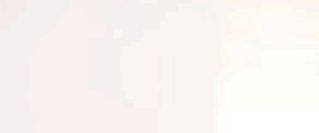


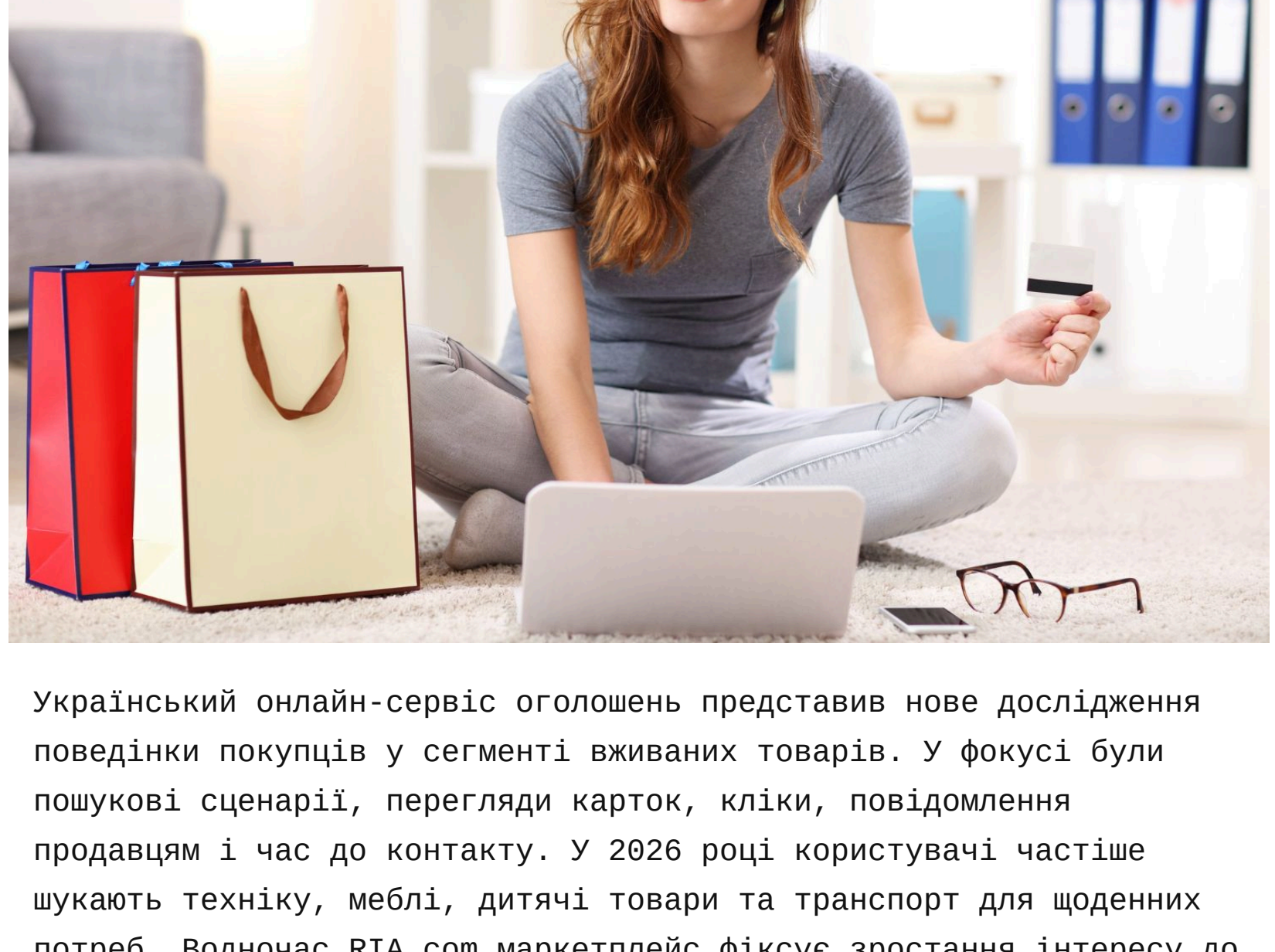
## Що українці купують з рук у 2026: дослідження RIA.com про нові тренди вторинного ринку

Платформа RIA.com проаналізувала мільйони пошукових запитів користувачів і з'ясувала, які товари українці найчастіше купують на вторинному ринку та як інструменти штучного інтелекту допомагають швидко знаходити вигідні пропозиції



Олена В'юм  
ЖУРНАЛІСТ

37



Український онлайн-сервіс оголошень представив нове дослідження поведінки покупців у сегменті вживаних товарів. У фокусі були пошукові сценарії, перегляди карток, кліки, повідомлення продавцям і час до контакту. У 2026 році користувачі частіше шукають техніку, меблі, дитячі товари та транспорт для щоденних потреб. Водночас RIA.com маркетплейс фіксує зростання інтересу до AI-рекомендацій, які скорочують шлях від пошуку до рішення про покупку.

### Методологія дослідження

Аналітична команда [RIA.com](#) вивчила 8,4 млн внутрішніх пошуків у категоріях вживаних товарів, 2,1 млн активних оголошень і поведінкові сигнали користувачів за період із січня 2025 року до лютого 2026 року. До аналізу увійшли лише реальні дії на платформі, без тестового трафіку та технічних сесій. Для оцінки попиту враховували частоту запитів, глибину перегляду, переходи в месенджер, кліки на номер продавця та частку повторних візитів до одного оголошення. Окремі спеціалісти оцінили ефективність рекомендаційних блоків і переходи зі схожих товарів. У дослідженні враховували:

- популярні фільтри за ціною, станом, брендом і геолокацією;
- перегляди карток товарів, кліки по фото та збереження оголошень;
- повідомлення продавцям, дзвінки та повторні повернення до виробного;
- взаємодія з AI-рекомендаціями, підбіркми й блоком схожих товарів.

### Основні результати

#### Інфографіка

Для візуального супроводу пресрелізу RIA.com підготувала інфографіку, яка показує розподіл попиту за категоріями, середню ціну угоди та швидкість продажу в різних сегментах. У першому блоці доречно показати топ категорій за пошуком. У другому - середній час до першого контакту. У третьому - частку переходів із AI-рекомендацій. Така візуалізація допоможе редакціям швидко зчитати головні висновки: основний обсяг угод формується у масовому ціновому сегменті, а персоналізовані підказки краще працюють там, де в каталозі багато схожих пропозицій.

#### Тренд 1. Вживані товари стали частиною щоденного споживання

Попит на вторинному ринку перестав концентруватися лише на дорогих покупках. Найчастіше користувачі шукали смартфони, ноутбуки, дрібну побутову техніку, столи, крісла, дитячі візочки та велосипеди. Частка пошуків уживаних смартфонів зросла на 24% рік до року, ноутбуків - на 19%, а меблів для дому - на 17%. У середньому кожен третій користувач, який заходив у категорію електроніки, переглядав щонайменше п'ять оголошень перед першим контактом із продавцем. Маркетплейс RIA.com також зафіксував зростання попиту на товари для облаштування житла після переїзду або ремонту.

#### Тренд 2. Покупці дедалі частіше шукають товари поруч

Локальний попит став однією з найпомітніших змін року. Запити з геоприв'язкою на майдан "у моєму місті", "поруч", "самовивіз" або з назвою конкретного населеного пункту зросли на 31% проти попереднього періоду. Користувачі хочуть швидше оглянути товар, перевірити стан і не витрачати час на довге очікування доставки. Найвищу частку локальних пошуків платформа зафіксувала у категоріях меблів, дитячих товарів, велосипедів і великої побутової техніки. Для частини покупців близькість продавця стала не менш важливою за ціну.

#### Тренд 3. AI скорочує час пошуку і підвищує релевантність вибору

У 2026 році користувачі активніше взаємодіяють із персоналізованими блоками. Частка переходів із рекомендацій та схожих товарів досягла 28% у категорії електроніки та 21% у меблях. Якщо користувач переходив до оголошення через рекомендаційний блок, імовірність контакту з продавцем була в середньому на 16% вищою, ніж при звичайному перегляді каталогу. Це свідчить, що продаж товарів на RIA.com дедалі більше залежить не лише від асортименту, а й від точності підбору. AI допомагає швидко відсіяти нерелевантні варіанти, показати схожі пропозиції у потрібному бюджеті та підказати товари, які частіше купують разом.

#### Тренд 4. Найшвидше продаються товари в доступному ціновому сегменті

Найвищу швидкість угод показали товари вартістю до 3000 грн. У цій ціновій зоні середній час від публікації до першого повідомлення становив 14 годин. Для сегмента 3000-7000 грн показник зростав до 29 годин, а для дорогіших товарів перевищував дві доби. Така динаміка помітна в категоріях дрібної техніки, аксесуарів, дитячих товарів і частини меблів. Покупці готові швидше приймати рішення, коли бюджет покупки зрозумілий, а ризик помилки сприймається як нижчий.

#### Тренд 5. Виграють оголошення з повним описом і якісними фото

Поведінкові дані показали, що оголошення з п'ятьма і більше фото отримують у середньому на 34% більше переходів у контакт, ніж лоти з одним або двома зображеннями. Додатковий ефект дає докладний опис стану товару, року купівлі, комплектації та причини продажу. Якщо продавець казує бренд, модель і реальний стан без загальних фраз, імовірність повідомлення зростає ще на 12%. Для вторинного ринку це критично, бо покупець обирає не лише ціну, а й передбачуваність покупки.

### Топ популярних категорій

За кількістю пошуків і контактів із продавцями у 2026 році лідирують:

- смартфони;
- ноутбуки;
- дитячі товари;
- меблі;
- велосипеди;
- пральні машини;
- холодильники;
- ігрові консолі.

Окрему увагу аналітики звернули на структуру попиту всередині категорій. У смартфонах найчастіше шукали моделі середнього цінового сегмента з хорошим станом батареї. У меблях стабільно зростали запити на шафи, письмові столи та офісні крісла. У дитячому сегменті високий інтерес мали коляски, стільчики для годування та автокрісла. RIA.com маркетплейс фіксує, що ці категорії формують ядро повторного попиту, коли користувач повертається на платформу кілька разів протягом місяця.

### Зворот експерта RIA.com

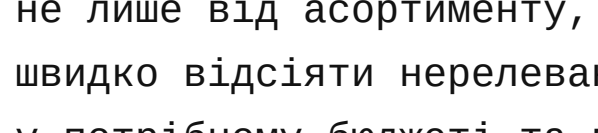
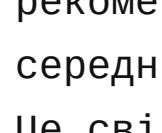
"У 2026 році ми бачимо зміну мотивації покупця. Людина приходить на маркетплейс не лише за низькою ціною, а й за швидкою, локальною та зрозумілою покупкою. На рішення впливають якість опису, наявність фото, близькість продавця та релевантність рекомендацій. AI-моделі вже помітно скорочують час пошуку, а користувачі активніше взаємодіють із підбіркми та схожими товарами", - коментує команда RIA.com.

### Висновок

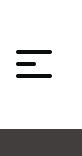
Вторинний ринок в Україні у 2026 році стає швидшим, локальнішим і більш технологічним. Покупець обирає вживані товари не ситуативно, а як звичний формат побутового споживання. Найкраще продаються позиції з доступною ціною, зрозумілим станом і короткою дистанцією між продавцем та покупцем. При цьому маркетплейс RIA.com показує, що AI уже впливає на поведінку користувачів на рівні конкретних дій: від переходу в картку до контакту з продавцем. Для ринку це означає подальше зростання ролі персоналізації, локального пошуку та якісної подачі оголошень.

### Довідка про компанію

RIA.com - український онлайн-сервіс оголошень, де користувачі купують і продають нові та вживані товари у різних категоріях. Платформа розвиває інструменти пошуку, рекомендацій і комунікації між продавцями та покупцями. Продаж товарів на RIA.com охоплює техніку, меблі, дитячі товари, транспортні рішення для міста та інші популярні сегменти вторинного ринку.



ціна | дослідження



Україні за кордоном

Політика

Бюджет

Міжнародні

Зарплати

Кримінал

Культура

Буча - Ізраїль

Гороскопи

Діла

Львівська

Прес-релізи

Івано-Франківськ

Колонія

Калуш



Про нас

Наш автори

Реклама

Інформатор: проєкти Стенди Бізнес Інвест Альянс