

# Оцінка обсягу ринку ІМ України за 2025

© ГС «БЮРО ІНТЕРАКТИВНОЇ РЕКЛАМИ УКРАЇНА», 2025  
У випадку використання тексту або будь-якої його частини  
обов'язкове посилання на джерело та правовласника



Партнер проекту



# ЗМІСТ

**03**

Коментар керівниці  
комітету Наталії  
Бороніної

**04**

Коментар заступниці  
керівниці комітету Ольги  
Бузунової

**05**

Методологія

**08**

Пул учасників

**09**

Загальні відомості та  
частки за категоріями

## Наталія Бороніна

Керівниця комітету Influencer Marketing

Co founder і CEO агенції VIVID brand content hub

Стійке зростання influencer marketing в Україні навіть в умовах повномасштабної війни — це підтверджена ринкова тенденція, а не ситуативний ефект. За останні роки обсяг ринку демонструє системну позитивну динаміку: після падіння у 2022 році (-60%) вже у 2023 відбулося відновлення (+106%), у 2024 — прискорення зростання (+74,9%), а у 2025 ринок продовжує масштабуватись (+18,5%).

Паралельно змінюється і структура: частка роботи через агентства стабілізується на рівні 19–23%, що свідчить про професіоналізацію індустрії. Це означає, що influencer marketing в Україні остаточно переходить із категорії експериментальних інструментів у статус системного каналу, який забезпечує не лише охоплення, а й вимірюваний бізнес-результат.



## Ольга Бузунова

Заступниця керівниці комітету Influencer Marketing  
Директорка Publicis Groupe Content

Ринок інфлюенсер-маркетингу фіксує стійке двозначне річне зростання, що підтверджує його ключову роль у цифрових комунікаціях. Такий розвиток ІМ підштовхує бренди до більш стратегічних інвестицій у співпрацю з творцями контенту й посилює фокус на довгостроковій взаємодії з аудиторією.



# Методологія

- **Оцінка проходить у 3 етапи:**
  1. Анонімне заповнення Анкети №1, після чого респондент отримує код, який потрібно надіслати організаторам (ІАВ Україна)
  2. На другому етапі гравцям категорії надсилається Анкета №2, в якій просимо оцінити долю пула учасників на ринку ІМ, склад якого було повідомлено
  3. Після чого отримані дані опрацьовує команда ІАВ
  
- Конфіденційність опитування забезпечується на першому етапі поданням даних з анонімного імейла та відсутністю маркувань, які б дозволяли визначити відправника, в самій анкеті. Другий етап - це експертне опитування за полями, які не містять конфіденційних даних. Опрацювання забезпечить команда ІАВ. Діє політика конфіденційності ІАВ.

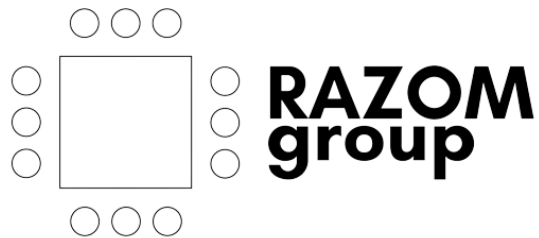
# Методологія. Етап 1

- Анкета №1 заповнюється у гугл формі з анонімного мейла.
- Оцінка ринку відбувається за наступними категоріями, що відповідають категоріям із визначення ринку інфлюенсер маркетингу у 2022 році
  - Інтеграція бренду на платформі інфлюенсера - Instagram, YouTube, TikTok, Facebook, Twitch тощо
  - Бюджет на промо контенту інфлюенсерів із повідомленнями бренду, розміщеного на ресурсах інфлюенсера
  - Бюджет на розробку креативних ідей, стратегій для ІМ кампаній
  - Бюджет на продакшн креативу для ІМ кампаній
  - Оплата комісії агенції
  - Оплата пов'язаних сервісів і платформ

# Методологія. Етап 2

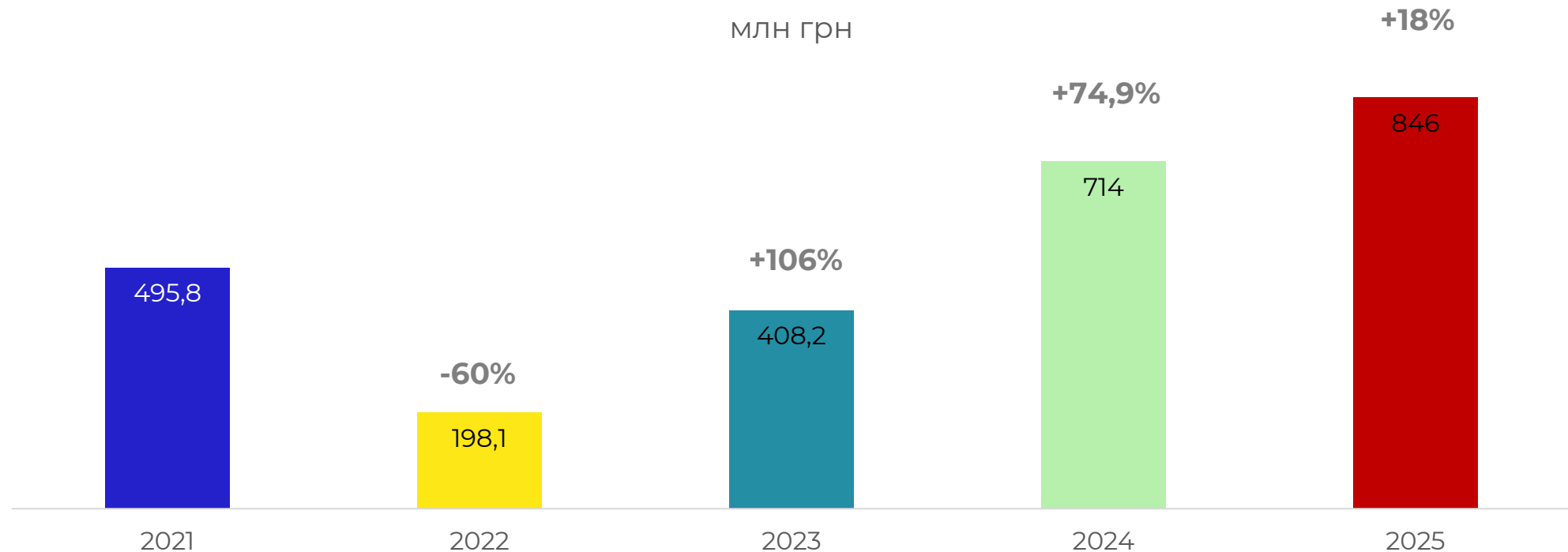
- Анкета №2 заповнюється у гугл формі з неанонімного мейла.
- На другому етапі гравцям категорії ІМ пропонується експертно оцінити:
  - Частку ринку ІМ в Україні, яка припадає на гравців Етапу 1
  - Частку бюджету, що витрачається не напряму, а через посередника
  - Частку ринку ІМ прямих угод без посередників

# Пул учасників оцінки обсягу ринку Influencer Marketing

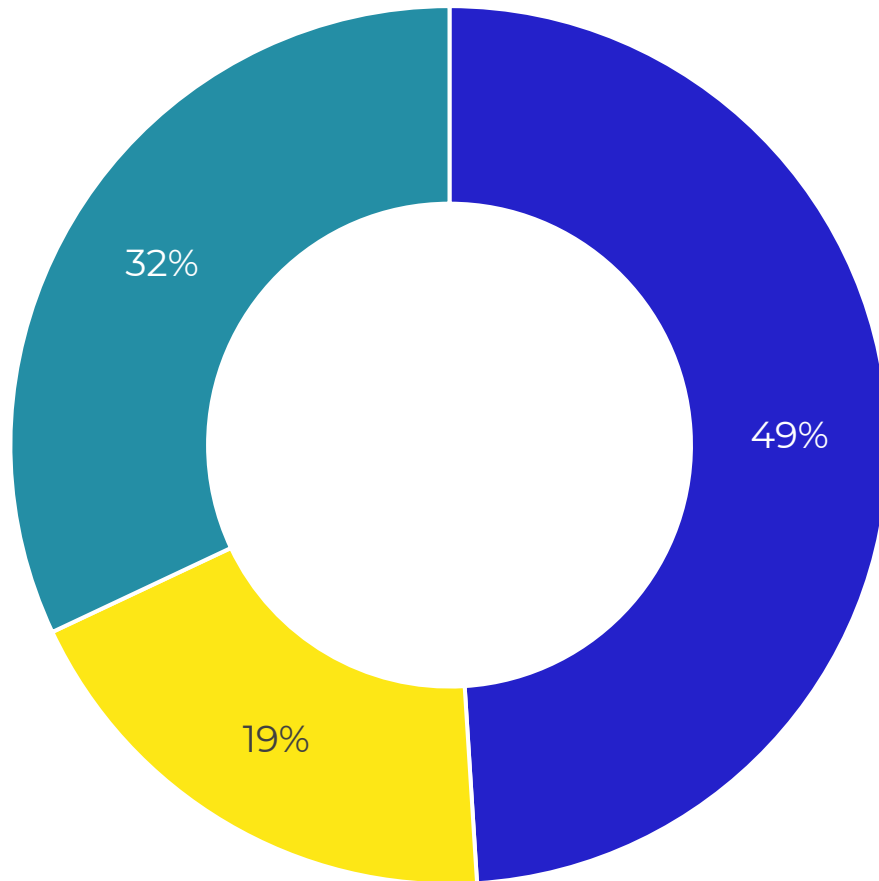


# Обсяг ринку Influencer Marketing

Загальний обсяг ринку Influencer Marketing за 2025 рік склав 846 млн грн, що склало 18% приросту відносно 2024 року.



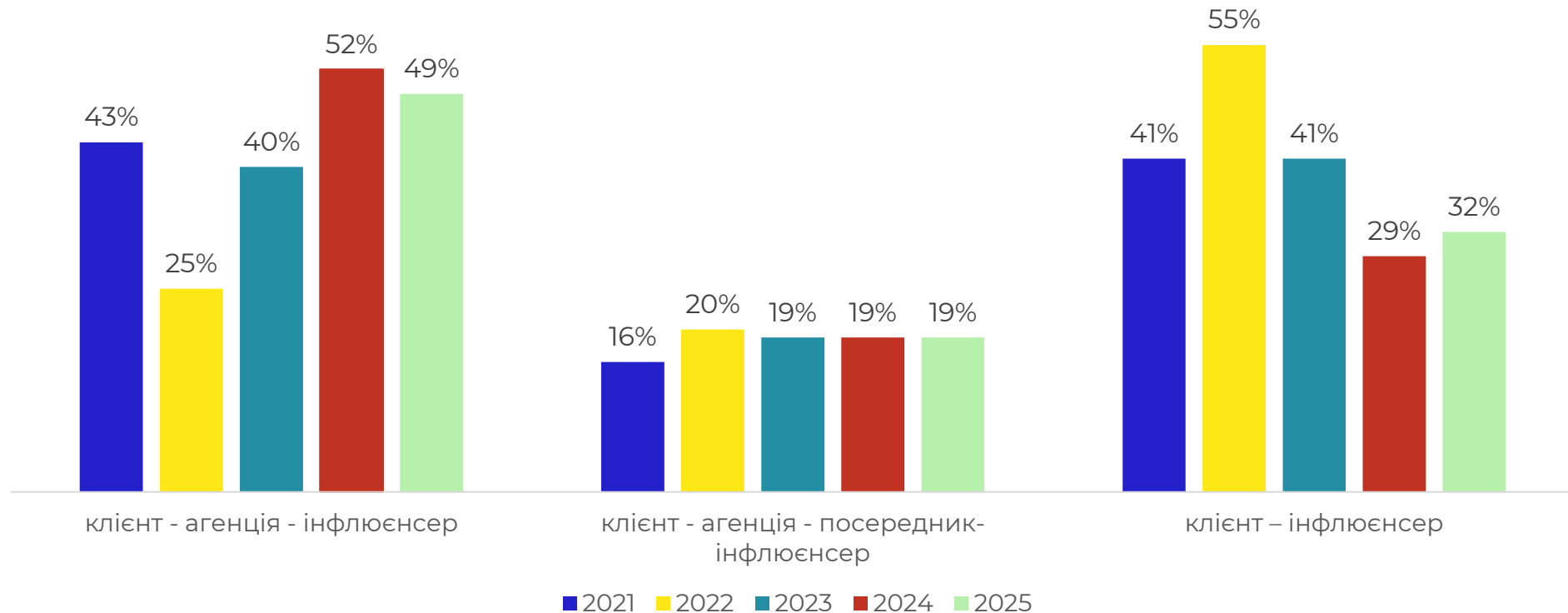
# Розподіл форм співробітництва



- Клієнт-агенція-інфлюєнсер
- Клієнт-агенція-посередник-інфлюєнсер
- Клієнт-інфлюєнсер

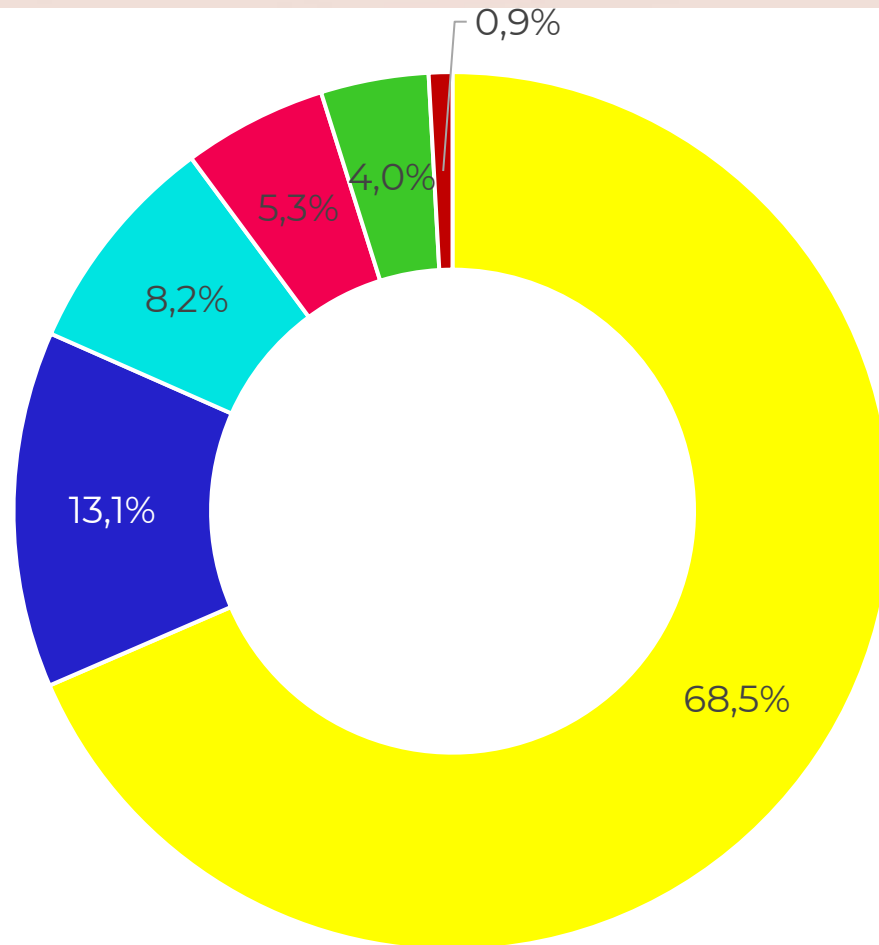
# Динаміка форм співробітництва у Influencer marketing

У 2025 році частка формату співпраці «клієнт – агенція-інфлюенсер» зменшилась на 3%, порівняно з 2024. Частка формату прямої співпраці «клієнт – інфлюенсер» збільшилась на 3% відносно 2024 року. Доля формату співпраці через агенцію-посередника залишається відносно стабільною зі зменшенням на 1% відносно 2022 року.





# Частки категорій послуг



- Бюджет на промо контенту інфлюенсерів із повідомленнями бренду, розміщеного на ресурсах інфлюенсера
- Оплата пов'язаних сервісів і платформ
- Бюджет на розробку креативних ідей, стратегій для IM кампаній
- Бюджет на продакшн креативу для IM кампаній
- Оплата комісії агенції
- Інтеграція бренду на платформі інфлюенсера - Instagram, YouTube, TikTok, Facebook, Twitch тощо



# ДЯКУЄМО!

## ЗА СПІВПРАЦЮ



Якщо у вас є зауваження, пропозиції та доповнення, будь ласка повідомте нас електронною поштою [anastasiya.baydachenko@iab.com.ua](mailto:anastasiya.baydachenko@iab.com.ua)

Ми врахуємо усі конструктивні доповнення у наступній редакції