Хто купує нерухомість в Ужгороді: аналітика житлових та інвесторських проєктів

10:00 24.04.2026 Пт
4 хв

Місцеві жителі залишаються основними покупцями нерухомості, але до 40% попиту вже забезпечують інвестори з Києва та інших регіонів

ЮЛІЯ БОЙКО

Квартири в Ужгороді стають магнітом для інвесторів (фото: SENSAR Development)

Ужгород за останні роки перестав бути просто "тихим містом на заході". Він став точкою тяжіння для тих, хто шукає безпеку, стабільність і нові можливості. Сюди масово переїжджають українці - разом із бізнесами, командами та інвестиціями. Місто стрімко зростає, а попит на якісну нерухомість лише посилюється.

Докладніше про те, хто саме формує попит на ринку нерухомості Ужгорода та які девелоперські проєкти наразі реалізовуються - в матеріалі РБК-Україна.

> **Читайте також:** Ціни зросли майже вдвічі: в яких містах України стрімко подорожчала оренда будинків

Тренд зростання попиту на нерухомість у місті підтверджують цифри. Адже за даними Держстату, у 2025 році Ужгород увійшов у рейтинг топ-6 міст України за обсягами введеного в експлуатацію житла. Це сигнал не лише про активне будівництво, а й про реальний, платоспроможний попит.

На цьому фоні девелопери масштабують свою присутність. Одним з таких активних забудовників міста стала компанія SENSAR Development. Наразі вона реалізує в місті одразу три проєкти - два житлових та один інвесторський.

Представники компанії поділилися власною аналітикою, яку вони отримали в ході вивчення попиту по їхніх проєктах в Ужгороді.

Аналітика та цифри

Аналітика продажів цих проєктів показує чітку тенденцію. За словами CEO та засновника компанії Марка Марченка, основна частка покупців - це мешканці Закарпатської області: від близько 60% до 75% залежно від об'єкта.

Водночас від 25% до 40% попиту формують інвестори з інших

регіонів України. Найактивніше представлені Київ і область (до близько 18%), а також Львів, Харків, Запоріжжя та Дніпро. Частка інших областей - точкова, але географія широка: від півдня до сходу країни.

Інфографіка SENSAR Development

Окремо по проєктах

Місто в місті Central Park - найбільший житловий квартал Закарпаття (13 га малоповерхової забудови) з власною набережною та повноцінною інфраструктурою.

Тут передбачено все для щоденного життя без необхідності залишати територію: McDonald's, SportLife, ТЦ з Сільпо, басейн, школа, клініка, підземний паркінг. Це формат, який відповідає запиту на комфорт і автономність.

У Central Park ядро попиту формують локальні покупці: це мешканці Закарпатської області (60,5%). Водночас майже кожен п'ятий інвестор - із Києва та області (17,7%).

Також помітна присутність покупців із Дніпропетровської області (6,1%), тоді як Львів (3,4%), Одеса (2,7%) і Харків (2,0%) формують додатковий попит.

Частка інших регіонів, зокрема Житомирської та Полтавської областей, становить 1,4% та менше, що свідчить про поступове розширення географії інтересу.

Проєкт кварталу Central Park (фото: SENSAR Development)

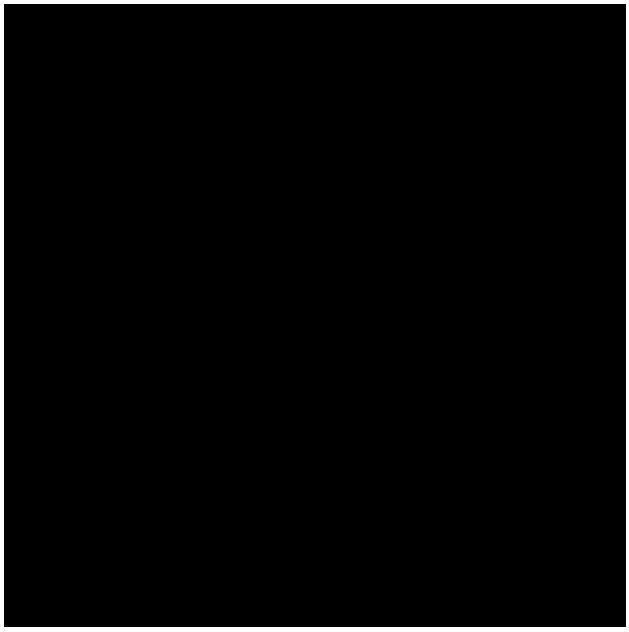
THE FIVE Hotel - найвищий готель міста з сервісом 5-зіркового рівня від міжнародної керівної компанії Ribas Hotels Group з дохідністю до 11% річних.

Готель будується у центрі міста та має власну інфраструктуру

для відпочинку: 200 кв. м SPA, басейн, панорамний ресторан на 16-му поверсі, конференц-зал, дитяча кімната, а також Insta-номери.

Інвесторський формат THE FIVE Hotel демонструє ще ширшу географію. Тут частка місцевих інвесторів нижча - близько 30%, зате суттєво зростає інтерес з інших регіонів. Київ і область формують 13,3% попиту, на рівні з ними - Львівська та Запорізька області (також по 13,3%). Харків представлений часткою 6,7%.

Частка інших регіонів - понад 20%. Це підтверджує, що інвесторський продукт активніше залучає капітал з усієї країни.

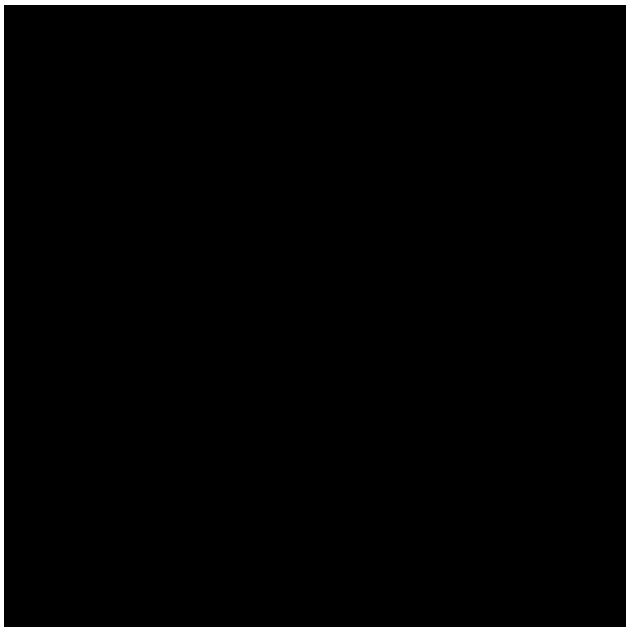


Проєкт готелю THE FIVE Hotel (фото: SENSAR Development)

ЖК Smart Story - житловий комплекс у центрі Ужгорода з власними SPA, рестораном, дитячою кімнатою. Проєкт орієнтований на тих, хто цінує зручну локацію, міську динаміку та комфорт.

У цьому проєкті картина дещо інша: тут також переважає локальний попит - 75,8% покупців із Закарпатської області. Водночас частка столиці становить 5,5%, а Харківська та Львівська області представлені на рівні 4,4% кожна. Одеська область формує ще 3,3% попиту.

Такий розподіл свідчить про високий попит серед місцевих жителів, які обирають житло для власного проживання.



Проєкт ЖК Smart Story (фото: SENSAR Development)

Можна побачити чітку закономірність: житлові проєкти більше орієнтовані на локального покупця, тоді як інвесторські формати активно залучають клієнтів з різних регіонів України.

Як зазначає забудовник, це лише підкреслює, що Ужгород перестав бути локальним ринком. Він стає загальноукраїнським інвестиційним напрямком із прогнозованим попитом і зрозумілою логікою зростання.

Ужгород дійсно набирає обертів, і сюди інвестують люди, які бачать потенціал міста, розуміють цінність безпечного середовища, а також прагнуть примножити капітал та отримати якісні квадратні метри для життя, акцентують у SENSAR Development.

Раніше ми розповідали, що протягом останнього року житло подорожчало у більшості міст на 10-20%, найбільше - у Тернополі, а також суттєво зросли ціни в Києві та інших обласних центрах.

Не пропустіть головне! Підпишіться на наші оновлення в Google!

Або читайте нас там, де вам зручно!

Більше по темі:

Ужгород | Квартири

НОВИНИ

Нічний обстріл Одеси: двоє загиблих та понад 10 поранених, серед яких діти

АНАЛІТИКА

Юлія Акимова, Ростислав Шаправський

Довіра українців до поліції нищиться через мобілізацію: інтерв'ю з Іваном Вигівським

Контакти

Команда

Вакансії в РБК-Україна

Розмістити рекламу

Інформаційний портал «РБК-Україна» має тримовну версію (українську, російську та англійську), головна сторінка порталу - https://www.rbc.ua. Фотографії, зображення належать їх правовласникам. Всі фотографії на Порталі, авторами яких є журналісти «РБК-Україна», розміщені на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International. Редакція «РБК-Україна» може не поділяти точку зору авторів. Оціночні судження не підлягають спростуванню та доведенню їх правдивості. За достовірність та зміст реклами відповідальність несе рекламодавець. Матеріали, позначені плашкою: «Прес-релізи», «Спецпроект», «Партнерський матеріал», «Promo», «Благодійність», «Резонанс» розміщуються на правах реклами і призначені, як правило, для осіб, які досягли 21-річного віку. «Новини компанії» - це інформаційний формат, що охоплює новини, події та оголошення, пов'язані з діяльністю компаній, базуються на пресрелізах, які випускають самі компанії, і за які редакція не несе відповідальність. Онлайн-медіа «РБК-Україна» призначене для осіб віком від 21 року.

© LLC «UBT MEDIA», 2006-2026.