

KANTAR

Короткі відео як
повсякденна
звичка українців

Ольга Капустян

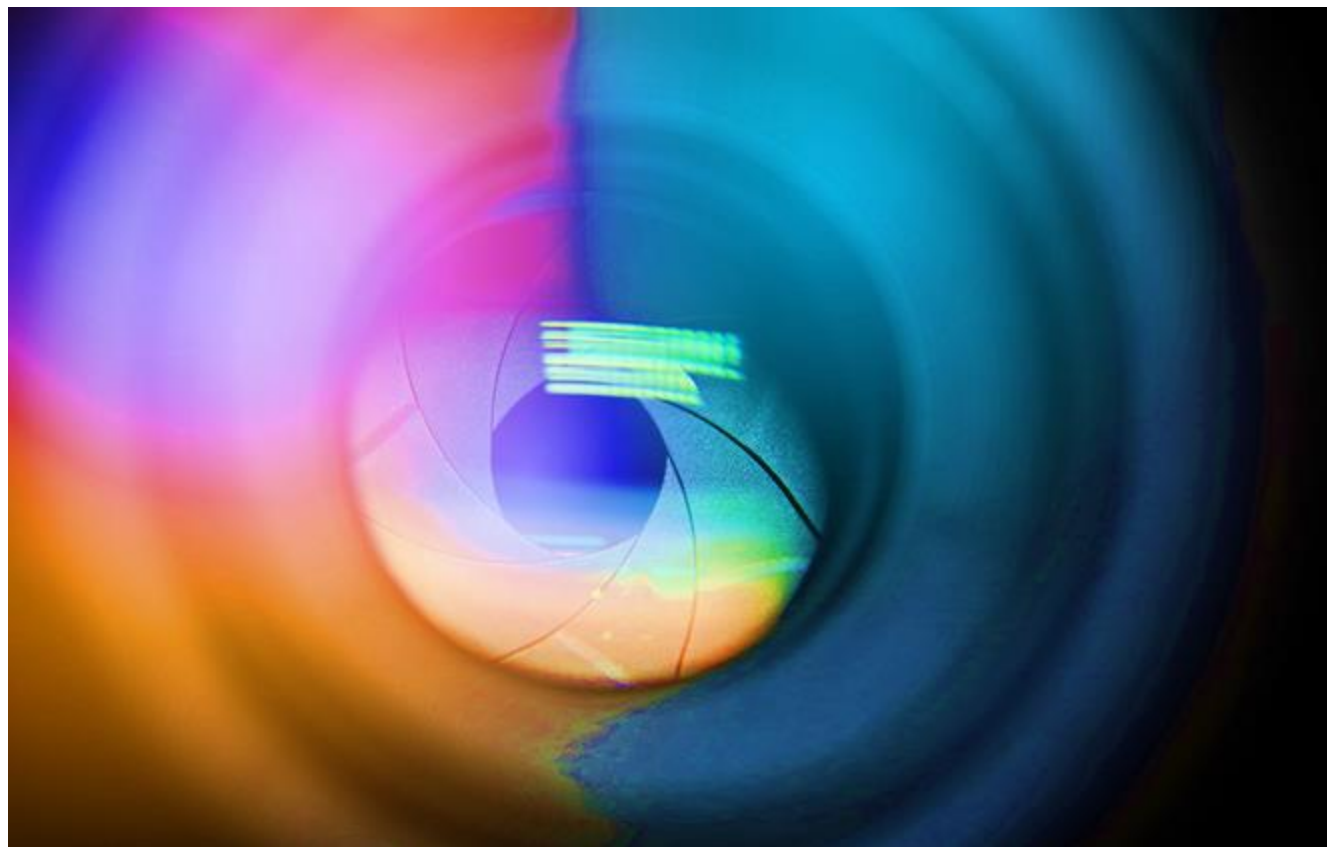
© Kantar 2026

Дизайн дослідження

- | | | |
|---|--------------------|--|
| 1 | Метод: | Онлайн опитування на панелі Kantar.
Kantar Online Track |
| 2 | Вибірка: | 1000 респондентів, квотна за статтю, віком,
типом населеного пункту та регіоном |
| 3 | Цільова аудиторія: | Чоловіки та жінки, 18-55 років |
| 4 | Географія: | Національна панель, за винятком сіл та
тимчасово окупованих територій та зони
активних бойових дій |
| 5 | Період опитування: | Квітень 2026 |



Короткі відео вже стали звичною частиною медіаспоживання українців



87%

**переглядають
короткі відео (reels,
shorts)**

Short-form контент – частина щоденної рутини для більшості

Частота перегляду коротких відео, %

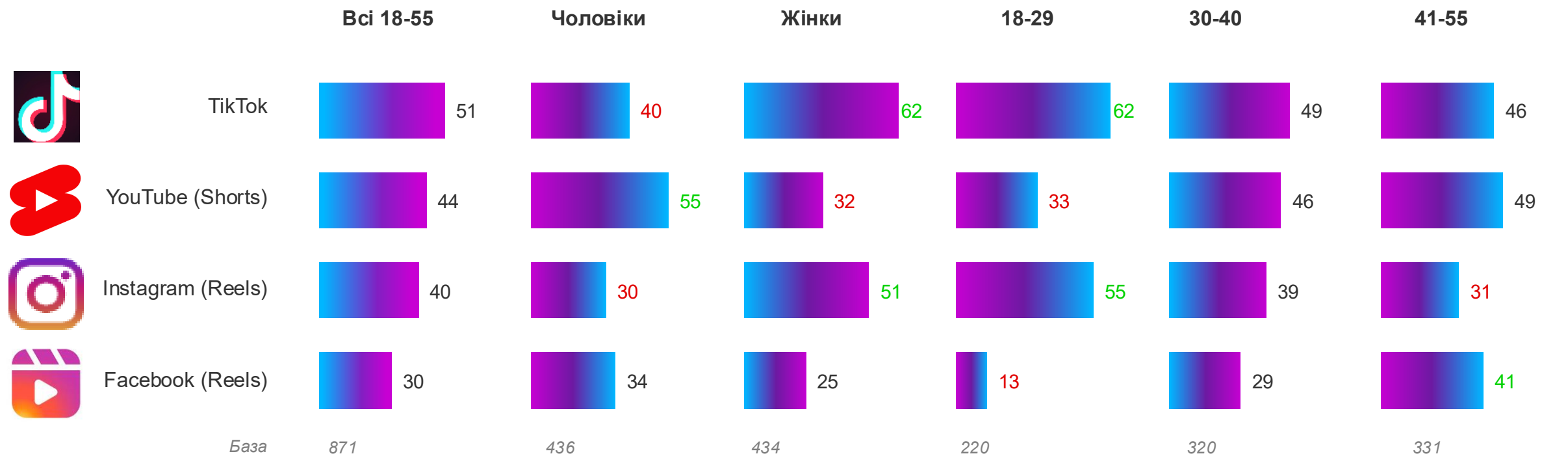


45% переглядають короткі відео щодня або декілька разів на день



Вибір платформ коротких відео відрізняється між демографічними групами, проте TikTok лідирує серед більшості користувачів

TikTok лідирує загалом, особливо серед жінок та молоді, тоді як чоловіки частіше обирають YouTube Shorts. Instagram Reels більш характерний для жінок і молоді, а Facebook Reels – для старшої аудиторії 41-55.

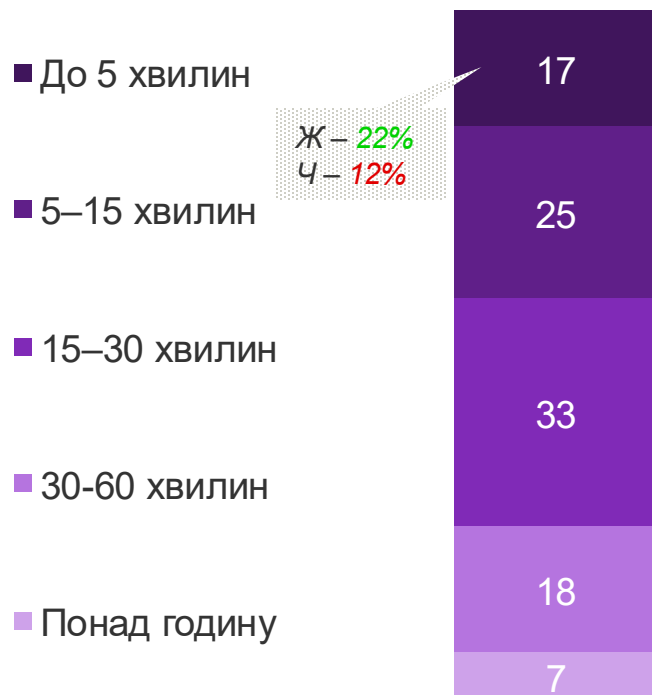


Xx xx статистично значущо вище / нижче vs. Тотал (95%)

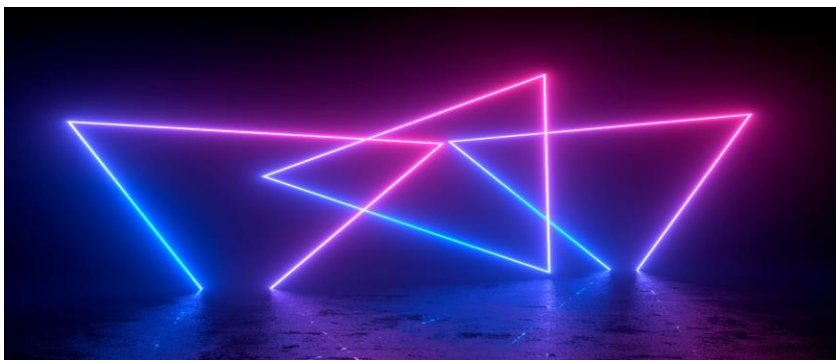
Короткі відео утримують увагу довше, ніж планують користувачі

Середня тривалість перегляду коротких відео становить в середньому 24 хвилини. 72% користувачів «залипають» у них хоча б іноді, що свідчить про високий рівень залучення.

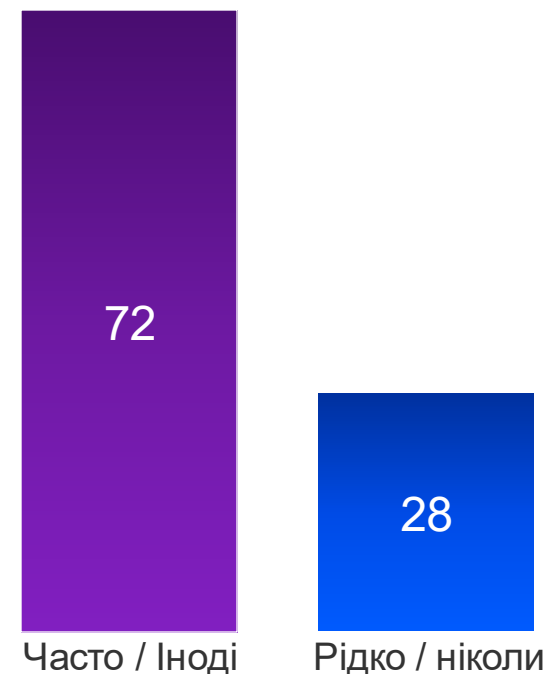
Тривалість перегляду коротких відео, %



~24хв – середня
тривалість перегляду
коротких відео

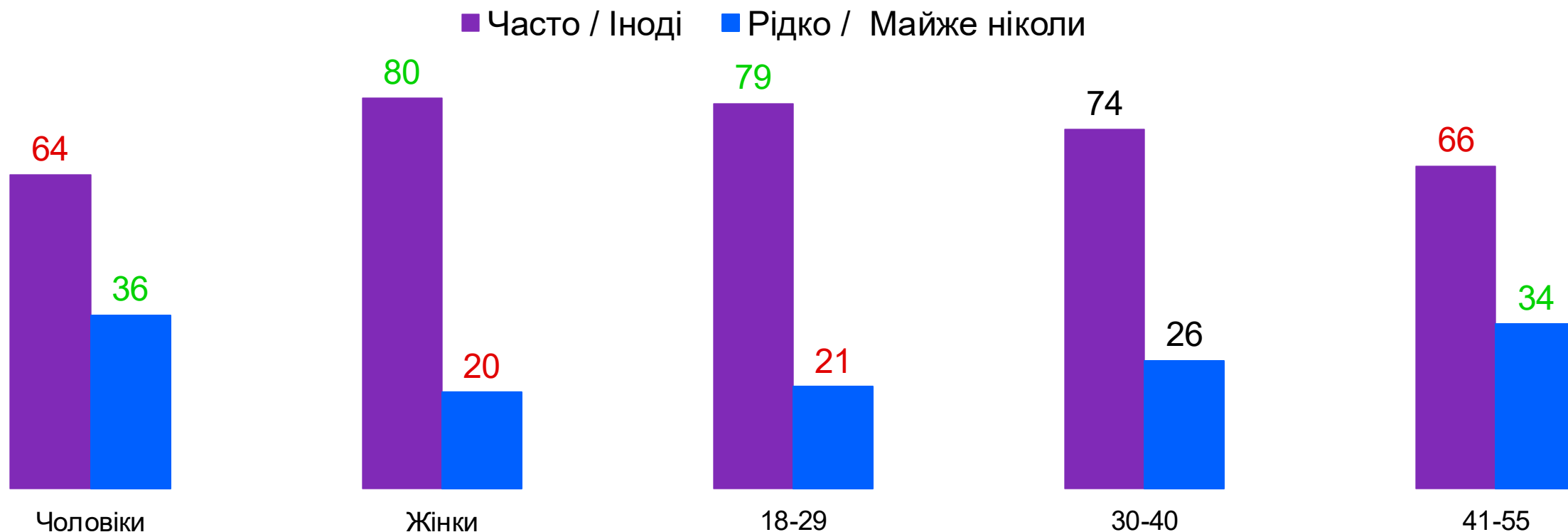


Схильність до «залипання»
у коротких відео, %



Хто частіше «залипає» у короткі відео?

Схильність до «залипання» вища серед жінок (80%) та молоді 18-29 (79%), і нижча серед чоловіків (64%) та старшої аудиторії 41-55 (66%)



Xx xx статистично значущо вище / нижче vs. Тотал (95%)

Це насамперед інструмент для відпочинку та емоційного підйому

Основні цілі перегляду коротких відео – розслабитися та підняти настрій, тоді як утилітарні задачі (навчитися, знайти ідеї, «вбити час») мають нижчі показники. Рецепти та ідеї частіше дивляться жінки



Хх хх статистично значущо вище / нижче vs. Тотал (95%)

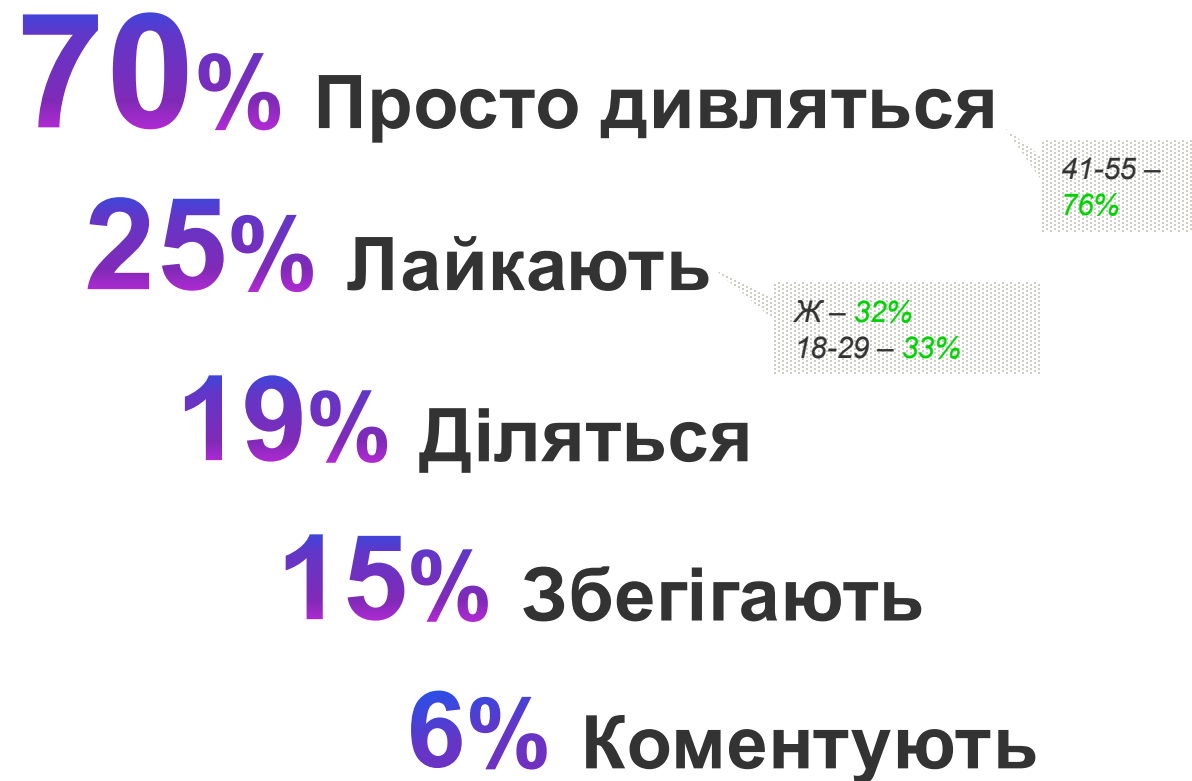
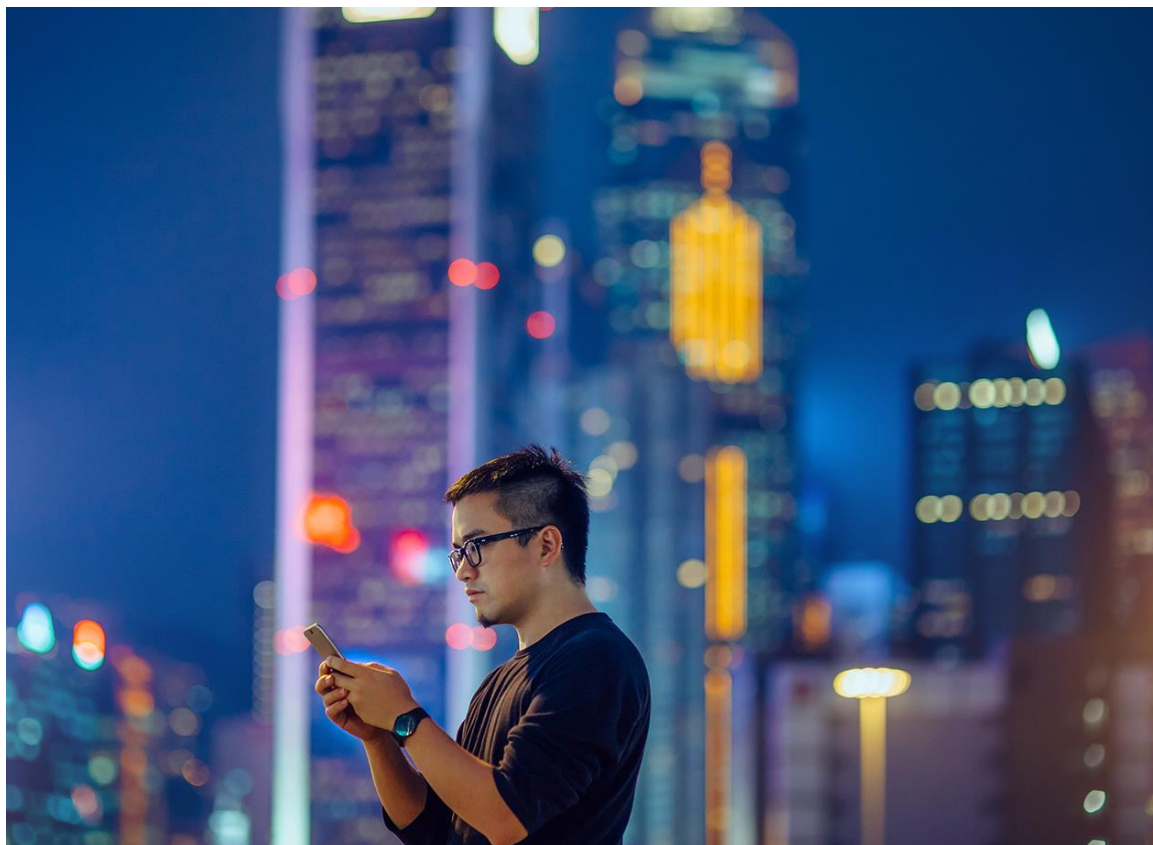
Розважальний контент в коротких відео є найбільш поширеним, але доповнюється практичними темами



Xx xx статистично значущо вище / нижче vs. Тотал (95%)

Перегляд коротких відео здебільшого залишається пасивним

70% користувачів просто дивляться контент і не роблять із ним нічого далі. Лише кожен 4-й час від часу ставить лайк. Коментують або надсилають відео іншим ще рідше.



Xx статистично значущо вище vs. Total (95%)

Короткі відео рідко викликають сильну емоційну реакцію

Відчуття після перегляду коротких відео, %



Висновки для брендів

— **Короткі відео – частина щоденного медіаспоживання українців.**

Як і для більшості брендів це вже не додатковий формат, а один із ключових каналів контакту з аудиторією.

— **Короткий формат не означає короткий контакт.**

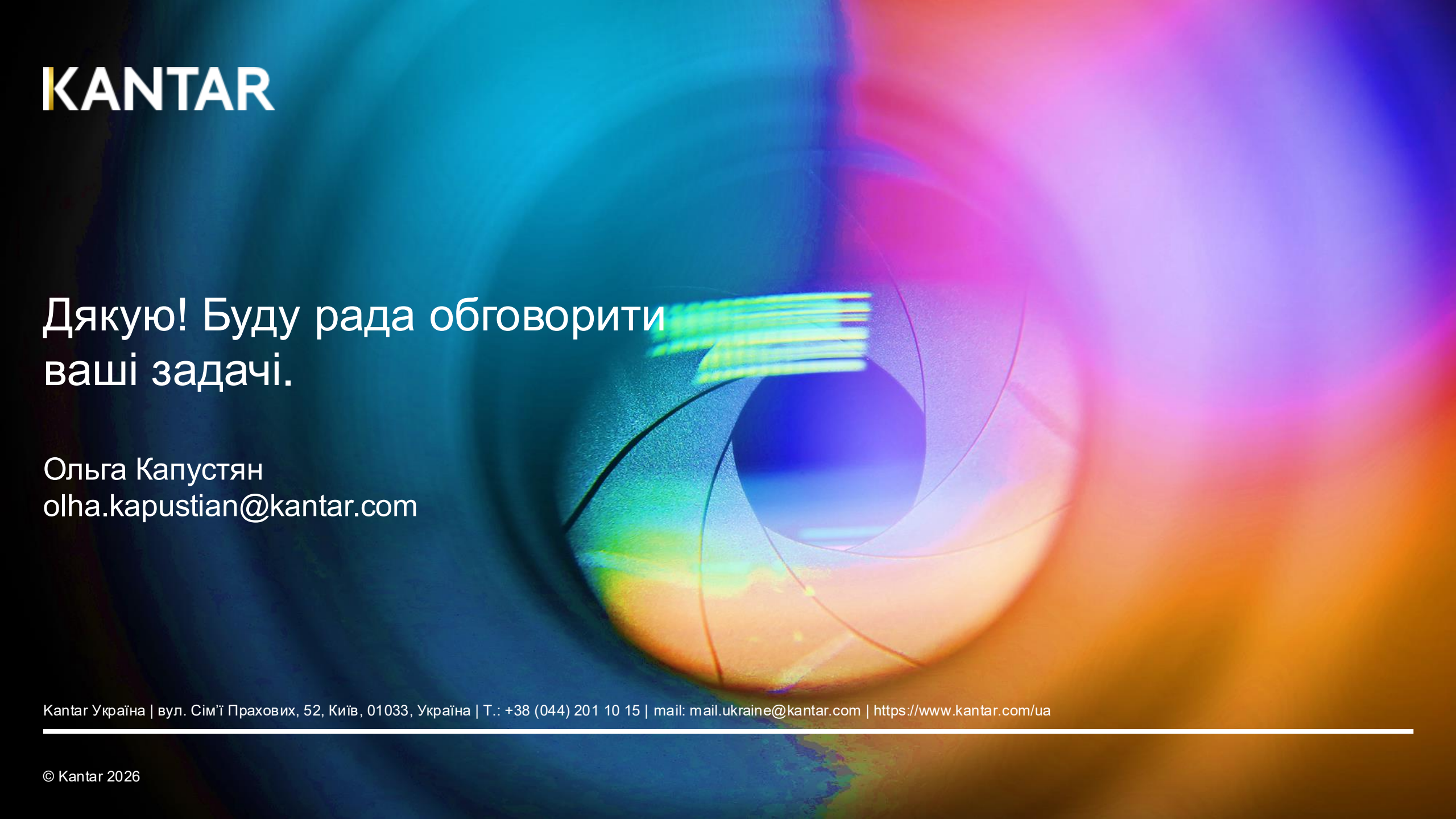
Оскільки один сеанс перегляду може тривати в середньому 20+ хвилин, а більшість користувачів хоча б іноді залишаються у стрічці довше, ніж планували. Це дає брендам більше можливостей бути поміченими.

— **В стрічці коротких відео бренди конкурують не з іншою рекламою, а за увагу аудиторії в момент «розслабитись, покращити настрій, відпочити».**

Тому рекламний контент має природно вписуватися в цей контекст.

— **Не варто оцінювати ефективність лише за лайками чи коментарями.**

Більшість користувачів просто переглядають контент, тому для коротких відео важливо оцінювати не лише взаємодію, а й якість контакту з брендом, його впізнаваність і запам'ятовуваність.

The background features a large, semi-transparent camera aperture in the center, with its blades visible. The background is a vibrant, out-of-focus bokeh of colors including blue, purple, pink, and orange, creating a dreamy, artistic effect.

KANTAR

Дякую! Буду рада обговорити
ваші задачі.

Ольга Капустян
olha.kapustian@kantar.com

Кантар Україна | вул. Сім'ї Прахових, 52, Київ, 01033, Україна | Т.: +38 (044) 201 10 15 | mail: mail.ukraine@kantar.com | <https://www.kantar.com/ua>