



Ситуація на ринку бурштину: проблеми та перспективи

Петро Баранов

доктор геологічних наук, професор, судовий експерт, Дніпропетровський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр Міністерства внутрішніх справ України, м. Дніпро, Україна, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3367-4277>, e-mail: pn2dsbaranov@gmail.com

Олена Сливна

кандидат геологічних наук, судовий експерт, Дніпропетровський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр Міністерства внутрішніх справ України, м. Дніпро, Україна, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7063-1938>, e-mail: e.slivna@gmail.com

Володимир Коротаєв

кандидат юридичних наук, доцент, директор, Дніпропетровський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр Міністерства внутрішніх справ України, м. Дніпро, Україна, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0269-0389>, e-mail: ndekc_dnepr@ukr.net

Проаналізовано сучасний стан світового ринку бурштину станом на 2025—2026 роки. Розглянуто основні чинники дестабілізації (нелегальний видобуток, відсутність глобальної системи сертифікації та дефіцит повноцінних торгових брендів). Особливу увагу приділено торговим маркам як інструментам капіталізації та правового захисту в умовах високої насиченості ринку підробками.

Ключові слова: бурштин; світовий ринок; сертифікація; торгова марка.

Amber Market Situation: Challenges and Prospects

Petro Baranov, Olena Slyvna, Volodymyr Korotaiev

The paper analyses the state of the world amber market as of 2025–2026. The main destabilizing factors have been considered (illegal mining, lack of a global certification system, and a shortage of full-fledged trade brands). Emphasis is placed on trademarks as instruments of capitalization and legal protection in conditions of high prevalence of counterfeits in the market.

Keywords: amber; world market; certification; trademark.

Сучасний світовий ринок бурштину стикається з комплексом взаємопов'язаних викликів, що охоплюють видобуток, торгівлю та екологію. Однією з найгостріших проблем є високий рівень криміналізації галузі. Поєднання високої рентабельності ресурсу зі слабким прикордонним контролем призводить до масштабного нелегального видобутку, що неминуче тягне за собою фальсифікацію походження сировини та підрив довіри до легальних виробників. Ситуацію ускладнено екологічною деградацією: нераціональні методи видобутку спричиняють руйнування ландшафтів і забруднення ґрунтових вод, натомість рекультивацію земель на практиці реалізують українці обмежено.

Істотним чинником дестабілізації є відсутність єдиної системи стандартизації бурштину. За даними GIA, частка синтетичних замінників і підробок бурштину на ринку досягає 30—50 %. На відміну від алмазного ринку, глобальна система сертифікації бур-

штину сьогодні відсутня, що призводить до знецінення якісної української сировини та зниження її інвестиційної привабливості. Унаслідок цього на світовому ринку бурштину є сировинним товаром, де ціну визначає вага, а не декоративні або колекційні характеристики.

Польський досвід є класичним прикладом створення глобального центру управління ринком за відсутності найбільших запасів сировини. Стратегічний акцент тут зміщено з обсягів видобутку на глибоку переробку і сертифікацію. Упроваджена система класифікації в країні дала змогу перевести бурштин з категорії ремесла до розряду дорогоцінного активу: вартість виробів тепер визначають категорії чистоти й рідкісності кольору, за аналогією з ринком діамантів.

Важливим інституційним досягненням стало функціонування спеціалізованої лабораторії IAA у Гданську, сертифікати якої визнано на світовому рівні. Окрім того, у Польщі сьо-

годні діє реалізований прозорий механізм легалізації всього ланцюжка поставок бурштину: від цифрового обліку видобутих партій до обов'язкової рекультивції порушених земель. Це дало змогу країні виробляти приблизно 70 % усіх бурштинових виробів у світі, позиціонуючи їх як *conflict-free* продукт високого дизайну.

Незважаючи на значний товарообіг бурштину, у світовій індустрії фактично відсутні глобальні торгові бренди в класичному розумінні. На поточному етапі поняття бренду часто підміняється або назвою великого державного підприємства (наприклад, Калінінградський бурштиновий комбінат або «Бурштин України»), або географічним походженням каменю. Покупець платить насамперед за тип бурштину (сукцинит, бурміт), що є брендингом походження, а не конкретного продукту.

Такі ювелірні будинки, як *House of Amber* або *Baltic Beauty*, зберігають переважно нішевий або регіональний статус. Основна проблема полягає у відсутності у видобувних структур прозорих прейскурантів зі стандартизованою оцінкою оптичних і колекційних характеристик каменю, що перешкоджає формуванню передбачуваної якості.

Розвиток повноцінних торгових марок (далі — ТМ) є основним інструментом трансформації сучасного ринку. В умовах насиченості підробками ТМ виконує функцію

юридичної гарантії автентичності матеріалу. До того ж реєстрація торгової марки забезпечує захист інвестицій в унікальний художній стиль та інноваційний дизайн від недобросовісної конкуренції.

Економічна ефективність брендингу підтверджено практикою: споживач готовий платити за маркований виріб з гарантованими характеристиками у 2—5 разів більше, аніж за немаркований аналог за порівнянної ваги бурштину. Отже, торгова марка стає нематеріальним активом, який дає змогу об'єднати фізичний об'єкт з культурними значеннями й ідеями «сучасної розкоші», тим самим формує стійку клієнтську лояльність до бренду.

Висновок. На початок 2026 року світовий ринок бурштину перебуває у стані структурної трансформації. Перехід від сировинної моделі до ювелірно-дизайнерської стримує відсутність вертикальної інтеграції та єдиних міжнародних стандартів. Капіталізація галузі безпосередньо залежить від здатності виробників перейти від продажу ресурсу до продажу «цілісного брендового досвіду». Без створення інститутів довіри й визнаних світових брендів, бурштин ризикує залишитися в категорії ремісничого матеріалу, не реалізувавши свій повний економічний і культурний потенціал як дорогоцінний камінь органогенного походження.