



# РЕЙТИНГ GOOGLE CORE WEB VITALS

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

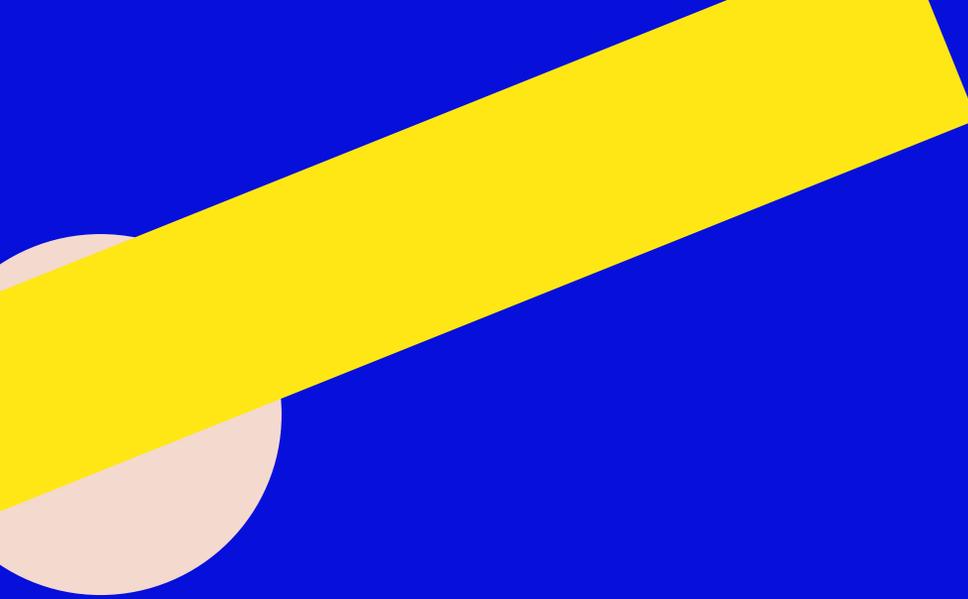
# ● Методологія та мета дослідження Core Web Vitals

## ➤ 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 4 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)

<b>Core Web Vitals</b>	Core Web Vitals (CWV) — це спосіб Google запровадити чіткий перелік факторів, які допомагають оцінити якість взаємодії аудиторії з веб-сайтом.
<b>LCP</b>	відображає час завантаження веб-сайту та враховує швидкість завантаження текстів та медіаконтенту.
<b>INP*</b>	вимірює швидкість реагування веб-сайту, відстежуючи, як швидко він реагує на взаємодії користувача (наприклад, клік, скрол).
<b>CLS</b>	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?

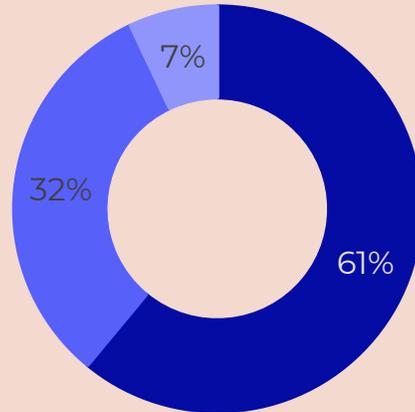
Цей рейтинг базується на показниках Google Core Web Vitals, а саме:

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

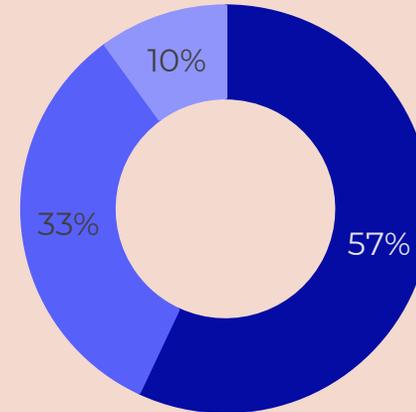


# ● Проскановано 100 українських інтернет-медіа з доходами від медійних оголошень за показниками Google CWV

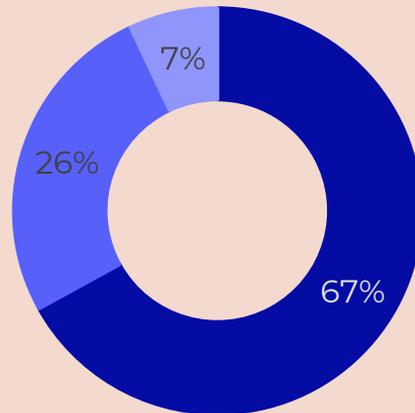
Overall Grades Q4  
by Domain



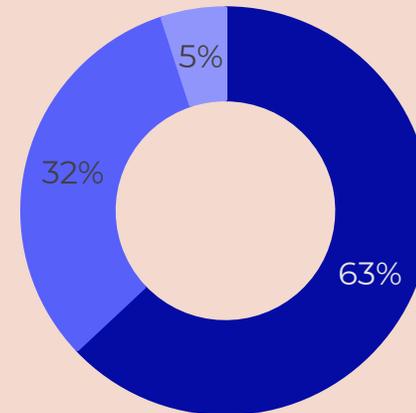
Overall Grades Q3  
by Domain



Desktop Grades Q4  
by Domain

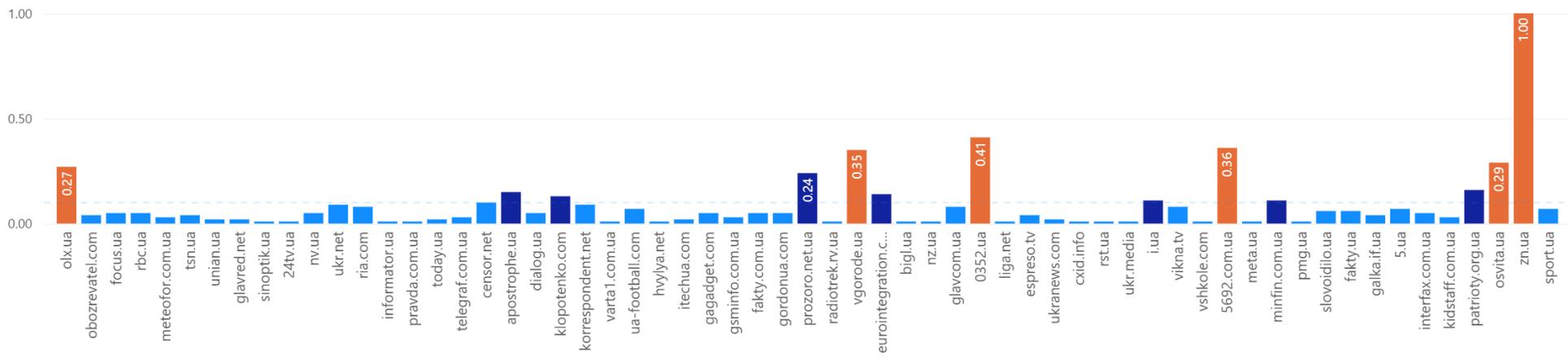


Mobile Grades Q4  
by Domain

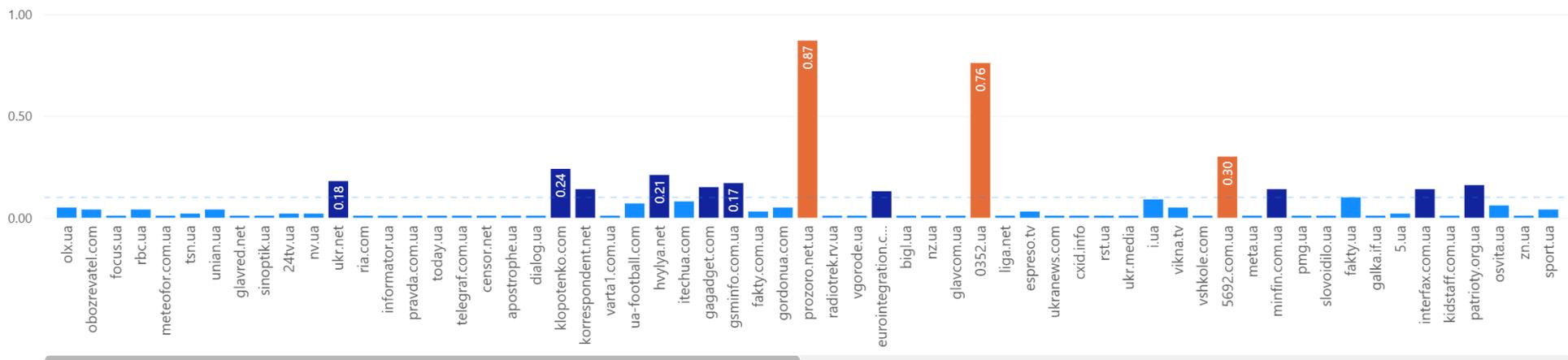


# TOP 100 Programmatic UA Media Q4 2025 (має величезний вплив)

## Cumulative Layout Shift: Desktop vs Mobile

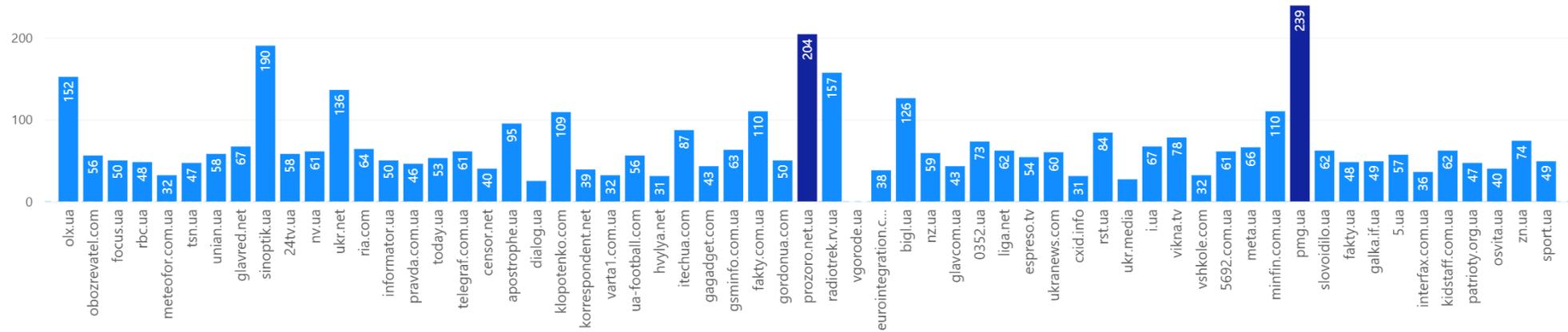


Cumulative Layout Shift on Mobile | Q4 2025

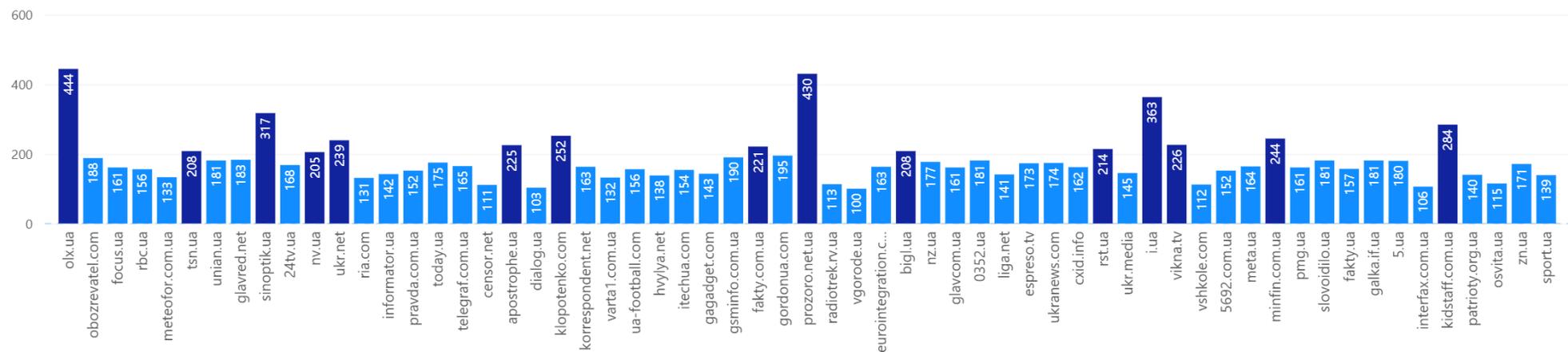


# TOP 100 Programmatic UA Media Q4 2025 (має незначний вплив)

## Interaction to Next Paint: Desktop vs Mobile (ms)

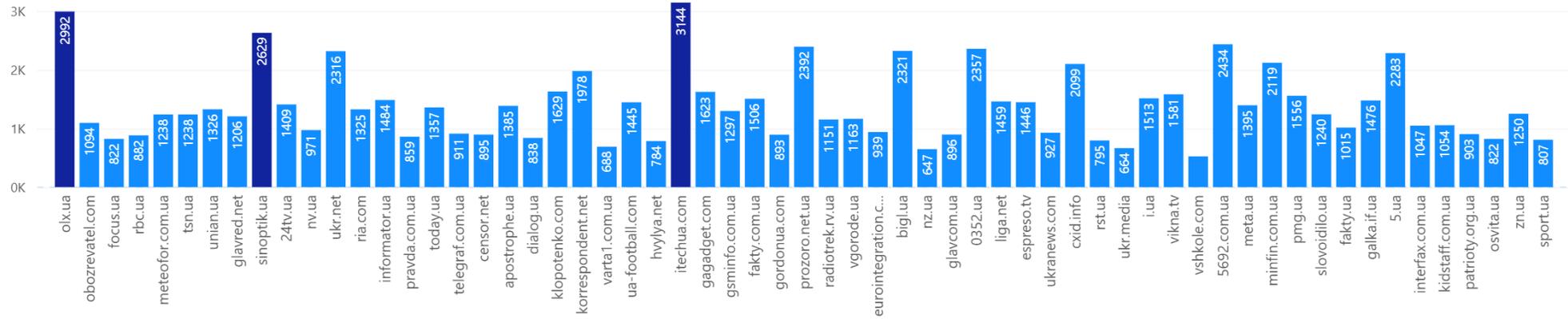


Interaction to Next Paint (INP) on Mobile | Q4 2025

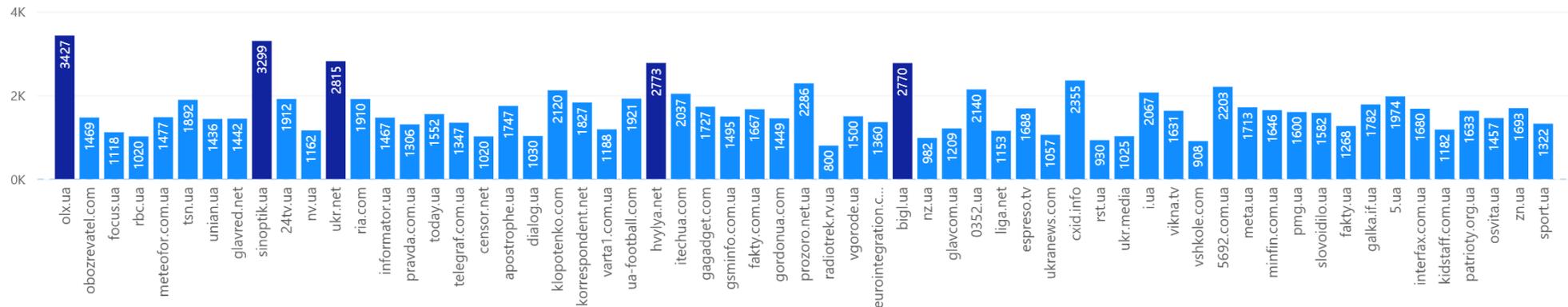


# TOP 100 Programmatic UA Media Q4 2025 (майже не впливає)

## Largest Contentful Paint: Desktop vs Mobile



Largest Contentful Paint (LCP) on Mobile | Q4 2025



# ● Висновки

Оновлені результати аналізу рейтингу ТОП 100 сайтів за 4 та 3 квартали 2025 року містить 100 топ медіа України з programmatic продажів. Показники усіх сайтів для користувачів усіх платформ незначно покращились у 4 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 3 квартал 2025 року та 4 квартал 2025 року

- **Good збільшився з 57% → 61%: 4%** доменів додали найвищі показники
- **Мобільні сайти:** покращили загальну якість користувацького досвіду – 63% повністю відповідають.
- **Найбільш масова позитивна динаміка** — INP Mobile та LCP Desktop/INP Desktop.
- **Протягом періоду об'єднані дані\* по трафіку та даних про рекламу\*\*:**
  - ▼ Середня зміна переглядів сторінок: -4,14%.
  - ▼ Середня зміна показів реклами: -9,04%
- Незважаючи на покращення показників, четвертий квартал мав ще менший обсяг переглядів сторінок (вже 3 квартал поспіль публішери втрачають обсяг переглядів сторінок). Це вплинуло на падіння обсягу реклами, незважаючи на покращення показників.
- Погіршення CLS (більше зсувів) пов'язане зі зниженням показів реклами теж (гірші показники viewability/рендер слотів/UX сайтів).

**Mobile CWV суттєво покращився (Good 54→64, Poor 12→5).** Це створює конкурентну перевагу для програматика: краще viewability, менше “нестабільних” слотів (CLS), більш прогнозований рендер і взаємодія (INP), як наслідок ми бачимо кращі ставки/ та обсяг показів, але ефект проявляється найкраще, коли інвентарна стратегія стабільна, бо 4 квартал завжди найбільш привабливий.

\*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!**