



Генеральний партнер



Optimum Media

РЕЙТИНГ GOOGLE CORE WEB VITALS

ТОП 100 українських інтернет-медіа з доходами від медійних оголошень згідно з показниками Google Core Web Vitals

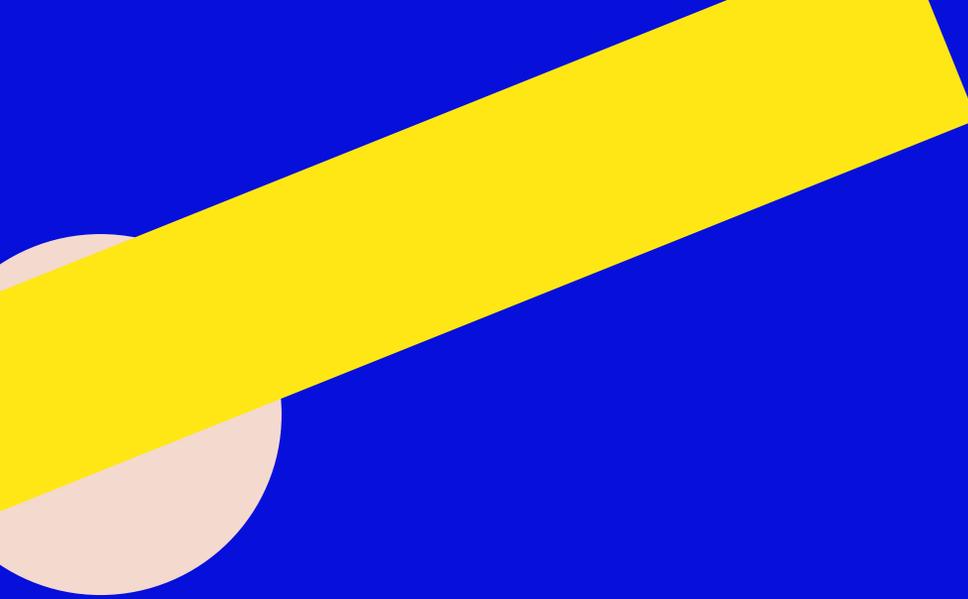
● **Методологія та мета дослідження Core Web Vitals**

➤ **МЕТОДОЛОГІЯ**

Перед вами аналіз дослідження актуального стану та відповідності ТОП 100 найбільших українських медіа-порталів основним показникам Google Core Web Vitals та подальшим аналізом впливу цих даних на ефективність автоматичних продажів (programmatic) онлайн-реклами, проведений IAB Ukraine за технічної підтримки компанії Adtelligent за період з 2 кварталу 2025 та 3 кварталу 2025 року.

➤ **МЕТА**

Головною задачею комітету Programmatic в IAB Україна є коректна оцінка ступеня впливу Core Web Vitals на ефективність автоматизованих продажів (programmatic) онлайн-реклами. Для цього ми запускаємо проект Programmatic Web Vitals Ukraine із візуалізації даних за показниками Google CWV, що має на меті квартальні вимірювання поточних показників ТОП інтернет-медіа видавництв України. Результати аналізу дозволяють відстежувати вплив змін параметрів на обсяг показів реклами на сайтах, а також допомогти інтернет-медіа, які не відповідають нормам покращити свої показники.



GOOGLE CORE WEB VITALS ТА ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ

● Що таке Google Core Web Vitals (CWV)

Core Web Vitals	Core Web Vitals (CWV) — це спосіб Google запровадити чіткий перелік факторів, які допомагають оцінити якість взаємодії аудиторії з веб-сайтом.
LCP	відображає час завантаження веб-сайту та враховує швидкість завантаження текстів та медіаконтенту.
INP*	вимірює швидкість реагування веб-сайту, відстежуючи, як швидко він реагує на взаємодії користувача (наприклад, клік, скрол).
CLS	оцінює ступінь візуальної стабільності сторінки та зміщення контенту під час завантаження.

***Google is transitioning to a new metric to measure the responsiveness of sites, Interaction to Next Paint (INP), which will replace FID as a Core Web Vital in March 2024.**

● Вимоги Google?

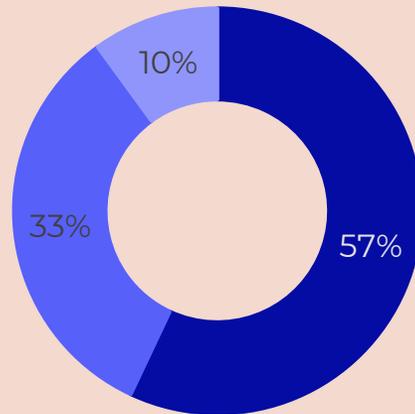
Цей рейтинг базується на показниках Google Core Web Vitals, а саме:

- Largest Contentful Paint (LCP)
- Interaction to Next Paint (INP)
- Cumulative Layout Shift (CLS)

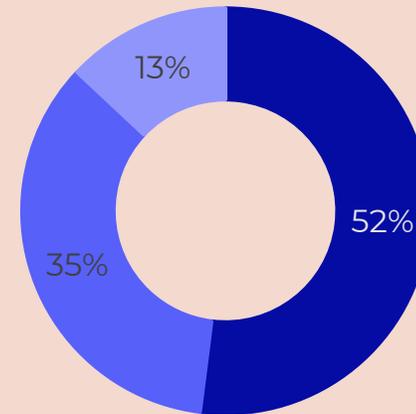


● Проскановано 100 українських інтернет-медіа з доходами від медійних оголошень за показниками Google CWV

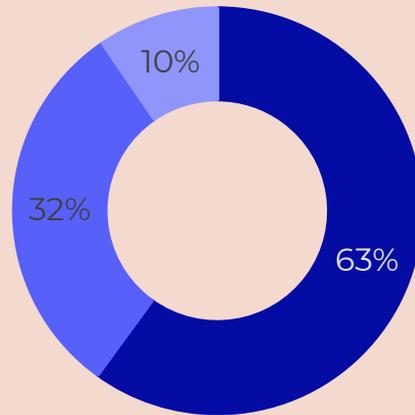
Overall Grades Q3
by Domain



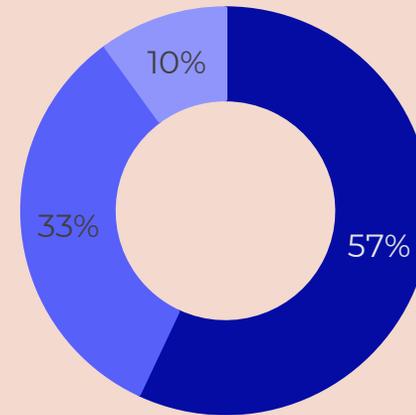
Overall Grades Q2
by Domain



Desktop Grades Q3
by Domain



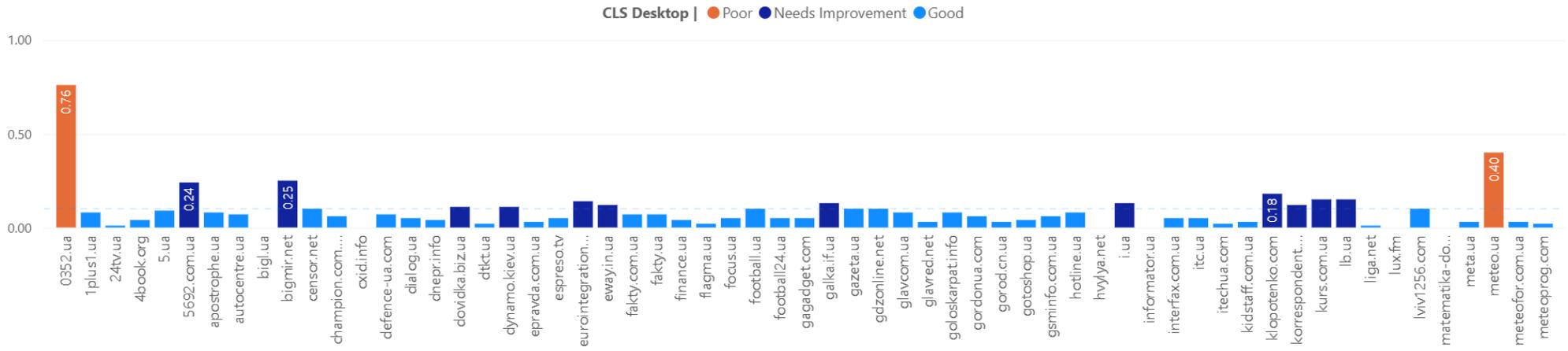
Mobile Grades Q3
by Domain



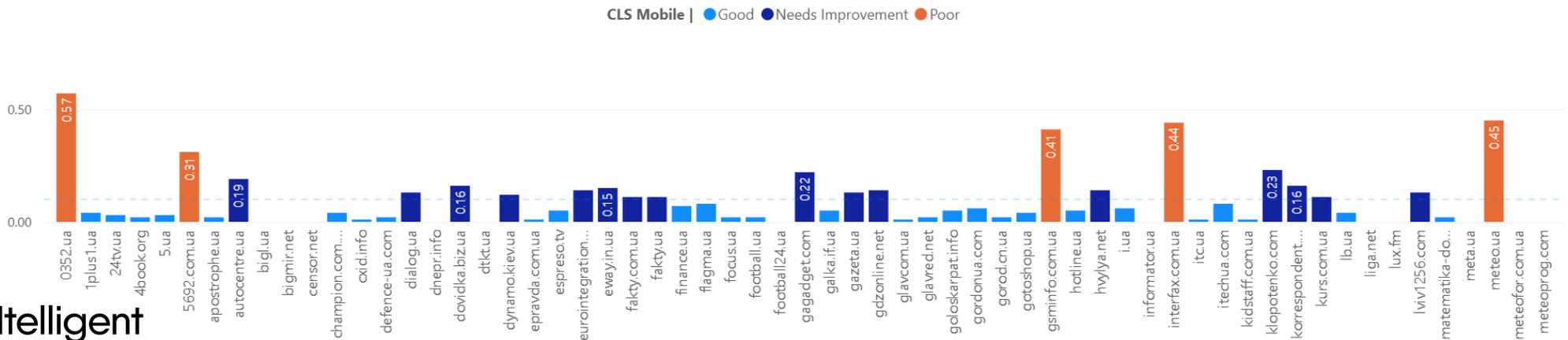
TOP 100 Programmatic UA Media Q3 2025 (має величезний вплив)

Cumulative Layout Shift: Desktop vs Mobile

Cumulative Layout Shift on DESKTOP | Q3 2025



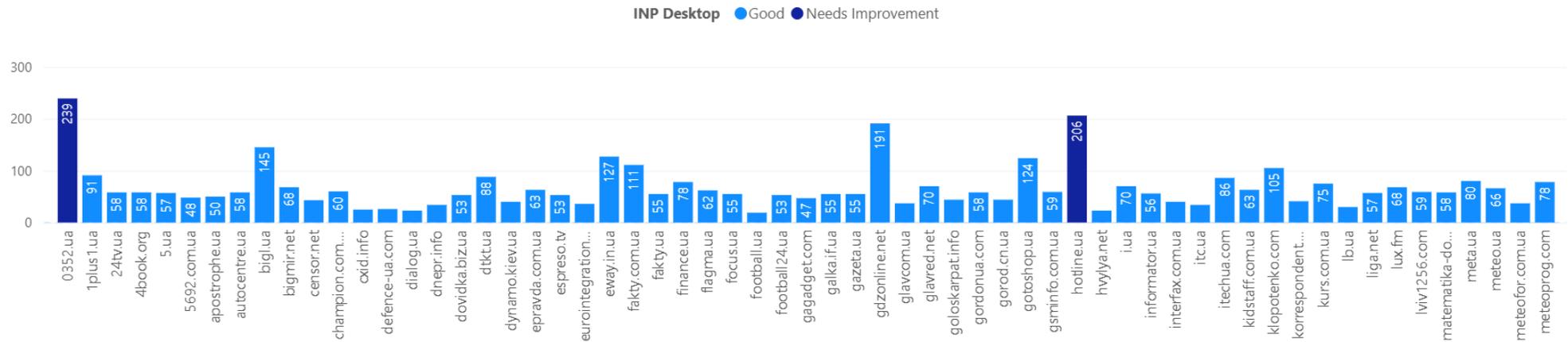
Cumulative Layout Shift on Mobile | Q3 2025



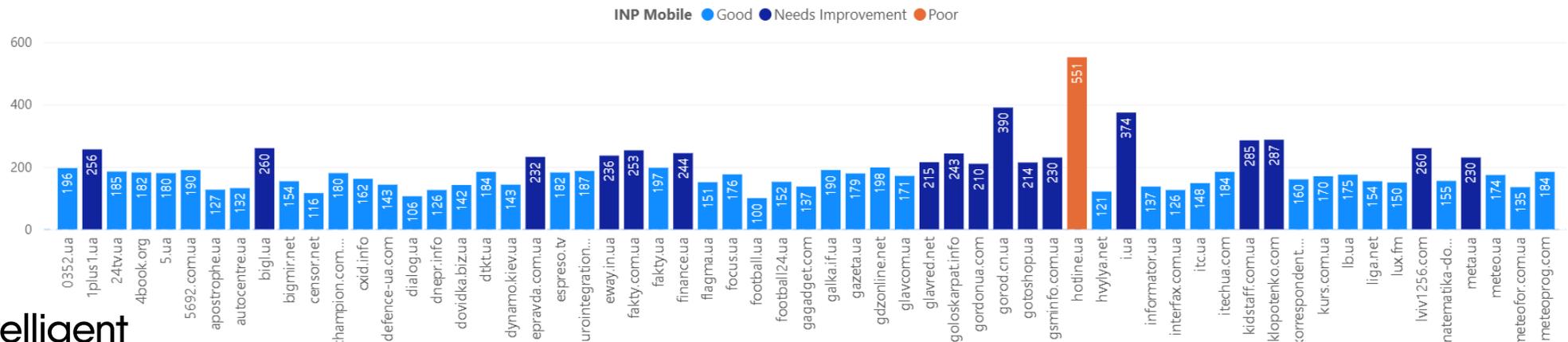
TOP 100 Programmatic UA Media Q3 2025 (має незначний вплив)

Interaction to Next Paint: Desktop vs Mobile (ms)

Interaction to Next Paint (INP) on Desktop | Q3 2025



Interaction to Next Paint (INP) on Mobile | Q3 2025



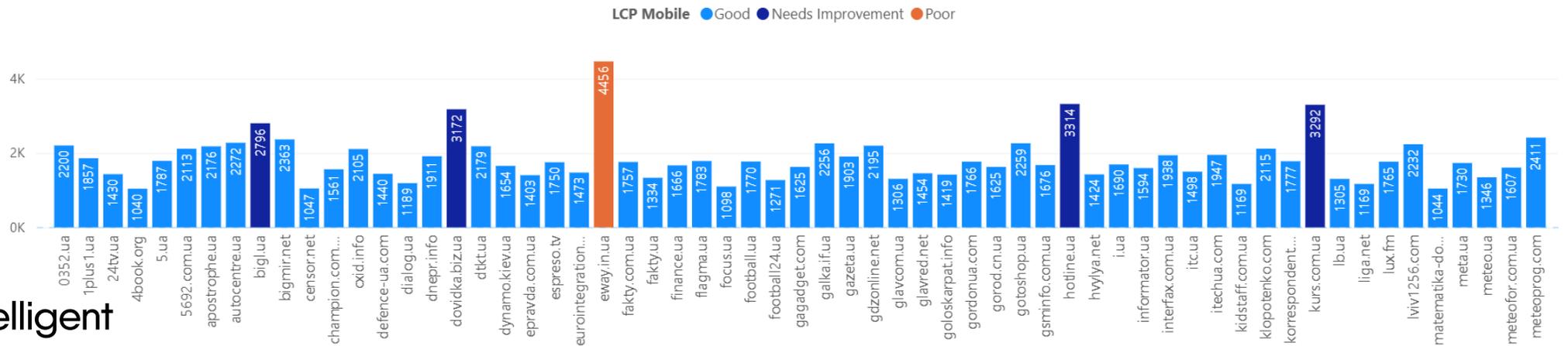
TOP 100 Programmatic UA Media Q3 2025 (майже не впливає)

Largest Contentful Paint: Desktop vs Mobile

Largest Contentful Paint (LCP) on Desktop | Q3 2025



Largest Contentful Paint (LCP) on Mobile | Q3 2025



● Висновки

Оновлені результати аналізу рейтингу ТОП 100 сайтів за 2 та 3 квартали 2025 року містить 100 топ медіа України з programmatic продажів. Показники усіх сайтів для користувачів усіх платформ незначно покращились у 3 кварталі 2025. Показники для мобільних пристроїв, незважаючи на покращення, все ще потребують уваги у порівнянні з ПК, особливо такий як INP Mobile.

Основні висновки дослідження за 2 квартал 2025 року та 3 квартал 2025 року

- **Good збільшився з 52% → 57%: 5%** доменів додали найвищі показники
- **Мобільні сайти:** покращили загальну якість користувацького досвіду.
- **Протягом періоду об'єднані дані* по трафіку та даних про рекламу**:**
 - ▼ Середня зміна переглядів сторінок: -1,78%.
 - Середня зміна показів реклами: +1,40%
- Незважаючи на покращення показників, третій квартал мав менший обсяг переглядів сторінок, що вплинуло на незначний зріст обсягу реклами, незважаючи на покращення показників.
- Сайти з покращенням **INP і LCP** значно збільшили дохід від реклами, навіть якщо втратили трафік.

Наприклад, goloskarpat.info кількість показів зросла +676%, хоч трафік (Pageviews) впав на 12.9%, а показники CWV покращились: CLS +0.04, LCP +67, INP +272
- **CLS має найсильніший негативний вплив** — його погіршення призводить до втрат показів за рахунок viewability. Покращення CLS — найважливіший пріоритет для зростання доходів. Навіть без зростання трафіку, збільшення якості layout shift може принести сотні тисяч додаткових показів.

*Дані за періоди з SimilarWeb | ** Дані з Google Ad Exchange по прогнозованим обсягам показів

**IAB Україна висловлює щиру вдячність
Adtelligent Inc. за допомогу у зборі даних
та підготовці результатів та висновків.**





Все буде Україна!