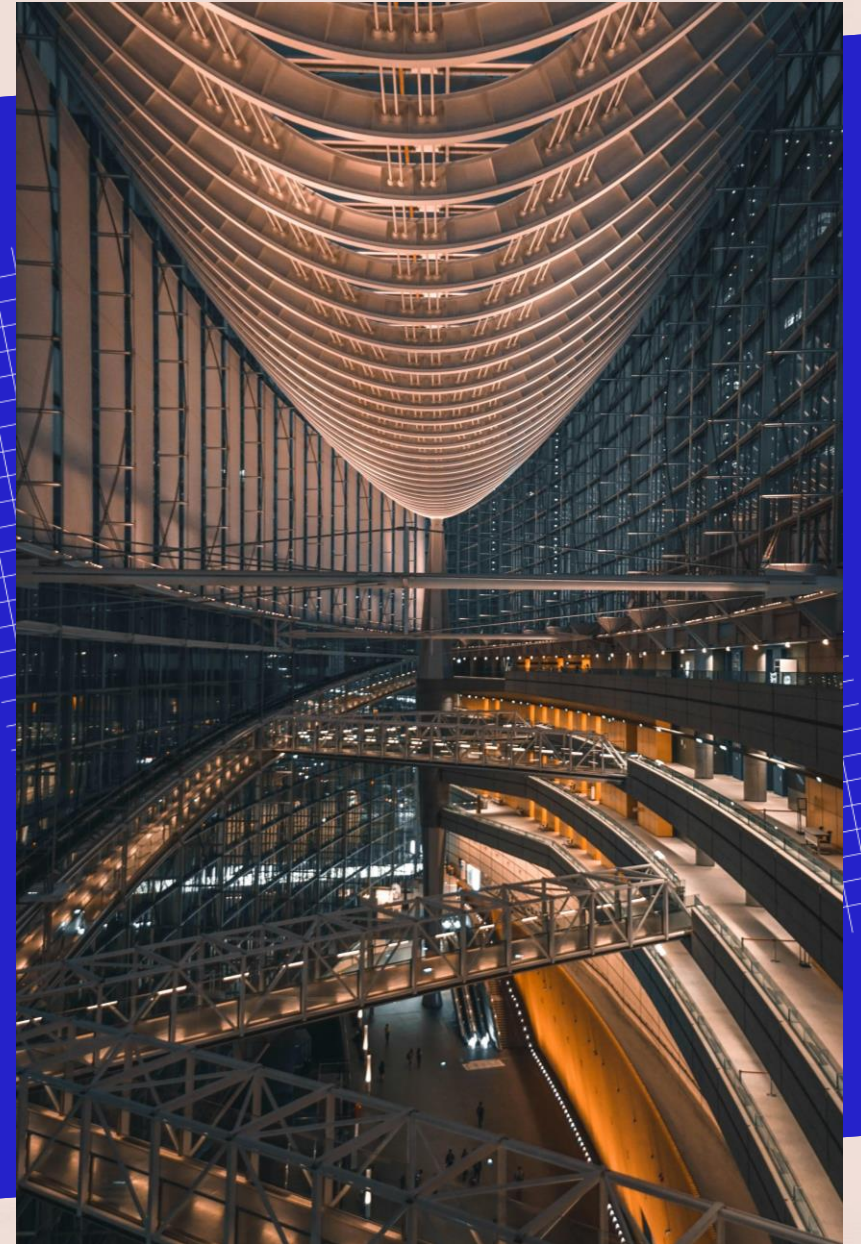
ЧАСТКА МОБІЛЬНИХ РОЗМІЩЕНЬ В БЮДЖЕТАХ,
УКРАЇНА



ГЛОБАЛЬНІ ГРАВЦІ

ЛИШЕ 25% - розміщення на

ЧАСТКА ГЛОБАЛЬНИХ ГРАВЦІВ В БЮДЖЕТАХ,
УКРАЇНА

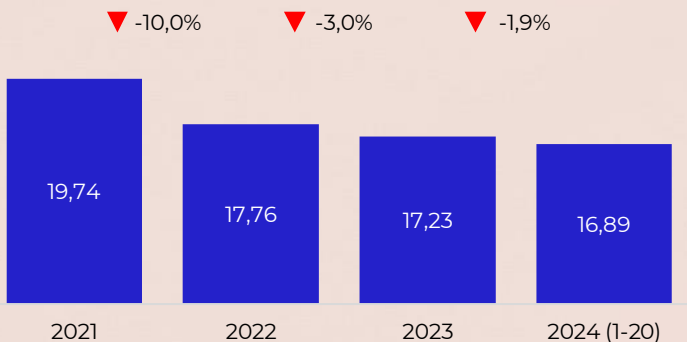


ВІДЕО ТА ДИСПЛЕЙ



МЕДІАСПОЖВАННЯ ПОВЕРНУЛОСЬ НА ДОВОЄННИЙ РІВЕНЬ

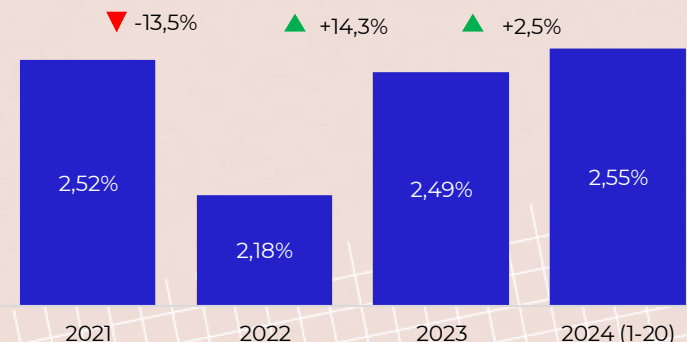
Avr Real Users per week, mio



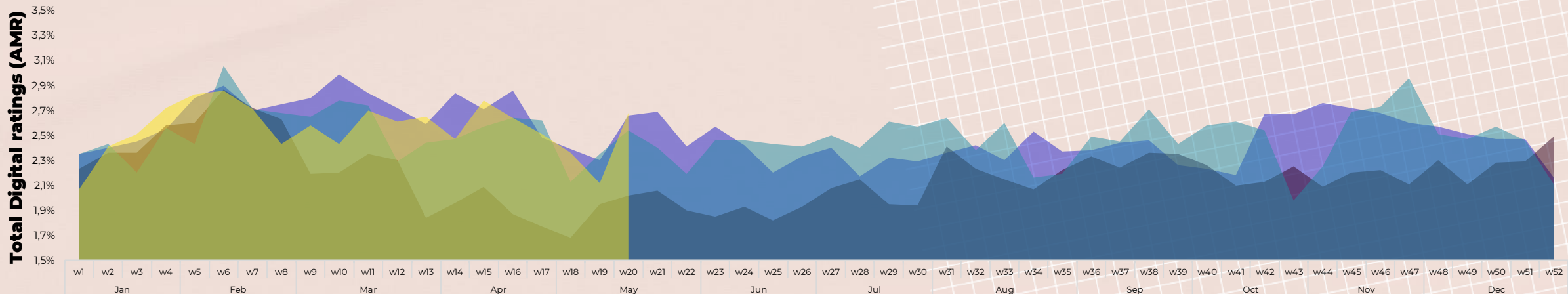
Avr Time Spent per week



Avr Minute Rating per week



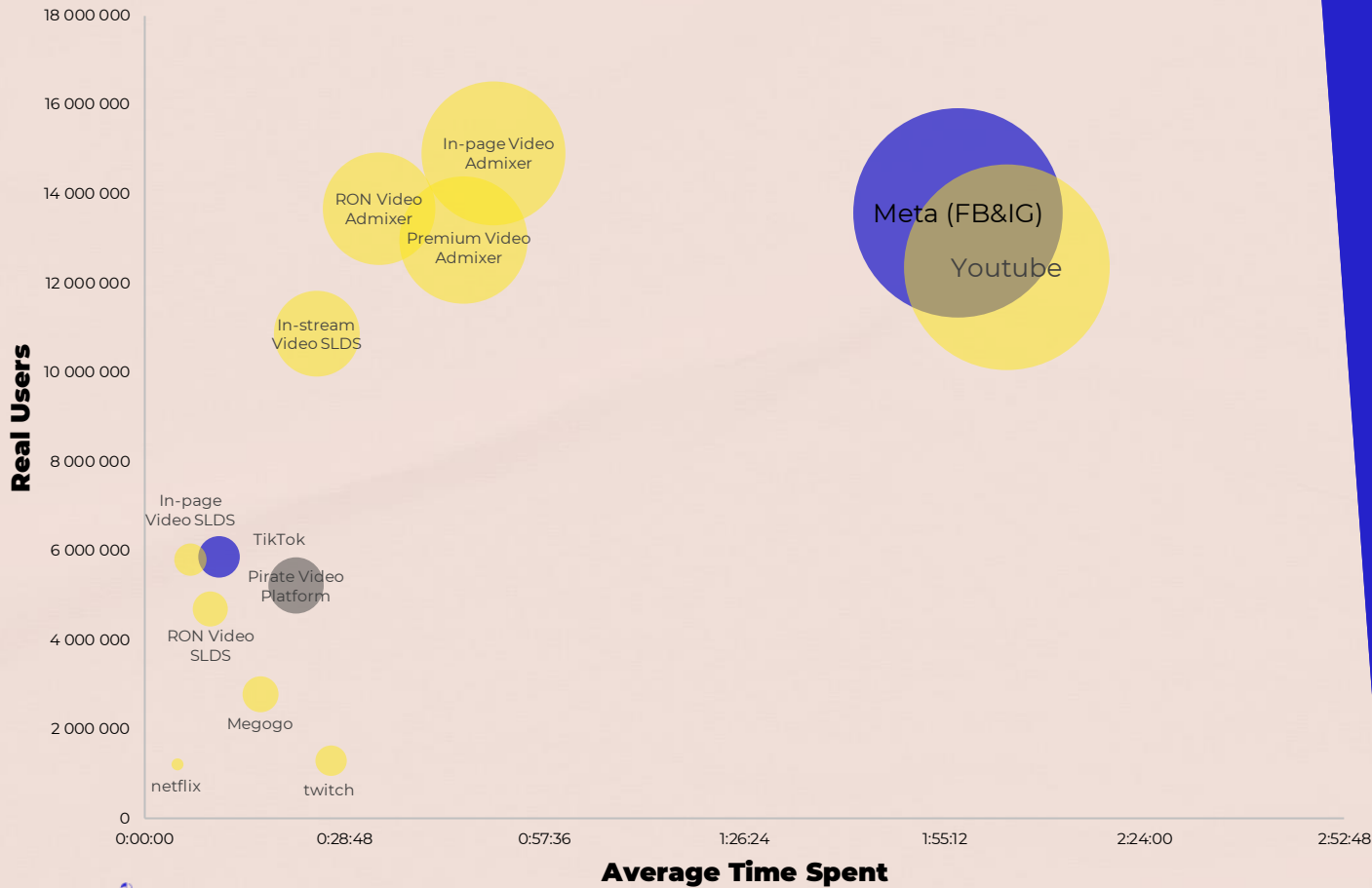
■ 2021 ■ 2022 ■ 2023 ■ 2024





ГЛОБАЛЬНІ ПЛОЩАДКИ ЛИШАЮТЬСЯ ЛІДЕРАМИ

ПЕНЕТРАЦІЯ ДІДЖИТАЛ ПЛОЩАДОК

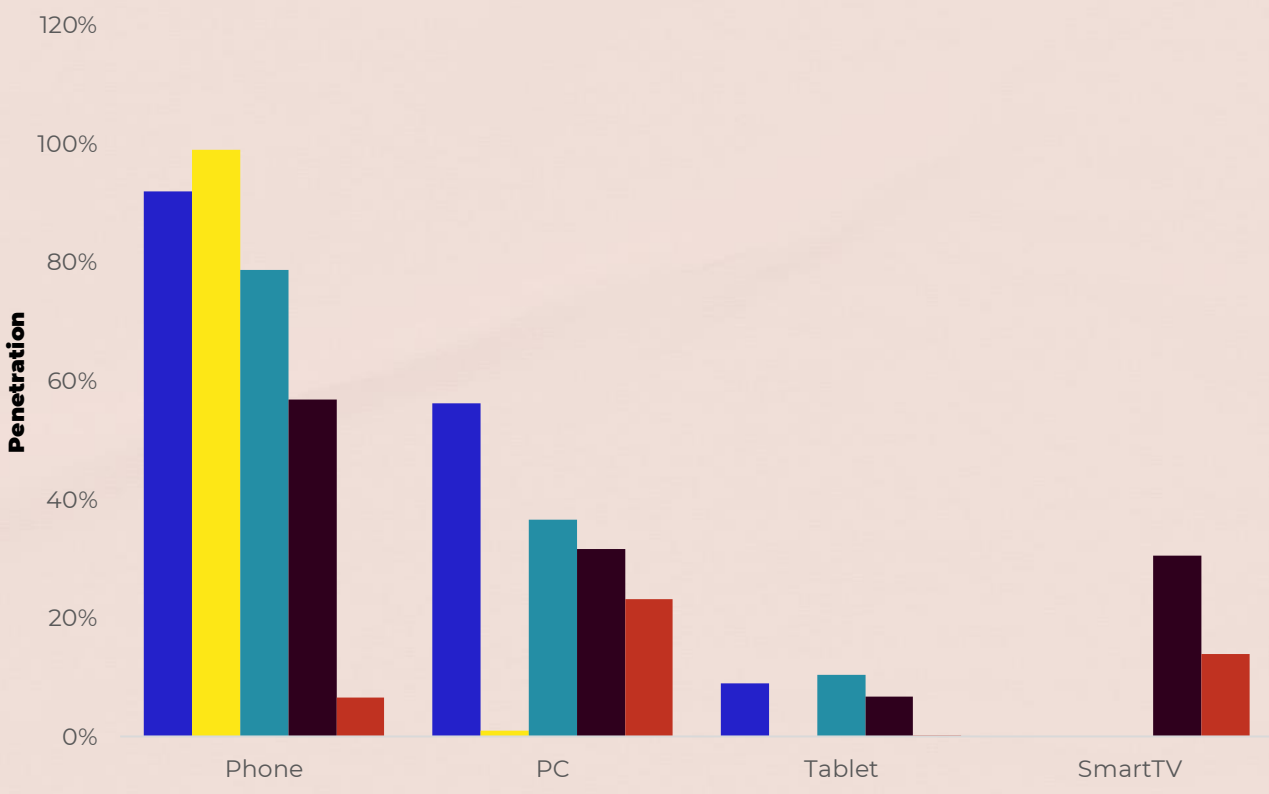




СМАРТФОН - ОСНОВНА ТОЧКА ДОСТУПУ

ТОЧКИ ДОСТУПУ ПО МЕДІА

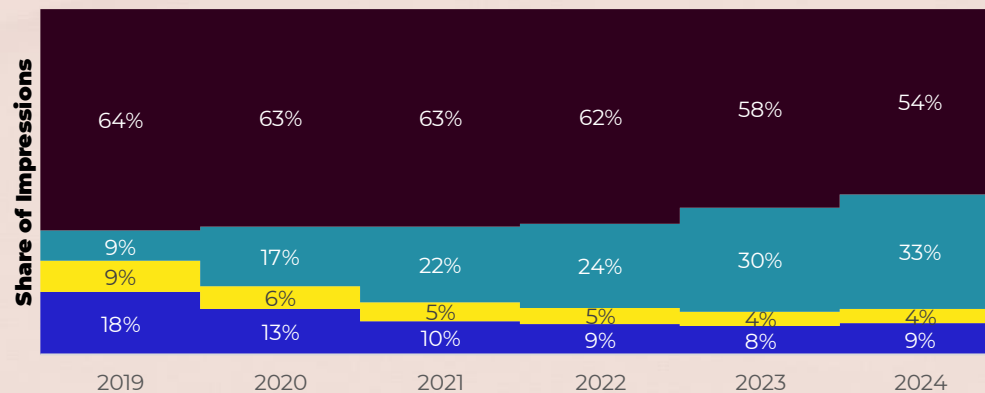
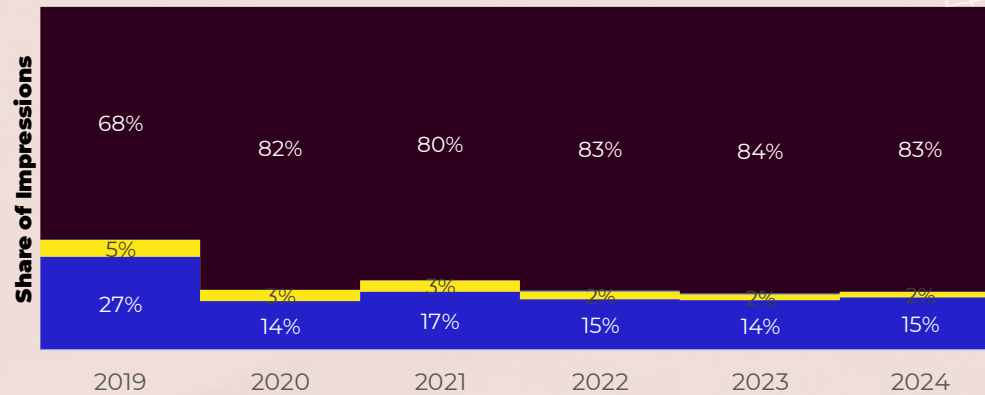
Gemius Meta Google YouTube Megogo



SMART TV ПОСТУПОВО НАРОЩУЄ ПОЗИЦІЇ

ЧАСТКА ПОКАЗІВ ПО ДЕВАЙСАМ

■ PC ■ Tablet ■ SmartTV ■ Phone



Google
DISPLAY NETWORK

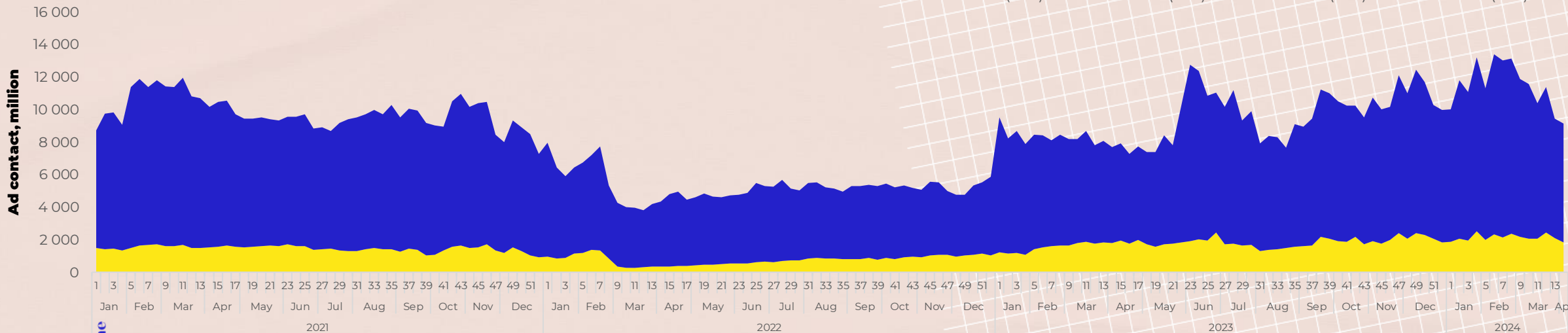
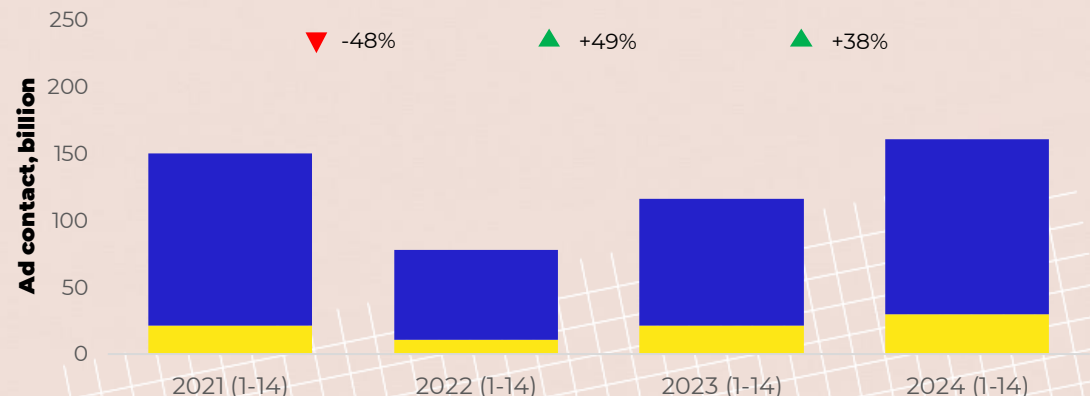
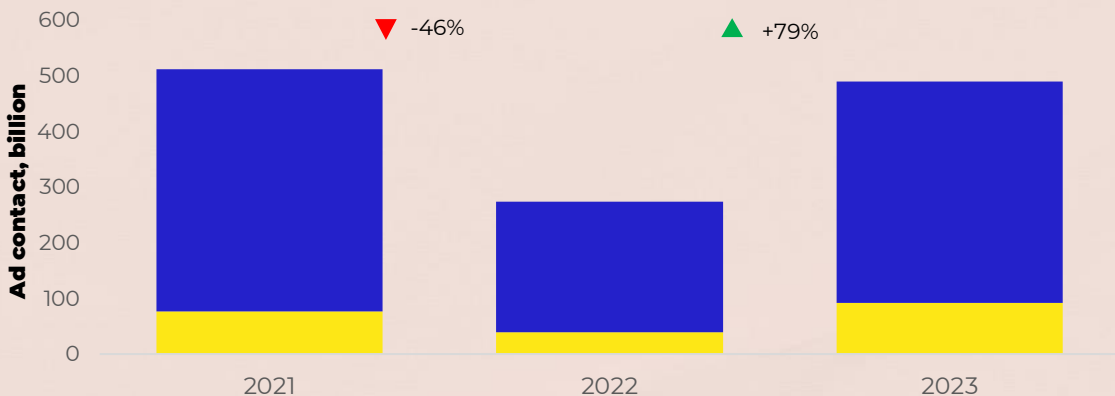
YouTube



ЗАГАЛЬНІ ОБ'ЄМИ ПОКАЗІВ ВИЙШЛИ НА ДОВОЄННИЙ РІВЕНЬ

ОБ'ЄМИ ЕСТИМОВАНИХ ПОКАЗІВ

Video Display

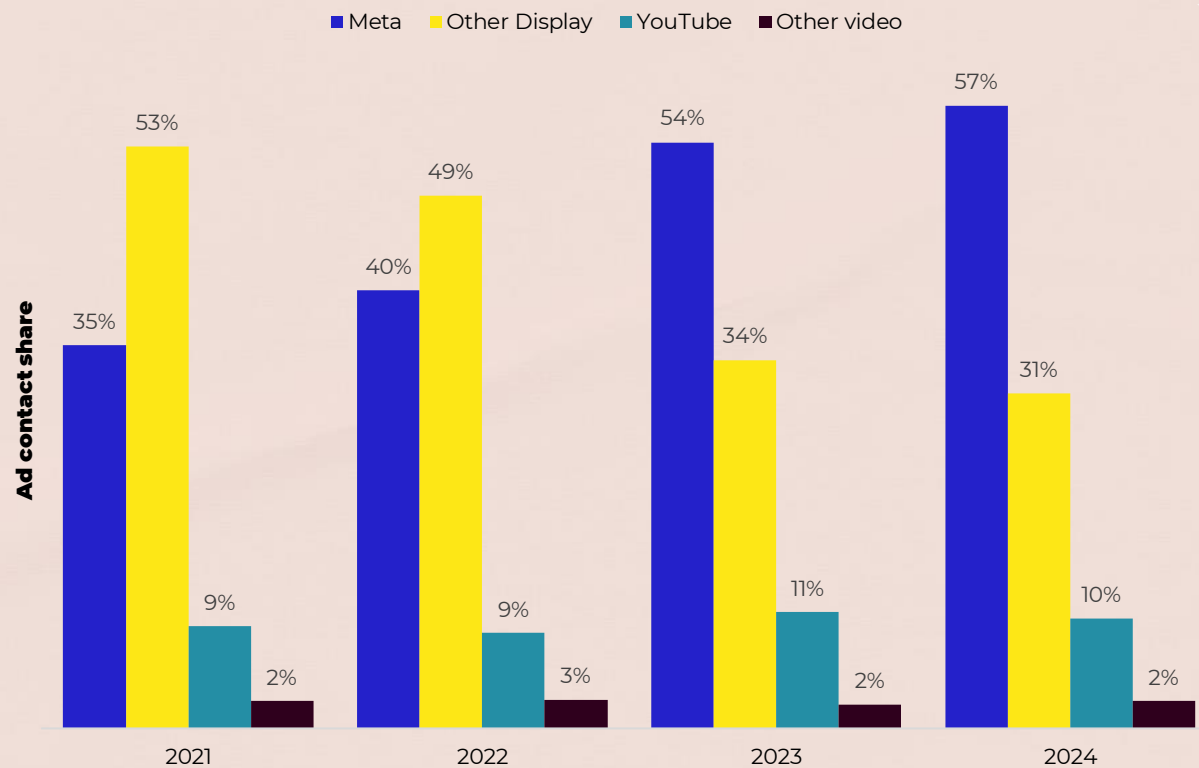


Методологія. Деталі

- Методологія узгоджена з RAZOM group, dentsu Ukraine та Publicis Groupe;
- Відтестовано на обмеженій кількості клієнтів;
- Планується покращення методології та включення більшого пулу клієнтів

ДИСППЛЕЙНІ ФОРМАТИ ЗАЙМАЮТЬ СУТТЄВУ ЧАСТКУ

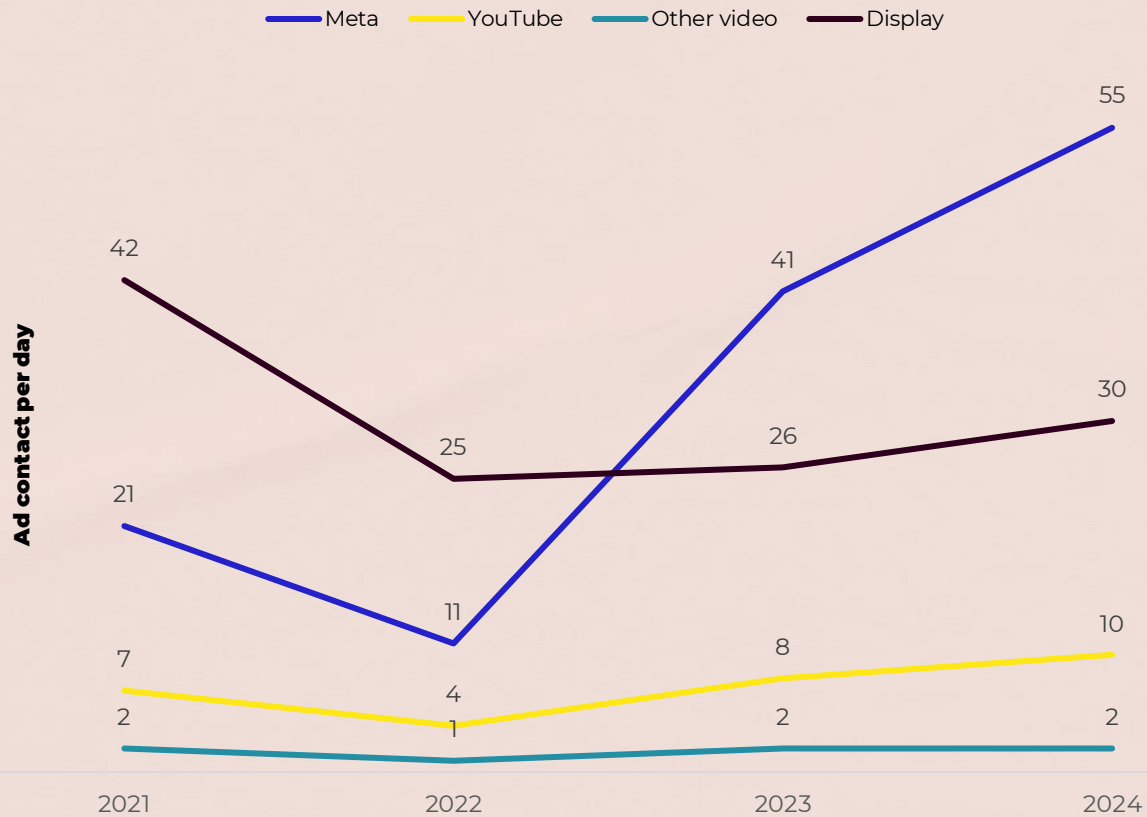
ЧАСТКА ПОКАЗІВ ПО ПЛЕЙСМЕНТАМ





ЧАСТОТНИЙ ТИСК НА АУДИТОРІЮ ЗРОСТАЄ

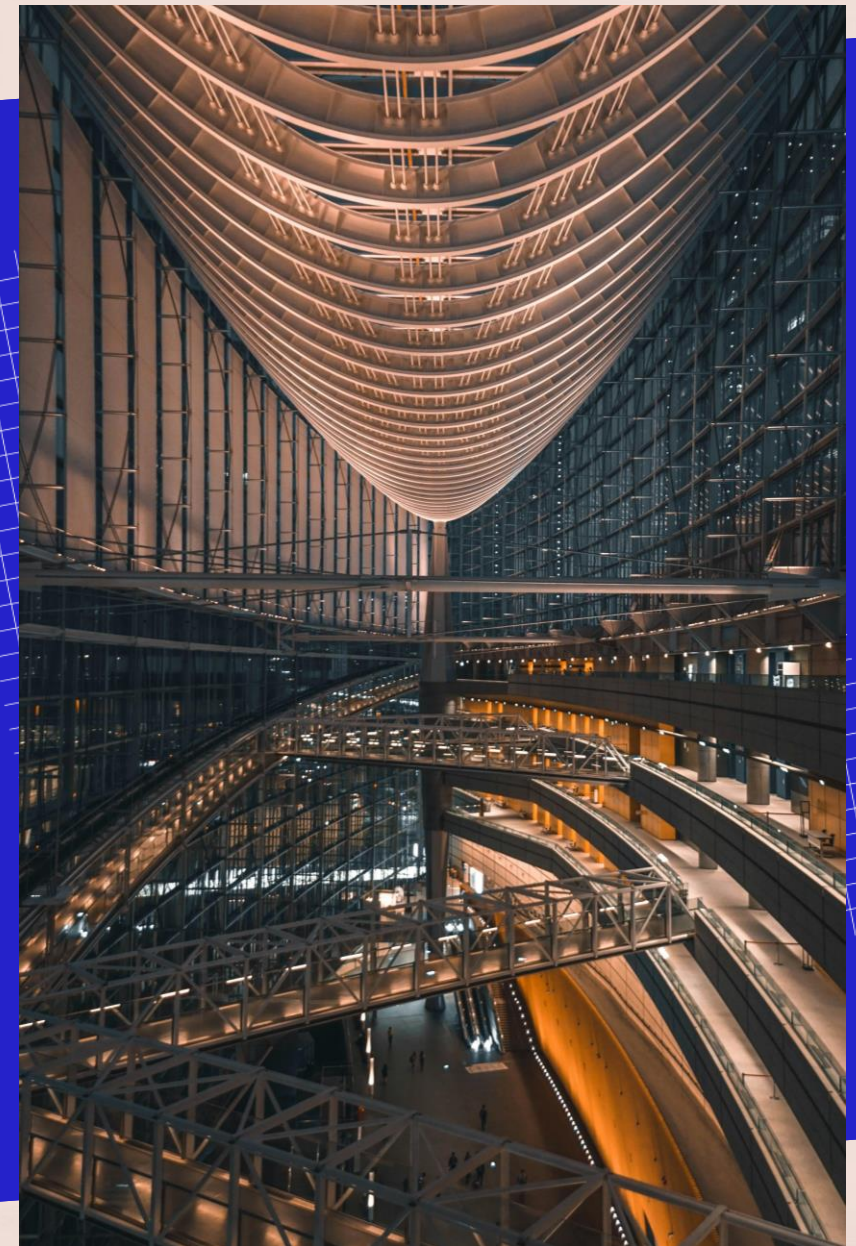
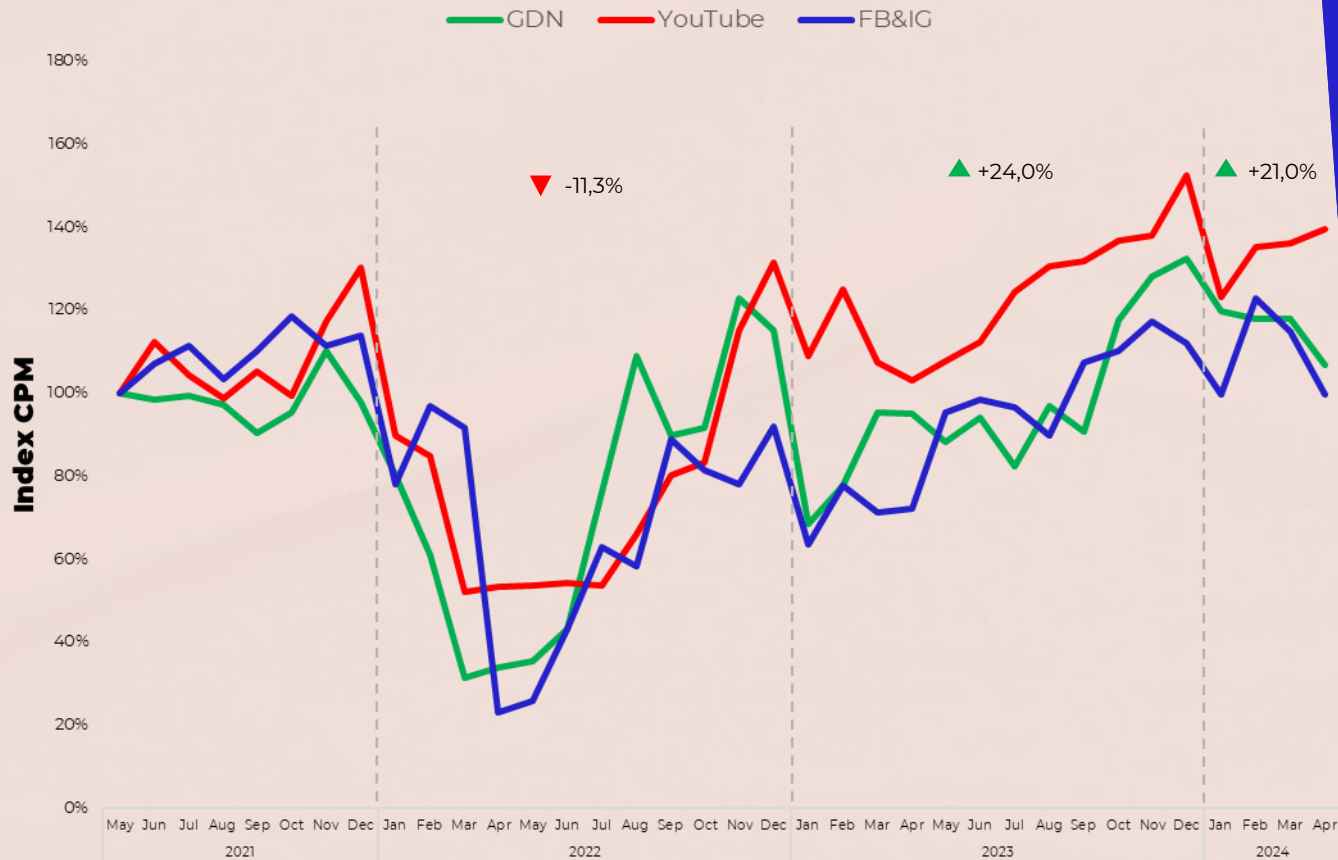
ЧАСТОТА ПОКАЗІВ НА ОДНОГО КОРИСТУВАЧА





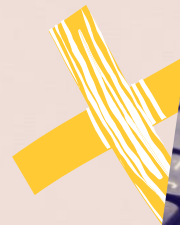
РЕКЛАМНИЙ ТИСК СУТТЄВО ДРАЙВИТЬ АУКЦІОН

ДИНАМІКА ЗРОСТАННЯ CPM ПО ПЛОЩАДКАМ





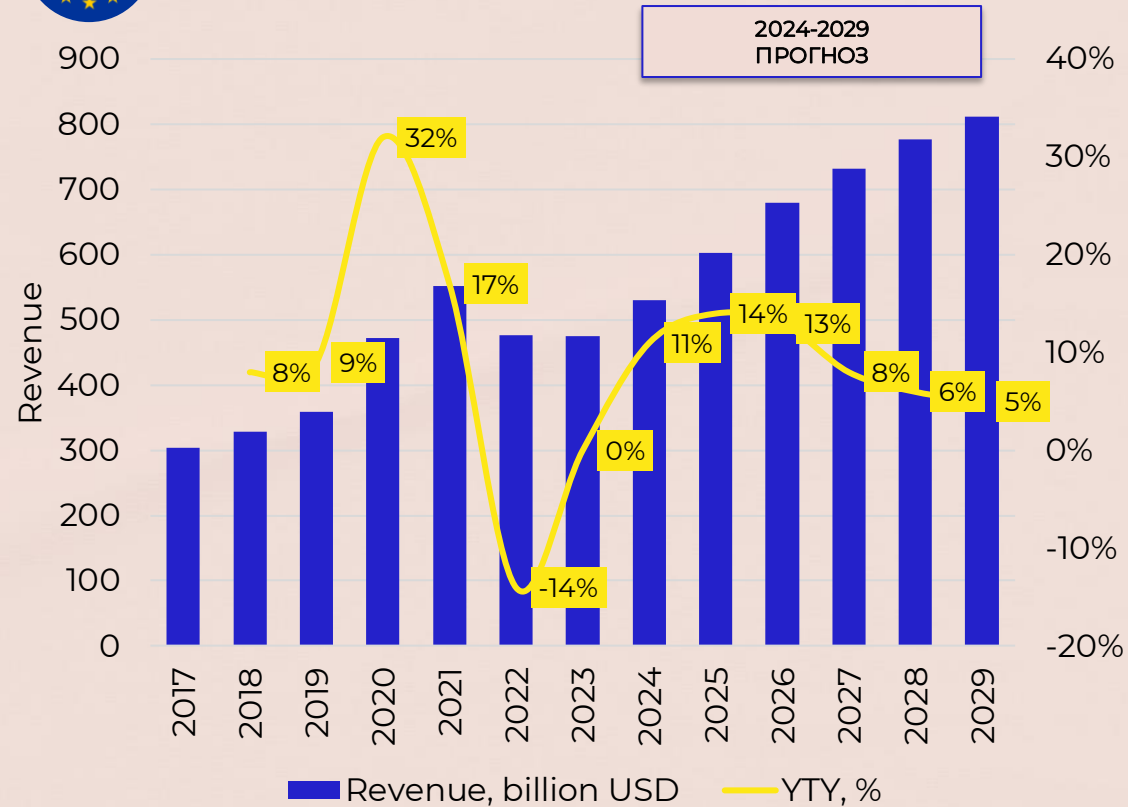
ДИНАМІКА E-COMMERCE КАТЕГОРІЇ



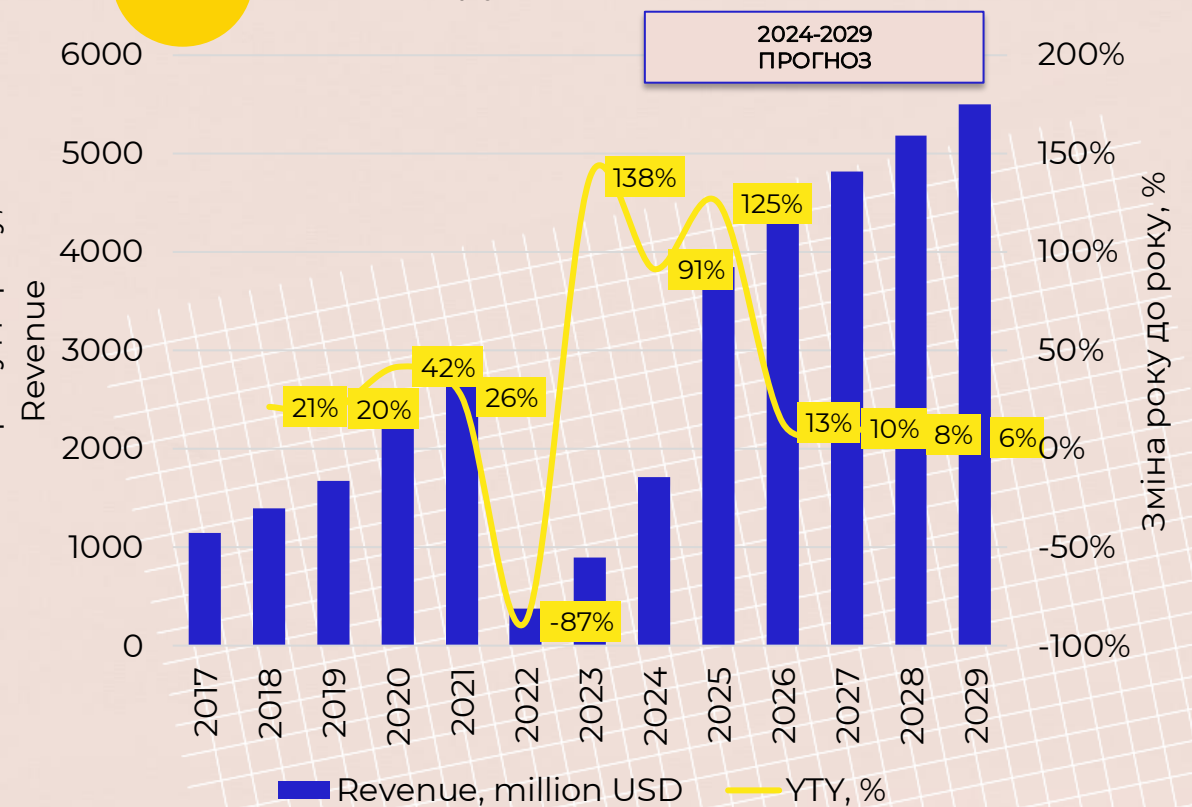
Дохід від E-commerce зріс на 138% у 2023 році порівняно з 2022 роком. Прогноз зростання на 2024 рік на 91%



Виручка, млрд дол



Виручка, млн дол

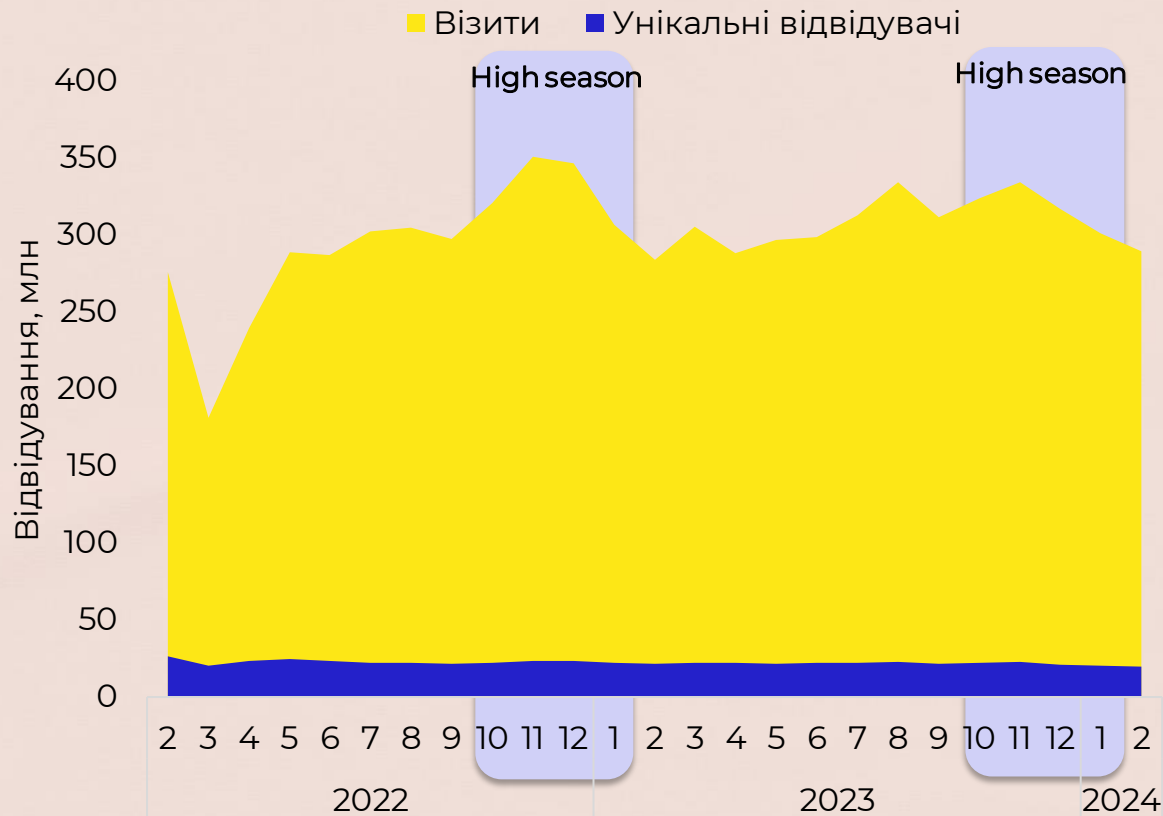


Примітки: дані, використані в цьому звіті, базуються на поточних курсах валют і відображають вплив російсько-української війни на ринок.

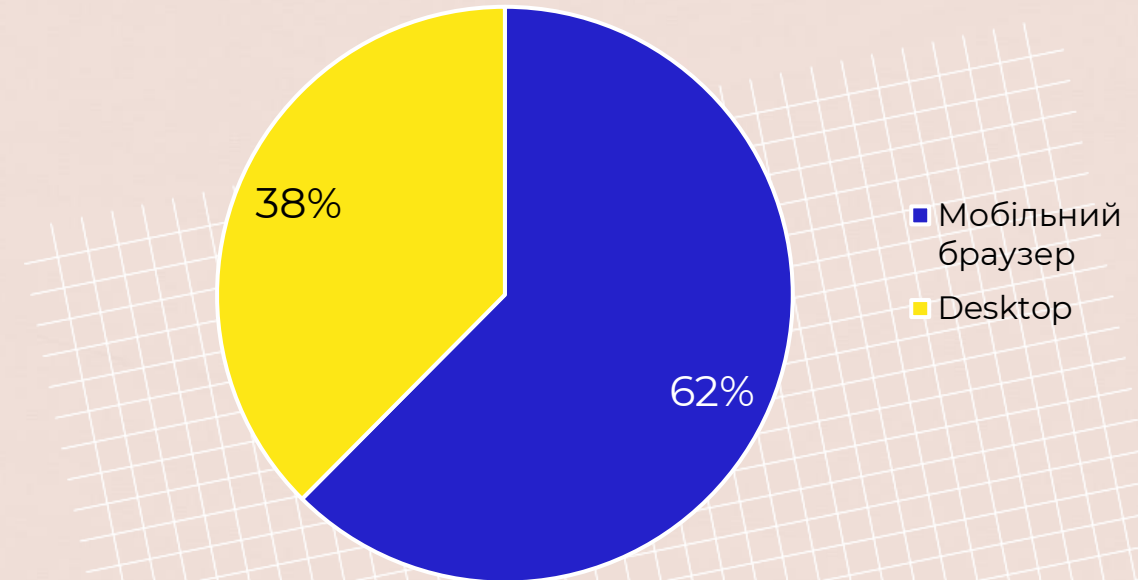
Джерело: Statista Market Insights; Last updated: March 2024.

З 2022 року відбувається тенденція відновлення відвідуваності сайтів електронної комерції

Динаміка відвідувань і унікальних відвідувань сайтів електронної комерції



Відвідування по пристрою, %

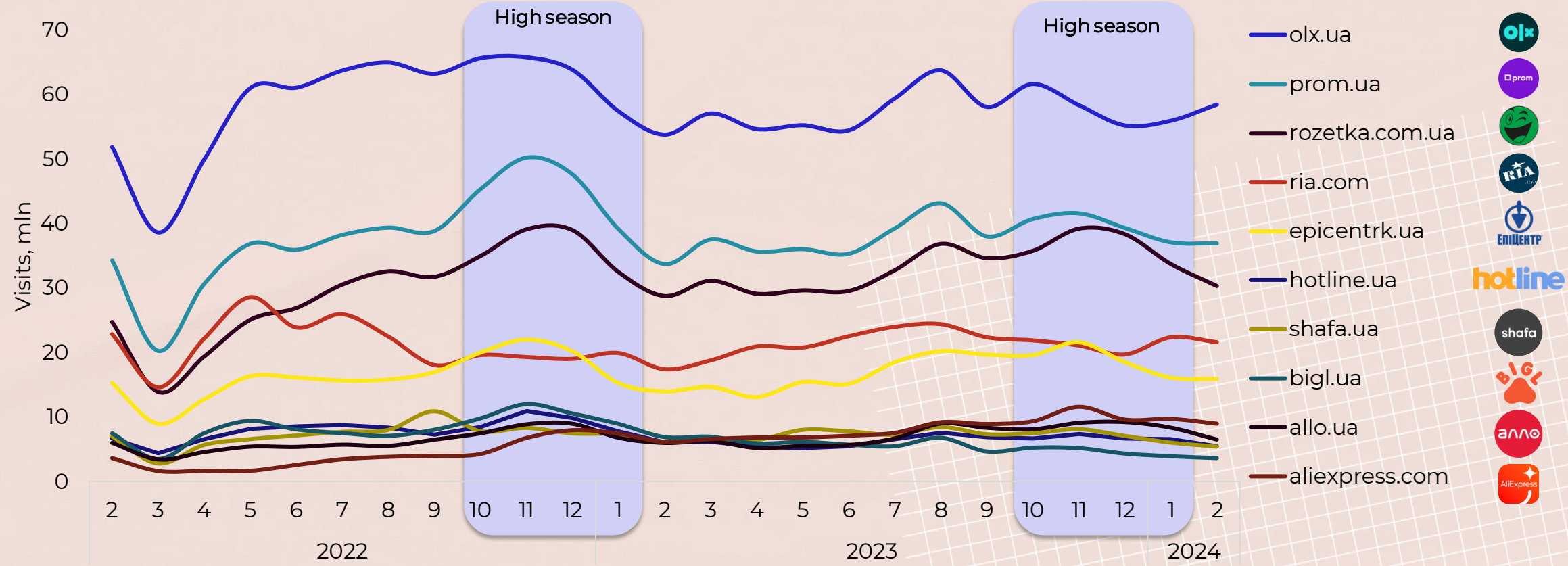


Візити - кількість відвідувань веб-сайту. Унікальні відвідувачі – це середня кількість людей, які відвідують аналізований домен у межах країни та аналізованого періоду часу, що дозволяє користувачам оцінити фактичне охоплення веб-сайту.

Джерело: SimilarWeb, 2022-2024.

Трафік спрямовується на всі сайти TOP E-comm. Значне зростання інтересу до Aliexpress

Відвідувачі за місяць, ТОП 10 сайтів електронної комерції



Відвідувачі - кількість відвідувань веб-сайту. Унікальні відвідувачі – це середня кількість людей, які відвідують аналізований домен у межах країни та аналізованого періоду часу, що дозволяє користувачам оцінити фактичне охоплення веб-сайту.

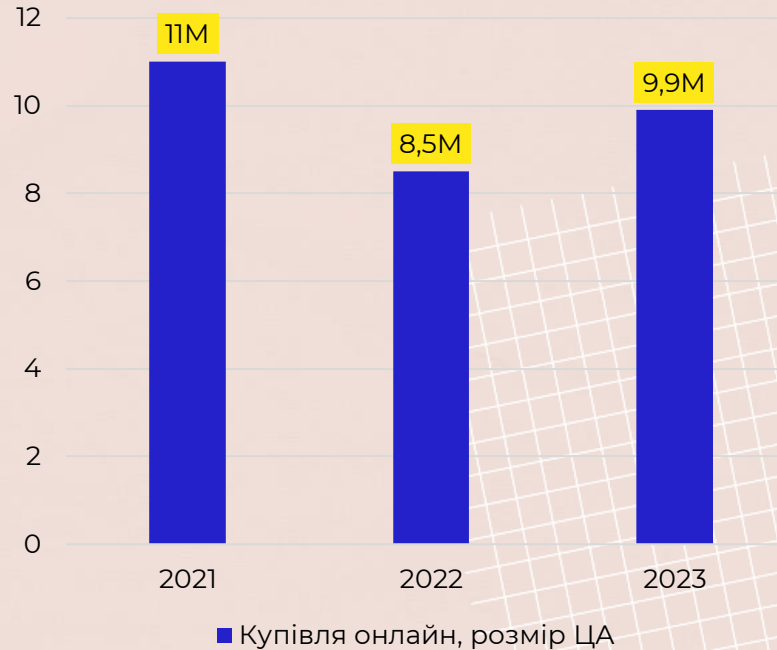
Джерело: SimilarWeb, 2022-2024.

69% українців мають досвід онлайн-покупок. 17% українців зробили першу онлайн-покупку з початку війни

Тип покупки



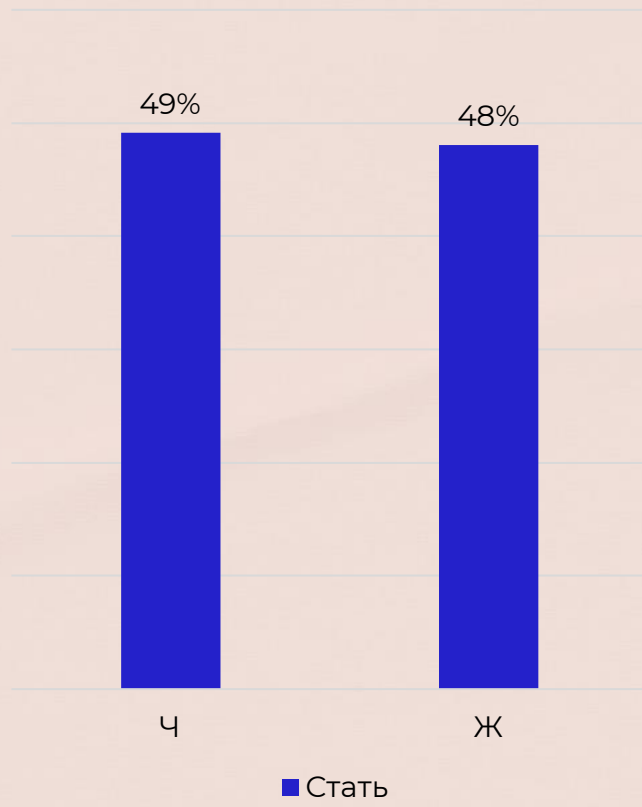
Купівля онлайн, розмір ЦА



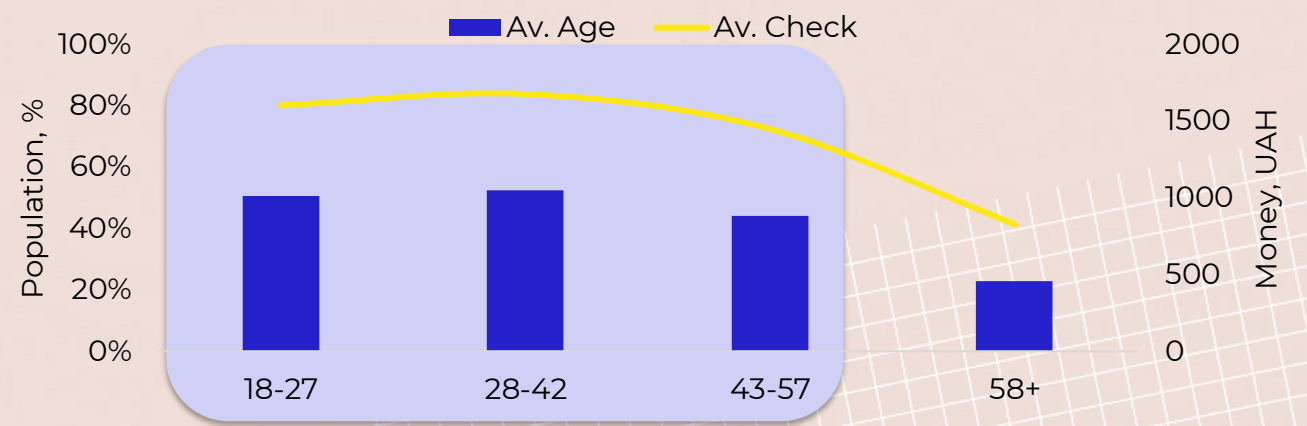
+17% українців зробили першу онлайн-покупку з початку війни

Основна аудиторія, яка, швидше за все, робитиме покупки в Інтернеті, це ВСІ 18-42 роки

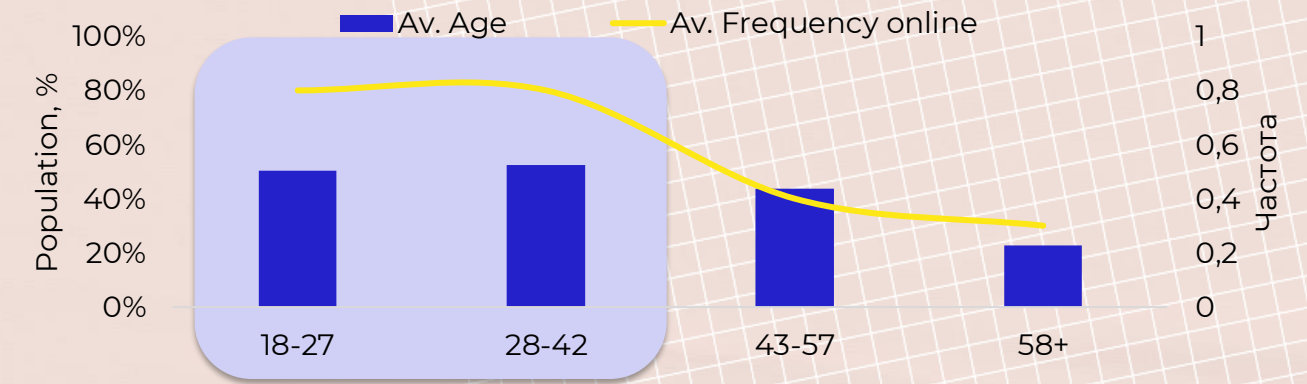
Купівля онлайн, серед статі



Купівля онлайн, ср. чек



Купівля онлайн, частота



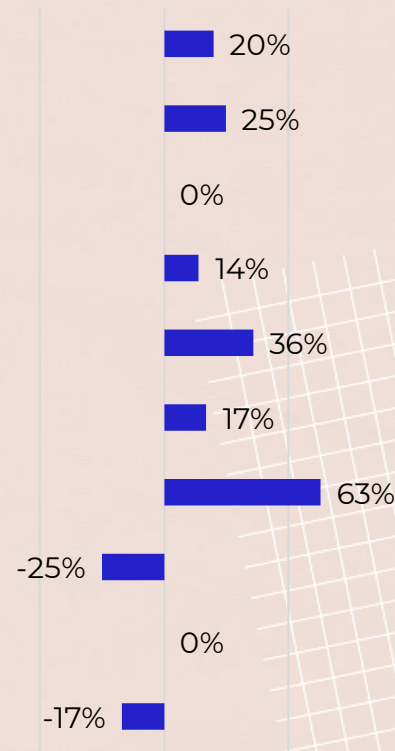
Українці у 2023 році збільшили частоту онлайн-покупок майже в усіх категоріях

ПОРІВНЯНО З ДОВОЄННИМ

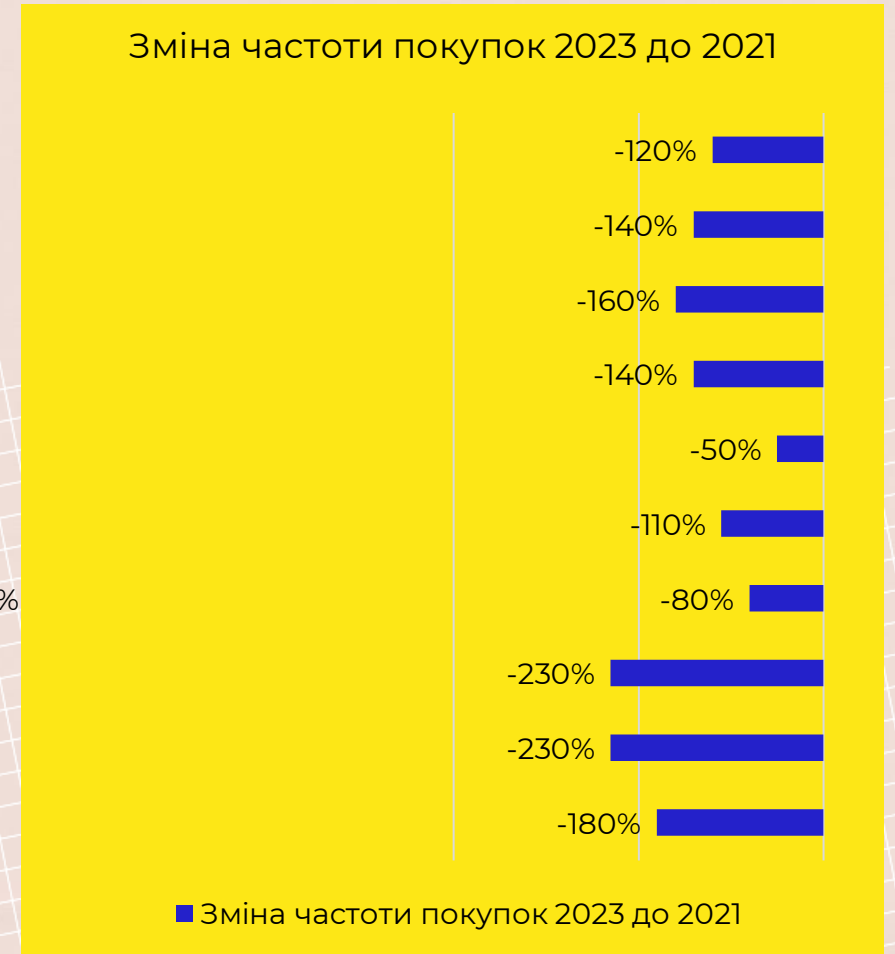
Купівля онлайн



Зміна частоти покупок 2023 до 2022



Зміна частоти покупок 2023 до 2021



■ Купівля онлайн

■ Зміна частоти покупок 2023 до 2022

■ Зміна частоти покупок 2023 до 2021

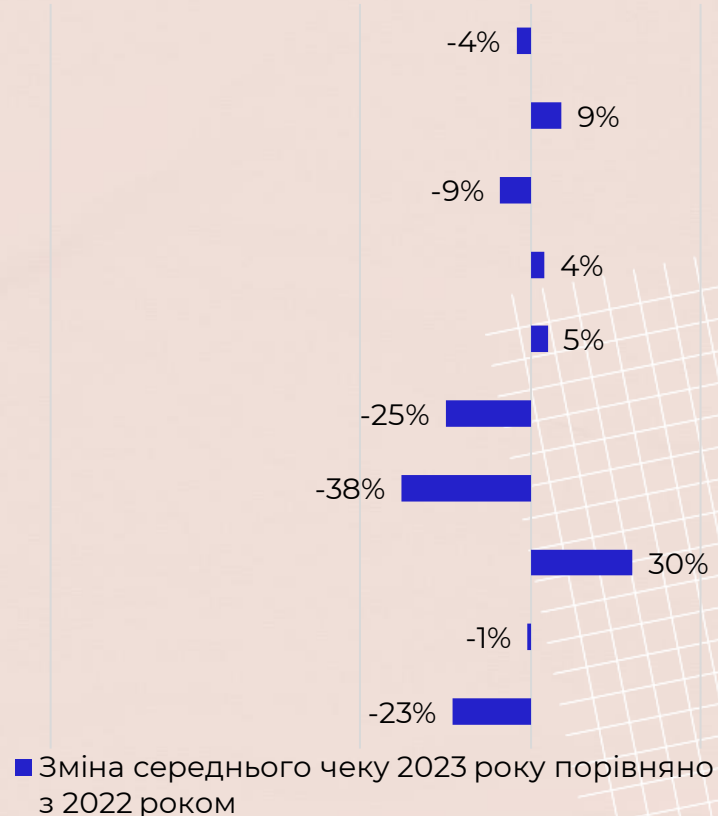
В основному середній чек зріс у категоріях електроніки та побутових товарів

ПОРІВНЯНО З ДОВОЄННИМ

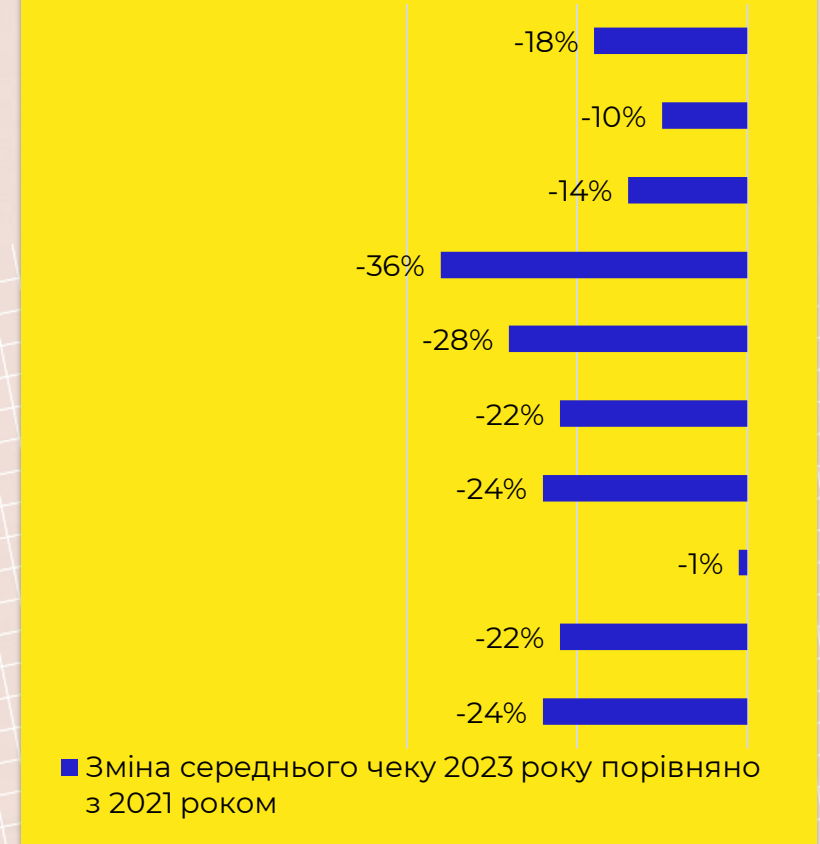
Купівля онлайн



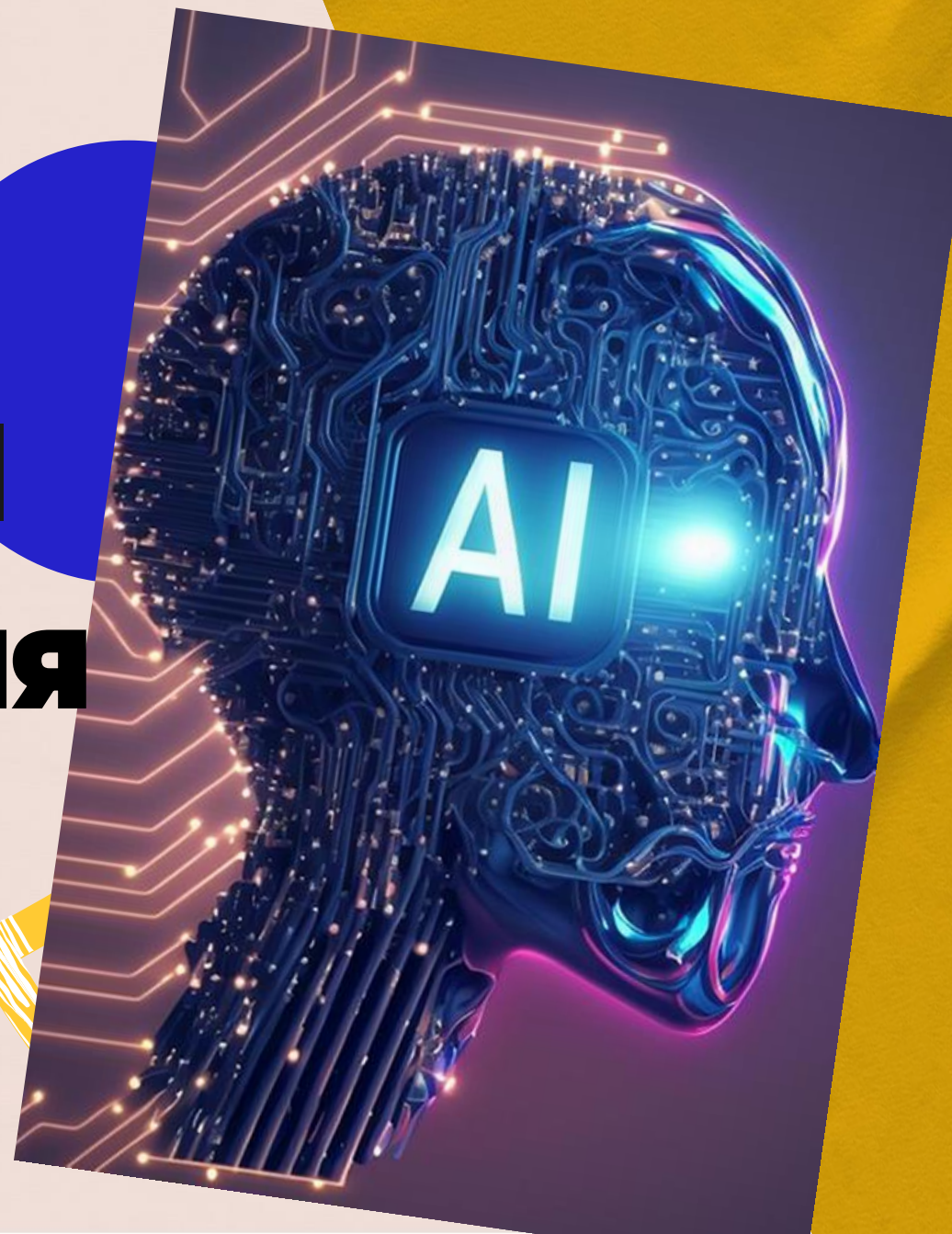
Зміна середнього чеку 2023 року порівняно з 2022 роком



Зміна середнього чеку 2023 року порівняно з 2021 роком



ТЕНДЕНЦІЇ КОРИСТУВАННЯ AI (ШІ)



Незважаючи на те, що 66% принаймні уявляють, що таке AI, лише 36,5% респондентів його використовують

Чи знаєте ви, що таке штучний інтелект?



Ви використовуєте chatgpt або інший чат-бот ШІ?

% респондентів, які знають або принаймні уявляють, що таке ШІ.



Рішення для компаній: мозковий штурм і структурування - для ШІ, остаточне рішення і креативність - для людей

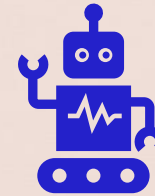
Які проблеми ви вирішуєте за допомогою штучного інтелекту?



Найбільші ризики ШІ (компанії)



Як розподілити обов'язки між ШІ та Людиною?



- Мозковий штурм ідей
- Упорядкування думок
- Надання пропозицій щодо контенту
- Написання перших чернеток
- Пропозиція зображень

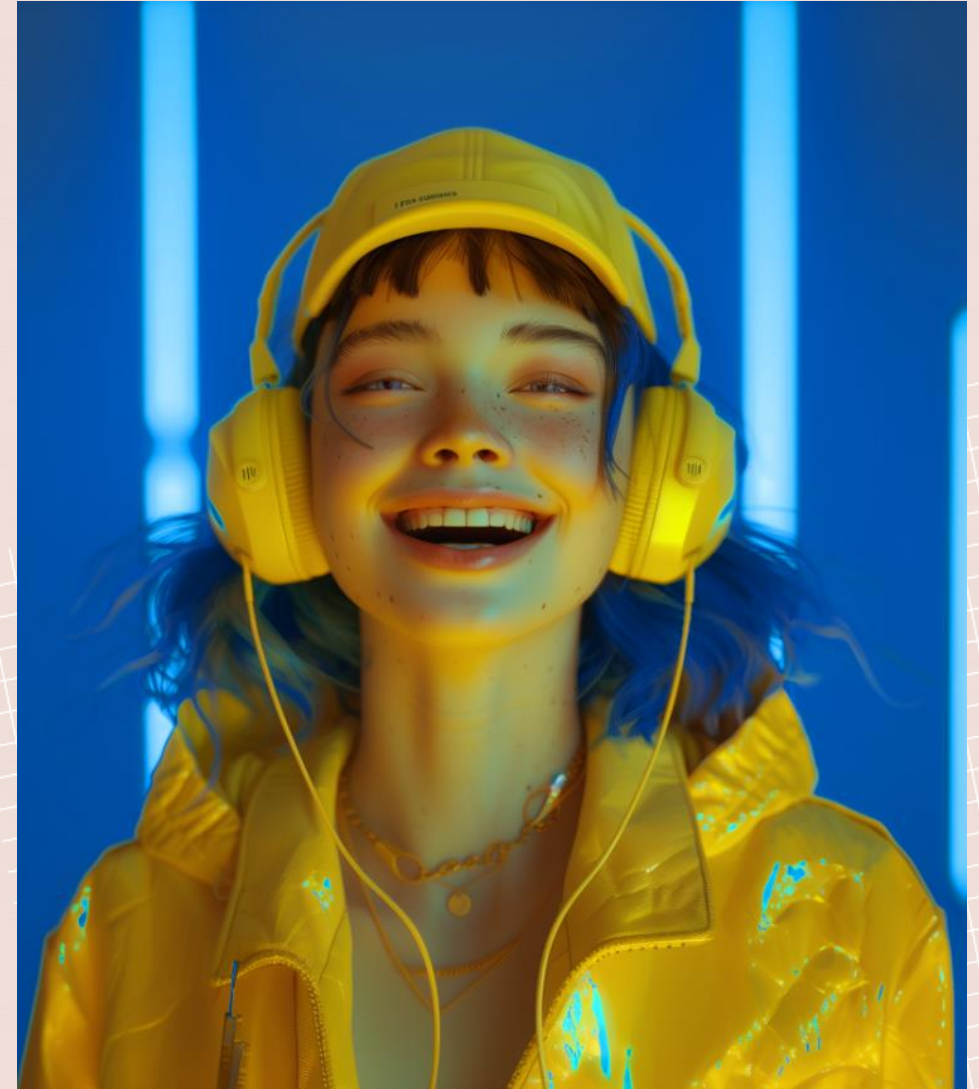
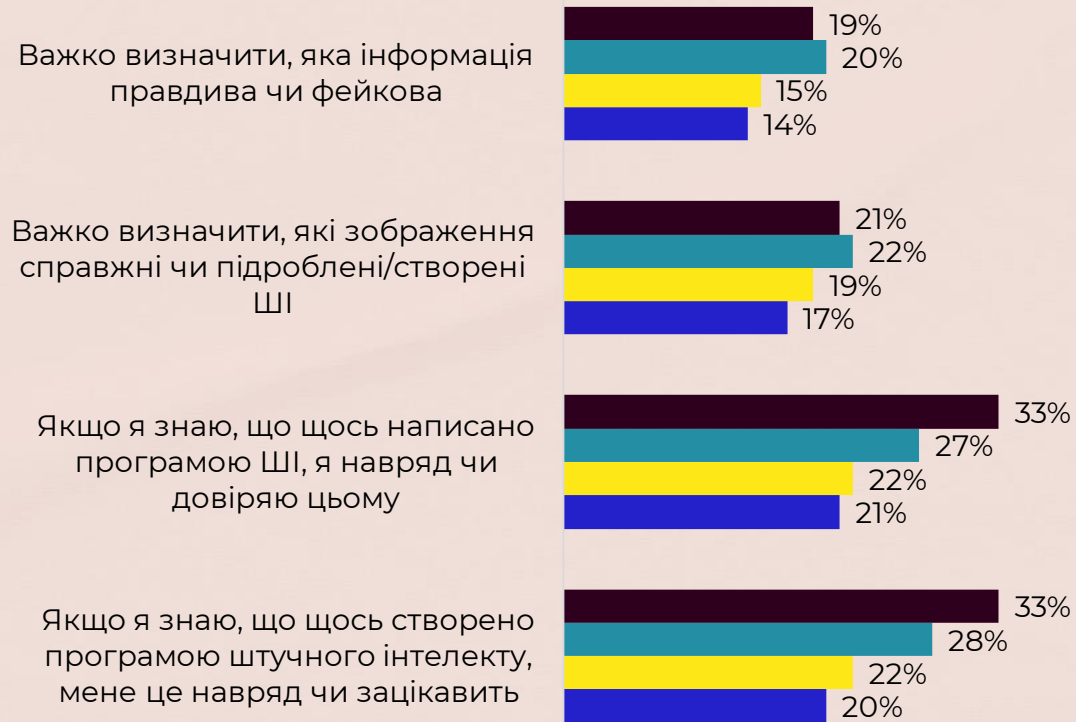


- Створення контент-стратегії для соц. мереж
- Редагування та доопрацювання заголовків
- Забезпечення відповідності зображень і дописів стандартам бренду
- Взаємодія в розділі коментарів

Покоління Z більш схильне довіряти та взаємодіяти з контентом ШІ

Розмірковуючи про вміст соціальних мереж, створений ШІ, оцініть свою згоду з наведеними нижче твердженнями

■ Baby Boomers ■ Generation X ■ Millennials ■ Generation Z





ДЯКУЄМО!

ЗА СПІВПРАЦЮ



Якщо у вас є зауваження, пропозиції та доповнення, будь ласка повідомте нас електронною поштою anastasiya.baydachenko@iab.com.ua

Ми врахуємо усі конструктивні доповнення у наступній редакції