

УДК 339.3

DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2026.28.30>**Данило С.І.**

кандидат економічних наук, доцент,
Ужгородський торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3300-7172>

Danylo Svitlana

Uzhhorod Institute of Trade and Economics
of the State University of Trade and Economics

АНАЛІЗ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ ЮВЕЛІРНИХ ТОВАРІВ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН, ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

ANALYSIS OF THE JEWELRY MARKET IN UKRAINE: CURRENT STATE, TRENDS AND DEVELOPMENT PROSPECTS

Сучасний вітчизняний ринок ювелірних виробів демонструє стійкість навіть в умовах воєнного стану, стаючи об'єктом не лише споживчого попиту, а й інвестиційного інтересу. Проте швидке оновлення асортименту, поява складних синтетичних імітацій та потреба у вдосконаленні контролю вимагають глибокого аналізу ринкової ситуації. Доведено, що сучасний ювелірний виріб в категорії, яку представляють непродовольчі товари, поєднує в собі ознаки предмета розкоші та надійного інструменту збереження капіталу. У статті проведено комплексний аналіз сучасної кон'юнктури, яку демонструє ринок дорогоцінних металів та ювелірних виробів. Встановлено, що сучасний ювелірний виріб, як товар, виступає не лише предметом розкоші, а й важливим інвестиційним активом у сегменті, що представляють непродовольчі товари. З позиції товарознавства, систематизовано вектори наповнення ринку, особливості виробництва та окреслено стратегічні орієнтири експорту та імпорту ювелірних виробів та сировини в умовах посилення конкурентної боротьби.

Ключові слова: ринок, товар, ювелірний виріб, товарознавство, непродовольчі товари.

The current domestic jewelry market demonstrates resilience even under martial law, becoming an object of not only consumer demand but also investment interest. However, the rapid update of the product range, the emergence of complex synthetic imitations, and the need for improved control require a deep analysis of the market situation. The study emphasizes consumer properties that influence consumer behavior, where jewelry is increasingly considered a tool for capital preservation amidst economic instability. The article provides a comprehensive analysis of the current market conditions for precious metals and jewelry. It is established that a modern jewelry item serves not only as a luxury object but also as a significant investment asset within the non-food products segment. Particular attention is paid to the identification characteristics of goods, which allows for the differentiation between mass-produced products and pieces of high jewelry art. Jewelry items are studied as an object of merchandising (commodity science), requiring a complex approach to the classification of retailers and manufacturers. The purpose of the article is to analyze the development and structure of the domestic market and to forecast the most favorable conditions for business activities. The methodological basis consists of general scientific and special methods, including the dialectical approach, systems analysis, and synthesis. The scientific novelty lies in the justification of a market research algorithm based on the primary determination of the product's origin authenticity through merchandising methods. A system of criteria for evaluating the competitiveness of domestic brands is proposed. The vectors of market saturation are systematized, the prospects for implementing innovative technologies in production are highlighted, and priority tools for strengthening the positions of Ukrainian manufacturers under structural transformations and integration into the European trade space



© Данило С.І., 2026

Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

are justified. It is concluded that further development of the industry requires a combination of jewelry art traditions with modern technological solutions and effective state support.

Keywords: market, product, jewelry, commodity science, non-food products.

Постановка проблеми. Динаміка глобального ринку зумовлює розширення асортименту товарів та появу чисельних аналогів, зокрема у ювелірній галузі. Використання нових металів та вставок нерідко супроводжується порушеннями технологій або фальсифікацією продукції. Враховуючи здатність ювелірних виробів зберігати вартість незалежно від експлуатаційного стану, виникає гостра потреба в комплексному аналізі поточного стану ринку.

Трансформаційні процеси, що притаманні сучасному ринку ювелірних товарів в Україні, характеризуються високим ступенем насиченості та жорсткою конкуренцією, що детермінує його статус як одного з найбільш перспективних сегментів непродовольчого сектору економіки.

Необхідно дослідити тенденції становлення ринку ювелірних виробів, насичення торговельних мереж ювелірними товарами, а також розвиток торговельних підприємств-виробників, що дасть змогу комплексно проаналізувати сучасний стан галузі в сегменті непродовольчих товарів, оцінити трансформацію їхніх споживчих властивостей в умовах конкурентного ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблем функціонування ювелірного ринку та ринку золота в Україні, а також обігом дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння досліджували Т. Артюх [3], В. Базилевич, Д. Вислогузов, І. Григоренко, В. Збойков, Н. Луців, О. Малярчук [2], Л. Машковська, О. Михайловський, В. Михальський, Ю. Попівняк, Н. Пучкін, Т. Сафонова, Л. Сахарнацька [4], К. Семенюк, Ю. Титова, О. Харитонова, Л. Чиж, Ю. Шемшученко та ін. Віддаючи належне науковій та практичній значущості праць провідних учених, слід зазначити, що у вітчизняній літературі й практиці господарювання підприємств недостатньо досліджено загрози вітчизняному ринку ювелірної продукції як передумови протидії їм на різних рівнях управління.

Інформація щодо стану та розвитку ювелірної галузі в Україні представлена на офіційних сайтах Державної служби статистики України, Національного банку України, союзу ювелірів України та найбільших виробників ювелірної продукції в Україні.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає в аналізі розвитку та структури вітчизняного ринку ювелірних виробів та прогнозування найбільш сприятливих умов діяльності.

Виклад основного матеріалу. Сучасний вітчизняний ринок ювелірних товарів демонструє стійкість навіть в умовах воєнного стану, стаючи об'єктом не лише споживчого попиту, а й інвестиційного інтересу. Проте швидке оновлення асортименту, поява складних синтетичних імітацій та потреба у вдосконаленні виробництва підприємствами вимагають глибокого аналізу ринкової ситуації.

Ювелірні вироби (далі – вироби) – особлива група товарів, що наділена естетичними властивостями, високою цінністю та вартістю, яка виражається у грошовому еквіваленті. Вироби, що відносяться до ювелірних виготовляються з коштовних металів або із застосуванням коштовних металів, з некоштовних металів у разі застосування різних видів художнього оброблення (скань, зернь, чернь, фініфть, ритування, карбування, кування, алмазне гранування), зі стопів, що імітують коштовні метали, за умови високохудожнього його виконання в поєднанні з коштовними, напівкоштовними і кольоровим камінням природного чи штучного походження, перлами, коралами, бурштином, перламутром, склом, кришталем, рогом, кістю; високохудожній виріб з каменю, бурштину, рогу, кісті [1].

Таким чином, до ювелірних виробів відносять прикраси та предмети побуту, що мають такі ознаки:

- виготовлені з дорогоцінних металів зі вставками коштовного, напівкоштовного та/або виробного (мінерали та гірські породи з цінними властивостями) каміння;
- художні вироби з недорогоцінних металів та/або інших матеріалів, що виконані з великою художньою майстерністю та відповідають високим естетичним вимогам.

У зв'язку з вмістом дорогоцінних металів та каміння, ювелірні вироби часто стають об'єктом для інвестицій та накопичення грошових ресурсів у матеріальній формі. Такі види ювелірних виробів як монети, сувеніри, столове приладдя, предмети інтер'єру, писемне приладдя, годинники тощо складають колекції та наділені надзвичайною цінністю та вартістю [2].

Ювелірні товари – це високохудожні вироби, які є символами краси, влади, культових традицій, ознакою соціального добробуту, що формують імідж і стиль людини та приміщення. Вони не належать до товарів повсякденного або підвищеного попиту. Їх купують як коштовний подарунок, для надійного вкладення грошових коштів чи для підкреслення статусу. Особливістю ювелірних товарів є те, що найбільш вагомими для споживача серед споживчих властивостей таких виробів є естетичні, а також вид і вміст дорогоцінних металів та дорогоцінного каміння.

Споживчі властивості ювелірних товарів – це група властивостей виробу, які обумовлюють їх корисність і здатність задовольняти потреби споживачів та проявляються у процесі споживання.

До споживчих властивостей ювелірних товарів належать такі: призначення (соціальні та функціональні), ергономічні, надійності, безпеки споживання та естетичні (рис. 1) [3].

В основі споживчих властивостей ювелірних товарів, знаходяться властивості соціального призначення, які надають красу людині і оточуючому середовищу, забезпечують соціальний імідж, задовольняють духовні потреби споживачів, спрямовуючи їх до самовдосконалення та самоактуалізації, здійснення обрядів обдаровування та причастя, а також до реалізації комерційної та інвестиційної привабливості виробів.

Структура соціальних властивостей ювелірних виробів є мультифакторною і варіюється залежно від їхнього генезису та функціонального статусу. У сучасному

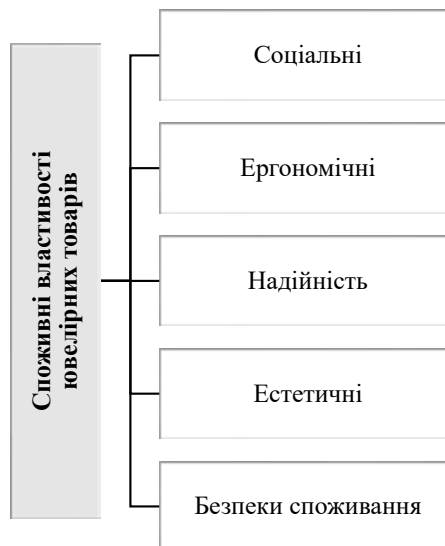


Рис. 1 Споживчі властивості ювелірних товарів
Джерело: [3]

ринковому обігу предмети ювелірного мистецтва, що мають історичну цінність, трансформуються у специфічну категорію інвестиційних активів. Їхня комерційна привабливість для розпорядника зумовлена високим потенціалом капіталізації, хоча це значно ускладнює номенклатуру споживних властивостей та процедуру їхньої експертної оцінки. При цьому ефективна реалізація ринкового потенціалу виробу залишається в прямій залежності від рівня культурного капіталу споживача: лише когнітивна здатність суб'єкта до естетичної верифікації художнього образу дозволяє повноцінно ідентифікувати інтелектуальну та додану вартість такого товару.

Соціальне призначення ювелірних виробів детермінована ефективністю їхньої експлуатації та нормативно встановленим правовим статусом. Тому, їх доцільно характеризувати показниками: зовнішнього вигляду, цінності, ліквідності. До першої групи показників, що характеризують зовнішній вигляд віднесено: красу, декоративність, відповідність моді, стилю, національно-культурним традиціям, що сформувалися у рамках відповідної школи, напрямку (символізм), актуальність, довершеність, вишуканість тощо.

До естетичних критеріїв оцінювання належать: художня виразність, декоративність, актуальність стилю та моди, а також зв'язок із традиціями певних ювелірних шкіл. Важливими критеріями тут виступають семантична наповненість (символізм), актуальність композиційного рішення та художня завершеність виробу.

В основі товарознавчого аналізу ювелірних товарів лежить морфологічний підхід до естетики, що вивчає її внутрішню структуру, та аксіологічний аспект, який визначає ієрархію й співвідношення естетичних цінностей. В цьому контексті, особливе значення має інформаційна виразність (інформативність), яка через особливості форми коштовностей віддзеркалює соціально естетичні уявлення, що склалися в суспільстві, характеризує її оригінальність, типові ознаки фірми, стилю, віку, хронологічного періоду, відбиває стиль роботи майстра та вказує на його майстерність.

Надійність ювелірних виробів корелює з їхньою здатністю до збереження первинних властивостей протягом усього життєвого циклу і технічно детермінується ступенем фізичного зносу або цілісністю конструкції. Хоча ремонтпридатність та можливість реставрації є важливими функціональними характеристиками, втручання в оригінальну структуру об'єкта суттєво нівелює його автентичність та знижує ринкову вартість.

Ергономічність ювелірних прикрас визначається антропометричною відповідністю та комфортом експлуатації, що охоплює конструктивну досконалість (надійність фіксуючих елементів, ергономіка форм) та технологічність обслуговування. Додатковою складовою споживчої лояльності є психологічний аспект впевненості у фізико-хімічній стійкості сплавів (зокрема, інертність металів платинової групи та золота) та специфічних біоцидних властивостях (антисептичний ефект срібла) [3].

Синтез вищезазначених споживчих властивостей – від естетичної експресії до ергономічної досконалості – формує фундамент вартості ювелірного виробу. Перехід від функціональних параметрів до ринкового позиціонування відбувається через трансформацію якісних показників у конкурентні переваги товару [3].

На сучасному ринку ювелірних виробів споживча цінність стає базисом для ціноутворення, де автентичність та фізико-хімічна стабільність металів виступають гарантантами інвестиційної безпеки.

Ювелірний ринок має важливий вплив на економіку. Він створює робочі місця виробництва, дизайну, роздрібною торгівлі та послуг, таких як оцінка прикрас, ремонт і підтримка. Це сприяє зростанню економічної діяльності і стимулює економічний розвиток. Крім того, ювелірний ринок є глобальним і міжнародним. Багато країн виробляють і експортують ювелірні вироби, що сприяє розширенню зовнішньої торгівлі і залученню валютних доходів. Багато туристів також прагнуть придбати місцеві ювелірні вироби під час своїх подорожей, що сприяє розвитку туризму та міжнародній співпраці [4].

У зв'язку з воєнною ситуацією в Україні країні не змози видобувати власні дорогоцінні метали та є їх чистим імпортером, що, відповідно, спричиняє повну залежність України від курсу валюти та постачальників. Таким чином, визначальною мірою розвитку ринку ювелірних виробів залежить від ціни на ювелірні дорогоцінні метали. Спостереження за їх динамікою протягом останніх років показало постійні коливання за загальної тенденції зростання [5].

Основними гравцями вітчизняного ринку ювелірних прикрас є такі.

1. Потужним та конкурентоспроможним підприємством залишається ПАТ «Київський ювелірний завод» (КЮЗ) – гігант української ювелірної промисловості, підприємство з багатою історією та усталеними традиціями. Підприємство утворилося на основі ювелірної фірми «Маршака», яка була визнаною у всьому світі. Сьогодні на його долю припадає до 60 % вітчизняного ринку ювелірних виробів, понад третину його фірмової продукції імпортують більш 30 країн світу. Навіть у колекціях англійської королеви Єлизавети II є діамантові кольє від київських ювелірів [5].

Підприємство бере участь у міжнародних фестивалях-конкурсах і неодноразово отримувало нагороди на різних рівнях (міжнародному конкурсі «Де Бірс» (1981), «Факел Бірмінгема» (1995), «Золотий Меркурій» (1998), «Міжнародна платинова зірка якості» (1999), «Вища проба» (1999), перемога в конкурсі «100 кращих товарів України» та в міжнародному рейтингу «Золоті торгові марки» (2003), «Магазин року ювелірних виробів» (2006) тощо.).

2. Ювелірний дім Ukrzoloto – один з найбільших виробників золотих та срібних прикрас в Україні. Компанію засновано 1998 року, а перший магазин відкрився в м. Київ. У 2003 році в київських ТЦ з'явилися ювелірні супермаркети за принципом моделі мультибрендових магазинів, де було розміщено відділи різних виробників ювелірних прикрас, відомих світових та українських ювелірних брендів під торговою маркою «Прикраси із золота», а також приватних підприємців, які торгують коштовностями. У 2015 р. компанія вийшла на європейський ринок, створивши мережу «Golden Place» в Польщі. У 2016 р. було проведено ребрединг, оновивши логотип, фірмовий елемент та корпоративні кольори. За 25 років існування компанія «Укрзолото» стала національним брендом, було відкрито понад 226 фірмових магазинів по всій країні, серед яких – 12 магазинів з зоною лімітованих колекцій Ukrzoloto Collections [6].

Ефективність діяльності компанії «Укрзолото» забезпечується синергетичним ефектом від об'єднання зусиль багатьох виробників ювелірних виробів. Ювелірні виробники, орендуючи у компанії торговельні площі і користуючись загальними підходами до просування своєї продукції, отримують можливість ефективно презентувати свій асортимент, утримувати конкурентоспроможні ціни і залишатися рентабельними. Для виробників це найбільш доступний варіант організації власної роздрібною мережі. Покупцям пропонуються вигідні дисконтні програми, акції й розіграші (товарні, грошові, туристичні поїздки тощо), які проводяться у магазинах й у соціальних мережах [5].

3) Ювелірний завод «Золотий Вік» – один із найбільших виробників ювелірних виробів в Україні, був створений в 1999р., що створює ювелірні прикраси з дорогоцінних і напівдорогоцінних каменів на обладнанні найбільш авторитетних виробників з Італії і Німеччини.

Сьогодні – це один з найбільших виробників ювелірних виробів в Україні, що створює ювелірні прикраси високої якості. Асортиментна колекція виробів ювелірного заводу постійно поповнюється та налічує понад 5 тис. найменувань. Завод має власні магазини-партнери у більш ніж 100 містах України. Підприємство бере участь у міжнародних фестивалях-конкурсах і неодноразово отримувало нагороди на різних рівнях (лауреат рейтингу «Кращі підприємства України», володар міжнародного призу «Європейська якість», диплом Національного конкурсу «Вища проба», переможець Міжнародного фестивалю-конкурсу «Вибір року» 2013 в номінації «Мережа року магазинів ювелірних виробів», тощо) [7].

Попри повномасштабну війну галузь виробників ювелірних і коштовних виробів зростає. Цей ринок в Україні є досить розгалуженим, з великою кількістю малих та середніх підприємств, а також кількома великими підприємствами.

За даними UC.Market та дослідженні YouControl [8] 622 юридичні особи та 855 фізичних осіб підприємців (ФОПів) мають основний вид економічної діяльності 32.12 «Виробництво ювелірних і подібних виробів». Переважна їх частина зосереджена у столиці.

Результати аналізу вибірки свідчать про високу життєздатність суб'єктів господарювання у даному секторі: середній період функціонування досліджуваних фізичних осіб-підприємців (ФОП) перевищує 12 років. Інституційне становлення ринку розпочалося ще у 1992 році, про що свідчить наявність діючих підприємців із понад тридцятирічним стажем [8].

Останній п'ятирічний період (2021–2025 рр.) характеризується інтенсифікацією реєстраційних процесів: сукупно було зареєстровано 191 суб'єкт господарювання. Особливої уваги заслуговує динаміка 2025 року: лише за три квартали поточного звітного періоду кількість новостворених ФОП (52 одиниці) продемонструвала історичний максимум, перевищивши річні показники будь-якого іншого року в межах досліджуваного періоду з 1992 року.

Географічна структура ринку демонструє виражену концентрацію виробничих потужностей у столичному регіоні. Водночас спостерігається інтернаціоналізація капіталу: у структурі власності низки компаній присутні резиденти Туреччини, Узбекистану, Ізраїлю та Молдови, що свідчить про інтегрованість вітчизняного ювелірного сектору в глобальний ринок [8, 9].

В структурі власності 71 компанії наявні фізичні та/або юридичні особи з 25 країн світу. Найбільша кількість підприємств зі співвласниками з Туреччини (8), Узбекистану (8), Ізраїлю (7), росії (7) та Молдови (5). Також учасниками виробників ювелірних виробів в Україні є представники Азербайджану (4), Китаю (4), Грузії (4), Німеччини (4).

Найбільша кількість ФОПів зареєстровані у Харківській (125), Київській (108) областях та в столиці (106). Місцем реєстрації понад 32% з досліджуваних юридичних осіб є Київ (200). Також значна кількість компаній зареєстрована на Харківщині (79) та Вінниччині (51). Найбільше компаній з вибірки зареєстровані 38 у 2008 та 35 2005 роках [8,9].

Рейтинг ювелірних брендів України за рівнем виторгу протягом 2022–2024 рр. у розрізі років заснування (табл. 1).

Найбільшу виручку у 2024 році серед проаналізованих компаній отримали: ТОВ «Герольдмайстер», ТОВ «Ювелірне підприємство № 1» та ТОВ «Ювелірний завод №1». За інформацією офіційного сайту ТОВ «ГерольдМайстер» є недержавним розробником і виробником нагород і сувенірів в Україні. Сукупна сума виручки виробників ювелірних виробів за 2024 рік становила 1,23 млрд грн. Рейтинг представників ювелірної галузі України за показником виручки 2022–2024 рр. (рис. 2) [8].

За свідченням Г. Льчишена, сучасний стан ювелірного ринку характеризується низькими темпами відновлення попиту при одночасній трансформації споживчих пріоритетів. Клієнти дедалі частіше надають перевагу дизайну, символічному наповненню та емоційній складовій виробів замість орієнтації на масове виробництво. Це створює сприятливі умови для розвитку сегмента *demi-fine jewelry*, що поєднує ознаки класичного люксу та сучасного дизайну (*contemporary*). До перспективних ніш віднесено кастомізацію продукції, інвестиції в коштовне каміння, а також розвиток концепції змістовного мінімалізму.

Водночас ринкова кон'юнктура залишається нестабільною через волатильність валютних курсів та стрімке зростання собівартості сировини (зокрема, підвищення ціни на золото на понад 50% з початку 2025 року). У таких умовах конкурентну пере-

Таблиця 1

Показники діяльності провідних ювелірних компаній України за датою реєстрації та динамікою доходів у 2022–2024 рр.

Назва юридичної особи	Рік реєстрації	Виручка млн. грн		
		2022	2023	2024
ПП «Бігсан»	1995	6,1	8,1	9,9
ТОВ «ГерольдМайстер»	1998	109,5	235,5	342,6
ТОВ «Срібна Хвиля»	2002	8	14,4	16,3
АТ «Вінницький завод «Кристал»	2004	15,4	19,7	19,5
ТОВ «Торговий Дім «Євро Трейд»	2005	0,6	0,9	12,9
ПП «Савана Голд»	2004	0	0	43,3
ТОВ «Світозар ЛТД»	2009	7,8	13,9	9,8
ТОВ «КЮЗ»	2013	4	7,2	13,9
ТОВ «К.О.Л. Каттінг»	2014	6	8,3	8,5
ТОВ «Сова Джewelрі Хаус»	2014	8,1	13,8	10,1
ТОВ «Ювелірна фабрика «Моріон»	2015	6,1	9,5	10,8
ТОВ «Ювелірний дім «Сова»	2017	5,1	14,5	9,3
ТОВ «Київський ювелірний завод»	2017	3,3	7,0	10,0
ТОВ «Кочут»	2018	11,2	13,9	15,4
ТОВ «Ювелірний завод №1»	2020	45,4	116,1	147,7
ТОВ «Врінгс»	2020	16,2	13,1	26,3
ТОВ «Альфа Ембер»	2021	0,3	24,9	28,0
АТ «Львівський ювелірний завод»	2021	17,5	22,4	30,0
ТОВ «Ювелірне підприємство № 1»	2023	н/д	н/д	303,1
ТОВ «Ісландвей»	2024	н/д	н/д	11,3

Джерело: сформовано автором на основі [8]

вагу отримують суб'єкти господарювання, здатні забезпечити баланс між естетичною цінністю продукції та економічною раціональністю для споживача [10].

Розвиток ринку ювелірних товарів значною мірою залежить від стану сировинної бази. Остання формується за рахунок надходження ювелірних дорогоцінних металів, основними з яких є золото, срібло, платина і паладій. Завдяки їх унікальним властивостям (колір, м'якість, пластичність тощо) створюються різноманітні прикраси для різних груп споживачів.

Україна має значні власні запаси золота у надрах, які оцінюються приблизно в 3 тисячі тонн, проте їхній видобуток зараз майже не ведеться. Основні родовища зосереджені в Карпатах (Мужіївське), на Донбасі та в межах Українського щита (зокрема, Житомирська обл.) [5].

Ринок ювелірних товарів активно забезпечується як за рахунок зростання виробів вітчизняного виробництва, так і за рахунок імпорту. Варто відзначити, що поряд з якісною продукцією на ринку присутні і товари, що не відповідають таким вимогам.

Сумарний обсяг імпорту та експорту у розрізі товарних позицій за кодами УКТЗЕД (тисяч доларів США) за період з 01.01.2025 р. по 31.12.2025 р. (табл. 2.) [11].

Згідно з наведеними даними, табл. 2. ринок ювелірних виробів та дорогоцінних металів в Україні характеризується суттєвим дисбалансом: обсяги імпорту значно перевищують експортні операції, що підтверджує високу імпортозалежність галузі.

Що стосується імпорту сировини то найбільшу питому вагу в структурі імпорту займає золото (67 347 од. валової вартості), де абсолютним лідером є Швейцарія (СНЕ) – 94,27%. Це вказує на те, що Швейцарія є головним хабом постачання банківського металу для потреб української промисловості та фінансового сектору.

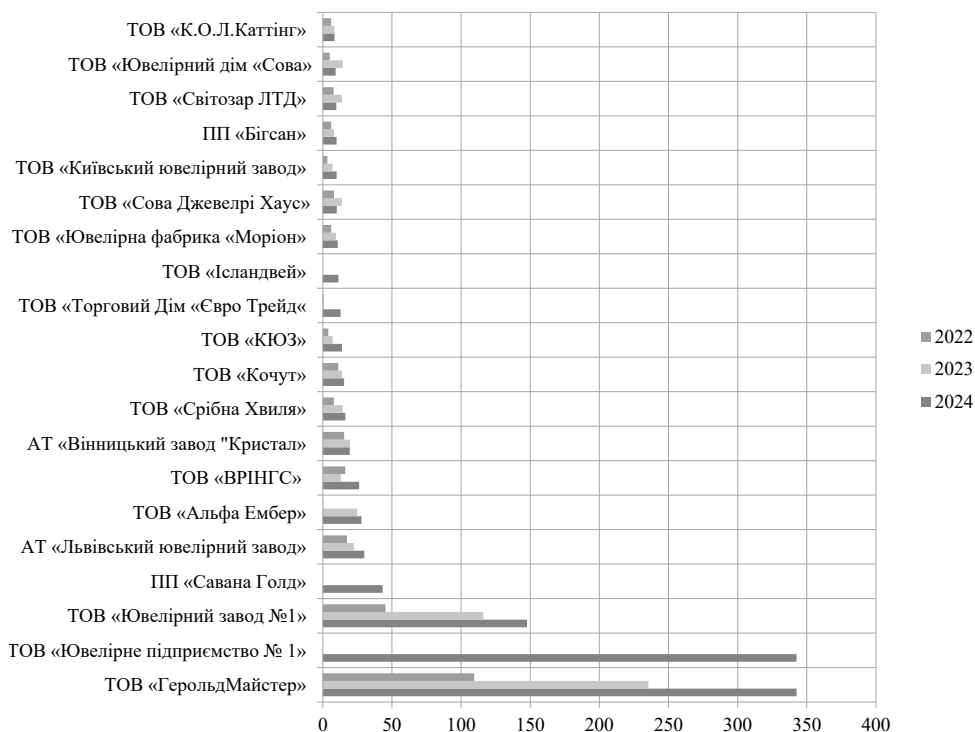


Рис. 2. Рейтинг провідних представників ювелірної галузі України за показником виручки 2022–2024 рр.

Джерело: [8]

Срібло імпортується переважно з Італії (48,09%) та Польщі, що вказує на орієнтацію ринку на європейські стандарти якості сплавів.

Ринок платини в Україні має чітко виражену європейсько-американську орієнтацію. Ключовим постачальником є Норвегія (NOR), яка забезпечує 61,21% імпорту. Другорядні ролі відіграють Німеччина (DEU) – 20,08% та США (USA) – 14,62%. Це свідчить про високу якість металу, що ввозиться, оскільки ці країни є світовими лідерами у промисловій переробці платини та сплавів платинової групи. Загальний обсяг імпорту платини (513 од.) є найменшим серед усіх дорогоцінних металів (порівняно з 67347 од. золота). Це підтверджує, що платина в Україні або залишається нішевим, елітним товаром або використовується для вузькоспеціалізованих технічних потреб.

Ювелірний виріб, як готовий продукт, товар, надходить в Україну переважно з Італії (47,6%) та Таїланду (24,5%). Така полярність (преміальний італійський дизайн та масове тайське виробництво) створює умови для жорсткої цінової конкуренції на внутрішньому ринку. Висока частка імпорту з Таїланду підвищує актуальність такого виду товару, оскільки ідентифікація вставок та перевірка відповідності заявленим характеристикам у масовому сегменті є першочерговим завданням товарознавства, щодо якості товарів, визначення дефектів, особливо товарознавчої експертизи.

Експорт готової продукції (2784 од.) у 8 разів менший за імпорт (22 921 од.). Основним вектором реалізації вітчизняних товарів є Польща (42,71%), що підтверджує перспективність європейського напрямку розвитку.

Таблиця 2

Сумарний обсяг імпорту та експорту у розрізі товарних позицій за кодами УКТЗЕД (тисяч доларів США) за період з 01.01.2025 р. по 31.12.2025 рр.

Найменування товарної позиції	Імпорт				Експорт			
	з початку року			Звітний місяць	з початку року			Звітний місяць
	код країни	вартість	питома вага		код країни	вартість	питома вага	
Срібло	ITA	668	48,09%	49	HUN	3	100,00%	0
	POL	141	10,15%	1	н/д	н/д	н/д	н/д
	HUN	113	8,14%	33	н/д	н/д	н/д	н/д
	Інше	467	33,62%	37	н/д	н/д	н/д	н/д
	Всього	1389		120		3		
Золото	CHE	63485	94,27%	17311	ITA	3499	100,00%	0
	ITA	3245	4,82%	250	н/д	н/д	н/д	н/д
	FRA	480	0,71%	1	н/д	н/д	н/д	н/д
	Інше	137	0,20%		н/д	н/д	н/д	н/д
	Всього		67347		17562		3499	
Платина	NOR	314	61,21%		LTU	16	88,89%	
	DEU	103	20,08%	26	LVA	2	11,11%	н/д
	USA	75	14,62%	0	н/д	н/д	н/д	н/д
	Інше	21	4,09%	13	н/д	н/д	н/д	н/д
	Всього		513		39		18	
Ювелірні вироби	ITA	10910	47,60%	3010	POL	1189	42,71%	151
	THA	5615	24,50%	396	CHE	429	15,41%	н/д
	USA	2363	10,31%	278	MDA	265	9,52%	н/д
	Інше	4033	17,60%	918	Інше	901	32,36%	97
	Всього		22921		4602		2784	

Джерело: сформовано автором на основі [11]

Готові ювелірні вироби зосереджені на експорт на ринках Польщі (42,7%), Швейцарії (15,4%) та Молдови (9,5%). Це свідчить про орієнтацію українських виробників на сусідні європейські ринки та країни СНД. Експорт золота здійснюється виключно до Італії, що може бути пов'язано з переробкою або давальницькими договорами.

Висновки. Україна виступає переважно нетто-імпортером як сировини, так і готових непродовольчих товарів ювелірної групи. Ринок ювелірних виробів сильно залежить від трьох ключових партнерів – Швейцарії (золото), Італії (дизайн та срібло) та Польщі (збут). Імпорт готових виробів з різних географічних зон (від ЄС до Південно-Східної Азії) потребує уніфікації методів товарознавчої експертизи для захисту прав споживачів.

Золото є основною сировиною імпорту (67,3 млн), де домінує Швейцарія (CHE) – 94,27%. Це вказує на те, що Швейцарія є головним хабом постачання банківського металу для потреб української промисловості та фінансового сектору. Ювелірні вироби посідають друге місце (22,9 млн), де основними постачальниками є Італія (47,6%) (законодавець моди та еталон якості) та Таїланд (24,5%) (центр масового виробництва зі срібла та вставок).

Експорт готових ювелірних виробів зосереджений на ринках Польщі, Швейцарії та Молдови. Це свідчить про орієнтацію українських виробників на сусідні європейські ринки та країни СНД. Експорт золота здійснюється виключно до Італії, що може бути пов'язано з переробкою або давальницькими схемами.

Шляхами вирішення проблем ринку ювелірної галузі є боротьба з тіньовою реалізацією ювелірних виробів, сприяння розвитку науково-технічних розробок на виробництві, розробка державних програм щодо підтримки малого бізнесу в ювелірній галузі, зміна митноподаткової системи на користь національних товаровиробників, перейняття позитивного міжнародного досвіду у сфері державного регулювання ювелірної промисловості, покращення політики збуту вітчизняних підприємств, орієнтація українських товаровиробників на світовий ринок.

Список використаних джерел:

1. ДСТУ 3375-96. Вироби золотарські. Терміни та визначення. Чинний від 1997-07-01. Вид. офіц. Київ.
2. Малярчук О.М. Теоретико-методичні основи товарознавчої експертизи ювелірних виробів. *Науковий вісник Ужгородського Національного Університету*. 2024. Вип. № 84: Ч. 4 С. 99–104. DOI: <https://doi.org/10.24144/2307-3322.2024.84.4.13>
3. Артюх Т.М. Теоретичні основи побудови загальної класифікації ювелірних коштовностей. *Вісник КНТЕУ*. 2005. Вип. № 5. С. 87–95. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/handle/123456789/5709>
4. Сахарнацька Л. І., Кочут Ю. А. Аналіз ринку ювелірних виробів в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. Вип. № 15/2023. 2023. С. 86–89. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.15.86>
5. Скубіліна А. В., Воловик В. М. Оцінка розвитку ринку ювелірних виробів в Україні. *Економіка та суспільство*. Вип. № 10. 2017. С. 355–359. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/issue/>
6. Офіційний сайт компанії «Укрзолото». URL: <https://ukrzoloto.ua/uk/page/about/> (дата звернення: 01.03.2026)
7. Офіційний сайт ювелірного заводу «Золотий Вік». URL: <https://zolotiyvik.ua/ua/about/> (дата звернення: 01.03.2026)
8. You Control. Ринок ювелірних виробів в Україні: 1,23 млрд грн виручки, лідери, географія, ймовірні зв'язки з рф. URL: <https://youcontrol.com.ua/data-research/rynokyuvelirnykh-vyrobiv-v-ukrajini-zrostaie-1%2C23-mlrd-hrn-vyuruchky> (дата звернення: 02.03.2026)
9. All Retail. Ринок ювелірних виробів в Україні зростає: 1,23 млрд грн виторгу за 2024 рік. URL: <https://allretail.ua/analytics/80909-rynok-yuvelirnih-vyrobiv-v-ukrajini> (дата звернення: 04.03.2026)
10. Liga.net. В Україні і далі падає попит на коштовності. URL: <https://biz.liga.net/ua/all/fmcb/povosti/v-ukrajini-prodovzhuie-padaty-popyt-na-koshtovnosti> (дата звернення: 04.03.2026)
11. Офіційний сайт Державна Митна Служба. URL: <https://customs.gov.ua/web/content/21115?unique=f965d5878c43bde4f310d24dfaae3edeef560820&download=true> (дата звернення: 05.03.2026)

References:

1. DSTU 3375-96. Vyroby zolotarski. Terminy ta vyznachennia [Goldsmith's products. Terms and definitions]. Chynnyi vid 1997-07-01. Vyd. ofits. Kyiv.
2. Maliarchuk O.M. (2024) Teoretyko-metodychni osnovy tovaroznavchoi ekspertyzy yuvelirnykh vyrobiv [Theoretical and methodological foundations of commodity examination of jewelry]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho Natsionalnoho Universytetu – Scientific Bulletin of the Uzhhorod National University*, no. 84: ch.4, pp.99–104 DOI: <https://doi.org/10.24144/2307-3322.2024.84.4.13>
3. Artiukh T. M. (2005) Teoretychni osnovy pobudovy zahalnoi klasyfikatsii yuvelirnykh koshtovnosti. [Theoretical foundations of building a general classification of jewelry]. *Visnyk KNTEU – Knteu Bulletin*. no. 5, pp. 87–95. Available at: <https://dspace.nuft.edu.ua/handle/123456789/5709>
4. Sakharnatska L. I., Kochut Yu. A. (2023) Analiz rynku yuvelirnykh vyrobiv v Ukraini. Investytsii: praktyka ta dosvid [Analysis of the jewelry market in Ukraine]. *Investytsii: praktyka ta dosvid – Investments: practice and experience*. no. 15/2023, pp. 86–89. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.15.86>
5. Skubilina A. V., Volovyk V. M. (2017) Otsinka rozvytku rynku yuvelirnykh vyrobiv v Ukraini [Assessment of the development of the jewelry market in Ukraine]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*. no. 10, pp. 355–359. ISSN2313-2165. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/issue/>

6. Ofitsiyni sait kompanii “Ukrzoloto” [The official website of the company “Ukrzoloto”]. Available at: <https://ukrzoloto.ua/uk/page/about/> (accessed March 01, 2026)

7. Ofitsiyni sait yuvelirnogo zavodu “Zoloty Vik” [The official website of the jewelry factory «Golden Age»]. Available at: <https://zolotiyvik.ua/ua/about/> (accessed March 01, 2026)

8. You Control. Rynok yuvelirnykh vyrobiv v Ukraini: 1,23 mlrd hrn vyruchky, lidery, heohrafiia, ymovirni zviazky z rf [You Control. Jewelry market in Ukraine: UAH 1.23 billion in revenue, leaders, geography, probable ties with the Russian Federation]. Available at: <https://youcontrol.com.ua/data-research/rynokyuvellirnykh-vyrobiv-v-ukrayini-zrostaie-1,23-mlrd-hrn-vyruchky-za-2024/> (accessed March 02, 2026)

9. All Retail. Rynok yuvelirnykh vyrobiv v Ukraini zrostaie: 1,23 mlrd hrn vytorhu za 2024 rik [All Retail. The jewelry market in Ukraine is growing: UAH 1.23 billion in revenue for 2024]. Available at: <https://allretail.ua/analytics/80909-rinok-yuvelirnih-virobiv-v-ukrajini> (accessed March 04, 2026)

10. Liga.net. V Ukraini i dali padaie popyt na koshtovnosti [Liga.net. Demand for jewelry continues to fall in Ukraine]. Available at: <https://biz.liga.net/ua/all/fmcg/novosti/v-ukraini-prodovzhuie-padaty-popyt-na-koshtovnosti> (accessed March 04, 2026)

11. Ofitsiyni sait Derzhavna Mytna Sluzhba [Official website of the State Customs Service]. Available at: <https://customs.gov.ua/web/content/21115?unique=f965d5878c43bde4f310d24dfaec3edeef560820&download=true> (accessed March 05, 2026)

Дата надходження статті: 06.03.2026

Дата прийняття статті: 30.03.2026

Дата публікації статті: 25.06.2026
