

РИНКИ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ

DOI: [https://doi.org/10.31617/2.2025\(56\)01](https://doi.org/10.31617/2.2025(56)01)
УДК 339.5:641.53



АНДРІЄВСЬКА Людмила

<https://orcid.org/0000-0002-2297-2236>

к. т. н., доцент, доцент кафедри
товарознавства та митної справи
Державного торговельно-економічного
університету

вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна
l.andriievska@knute.edu.ua

ANDRIIEVSKA Liudmyla

<https://orcid.org/0000-0002-2297-2236>

PhD (Technical), Associate Professor,
Associate Professor at the Department
of Commodity Science and Customs Affairs
State University of Trade and Economics

19, Kyoto St., Kyiv, 02156, Ukraine
l.andriievska@knute.edu.ua

МАРЧУК Наталія

<https://orcid.org/0000-0002-9584-4534>

к. т. н., доцент, доцент кафедри
товарознавства та митної справи
Державного торговельно-економічного
університету

вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна
n.marchuk@knute.edu.ua

MARCHUK Nataliia

<https://orcid.org/0000-0002-9584-4534>

PhD (Technical), Associate Professor,
Associate Professor at the Department
of Commodity Science and Customs Affairs
State University of Trade and Economics

19, Kyoto St., Kyiv, 02156, Ukraine
n.marchuk@knute.edu.ua

ГЛУШКОВА Тетяна

<https://orcid.org/0000-0003-1889-1908>

к. т. н., доцент, доцент кафедри
товарознавства та митної справи
Державного торговельно-економічного
університету

вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна
t.glushkova@knute.edu.ua

GLUSHKOVA Tetiana

<https://orcid.org/0000-0003-1889-1908>

PhD (Technical), Associate Professor,
Associate Professor at the Department
of Commodity Science and Customs Affairs
State University of Trade and Economics

19, Kyoto St., Kyiv, 02156, Ukraine
t.glushkova@knute.edu.ua

СВІТОВИЙ РИНОК ДРІБНОЇ КУХОННОЇ ТЕХНІКИ

Дрібна кухонна техніка – це група компактних електричних приладів, що забезпечують виконання широкого спектра кулінарних операцій та активно використовуються у побуті. З огляду на суттєві зміни, що відбулися на ринку побутової техніки впродовж останніх років, зокрема збільшення частки цієї категорії продукції, виникла потреба в окремому аналізі цього сегмента ринку, що

GLOBAL MARKET FOR SMALL KITCHEN APPLIANCES

Small kitchen appliances are a group of compact electrical appliances that enable a wide range of culinary operations and are actively used in everyday life. Given the significant changes that have occurred in the household appliance market in the recent years, particularly the growth in the share of this product category, there has been a need for a separate analysis of this market segment, which determined the



Copyright © 2025. Автор(и). Це стаття відкритого доступу, яка розповсюджується на умовах ліцензії [Creative Commons Attribution License 4.0 \(CC-BY\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Міжнародна ліцензія

і обумовило актуальність проведення дослідження. Висунуто гіпотезу, що зростання обсягів світового ринку дрібної кухонної техніки зумовлено інноваційно-технологічним розвитком, цифровізацією побутових процесів, урбанізацією та підвищенням споживчої культури. Відповідні тенденції прослідковуються і на українському ринку. Під час дослідження застосовано методи аналізу й синтезу, системного підходу, порівняння та узагальнення офіційних статистичних даних. Отримані результати свідчать, що ринок дрібної кухонної техніки у світі демонструє стійку тенденцію до зростання. Основними чинниками динаміки є поява багатофункціональних та енергоефективних приладів, поширення smart-технологій, розвиток електронної комерції та формування нових стандартів екологічності та дизайну. Встановлено, що український ринок дрібної кухонної техніки у 2024 р. стабілізувався та характеризується високим рівнем товарної диференціації, низькою концентрацією виробників і поступовим зміщенням попиту у бік багатофункціональних, енергоефективних і "розумних" приладів.

Ключові слова: дрібна кухонна техніка, ринок, асортимент, споживчий попит, інновації.

JEL Classification: F20, F29, L10, L68.

relevance of conducting this study. The hypothesis is proposed that the growth of the global market for small kitchen appliances is driven by innovative and technological development, the digitization of household processes, urbanization, and the rise in consumer culture. Similar trends are observed in the Ukrainian market as well. During the study, methods of analysis and synthesis, a systemic approach, comparison, and generalization of official statistical data were used. The results obtained indicate that the global market for small kitchen appliances is demonstrating a steady growth trend. The main factors driving the dynamics are the emergence of multifunctional and energy-efficient appliances, the spread of smart technologies, the development of e-commerce, and the formation of new standards for environmental friendliness and design. It has been established that the Ukrainian market for small kitchen appliances in 2024 has stabilized and is characterized by a high level of product differentiation, low concentration of manufacturers, and a gradual shift in demand towards multifunctional, energy-efficient, and "smart" appliances.

Keywords: small kitchen appliances, market, assortment, consumer demand, innovations.

Вступ

Дрібна кухонна техніка (далі – ДКТ) – це група компактних електричних приладів, функціональне призначення яких полягає у забезпеченні виконання широкого спектра кулінарних операцій. Асортимент приладів цієї групи є достатньо широким. Це і кухонні комбайни, тостери, блендери, кавоварки та кавомашини, електрочайники, мультиварки та інші прилади для приготування їжі та напоїв. Вони створені для ефективного виконання великої кількості функцій (подрібнення, змішування, приготування кави та чаю, випікання, тушкування та варіння тощо), допомагаючи споживачам економити час і зусилля на реалізацію таких завдань, одночасно підвищуючи продуктивність та зменшуючи витрати.

Пандемія COVID-19 суттєво вплинула на світовий ринок побутової техніки, особливо на сегмент ДКТ. Внаслідок вимушеного переходу до домашнього способу життя та обмежень на харчування поза домом останні роки спостерігалось значне зростання попиту на прилади для приготування їжі в домашніх умовах. Водночас зростання інтересу споживачів до здорового харчування, зручності та автоматизації процесів стало поштовхом до використання інновацій та появи приладів з новими функціями, що спонукало до придбання нових товарів.

У дослідженні розвитку світового та українського ринків побутової техніки, в тому числі ДКТ, проаналізовано низку розробок

вітчизняних та закордонних фахівців. Зокрема, в праці (Тюха & Бачинська, 2019) визначено основні тенденції розвитку світового та українського ринків побутової техніки, з детальним аналізом сегмента побутових кухонних витяжок.

У праці (Фреюк, 2020) проаналізовано трансформацію ринку побутової техніки в Україні під впливом пандемії *COVID-19*. Автором встановлено, що зростання попиту на ДКТ (мультиварки, блендери) обумовлено переходом споживачів до домашнього приготування їжі. Результати проведеного *ABC-XYZ*-аналізу показали нестабільний, але перспективний попит у цьому сегменті. Розглянуто адаптацію електронної торгівлі до нових споживчих пріоритетів та сформульовано рекомендації щодо оптимізації онлайн асортименту ДКТ.

Бодак та Єрфан (2019), вивчаючи стан світового ринку побутової техніки, зосередили основну увагу свого дослідження на великій кухонній техніці (холодильниках та кухонних плитах), а також частково розглянули ринок електроніки, не проводячи аналіз ринку ДКТ.

Досліджуючи вітчизняний ринок побутової та електронної техніки, Мамчин та ін. (2021) підкреслили, що під час карантину зросли обсяги онлайн продаж такої дрібної кухонної техніки, як: міксери, блендери та кухонні комбайни. Науковцями визначено переваги споживачів щодо асортименту ДКТ та розроблено рекомендації стосовно напрямів удосконалення маркетингової діяльності вітчизняних виробників побутової техніки.

Yin та Krotova (2023) у своїй праці щодо інновацій у дизайні ДКТ на прикладі виставки *Appliance & Electronics World Expo (AWE, Китай)* доходять висновку, що дизайн не лише є декором, але й безпосередньо впливає на розвиток ринку побутової техніки.

Окрім того, ряд науковців частково розглядали ринок окремих видів ДКТ, як-от тостери (Омельченко та ін., 2020) та кавоварки (Шульга & Ніколайчук, 2018), зосередивши основну увагу на аналізі асортименту.

Оскільки на ринку побутової техніки за останні роки відбулися певні трансформації у бік зростання частки ДКТ, то існує потреба в окремому дослідженні цього сегмента ринку. Більшість наукових праць охоплюють лише окремі категорії цієї техніки, тоді як повний аналіз ринку залишається обмеженим.

Метою статті є визначення сучасного стану світового і вітчизняного ринку дрібної кухонної техніки та виявлення загальних тенденцій його розвитку.

Дослідження базується на гіпотезі, що зростання обсягів світового ринку дрібної кухонної техніки обумовлено інноваційно-технологічним розвитком, цифровізацією побутових процесів, урбанізацією та підвищенням споживчої культури. Відповідні тенденції прослідковуються й на українському ринку. Попри воєнний стан в Україні, у нас спостерігається зростання попиту на компактні, багатофункціональні, енергоефективні та екологічні прилади, що відповідає напрямам розвитку світового ринку.

Під час дослідження застосовано загальнонаукові та спеціальні методи: аналізу й синтезу, системного підходу, порівняння та узагальнення офіційних статистичних даних міжнародного порталу ринкових досліджень *Statista* та Державної митної служби України; використано методи логічного аналізу й узагальнення наукової літератури, статистичних даних щодо експорту та імпорту товарів.

Основна частина статті складається з трьох розділів, пов'язаних між собою змістовно. У першому розділі проаналізовано світовий ринок дрібної кухонної техніки, включаючи динаміку ринку та структуру продажів, чинники, що впливають на попит, у другому – визначені основні тенденції розвитку ринку ДКТ, у третьому – представлено результати дослідження вітчизняного ринку дрібної кухонної техніки в умовах воєнного стану.

1. Аналіз світового ринку дрібної кухонної техніки

За оцінками експертів *Future Market Insights* (2023, August 1), у 2023 р. обсяг світового ринку дрібної кухонної техніки становив 105.84 млрд дол. США, а до 2033 р. він зросте до 145 млрд дол. США. Такі прогнози базуються завдяки появі на ринку таких інноваційних продуктів, як "розумна" кухонна техніка, та зростанню попиту серед споживачів на ці товари. Багато приладів оснащені функціями підключення через *Wi-Fi* або *Bluetooth*, що дає змогу користувачам контролювати їх віддалено за допомогою програм для смартфонів. Такий спосіб керування є достатньо зручним і гнучким, що приваблює значну частину споживачів.

За даними аналітичних компаній, до кінця 2025 р. обсяг світового ринку ДКТ становитиме 140 млрд дол. США (*Statista*, 2025a, September). Очікується, що цей сегмент буде щорічно зростати на 4.87% з 2024 по 2030 рр. (*CAGR 2024–2030*) (рис. 1).

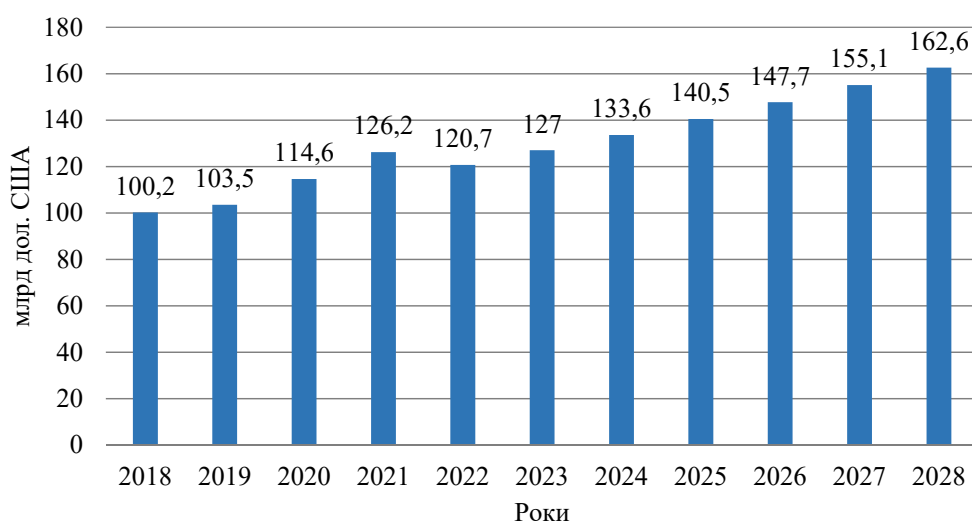


Рис. 1. Обсяг ринку дрібної кухонної техніки за 2018–2025 рр. та прогноз до 2028 р.

Джерело: складено авторами за даними *Statista* (2025a, September).

Напружений ритм життя спонукає людей економити час через використання багатофункціональних приладів для приготування їжі, що дає змогу швидко та ефективно виконати це завдання.

Ще одним чинником зростання ринку дрібної кухонної побутової техніки є тенденція до урбанізації, яка призвела до зменшення житлової площі в містах. Як результат, споживачі почали обирати собі компактну та багатофункціональну техніку, що дозволяє більш ефективно використовувати обмежену площу кухні.

За 2024 р. обсяг ринку дрібної побутової техніки у Східній Європі становив 12.4 млн дол. США, що на 13.3% більше за попередній рік – у 2023 р. цей показник був на рівні 11.3 млн дол. США. В Україні цей сегмент побутової техніки у 2024 р. досяг 13.8 млн дол. США, що на 3.5% більше за 2023 р. (13.7 млн дол. США) (RAU, 2025, червень).

Фактично усі сектори ринку побутової техніки показали тенденцію до зростання, проте, найбільший приріст мала велика побутова техніка +5%, що пояснюється відкладеним попитом на неї у попередні роки.

Частка онлайн-продаж в усіх секторах ринку техніки та електроніки продовжує зростати швидше за офлайн в більшості регіонів світу, зокрема в Східній Європі та Україні.

Найбільшими країнами-виробниками ДКТ є Китай та Індія (рис. 2). Зосередження основного виробництва саме в цих країнах пов'язано насамперед з наявністю значних виробничих потужностей, передових технологій та недорогої сировини, людських ресурсів, швидкою урбанізацією і зростанням населення середнього класу.

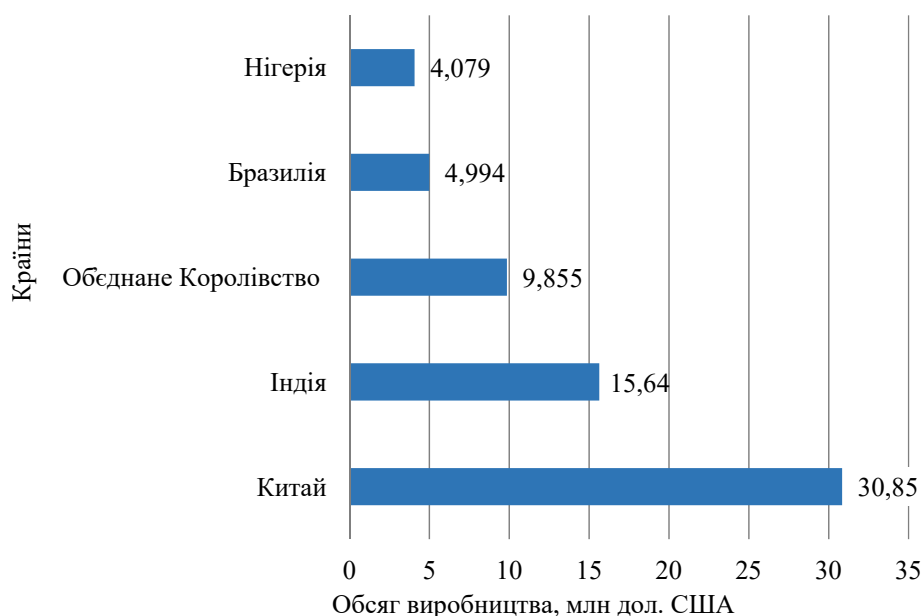


Рис. 2. Найбільші країни – виробники дрібної кухонної техніки у світі, 2024 р.

Джерело: побудовано авторами за даними Statista (2024, May), GMI (2024, February).

Аналізуючи ринок Північної Америки, зазначимо, що він активно розвивається завдяки попиту на "розумну техніку" та популяризацію здорового способу життя.

Характерною ознакою європейського ринку дрібної кухонної техніки є збільшення продажів енергоефективних приладів та орієнтація на екологічність.

Розподіл ринку ДКТ за торговельними марками у 2024 р. наведено на *рис. 3*.

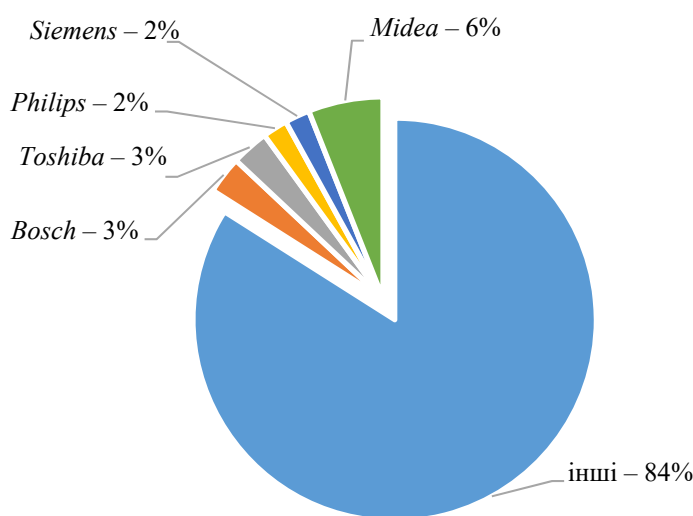


Рис. 3. Структура світового ринку дрібної кухонної техніки за виробниками у 2024 р.

Джерело: побудовано авторами за даними Statista (2024).

З *рис. 3* видно, що китайська корпорація *Midea* займає найбільшу частку на ринку, що відображає посилення позицій китайських виробників у сегменті ДКТ завдяки масштабам виробництва, гнучкому ціноутворенню та інноваційним продуктам. Частки інших міжнародних брендів – *Bosch*, *Toshiba*, *Siemens*, *Philips* – значно менші, що підтверджує посилення конкуренції між глобальними лідерами та китайськими виробниками, які нарощують свою присутність на світовому ринку завдяки доступності, широкому асортименту та швидкій реакції на зміни споживчих трендів.

Попри те, що багато покупців і далі надають перевагу традиційним магазинам, де споживачі можуть безпосередньо ознайомитись з товаром та отримати консультацію спеціаліста, частка покупок онлайн поступово зростає. Так, у 2023 р. частка онлайн покупок становила майже чверть від загальних торговельних операцій. Водночас прогнозується, що у 2027 р. продажі офлайн становитимуть 66.6%, а онлайн – 33.4% відповідно (*рис. 4*).

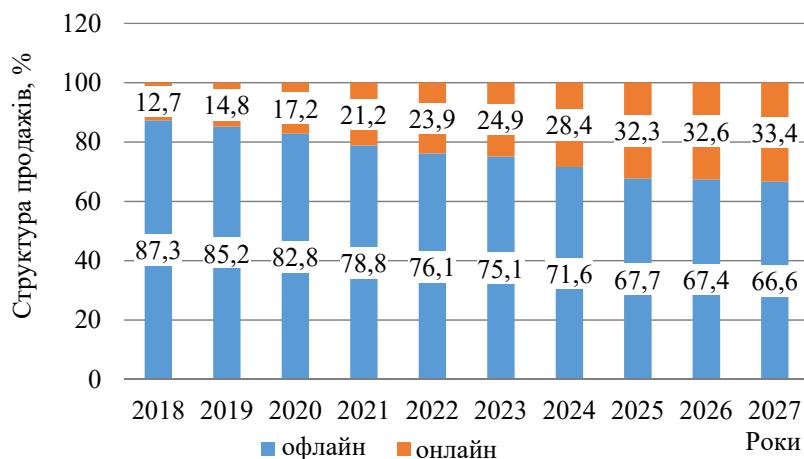


Рис. 4. Структура продажів дрібної кухонної техніки залежно від виду торгівлі у 2018–2023 рр. та прогноз до 2027 р.

Джерело: побудовано авторами за даними Statista (2024, May), GMI (2024, February).

Останніми роками відбувається і зростання середньої вартості одиниці продукції сегмента ДКТ (рис. 5).

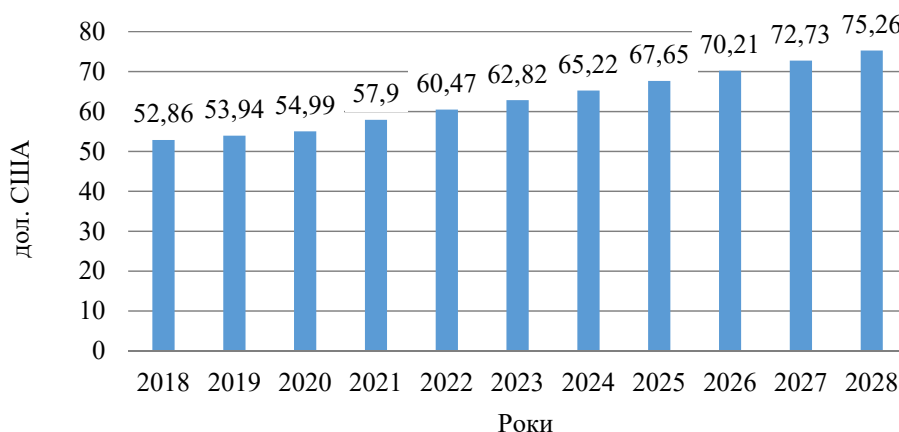


Рис. 5. Середня вартість одиниці дрібної кухонної техніки у світі за 2018–2023 рр. та прогноз до 2028 р.

Джерело: побудовано авторами за даними Statista (2024, May).

Така тенденція має багатофакторний характер і обумовлена поєднанням макроекономічних та технологічних чинників, а також зміною споживчого попиту.

По-перше, на тлі глобальної інфляції відбулося зростання вартості сировини, енергоносіїв та логістичних послуг, що безпосередньо вплинуло на собівартість продукції. Після пандемії COVID-19 значно ускладнились ланцюги постачання, а витрати на транспортування збільшились у декілька разів.

По-друге, відбулося технологічне ускладнення продукції. Сучасні прилади оснащуються мікропроцесорним керуванням, сенсорами, дисплеями, елементами "розумного дому", що підвищує функціональність цих приладів, але й збільшує виробничі витрати.

По-третє, змінюється структура споживчого попиту. При виборі такої техніки споживачі більше орієнтуються на енергоефективні, багатофункціональні та дизайнерські вироби, що належать до середнього або преміального цінового сегмента.

Крім того, на ціноутворення впливають екологічні стандарти ЄС, які вимагають застосування ресурсоефективних технологій, перероблених матеріалів та забезпечення ремонтопридатності виробів. У сукупності ці чинники формують тенденцію до поступового підвищення середньої вартості ДКТ.

2. Основні тенденції розвитку ринку дрібної кухонної техніки

Сучасний ринок ДКТ є динамічним, швидкозростаючим сегментом індустрії побутових приладів, розвиток якого зумовлений комплексом соціально-економічних, технологічних та культурно-поведінкових чинників. Попит на продукцію цієї категорії зростає як у секторі особистого споживання, так і в комерційному секторі, що пов'язано зі змінами способу життя споживачів, інтенсифікацією ритму повсякденного життя та зростаючим інтересом до здорового харчування.

Однією з провідних тенденцій цього сегмента ринку є зростаюче прагнення до *зручності та економії часу*. Урбанізація та високе навантаження на споживача стимулюють попит на прилади, що скорочують час приготування страв: блендери, мультиварки, аерогрилі, тостери, кухонні комбайни. Зростає також попит на техніку для *здорового харчування* – пароварки, фритюрниці для готування без олії, соковижималки, що відповідають сучасним дієтичним трендам.

Важливим драйвером є *цифровізація* – сучасні прилади оснащуються *smart*-функціями, синхронізуються зі смартфонами, інтегруються в системи "розумного дому". Це забезпечує персоналізацію, ефективність і безпеку. Зростає роль *дизайну та естетики*: прилади мають не лише функціональність, а й гармонійно вписуються в інтер'єри.

Активно розвивається *електронна комерція*: онлайн-магазини пропонують ширший вибір, зручність порівняння, швидку доставку. Водночас офлайн-торгівля зберігає значення завдяки можливості особистого огляду та консультацій. Зростання доходів, зменшення площі житла та запиту на багатофункціональність формують попит на компактні прилади "2-в-1" або "3-в-1".

На розвиток ринку ДКТ впливають *кулінарні тренди, медіа, рекомендації шеф-кухарів*. Цінуються бренди з екологічною філософією, енергоощадними рішеннями та виробництвом із високим рівнем інформаційної відкритості. Найбільш популярні категорії: блендери, кавоварки, тостери, мініпечі, мультипечі, аерогрилі. У сегменті професійної техніки домінують кавомашини, міксери, кухонні комбайни. Ринок має побутову й комерційну структуру з різними вимогами.

Географічна структура ринку демонструє такі відмінності: у розвинених країнах домінує попит на інноваційні, дизайнерські моделі; у країнах, що розвиваються, ключовими факторами залишаються доступність і базова функціональність.

Таким чином, ринок ДКТ перебуває на перетині тенденцій інновацій, зручності, екологічності та стилю. Його подальший розвиток залежатиме від здатності виробників адаптуватися до потреб сучасного споживача, впроваджувати нові технології та ефективно поєднувати функціональність із дизайном. Урахування соціальних, економічних і культурних змін дасть змогу забезпечити стійке зростання в умовах динамічного конкурентного середовища.

Попри позитивну динаміку, ринок *дрібної кухонної техніки* стикається з *глобальними обмеженнями*, основними з яких є високі ціни на інноваційну техніку, особливо в країнах із низькими доходами або в умовах економічної нестабільності. Економічні кризи зменшують купівельну спроможність і стримують оновлення техніки.

Конкуренція з боку великої побутової техніки, що має багатофункціональні можливості, також знижує попит на окремі види дрібної техніки. Короткий життєвий цикл деяких пристроїв викликає сумніви у доцільності інвестицій і створює екологічне навантаження.

Технологічна швидкоплинність обмежує покупки через швидке оновлення технологій і ризик застарівання товару. Регуляторні вимоги (енергоефективність, стандарти безпеки, екологія) підвищують витрати виробників і кінцеву ціну.

У розвинених країнах спостерігається насиченість ринку, що ускладнює просування нових брендів. Сучасні споживачі дедалі частіше обирають багатофункціональні пристрої, скорочуючи кількість техніки на кухні.

Нарешті, глобальні логістичні збої – через пандемії, конфлікти або дефіцит сировини – впливають на стабільність поставок і формування цін.

Таким чином, ринок ДКТ, хоча й має значний потенціал зростання, залишається вразливим до низки глобальних викликів, що вимагає від виробників, дистриб'юторів і політико-регуляторних структур системного підходу до мінімізації впливу обмежень, підтримки інновацій та сталого розвитку галузі.

3. Тенденції розвитку вітчизняного ринку дрібної кухонної техніки в умовах воєнного стану

На формування вітчизняного ринку ДКТ великий вплив мала пандемія *COVID-19*, а згодом – повномасштабне вторгнення рф. У 2019–2021 рр. у зв'язку з карантинними обмеженнями попит на

побутову техніку стрімко збільшувався. Найбільше зростання відбулося в категоріях, пов'язаних з роботою онлайн (комп'ютери, ноутбуки) та приготування їжі та напоїв вдома (кавомашини, хлібопічки, міксери, грилі, блендери, мініпечі). Загалом попит на дрібну побутову техніку за цей період зріс на 30%.

Початок повномасштабної війни негативно вплинув на ринок побутової техніки, поставши перед українським бізнесом ряд викликів. Основними негативними чинниками були: знищення магазинів та складів, втрата бізнесу на тимчасово окупованих територіях, падіння платоспроможності населення та зниження споживчого попиту через міграцію, втрата логістичних каналів, зміни в умовах співпраці з іноземними постачальниками.

Сьогодні більшість цих проблем вже вирішена. Так, відбулася стабілізація логістичних процесів, що дозволило уникнути дефіциту товарів, попри зменшення асортименту на 30–50% порівняно з довоєнним періодом. Паралельно відбулася оптимізація роздрібної торгівлі – скорочення кількості магазинів на 20–40% і зосередження зусиль на покращанні доставки зі складів. При цьому попит на ці товари залишається прогнозованим і підтримується завдяки життєвій необхідності у певних категоріях продукції. Зафіксовано зростання цін у цій категорії товарів (та й загалом усієї побутової техніки) на 15–20%, що пов'язано з девальвацією гривні, зростанням вартості логістики, сировини, енергоносіїв і валютних коливань. Також спостерігається зміна споживчої поведінки: покупки стають більш плановими, зменшуються витрати на неосновні товари. Водночас зміни споживчого попиту значною мірою обумовлені міграційними процесами та переходом від предметів розкоші та розваг до "кризових" категорій продукції.

Обсяги експортно-імпортних операцій за 2020–2024 рр. з дрібною кухонною технікою досліджено за даними Держаної митної служби України за товарними позиціями 8516 – "Електричні водонагрівачі акумулювальні або безінерційні та електричні нагрівачі занурені; прилади електричні для обігрівання приміщень, ґрунту; електронагрівальні апарати перукарські (наприклад, сушарки для волосся, бігуді, щипці для гарячої завивки) або сушарки для рук; праски електричні; інші побутові електронагрівальні прилади; елементи опору нагрівальні, крім включених до товарної позиції 8545", до яких, згідно з УКТЗЕД, належать мікрохвильові печі, електричні печі, електроплити, грилі, ростери, тостери, варочні панелі, електричні прилади для приготування кави або чаю тощо. Оскільки ця товарна позиція містить також певну кількість дрібних побутових приладів, які не є ДКТ, і належить до інших категорій, то оцінка проводиться за загальними обсягами, що мають усі товари, які класифікуються в цій товарній позиції (таблиця).

Таблиця

Обсяги українського імпорту та експорту електроприладів
за товарною позицією 8516 за 2020–2024 рр.

Імпорт			Експорт		
країна	вартість, тис. дол. США	частка, %	країна	вартість, тис. дол. США	частка, %
2020					
Китай	133455	38.53	Угорщина	365175	91.33
Італія	25213	7.28	Польща	6385	1.60
Румунія	23696	6.84	рф	5886	1.47
Інші	163963	47.34	Інші	22405	5.60
Усього	133455	100	Усього	365175	100
2021					
Китай	160065	38.24	Угорщина	456301	89.72
Італія	33761	8.07	рф	8897	1.75
Румунія	30224	7.22	Польща	8030	1.58
Інші	194496	46.47	Інші	35361	6.95
Усього	418546	100	Усього	508589	100
2022					
Китай	135491	44.49	Угорщина	429683	92.26
Румунія	24265	7.97	Польща	9188	1.97
Туреччина	20736	6.81	Німеччина	4859	1.04
Інші	124050	40.73	Інші	21999	4.72
Усього	304542	100	Усього	465729	100
2023					
Китай	132486	41.37	Угорщина	252219	91.23
Польща	29859	9.32	Польща	4817	1.74
Італія	25729	8.03	Молдова	3186	1.15
Інші	132177	41.27	Інші	16256	5.88
Усього	320251	100	Усього	276478	100
2024					
Китай	171507	44.11	Угорщина	345900	93.37
Польща	31287	8.05	Польща	5068	1.37
Чехія	29360	7.55	Молдова	4935	1.33
Інші	156706	40.30	Інші	14548	3.93
Усього	388860	100	Усього	370451	100

Джерело: побудовано авторами за даними Державної митної служби України (б. д.).

Відповідно до таблиці, у 2020 р. імпортна складова формувалася переважно завдяки поставкам з Китаю, Італії та Румунії. Водночас експортна діяльність була надзвичайно концентрованою: лівову частку експорту спрямовано до Угорщини, що вказує на наявність глибоко інтегрованих виробничо-логістичних ланцюгів між країнами. Також активними були поставки товарів до Польщі та рф.

У 2021 р. відбулося зростання обсягу імпорту й експорту. Імпорт збільшився більш ніж утричі. Така активність засвідчує загально-економічне відновлення після першої хвилі COVID-19.

Початок повномасштабного вторгнення рф до України у 2022 р. суттєво вплинув на зовнішньоторговельну активність. Обсяг імпорту значно знизився, що зумовлено порушенням логістичних ланцюгів і нестабільністю фінансової системи. Основними країнами-імпортерами залишались Китай, Румунія та Туреччина, що може свідчити про часткову переорієнтацію на ринки, менш чутливі до воєнного ризику.

У 2023 р. зафіксовано часткову стабілізацію імпорту та істотне скорочення експорту, що може бути наслідком зниження обсягів виробництва та зменшення попиту на зовнішніх ринках. 2024 р. характеризувався подальшим зміцненням імпортової діяльності. Стабілізація зовнішньої торгівлі у 2024 р. стала наслідком адаптації підприємств до умов воєнного часу та оптимізації логістичних процесів.

За даними найбільших інтернет-магазинів *Rozetka*, *Foxtrot*, *Comfy* авторами проаналізовано структуру асортименту ДКТ, що представлено на ринку України (рис. 6).

Тож структура асортименту ДКТ характеризується значною різноманітністю товарних груп, але домінування належить кільком основним категоріям. Серед усього асортименту ДКТ провідні позиції займають електрочайники та блендери. Їх висока частка пояснюється стабільним попитом, відносно ціною доступністю та широким використанням у побуті. Кавомашини та кавоварки демонструють формування стійкого сегмента споживачів, орієнтованих на комфорт і культуру приготування напоїв у домашніх умовах. Попит на мультиварки, мультипечі та аерогрилі відображає зростання інтересу до багатофункціональних приладів, що забезпечують енергоефективне та автоматизоване приготування їжі. Тостери та м'ясорубки/подрібнювачі/соковижималки зберігають стабільний попит завдяки традиційним харчовим звичкам українців.

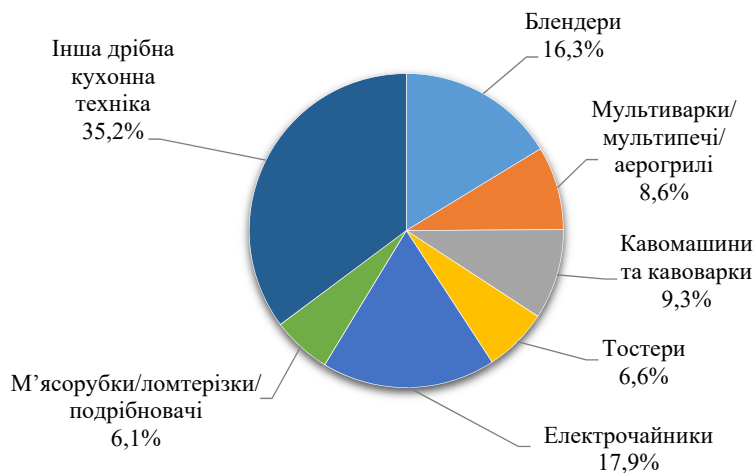


Рис. 6. Структура асортименту дрібної кухонної техніки, представленої в Україні за категоріями

Джерело: побудовано авторами за даними онлайн-магазинів *Rozetka* (б. д.), *Foxtrot* (б. д.), *Comfy* (б. д.).

За експертними прогнозами, у 2025 р. на кожне домогосподарство в Україні в середньому припадатиме 1.51 приладів. В Україні на ринку дрібної техніки спостерігається підвищений попит на компактні кухонні прилади (*Statista*, 2025b, September).

Для більш детального аналізу розглянемо структуру асортименту окремих категорій дрібної кухонної техніки, представленої на ринку України, зокрема кавоварки та кавомашини. Динамічний розвиток цього сегмента значною мірою обумовлений поширенням глобальної кавової структури, яка зростає за останнє десятиліття. Кава стала щоденним ритуалом для багатьох споживачів, які прагнуть відтворити якість та атмосферу кав'ярні у себе вдома. Це призвело до зростання попиту на високоякісні кавоварки та кавомолки, які забезпечують приготування ідеального напою. Асортимент цієї продукції наразі дуже широкий: від еспreso-машин до крапельних кавоварок і ручних кавомолок, що мають різноманітні опції. Крім того, технологічний прогрес відіграв ключову роль у зростанні цього сегмента. Великої популярності набувають "розумні" кавоварки та кавомашини, якими можна керувати за допомогою додатків у смартфонах та програмувати різні функції, що дають змогу налаштовувати свої уподобання щодо кави.

На *рис. 7* наведено структуру асортименту кавоварок (а) та кавомашин (б) на ринку України за торговельними марками.

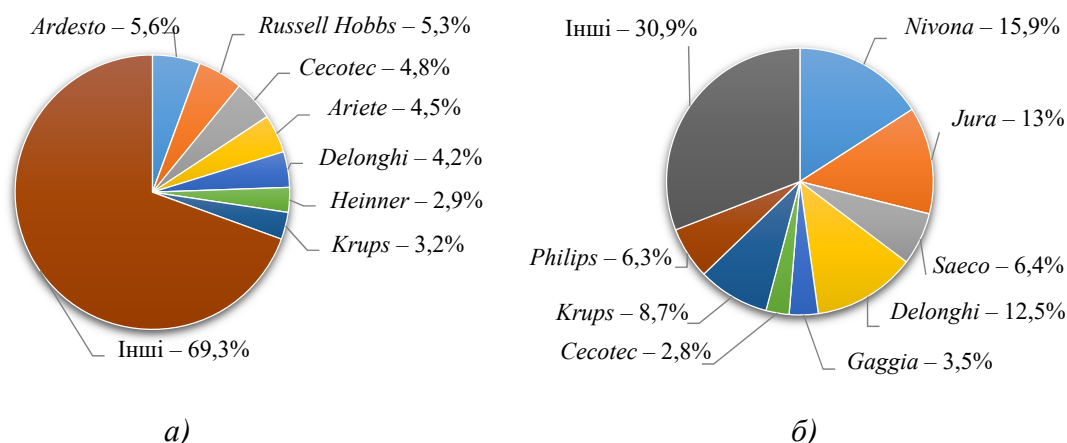


Рис. 7. Структура асортименту кавоварок (а) та кавомашин (б) на ринку України за торговельними марками

Джерело: побудовано авторами за даними онлайн-магазинів *Rozetka* (б. д.), *Foxtrot* (б. д.), *Comfy* (б. д.).

Як видно з *рис. 7*, на українському ринку асортимент кавоварок представлений переважно фільтраційними або крапельними видами, з акцентом на функціональність і доступну ціну. Попит на недорогі кавоварки залишається стабільним, що пояснюється економічною ситуацією. Український бренд *Ardesto* успішно позиціонується в бюджетному сегменті завдяки локальній присутності та конкурентній ціні. У категорії кавових машин найбільшу частку ринку займають прилади середнього та преміум класу. У той же час зростає частка автоматичних кавових машин, що свідчить про поступове формування культури споживання кави вдома.

Подальший аналіз спрямовано на дослідження асортименту мультиварок та мультипечей/аерогрилів, представлених на українському ринку. Результати аналізу представлені на *рис. 8*.

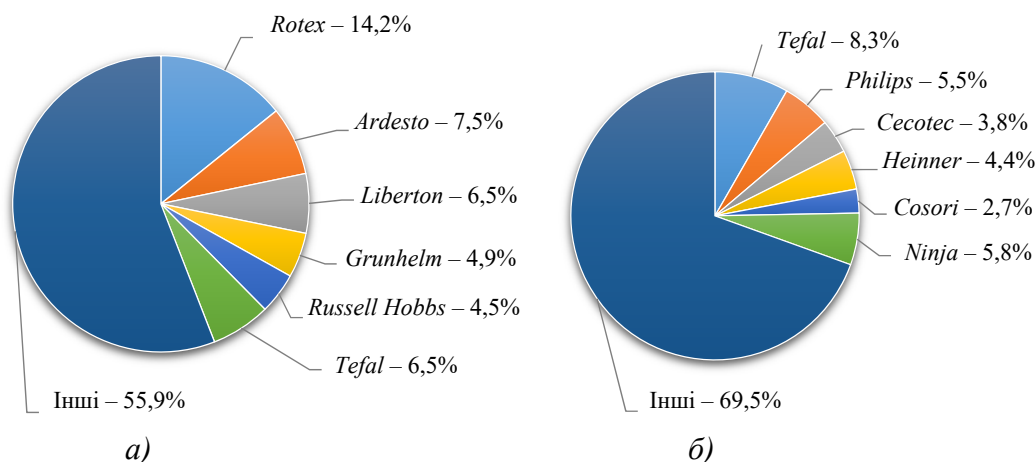


Рис. 8. Структура асортименту мультиварок (а) та мультиварочей/аерогрилів (б) на ринку України за торговельними марками

Джерело: складено авторами за даними онлайн-магазинів *Rozetka* (б. д.), *Foxtrot* (б. д.), *Comfy* (б. д.).

Отже, найбільшим попитом користуються мультиварки таких брендів: *Rotex*, *Ardesto* та *Tefal*, які разом формують майже третину ринку. Це свідчить про наявність певної концентрації виробників із усталеними позиціями, тоді як решта частки розподілена між великою кількістю менш впливових учасників. Щодо мультиварочей/аерогрилів, то найбільшу частку в асортименті на ринку України становить продукція таких брендів: *Tefal*, *Ninja*, *Philips*, решта брендів мають незначну ринкову присутність.

Отримані результати свідчать про низьку конкуренцію ринку дрібної кухонної техніки в обох сегментах, відсутність монополізації та високого рівня товарної диференціації. Разом з тим, стійкі позиції таких брендів, як *Tefal*, *Rotex* та *Ardesto*, свідчать про сформований рівень споживчої довіри та стабільну присутність у відповідних категоріях.

За даними інтернет-магазинів *Rozetka*, *Foxtrot* і *Comfy* оцінено асортимент тостерів, представлених на ринку України (рис. 9).

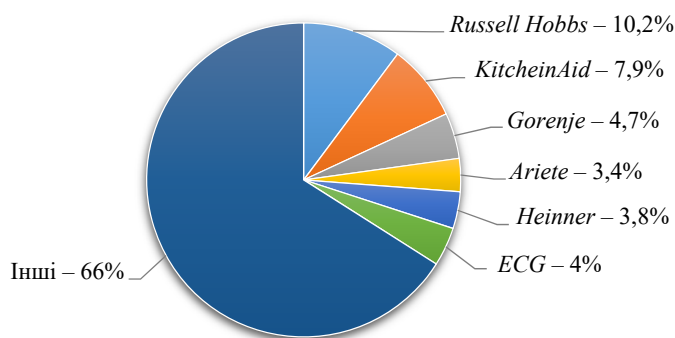


Рис. 9. Структура асортименту тостерів на ринку України за торговельними марками

Джерело: складено авторами за даними онлайн-магазинів *Rozetka* (б. д.), *Foxtrot* (б. д.), *Comfy* (б. д.).

Результати аналізу асортименту тостерів показали, що з огляду на те, що тостери вже давно представлені на українському ринку, попит на них залишається достатньо високим. Як видно з *рис. 9*, на вітчизняному ринку найбільшої популярності набули тостери таких брендів: *Russell Hobbs, KitchenAid, Gorenje, ECG, Ariete, Heinner*. Ці бренди пропонують продукцію в середньому сегменті та конкурують завдяки функціональним характеристикам і дизайну.

Отже, провідні компанії зосереджують свої зусилля на виробництві тостерів з розширеними функціональними можливостями, особливо працюють над естетичними властивостями, пропонуючи нові дизайни, широку кольорову гамму, різноманітні види оздоблення. Компанії-виробники все частіше створюють колаборації з відомими дизайнерами з метою підвищення попиту на цю продукцію та завоювання ширшої аудиторії споживачів.

За результатами проведеного аналізу можна констатувати, що ринок ДКТ в Україні в умовах воєнного стану демонструє ознаки адаптації до кризових факторів. Незважаючи на ускладнення зовнішньоекономічної діяльності та порушення логістичних ланцюгів, відбулося поступове відновлення імпортно-експортних операцій, а також стабілізація роздрібної торгівлі.

Споживча поведінка трансформується в бік раціоналізації та пріоритету базових товарів першої необхідності, що підтверджується структурою попиту та асортименту. Підвищення частки багатофункціональних і дизайнерських пристроїв узгоджується з сучасними тенденціями споживчого попиту – прагненням до енергоефективності, ергономічності та технологічної інтеграції побутових процесів.

Результати аналізу асортименту свідчать про домінування на ринку продукції як міжнародних брендів (*Whirlpool, Electrolux, Samsung, LG, Panasonic, Miele, Jura, Nivona*), так і українських торговельних марок (*Ardesto, Rotex, Grunhelm, Magio*), виробництво яких переважно розміщено в Китаї та Туреччині.

Загалом, попри виклики, ринок ДКТ зберігає стабільність і демонструє адаптивність до нових економічних і соціальних умов.

Висновки

У ході проведеного дослідження доведено, що в подальшому ринок дрібної кухонної техніки прогнозовано демонструватиме стабільне зростання, обумовлене зміною споживчих уподобань і прискоренням технологічних інновацій. Ключовою тенденцією стане активна інтеграція *smart*-технологій, що забезпечить автоматизацію, дистанційне керування та синхронізацію приладів із цифровими екосистемами. Інноваційність залишиться основним напрямом розвитку галузі, що сприятиме розширенню асортименту багатофункціональних приладів та приладів для здорового харчування. Водночас впровадження штучного інтелекту, зростання урбанізації, попит на економію

часу та посилення уваги до здорового способу життя забезпечуватимуть подальшу динаміку та технологічне оновлення ринку дрібної кухонної техніки.

В Україні розвиток цього сегмента має подібні тенденції, однак характеризується специфічними умовами, пов'язаними з воєнним станом, трансформацією структури попиту, логістичних процесів і каналів збуту. Виявлено поступову стабілізацію ринку після спаду 2022 р., який пов'язаний з початком воєнних дій на території України. Протягом 2023–2024 рр. відбулося зростання обсягів онлайн-продажів та підвищення попиту на компактну, енергоощадну та багатофункціональну техніку. Зміни споживчих пріоритетів у бік практичності, надійності та естетичності свідчать про адаптацію ринку до глобальних тенденцій і поступове відновлення його потенціалу.

Підтверджено гіпотезу, що ринок дрібної кухонної техніки у світі розвивається під впливом комплексу взаємопов'язаних соціально-економічних та технологічних факторів, а його подальше зростання забезпечуватиметься розвитком інновацій у виробництві, цифровізацією, екологічністю та збільшенням частки онлайн-продажів. У той же час український ринок дрібної кухонної техніки характеризується підвищенням частки багатофункціональних і дизайнерських пристроїв, що узгоджується з сучасними тенденціями світового ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ / REFERENCE

<i>Comfy.</i> (б. д.). Техніка для кухні. Дрібна техніка. https://comfy.ua/ua/for-the-kitchen/ (дата звернення: липень 2025).	<i>Comfy.</i> (n. d). Kitchen appliances. Small appliances. https://comfy.ua/ua/for-the-kitchen/ (date of access: July 2025).
<i>Foxtrot.</i> (б. д.). Дрібна побутова техніка. https://www.foxtrot.com.ua/uk/portal-prigotovlenie-di.html (дата звернення: липень 2025).	<i>Foxtrot.</i> (n. d). Small household appliances. https://www.foxtrot.com.ua/uk/portal-prigotovlenie-di.html (date of access: July 2025).
<i>Future Market Insights Inc.</i> (2023, August 1). Small Kitchen Appliances Market Outlook. https://www.futuremarketinsights.com/reports/small-kitchen-appliances-market	
<i>GMI (Global Market Insights Inc).</i> (2024, February). Small Kitchen Appliances Market – By Appliances Type, By End-Use, By Distribution Channel Analysis, Share, Growth Forecast, 2024–2032. https://www.gminsights.com/industry-analysis/small-kitchen-appliances-market	
<i>RAU.</i> (2025, червень). RAU Expo 2025: аналітика ринку техніки та електроніки. https://rau.ua/novyni/novini-partneriv/rau-expo-2025-analitika-rinku-tehniki-ta-elektroniki/	
<i>Rozetka.</i> (б. д.). Техніка для кухні. https://bt.rozetka.com.ua/ua/tehnika-dlya-kuhni/c435974/ (дата звернення: липень 2025).	<i>Rozetka.</i> (n. d). Kitchen appliances. https://bt.rozetka.com.ua/ua/tehnika-dlya-kuhni/c435974/ (date of access: July 2025).
<i>Statista.</i> (2024). Home appliance giants thrive worldwide. https://www.statista.com/markets/418/topic/486/household-appliances/?srsltid=AfmBOopKf8-K6n7LC1SeOfiJWGTuW9rDgC6EAyOyOcldokWwga5mU0B#statistic4	
<i>Statista.</i> (2024, May). Small Kitchen Appliances – Worldwide. https://www.statista.com/outlook/cmo/household-appliances/small-appliances/small-kitchen-appliances/worldwide	
<i>Statista.</i> (2025a, September). Small Kitchen Appliances – Worldwide. https://www.statista.com/outlook/cmo/household-appliances/small-appliances/small-kitchen-appliances/worldwide	
<i>Statista.</i> (2025b, September). Small Appliances – Ukraine. https://www.statista.com/outlook/cmo/household-appliances/small-appliances/ukraine	

Yin, J., & Krotova, T. (2023) Study of modern trends in innovative design of household appliances. <i>Art and Design</i> , 1(21). https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.1.7	
Бодак, Ю. В., & Єрфан, Є. А. (2019). Аналіз сучасного стану світового ринку побутової техніки. <i>Науковий вісник Ужгородського національного університету</i> , 28(1). https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-28-7	Bodak, Yu. V., & Yerfan, Ye. A. (2019). Analysis of the current state of the global household appliance market. <i>Scientific Bulletin of Uzhhorod National University</i> , 28(1). https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-28-7
Державна митна служба України. (б. д.). Статистика та реєстри. <i>Статистичний експорт та імпорт товарів</i> . https://customs.gov.ua/statistika-ta-reiestri	State Customs Service of Ukraine. (n. d.). <i>Statistics and registers. Statistical export and import of goods</i> . https://customs.gov.ua/statistika-ta-reiestri
Мамчин, М. М., Кузьо, Н. Є., & Косар, Н. С. (2021). Маркетингові можливості розвитку вітчизняних виробників побутової техніки. <i>Ефективна економіка</i> , (2). https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.2.72	Mamchyn, M. M., Kuzyo, N. Ye., & Kosar, N. S. (2021). Marketing opportunities for the development of domestic manufacturers of household appliances. <i>Effective Economy</i> , (2). https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.2.72
Омельченко, Н. В., Браїлко, А. С., & Копанська, К. І. (2020). Аналіз сучасного асортименту тостерів. <i>Підприємництво, торгівля: теоретичні підходи та практичні аспекти розвитку</i> . Збірник тез II Міжнародної науково-практичної конференції. Харків, 163–169.	Omelchenko, N. V., Brailko, A. S., & Kopanska, K. I. (2020). Analysis of the current range of toasters. <i>Entrepreneurship, trade: theoretical approaches and practical aspects of development</i> . Collection of abstracts of reports of the II International Scientific and Practical Conference. Kharkiv, 163–169.
Тюха, І. В., & Бачинська, А. О. (2019). Особливості ринку побутової техніки в Україні та світі. <i>Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту</i> , (25). https://dspace.nuft.edu.ua/items/62027b38-d600-4269-8138-56a06c152b41	Tiukha, I. V., & Bachynska, A. O. (2019). Features of the household appliances market in Ukraine and worldwide. <i>Bulletin of the Volyn Institute of Economics and Management</i> , (25). https://dspace.nuft.edu.ua/items/62027b38-d600-4269-8138-56a06c152b41
Фреюк, О. В. (2020). Електронна торгівля на ринку побутової техніки та електроніки під час пандемії. <i>Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету</i> . https://doi.org/10.32841/2413-2675/2020-43-28	Freiuk, O. V. (2020). E-commerce in the household appliances and electronics market during the pandemic. <i>Scientific Bulletin of the International Humanitarian University</i> . https://doi.org/10.32841/2413-2675/2020-43-28
Шульга, В. І., & Ніколайчук, Л. Г. (2018). Аналіз сучасного асортименту кавових машин. <i>Вісник ЛІТУ. Технічні науки</i> , (21), 16–20. https://doi.org/10.36477/2522-1221-2018-21-02	Shulga, V. I., & Nikolaichuk, L. G. (2018). Analysis of the current range of coffee machines. <i>Bulletin of LUT. Technical Sciences</i> , (21), 16–20. https://doi.org/10.36477/2522-1221-2018-21-02

Конфлікт інтересів. Автори заявляють, що вони не мають фінансових чи нефінансових конфліктів інтересів щодо цієї публікації; не мають відносин із державними органами, комерційними або некомерційними організаціями, які могли б бути зацікавлені у поданні цієї точки зору. З огляду на те, що автори працюють в установі, яка є видавцем журналу, що може зумовити потенційний конфлікт або підозру в упередженості, остаточне рішення про публікацію цієї статті (включно з вибором рецензентів та редакторів) приймалося тими членами редколегії, які не пов'язані з цією установою.

Автори не отримували прямого фінансування для цього дослідження.

Андрієвська, Л., Марчук, Н., & Глушкова, Т. (2025). Світовий ринок дрібної кухонної техніки. *Товарознавство. Технології. Інжиніринг*, 4(56), 4–20. [https://doi.org/10.31617/2.2025\(56\)01](https://doi.org/10.31617/2.2025(56)01)

Надійшла до редакції 13.10.2025.

Прийнято до друку 17.11.2025.

Публікація онлайн 16.12.2025.