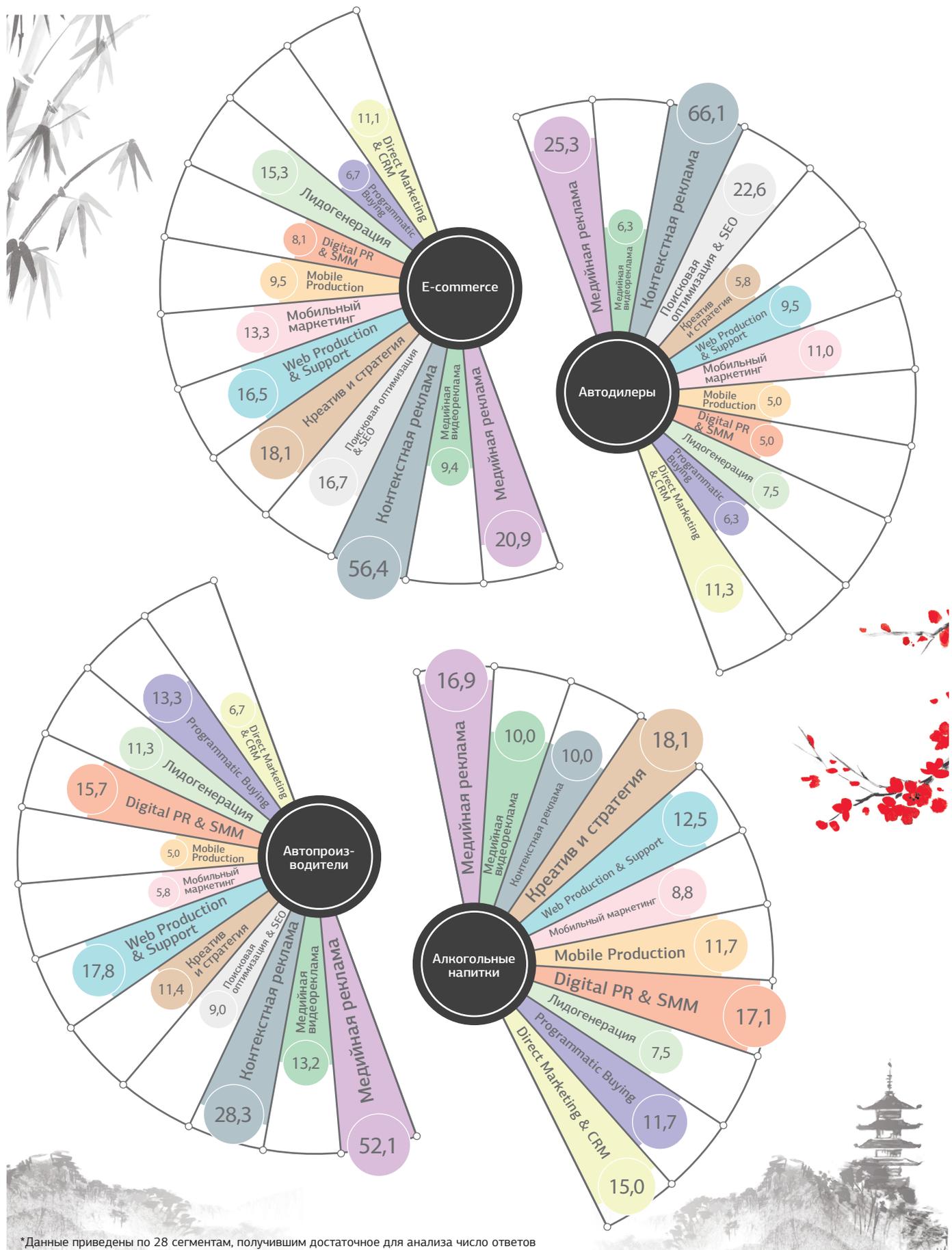


Рис. 3. ДОЛЯ DIGITAL-ИНСТРУМЕНТОВ В БЮДЖЕТАХ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ В 2016 ГОДУ*, %



* Данные приведены по 28 сегментам, получившим достаточное для анализа число ответов

