

УДК 658.849.7:14.022.1

DOI: 10.31617/2.2022(44)04

Володимир ІНДУТНИЙ

д. геол.-мін. н., доцент, професор
кафедри товарознавства та митної справи
Державного торговельно-економічного
університету
вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна
v.indutny@knute.edu.ua

Volodymyr INDUTNYI

Doctor of Geological and Mineralogical
Sciences, Professor at the Department
of Commodity Science and Customs Affairs
State University of Trade and Economics
19, Kyoto St., Kyiv, 02156, Ukraine
ORCID: 0000-0001-6676-7472

Ніна МЕРЕЖКО

д. т. н., професор, завідувач кафедри
товарознавства та митної справи
Державного торговельно-економічного
університету
вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна
n.merezhko@knute.edu.ua

Nina MEREZHKO

Doctor of Technical Sciences, Professor,
Head of the Department of Commodity
Science and Customs Affairs
State University of Trade and Economics
19, Kyoto St., Kyiv, 02156, Ukraine
ORCID: 0000-0003-3077-9636

Володимир КОМАХА

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

вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна
v.komakha@knute.edu.ua

Volodymyr KOMAKHA

PhD (Technical Sciences),
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
ORCID: 0000-0001-6498-9047

**АУКЦІОННА ТОРГІВЛЯ
КУЛЬТУРНИМИ ЦІННОСТЯМИ**

Вступ. Вартість, за якою реалізуються культурні цінності, залежить від сукупності чинників, пов'язаних з умовами й організацією процесу торгів. У більшості випадків вартість культурних цінностей є трансцендентною по відношенню до вартості матеріалів, з яких вони створені, тому її прогнозування базується на комплексі "властивостей відношення".

Проблема. Необхідність подальшої автоматизації процесів обробки вихідної інформації про стан ринків культурних цінностей, яка є важливою для отримання вірогідної експертної оцінки.

Методи. Для аналізу ринку культурних цінностей використана авторська методика збирання й обробки аукціонної та біржової інформації, де предметом вивчення слугували стартові та прикінцеві показники вартості.

**AUCTION TRADE
IN CULTURAL VALUES**

Introduction. It is well known that the price at which cultural values are sold depends on a combination of factors related to the conditions and organization of the bidding process. In most cases, the cost of cultural values is transcendental in relation to the value of the materials from which they were created, so the cost prediction is based on a complex of "relational properties".

Problem. The necessity for further automation of the processing of initial information about the state of cultural property markets, which is important for obtaining a reliable expert assessment.

Methods. To analyze the market of cultural values, the author's method of collecting and processing auction and exchange information was used, where the subject of study was the initial and final indicators of value.

© Володимир Індутний, Ніна Мережко, Володимир Комаха, 2022

Внесок авторів: Індутний В. – 40 %; Мережко Н. – 40 %; Комаха В. – 20 %..
Автори не отримували прямого фінансування для цього дослідження.

Indutnyj V., Merezhko N., Komaha V. Aukcionna torgivlja kul'turnymi cinnostjamy. *Mizhnarodnyj naukovo-praktychnyj zhurnal "Tovary i rynky"*. 2022. № 4 (44). S. 46-60. [https://doi.org/10.31617/2.2022\(44\)04](https://doi.org/10.31617/2.2022(44)04)

Результати дослідження. Узагальнено результати емпіричних спостережень особливостей і стратегій роботи низки аукціонів та бірж, що дало змогу виділити три основні етапи формування вартісних показників культурних цінностей. *Перший етап* характеризується тим, що товар набуває особливої привабливості для покупця завдяки відносно низьким показникам ціни – спекулятивним показникам (етап спекулятивної торгівлі), які уможливають перепродати його швидко та з вигодою. *Другий етап* формування вартісних показників відповідає якісним характеристикам, притаманним об'єкту продажу; спостерігається висока автореляція між якісними показниками товару та його вартістю, зафіксованою в процесі торгу. Показники якості на цьому етапі відіграють роль основних мотивацій щодо формування остаточного показника ціни. *Третій етап* описує ситуацію ажіотажного попиту, яка виникає на прикінцевій стадії торгів, коли всі аргументи стосовно якісних характеристик культурних цінностей вже вичерпані й подальше збільшення вартості залежить лише від емоційного стану та фінансових можливостей потенційних покупців.

Висновки. Зміни вартісних показників культурних цінностей впродовж терміну проведення торгів проходять у три етапи – *спекулятивний, аргументований та емоційний*, кожний з яких зумовлений принципово різними мотивами продавців та потенційних покупців, а також є результатом їхньої взаємодії.

Ключові слова: товарознавча оцінка, ринок, прогнозування витрат, протокол, критерії оцінки.

Results. The results of empirical observations of the peculiarities and strategies of the work of a number of auctions and exchanges are summarized, which made it possible to distinguish three main stages of the formation of value indicators of cultural values. The first stage is characterized by the fact that the product becomes especially attractive to the buyer due to relatively low-price indicators – speculative indicators (the stage of speculative trade), which allow it to be resold quickly and profitably. The second stage of the formation of value indicators corresponds to the qualitative characteristics inherent in the object of sale; there is a high autocorrelation between the quality indicators of the product and its value recorded in the trading process. Quality indicators at this stage play the role of the main motivations for the formation of the final price indicator. The third stage describes the situation of hyped demand, which occurs at the final stage of bidding, when all arguments regarding the qualitative characteristics of cultural values have already been exhausted and the further increase in value depends only on the emotional state and financial capabilities of potential buyers.

Conclusions. Changes in the cost indicators for cultural values during the bidding period take place in three stages – speculative, argumentative and emotional, each of which is caused by fundamentally different motives of sellers and potential buyers and is also the result of their interaction.

Keywords: commodity assessment, market, cost forecasting, protocol, evaluation criteria.

Вступ. Вартість реалізації культурних цінностей залежить від сукупності чинників, пов'язаних з умовами й організацією процесу торгів на аукціонах та біржах. Передусім це:

- рівень популяризації товару серед потенційних покупців та вдалий вибір місця й часу проведення торгів;
- кількість конкуруючих потенційних покупців та їхній фінансовий стан;
- наявність мотивацій та зацікавленості потенційних покупців у здійсненні покупки;
- доступ до інформації про якість предмета продажу, яка суттєво впливає на його вартість та може викликати її збільшення;
- наявність уявлень про мінімальну ліквідаційну вартість, яка визначає доцільність розміщення товару на ринку;
- існування можливостей застосування ефективних алгоритмів і стратегій продажу, які пропонуються організаторами торгів у вигляді реклами, передпродажних виставкових заходів тощо.

Особливу увагу слід також приділити тому, що у більшості випадків вартість культурних цінностей є трансцендентною по відношенню до вартості матеріалів, з яких вони створені, тому прогнозування вартості базується на комплексі "властивостей відношення" їх причетності до видатних людей, історичних подій, місцин тощо [1].

Проблема. Актуальність роботи зумовлена необхідністю розширення переліку процедур, що сприяють подальшій автоматизації процесів обробки вихідної інформації про стан ринків культурних цінностей, яка є важливою для отримання вірогідної експертної оцінки та вдосконалення спеціалізованих прогнозуючих комп'ютерних систем обробки відповідних баз даних.

Метою дослідження є створення й обґрунтування алгоритму прогнозування вартісних показників предметів розкоші й антикваріату, які реалізуються з аукціонів і на біржах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багаторічний досвід експертної та оціночної діяльності компанії ТОВ "АртАналітікс", а також наукові дослідження ринку предметів розкоші, пам'яток культури й антикваріату, які проводилися науковцями кафедри товарознавства та митної справи ДТЕУ [1–11], дають змогу стверджувати, що всі названі вище культурні цінності як об'єкти дослідження являють собою окремий вид товарів, незалежно від їхньої видової специфіки, виявляють однакові закономірності формування вартісних показників під час продажу в режимах аукціонів і бірж. Предмети розкоші, пам'ятки культури та антикваріат – речі, які задовольняють гуманітарні потреби особистості й доступні лише заможним верствам населення, мають власну видову специфіку та знаходяться в семантичному зв'язку з уявленнями про культурні цінності в цілому [1], тому є сенс об'єднати їх під назвою "культурні цінності", або "цінності". До культурних цінностей відносять пам'ятки живої та неживої природи, пам'ятки історії, пам'ятки декоративно-ужиткового мистецтва, образотворчі пам'ятки, пам'ятки писемності, кіно-, фоно- та фотопам'ятки.

В опублікованих працях [1–11] продемонстровано, що вивчення особливостей розподілу вартісних показників є найкращим джерелом вихідної інформації про стан ринку досліджуваних об'єктів. Для впорядкування даних із сайтів інтернет-аукціонів збирається представницька вибірка споріднених за видовою специфікою об'єктів дослідження, які перебувають у стадії торгу, та здійснюється їх сортування у порядку від найменшого до найбільшого показника вартості. Залежно від виду культурних цінностей використовуються як питомі, так і натуральні вартісні показники.

Методи. Слід зазначити, що для аналізу стану ринку культурних цінностей використано авторську методику [1], яка має суттєві відмінності від традиційних способів збирання й обробки аукціонної та

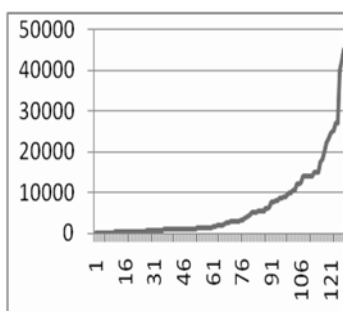
біржової інформації, де предметом вивчення слугують стартові та прикінцеві показники вартості.

Ексклюзивним авторським принципом є те, що до бази вихідних даних вносяться вартісні показники про лоти споріднених об'єктів торгу, які зафіксовані в певний проміжок часу, що визначається періодичністю оновлення інформації на сайті, тобто частина об'єктів тільки надходить у продаж, їхня вартість є мінімальною, ліквідаційною або стартовою. Одночасно в базі фіксується вартість частини об'єктів, які вже зацікавили конкуруючих потенційних покупців, і їхня вартість на момент входження в базу даних вже суттєво зросла відносно стартового показника. Також в базу вводиться інформація про предмети, які знаходяться на прикінцевих стадіях продажу, вони майже досягли або вже досягли рівня остаточної ринкової вартості – такої, за якою здійснюється операція купівлі.

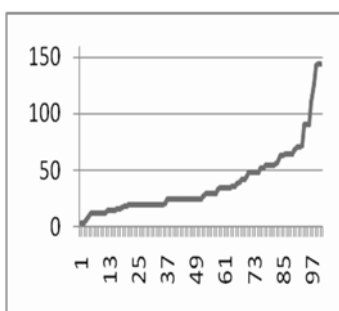
Відтак, створюється інформаційна база, де одночасно фіксуються всі стадії процесу зростання вартості споріднених за видовою специфікою об'єктів торгу від мінімальної ліквідаційної до остаточної, завдяки чому формуються загальні уявлення про динаміку та закономірності ціноутворення під час торгів. База вихідної інформації має містити представницьку вибірку, яка налічує значну кількість предметів торгу (від 70 й більше).

Ефективність запропонованого порядку роботи продемонстрована на основі численних результатів вивчення антикварних ринків, спостереження динаміки протікання торгів, а також з урахуванням фінансових можливостей потенційних покупців.

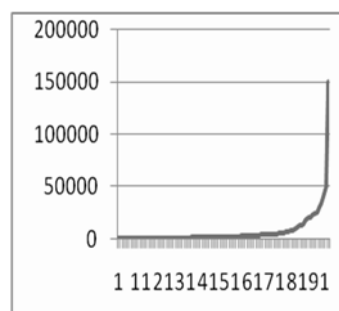
Результати дослідження. На рис. 1. (1.1.–1.12.) представлені графіки розподілу вартісних показників окремих видів культурних цінностей, які побудовані після обробки вихідних даних. Інформація збиралася з найбільш відомих інтернет-аукціонів, посилання на які представлені в цитованих працях [1–11].



1.1. Антикварні монети
(грн за шт.)



1.2. Твори живопису
(дол. США за 1 дм²
полотна)



1.3. Інтер'єрні прикраси
з бронзи (грн за шт.)

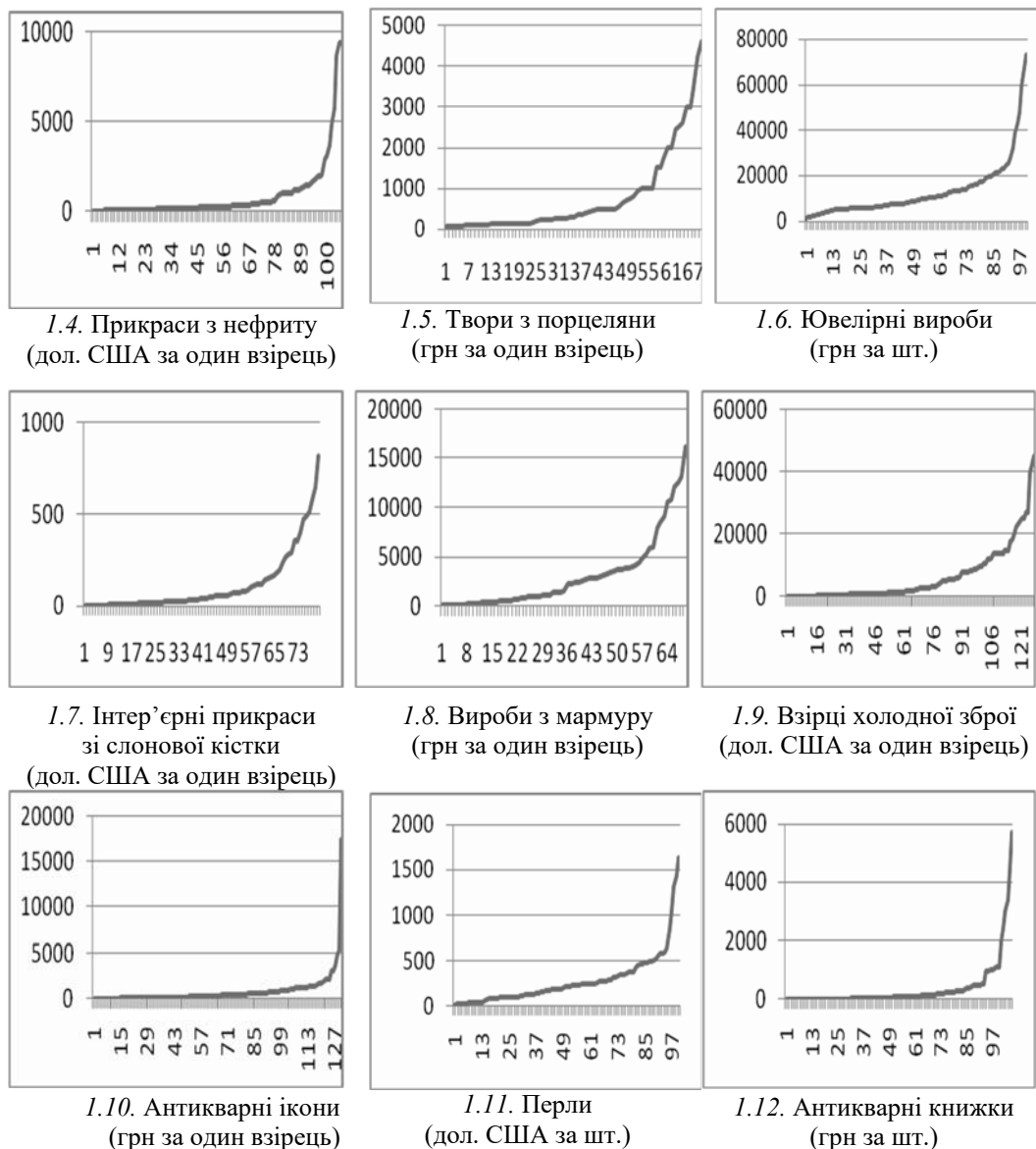


Рис. 1. Розподіл вартісних показників різних видів культурних цінностей

Як видно з наведених даних, усі графіки мають експоненціальний характер, тобто вартість, величина якої, відкладена на осі ординат, збільшується відповідно до ступеневої функції. Необхідно наголосити, що по осі ординат зазначені вартісні показники виробів, причому одиниці вартості відповідають першоджерелам, а по осі абсцис – порядковий номер виробу у вибірці. Графік розподілу вартісних показників будується після операції сортування об'єктів в порядку від найменшої до найбільшої вартості.

Існують дві основні причини такого розподілу вартісних показників. *Перша* полягає в тому, що такий графік частково віддзеркалює розподіл фінансових можливостей потенційних покупців на ринку (заможних покупців, як відомо, значно менше, ніж покупців із середнім

та низьким рівнями достатку) [12]. Друга пов'язана з тим, що вірогідність купівлі товару, оціненого за якістю (визначається кількістю позитивної інформації про товар), є зворотно пропорційною до показника вартості, тобто чим більше позитивної інформації про товар, тим вища його якість і, відповідно, вартість [11; 13]. Формульний вираз цього твердження має такий вигляд:

$$C = \alpha 2^N,$$

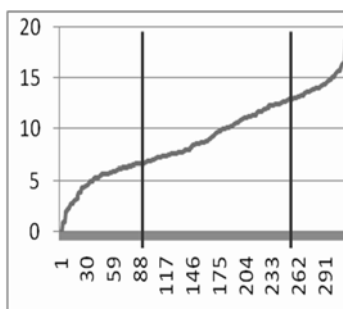
де: C – вартість;

α – коефіцієнт відповідності в одиницях виміру вартості;

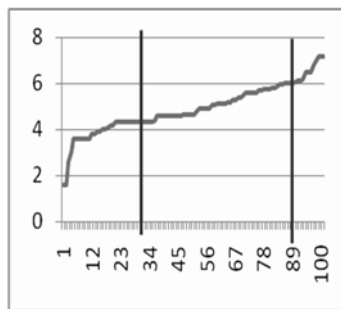
N – кількість позитивної інформації в бітах.

Отже, описано характер розподілу вартісних показників культурних цінностей, які перебувають у процесі торгу. Далі перевіряємо сформульовану гіпотезу. Для цього показники вартості, які описані віссю ординат на графіках (див. *рис. 1*), логарифмуємо за основою "2" і будуємо нові графіки, представлені на *рис. 2*. На осі ординат вказані логарифмовані вартісні показники відповідного виробу, а на осі абсцис – порядковий номер виробу у вибірці.

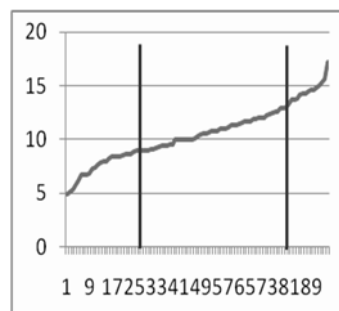
Якщо емпірично зафіксований характер розподілу вартісних показників буде повністю відповідати описаній вище гіпотезі, графіки мають перетворитися на лінійні, тобто такі, де вартість залежить виключно від кількості позитивної та контroversійної інформації про товар. Натомість, як свідчать побудовані графіки (див. *рис. 2: 2.1.–2.12.*), лише окремі ділянки на них можуть бути апроксимованими лінійними функціями. Це, безперечно, свідчить про існування об'єктивних обмежень щодо можливості застосування сформульованої гіпотези в практиці прогнозування вартості культурних цінностей, а також про необхідність дослідження закономірностей формування вартісних показників в окремих інтервалах. Збільшити об'єктивність прогнозування можна лише шляхом поділу графіків на окремі інтервали, а також проаналізувавши їхню природу, – докладно описати причини такої невідповідності.



2.1. Антикварні монети



2.2. Твори живопису



2.3. Інтер'єрні прикраси з бронзи

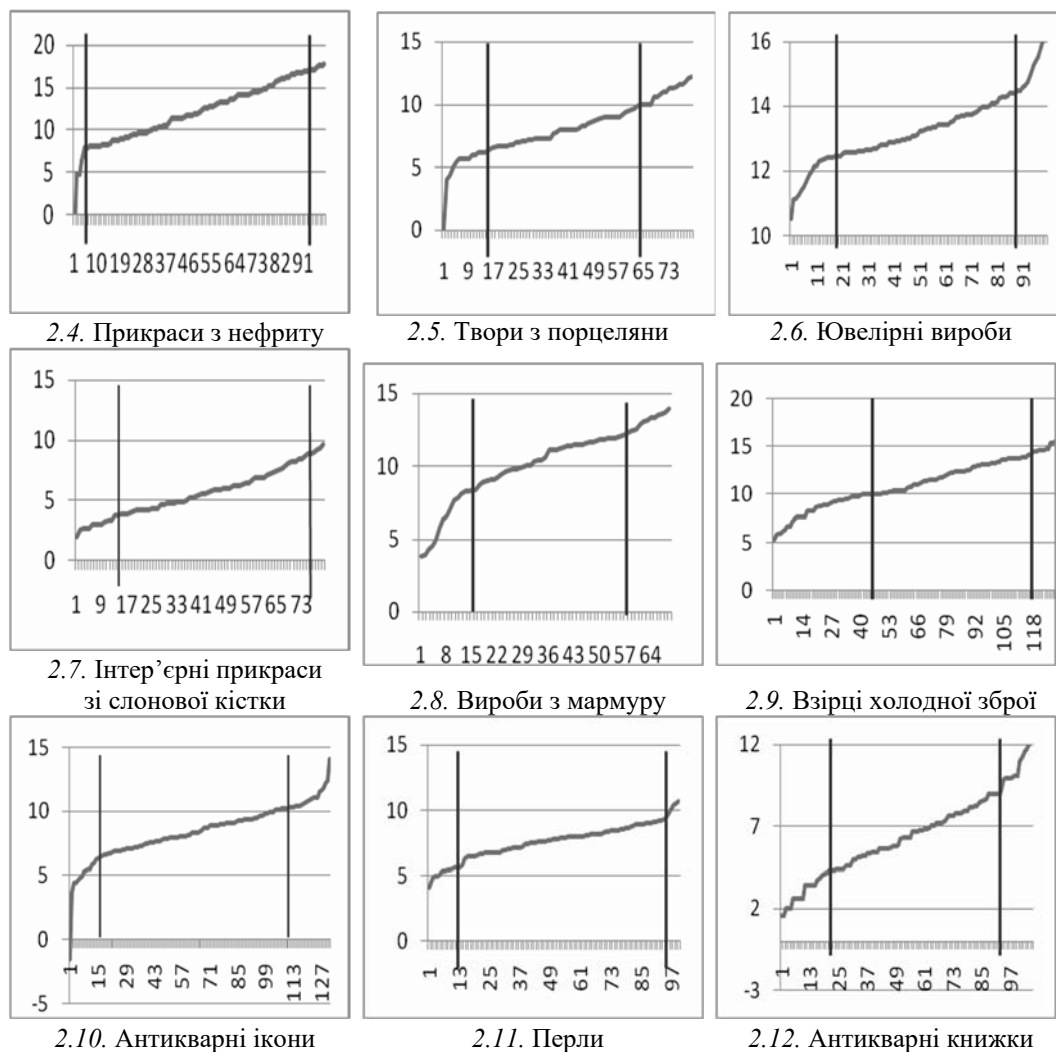


Рис. 2. Розподіл логарифмованих за основою "2" вартісних показників різних видів культурних цінностей

Так, вивчення характеру розподілу логарифмованих за основою "2" вартісних характеристик антикварних монет приводить до необхідності поділу його поля на три ділянки, як це показано за допомогою розподільчих вертикальних ліній (див. рис. 2: 2.1). Перша ділянка характеризується різким зростанням вартості від стартового показника і описується функцією насичення. Друга – описується лінійно, вказуючи на підтвердження гіпотези: підвищення вартості пов'язане зі зростанням кількості позитивної інформації про монету, яка продається. Третя ділянка свідчить про значне й необґрунтоване підвищення вартості.

Спостерігаючи за процесом торгів антикварними монетами, встановлено, що продавці, бажаючи привабити якомога більше потенційних покупців та спровокувати конкурентні відносини між ними, виставляють монети на продаж за вартісними показниками набагато нижчими, ніж вартість металів, з яких вони зроблені. Непоодинокими є випадки,

коли золота монета вагою у 5–7 грамів виставляється на торги за стартовою вартістю 100 грн, тоді як лише золото, з якого вона виготовлена, коштує від 300 до 700 доларів США. Звичайно, ситуація провокує потенційних покупців, які розуміють, що купівля цієї монети за пару сотень гривень відразу приведе до їхніх прибутків навіть у разі її здачі в скупку або вона буде придатна для використання як концентратор фінансів у банківському золоті, оскільки золоті монети, відповідно до законодавства, є банківським металом й прирівнюються до зливків. Отже, такі лоти пришвидшують роботу аукціону, активний торг триває до межі, яка визначається вартістю золота, з якого виготовлена монета. Далі відбувається суттєве зниження активності потенційних учасників аукціону, адже в конкурентних відносинах залишаються лише ті учасники (колекціонери), які оцінюють лот за якісними параметрами – вік монети, стан збереження, рідкісність тощо [10], а спекулянти припиняють свою активність.

Показник вартості, який відповідає точці переходу від активного й не аргументованого властивостями відношення торгу до інтервалу аргументованого збільшення вартості, слід розглядати як *мінімальну обґрунтовану ліквідаційну вартість* або *аргументовану стартову вартість* [14]. Цей перехід на графіку позначений першою вертикальною лінією. Відповідну точку переходу будемо називати *першою кваліметричною точкою* й використовувати її як добре вмотивовану базу для оцінки прогнозованої вартості.

Друга ділянка – між першою та другою кваліметричною точкою, знаходиться на перетині графіка з другою вертикальною лінією і дає змогу експерту прогнозувати вартість монети виходячи з кількості позитивної супровідної інформації, яка обліковується за спеціальним протоколом. Якість такого прогнозування дуже висока і є виправданою лише в тому разі, якщо в результаті конкурентної боротьби потенційних покупців не буде вичерпаний увесь перелік аргументів для збільшення вартості, а поточний показник не перетне *другої кваліметричної точки* (відмічена другою вертикальною лінією на графіку). Після настання цієї ситуації збільшення поточного показника вартості в процесі торгу відбувається неаргументовано – на емоційній основі. Прикінцева вартість починає залежати лише від фінансових можливостей потенційних покупців та їхнього бажання придбати монету. На жаль, наукової теорії прогнозування вартості на основі емоційного фактора в наш час не існує.

Спекулятивний фактор при реалізації товару в межах вартісних показників на другій ділянці також наявний. Він реалізується внаслідок приховування частини корисної інформації потенційним покупцем. Отже, професійний оцінювач також може зробити неправильний прогноз внаслідок приховування продавцем або покупцем частини важливої інформації.

У результаті вивчення особливостей торгу антикварними монетами можна зробити висновок про те, що описана вище методика

обробки вихідних даних дає змогу експертам обґрунтовано визначити оптимальні показники "мінімальної ліквідаційної вартості" та "прогнозованої вартості", а також встановити верхню межу, за якою прогнозування прикінцевої вартості є неможливим.

Вивчаючи залежність, (див. *рис. 2: 2.2.*), яка відображає особливості розподілу питомих вартісних показників живопису, відмічаємо таку ж фрагментарність – можливість її поділу на три інтервали. Водночас, спостерігаючи за процесом торгу, помічаємо, що власники або художники не завжди виставляють твори живопису за гранично низькими стартовими цінами, тобто свідомо обмежують спекуляції. Якщо твір написаний відомим художником і є значною мірою популяризованим, його експонують за вартісними показниками згідно з кількістю позитивної супровідної інформації [6]. Твори художників, які ще не здобули визнання, або твори невідомих та маловідомих художників, виставляються на торги за значно заниженими вартісними показниками – приблизно 3 долари США за квадратний дециметр полотна. У разі якщо робота є естетично привабливою й придатною для прикрашання приміщень, наприклад офіційних, вона неаргументовано швидко набирає у вартості й, зрештою, оцінюється на рівні першої кваліметричної точки, яка на момент проведення досліджень становила 7.5 доларів США за квадратний дециметр полотна.

Вартісні показники творів живопису, які згідно із запропонованою потенційними покупцями вартістю відповідають та перевищують рівень другої кваліметричної точки, зустрічаються вкрай рідко і при таманні добре популяризованим творам художників національного рівня визнання. Для обліку позитивної інформації про твір живопису доцільно використовувати спеціальний протокол [1].

Яскравим прикладом культурних цінностей, для яких емоційний фактор набуває особливого значення та може суттєво впливати на прикінцеві вартісні показники, є мистецтво іконопису (див. *рис. 2: 2.10.*). Це відбувається, коли йдеться про ікони, написані в далекому минулому на відомих мануфактурах та причетні до історичних подій, храмів, відомих діячів церкви. Для цих видів культурних цінностей характерний дуже широкий діапазон вартісних показників.

Сильний вплив емоційного фактора також спостерігається при вивченні розподілу вартісних показників ювелірних виробів, які продаються на аукціонах (див. *рис. 2: 2.6.*). Ці вироби у більшості випадків є рідкісними, а окремі з них – пам'ятками ювелірного мистецтва, виготовленими видатними майстрами на широко відомих мануфактурах. Водночас стартові показники вартості часто визначаються лише вартістю дорогоцінних металів та дорогоцінного каміння, з яких вони виготовлені, та показниками собівартості виготовлення копії прикраси (перша кваліметрична точка). Прикінцева вартість пам'яток ювелірного мистецтва національного та світового рівня визнання [1] завжди визначається під впливом емоційного фактора, відтак, експерт не може обґрунтовано прогнозувати прикінцевий результат торгів, якщо не має

вичерпної інформації про кількість учасників аукціону та їхні фінансові можливості. Так, яскравим прикладом емоційного ефекту на торгах є проданий на аукціоні у Швейцарії (*Sotheby's* в Женеві) рідкісний рожевий діамант за 26.6 млн доларів США [15]. Аналіз ринку рожевих діамантів та відповідне прогнозування показує на аргументовану вартість цього каменя приблизно 2.5 млн доларів США.

Крім того, використання даних про результати продажів тих чи інших культурних цінностей, що відбулися в різних країнах світу, є абсолютно позбавленим сенсу при прогнозуванні споріднених пам'яток культури на території України.

Представлено розподіл логарифмованих за основою "2" вартісних показників інтер'єрних прикрас з бронзи (див. *рис. 2: 2.6.*). Графік також поділяється на три ділянки, однак стартова вартість визначається ринковими показниками вартості бронзи, а перша кваліметрична точка – величиною собівартості виготовлення твору. Також наявний емоційний фактор, але він є менш вираженим у порівнянні з антикварними монетами та живописом. Вироби з бронзи у більшості випадків є тиражованими, тому емоційний фактор може бути врахований лише тоді, коли йдеться про визначні пам'ятки культури національного та світового рівня значущості.

Суттєва видова специфіка спостерігається також щодо розподілу вартісних показників ювелірних виробів з нефриту (див. *рис. 2: 2.4.*). Перший інтервал представлений простими виробами – сувенірами, виготовленими з неякісних уламків нефриту або подібних до нефриту гірських порід – агальматоліту, селеніту, серпентиніту та кольорового мармуру. Вони не мають насиченого забарвлення, виготовлені у вигляді простих форм, не прикрашені складним художнім різьбленням. Оскільки вироби з нефриту є традиційними для культур азійських народів, вони тиражовані за формами й орнаментуваннями. Отже, вплив емоційного фактора виключається, адже за наявності широкого вибору одноманітних виробів немає підстав для конкурентних торгів. Вартість визначається переважно якістю нефриту, складністю роботи, причетністю до історії та подій минулого.

Відсутність впливу емоційного фактора на торги є притаманним також для культурних цінностей, як-от: порцелянові інтер'єрні прикраси (див. *рис. 2: 2.5.*), взірці художньої пластики зі слонової кістки (див. *рис. 2: 2.7.*), художні вироби з мармуру (див. *рис. 2: 2.8.*), взірці холодної зброї (див. *рис. 2: 2.9.*), а також пам'ятки букіністики (див. *рис. 2: 2.12.*) Для всіх поїменованих видів культурних цінностей характерним є те, що потенційний покупець має можливість придбати бажану для нього річ, спостерігаючи за перебігом торгів на кількох аукціонах поспіль. Звичайно, серед названих культурних цінностей зустрічаються дуже рідкісні екземпляри, а отже, емоційний фактор, в окремих випадках, може існувати.

Специфікою деяких видів культурних цінностей є те, що стартова вартість не визначається вартістю матеріалів, з яких вони створені, або собівартістю виготовлення. Базою оцінки виступає певний рівень фінансових можливостей потенційних покупців. Це спостерігаємо при дослідженні вартісних показників творів живопису (див. *рис. 2: 2.2.*), інтер'єрних прикрас з порцеляни (див. *рис. 2: 2.5.*), недорогих виробів з мармуру (див. *рис. 2: 2.8.*), перл (див. *рис. 2: 2.11.*) та книжок (див. *рис. 2: 2.12.*).

Узагальнюючи результати емпіричних спостережень, проведених при дослідженні особливостей та стратегій роботи низки аукціонів та бірж, робимо висновок про необхідність виділення трьох основних етапів формування вартісних показників.

Перший етап – *спекулятивний*, характеризується тим, що товар набуває особливої привабливості для покупця завдяки відносно низьким показникам ціни – спекулятивним показникам (етап спекулятивної торгівлі), які уможливають перепродати його швидко та з вигодою. Занижена вартість сприяє залученню до процесу торгу значної кількості потенційних покупців, а також розширенню кола напрямів для подальшої реалізації товару на роздрібних ринках. Недоліком торгівлі за штучно заниженими вартісними показниками є більш низькі прибутки учасника аукціону в порівнянні з тими, які могли би бути досягнутими в результаті продовження торгів. Цей етап торгів закінчується на рівні так званих ліквідаційних показників вартості, для яких притаманна ситуація, коли покупець не може отримати прибутку на основі швидкого перепродажу й стає інвестором, сподіваючись на можливість отримати значний прибуток з перепродажу культурних цінностей у майбутньому.

Другий етап – *аргументований*, коли формування вартісних показників описується сформульованою вище гіпотезою, тому прогнозована вартість є повністю аргументованою і відповідає якісним характеристикам, притаманним об'єкту продажу; спостерігається висока кореляція між якісними показниками товару та його вартістю, зафіксованою в процесі торгу. Показники якості на цьому етапі відіграють роль основних мотивацій щодо формування остаточного показника ціни. Знижки, які можуть надаватися продавцем покупцеві, є, як правило, незначними (5–10 %) і використовуються при продажу товару в лотах (перли, діаманти, взірці декоративно-ужиткового мистецтва та інше), а також залежать від обсягів закупівлі. Прогнозування вартісних показників незалежними експертами на цьому етапі є найбільш якісним та аргументованим, а найвищий показник ціни товару відповідає найвищій прогнозованій вартості, яку можна пояснити найбільшими показниками якості.

Третій етап – *емоційний*, формування вартісних показників описує ситуацію ажіотажного попиту, яка виникає на прикінцевій стадії торгів, коли всі аргументи стосовно якісних характеристик пам'ятки культури вже вичерпані й подальше збільшення вартості залежить лише

від емоційного стану та фінансових можливостей потенційних покупців (двох або більше). Ця ситуація виникає лише щодо окремих видів рідкісних або унікальних видів культурних цінностей, а також при відсутності можливостей придбати їх на інших ринках або в інший час.

Через це професійні оцінювачі культурних цінностей мають враховувати у своїй роботі відповідні результати аналізу ринків, а також застосовувати алгоритми прогнозування вартості з урахуванням видової специфіки товару й особливостей поставленого перед ними завдання. Результатом такої роботи повинно стати визначення першої кваліметричної точки як найбільш прийняттого показника ліквідаційної вартості, а також бази оцінки. Прогнозовану вартість слід розглядати як очікувану вартість, яка може бути досягнутою в процесі торгу і має бути повністю аргументованою кількістю супровідної інформації. У звітах про оцінку необхідно також вказувати на причини, які можуть впливати на виникнення необґрунтованого емоційного збільшення вартості в процесі торгів, – унікальність пам'ятки культури, наявність кількох потенційних покупців зі значними фінансовими можливостями, висока ліквідність пам'ятки, зумовлена об'єктивними причинами, зокрема можливістю проведення фінансових операцій, тенденція до підвищення популярності цього виду пам'яток у комерційних музейних заходах тощо.

Прогнозування вартісних показників культурних цінностей незалежними професійними оцінювачами не може здійснюватися на основі аналізу кінцевих результатів проведення торгів або стартових показників у зв'язку з тим, що:

- умови проведення торгів, їхня популярність та традиції в різних країнах світу різні;
- суттєво відрізняються фінансові можливості потенційних покупців та існують обмеження щодо їхнього доступу до торгів;
- наявні обмеження для продавців на основі обов'язкового надання відомостей щодо законності надбання у власність культурних цінностей та прав власності;
- існує дефіцит об'єктивної інформації про мотивації потенційних покупців;
- є суттєві відмінності у можливостях здійснення фінансових операцій з культурними цінностями в різних країнах – застава, оренда, страхування, інвестування тощо;
- існують обмеження і заборони на вивіз культурних цінностей до інших країн.

Організація аукціонної та біржової торгівлі є результатом корпоративізації продавців на світовому, регіональному і місцевому рівнях й практично не залежить від потенційних покупців.

Результати досліджень вказують на необхідність уточнення термінології в нормах чинного законодавства, що стосується сфери

оцінки культурних цінностей і, зокрема, конкретизації словосполучення "ринкова вартість", що використовується в практиці судових експертиз. Більш доцільно в оціночній практиці застосовувати словосполучення "прогнозована вартість" або "аргументована вартість", адже "ринкова вартість" одночасно вказує на обґрунтовані та на необґрунтовані показники.

Висновки. Зміни вартісних показників культурних цінностей впродовж терміну проведення торгів проходять у три етапи – *спекулятивний, аргументований та емоційний*. Кожен з них зумовлений принципово різними мотивами продавців і потенційних покупців, а також є результатом їхньої взаємодії задля підвищення загального рівня обґрунтованості висновків експертних та оцінювальних робіт.

Прогнозування вартісних показників культурних цінностей незалежними професійними оцінювачами не може здійснюватися на основі аналізу кінцевих результатів проведення торгів або стартових показників. Створено й обґрунтовано алгоритм експертного прогнозування вартісних показників предметів розкоші та антикваріату з урахуванням спостереженої динаміки протікання торгів з елементами автореляції між заявленою і пропонованою вартістю. Очікуваним результатом використання запропонованого алгоритму є підвищення загального рівня обґрунтованості висновків експертних та оціночних робіт, які виконуються професійними експертами в результатах оцінки якості, ліквідності й вартості культурних цінностей, а також виявлення нових можливостей гнучкого управління процесом торгів.

Доцільне уточнення термінології в нормах чинного законодавства, що стосується сфери оцінки культурних цінностей. Особливо важливо застосовувати словосполучення "аргументована вартість" в практиці оцінки балансової вартості культурних цінностей, внесених до Музейного фонду України державної та недержавної частини власності з використанням їх при оцінці можливих фінансових збитків національної культури у разі втрати.

Запропонований алгоритм аналізу стану ринку уможливить автоматизувати процедуру оцінки та здійснювати періодичну переоцінку (індексацію) пам'яток культури Музейного фонду України.

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.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Індутний В. В. Оцінка культурних цінностей: підр. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 880 с. ISBN 978-966-629-800-6.
2. Індутний В. В. Застосування функції розподілу Лоренца в товарознавстві. *Міжнар. наук.-практ. журн. "Товари і ринки"*. 2015. № 2 (20). С. 168-178.

3. Індутний В. В., Калуга Н. В., Золотарьова О. Г. Товарознавча оцінка антикварної малої та мініатюрної пластики з кістки та дерева. *Товарознавчий вісн.* 2019. Вип. 12. С. 127-146.
4. Індутний В. В., Мережко Н. В., Піркович К. А. Аналіз ринку рубінів у якісних та вартісних показниках. *Технічні науки та технології*. 2017. № 2 (8). С. 65-74.
5. Індутний В. В., Мережко Н. В., Піркович К. А. Аналіз якості та вартості антикварних декоративно-ужиткових і мистецьких творів з бронзи на ринку України. *Товарознавчий вісн.* 2017. Вип. 10. С. 71-82.
6. Індутний В. В., Мережко Н. В., Піркович К. А. Оцінка творів живопису. Підприємство, торгівля, маркетинг: стратегії, технології та інновації: Матер. Міжнар. наук.-практ. інтернет-конфер. (м. Київ, 23 травня 2018 р.). Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. С. 96-99.
7. Індутний В. В., Мережко Н. В., Піркович К. А. Товарознавча оцінка антикварної порцеляни. *Вісн. Львів. торг.-екон. ун-ту. Серія: Технічні науки*. 2020. Вип. 23. С. 25-37.
8. Індутний В. В., Мережко Н. В., Піркович К. А. Товарознавча оцінка виробів з мармуру. *Міжнар. наук.-практ. журн. "Товари і ринки"*. 2020. № 3 (35). С. 58-72. [https://doi.org/10.31617/tr.knute.2020\(35\)05](https://doi.org/10.31617/tr.knute.2020(35)05)
9. Індутний В. В., Мережко Н. В., Тоїчкін Д. В. Товарознавча характеристика антикварної холодної зброї на ринку України: зб. наук. пр. Т. II "Історія давньої зброї. Дослідження 2016". Київ: Видавець Олег Філюк, 2017. С. 41-56.
10. Індутний В. В., Мережко Н. В., Калуга Н. В. Товарознавча оцінка антикварних монет на ринку України. *Технічні науки та технології*. 2017. № 4 (10). С. 163-178.
11. Індутний В. В., Юнда В. В., Піркович К. А. Критерії оцінки якості ювелірних виробів з нефриту. *Міжнар. наук.-практ. журн. "Товари і ринки"*. 2018. № 2 (26). С. 98-109.
12. Індутний В. В. Формула Р. Хартлі та прогнозування вартості пам'яток культури. *Альманах "Культура і сучасність"*. 2014. № 12. С. 70-78.
13. Індутний В. В., Татаринцев В. І., Індутна Т. В., Манохіна Л. В., Павлишин В. І., Татаринцева К. В. Як оцінювати коштовності з дорогоцінних каменів і металів. Київ: Вид-во ДГЦУ, 2001. 200 с.
14. Закон України від 12.07.2001 № 2658-III "Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність". URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2658-14#Text>
15. Рідкісний бузково-рожевий діамант продали за 26 млн доларів. Офіційний сайт служби новин BBC News Україна. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-54914092>

REFERENCES

1. Indutnyj, V. V. (2016). *Ocinka kul'turnyh cinnostej [Assessment of cultural values]*. Kyi'v: Kyi'vs'kyj nacional'nyj torgovel'no-ekonomichnyj universytet. ISBN 978-966-629-800-6 [in Ukrainian].
2. Indutnyj, V. V. (2015). Zastosuvannja funkcii' rozpodilu Lorenca v tovaroznavstvi [Application of the Lorentz distribution function in commodity science]. *Mizhnarodnyj naukovopraktychnyj zhurnal "Tovary i rynky" – International scientific and practical journal "Commodities and Markets"*, 2 (20), 168-178 [in Ukrainian].
3. Indutnyj, V. V., Kaluga, N. V., & Zolotar'ova, O. G. (2019). *Tovaroznava ocnka antykvvarnoi' maloi' ta miniatjurnoi' plastyky z kistky ta dereva [Commodity evaluation of antique small and miniature plastic arts made of bone and wood]*. *Tovaroznava chyj visnyk – Commodity Bulletin*. (Issue 12), (pp. 127-146) [in Ukrainian].
4. Indutnyj, V. V., Merezko, N. V., & Pirkovich, K. A. (2017). Analiz rynku rubiniv u jakisnyh ta vartisnyh pokaznykah [Analysis of the ruby market in terms of quality and value]. *Tehnichni nauky ta tehnologii' – Technical sciences and technologies*, 2 (8), 65-74 [in Ukrainian].

5. Indutnyj, V. V., Merezhko, N. V., & Pirkovich, K. A. (2017). Analiz jakosti ta vartosti antykvarnykh dekoratyvno-uzhytkovykh i mystec'kyh tvoriv z bronzy na rynku Ukrai'ny Pirkovich, K. A. [Analysis of the quality and cost of antique decorative and utilitarian and artistic bronze works on the market of Ukraine]. *Tovaroznavchyy visnyk – Commodity Bulletin*. (Issue 10), (pp. 71-82) [in Ukrainian].
6. Indutnyj, V. V., Merezhko, N. V., & Pirkovich, K. A. (2018). Ocinka tvoriv zhyvopysu [Evaluation of paintings]. *Pidpryjemnyctvo, torgivlja, marketyng: strategii' ta innovacii' – Entrepreneurship, trade, marketing: strategies, technologies and innovations: Proceedings of the International Scientific and Practical Internet-Conference*. (pp. 96-99). Kyi'v: Kyi'vs'kyj nacional'nyj torgovel'no-ekonomichnyj universytet [in Ukrainian].
7. Indutnyj, V. V., Merezhko, N. V., & Pirkovich, K. A. (2020). Tovaroznavcha ocinka antykvarnoi' porceljany [Commodity assessment of antique porcelain]. *Visnyk L'vivs'kogo torgovel'no-ekonomichnogo universytetu. Serija: Tehnichni nauky – Bulletin of the Lviv University of Trade and Economics. Series: Technical sciences*. (Issue 23), (pp. 25-37) [in Ukrainian].
8. Indutnyj, V. V., Merezhko, N. V., & Pirkovich, K. A. (2020). Tovaroznavcha ocinka vyrobiv z marmuru [Commodity evaluation of marble products]. *Mizhnarodnyj naukovopraktychnyj zhurnal "Tovary i rynky" – International scientific and practical journal "Commodities and Markets"*, 3 (35), 58-72. [https://doi.org/10.31617/tr.knute.2020\(35\)05](https://doi.org/10.31617/tr.knute.2020(35)05) [in Ukrainian].
9. Indutnyj, V. V., Merezhko, N. V., & Toi'chkin, D. V. (2017). *Tovaroznavcha harakterystyka antykvarnoi' holodnoi' zbroi' na rynku Ukrai'ny. T. II "Istorija davn'oi' zbroi'". Doslidzhennja 2016* [Commodity characteristics of antique cold weapons on the market of Ukraine. T. II "History of ancient weapons. Research 2016"]. (pp. 41-56). Kyi'v: Vydavec' Oleg Filjuk [in Ukrainian].
10. Indutnyj, V. V., Merezhko, N. V., & Kaluga, N. V. (2017). Tovaroznavcha ocinka antykvarnykh monet na rynku Ukrai'ny [Commodity assessment of antique coins on the market of Ukraine]. *Tehnichni nauky ta tehnologii' – Technical sciences and technologies*, 4 (10), 163-178 [in Ukrainian].
11. Indutnyj, V. V., Junda, V. V., & Pirkovich, K. A. (2018). Kryterii' ocinky jakosti juvelirnykh vyrobiv z nefrytu [Criteria for evaluating the quality of jade jewelry]. *Mizhnarodnyj naukovopraktychnyj zhurnal "Tovary i rynky" – International scientific and practical journal "Commodities and Markets"*, 2 (26), 98-109 [in Ukrainian].
12. Indutnyj, V. V. (2014). Formula R. Hartli ta prognozuvannja vartosti pam'jatok kul'tury [R. Hartley's formula and forecasting the cost of cultural monuments]. *Al'manah "Kul'tura i suchasnist'" – Almanac "Culture and Modernity"*, 12, 70-78 [in Ukrainian].
13. Indutnyj, V. V., Tatarincev, V. I., Indutna, T. V., Manohina, L. V., Pavlyshyn, V. I., & Tatarinceva, K. V. (2001). *Jak ocinjувaty koshtovnosti z dorogocinnykh kameniv i metaliv* [How to evaluate jewelry made of precious stones and metals]. Kyi'v: Vydavnyctvo DGCU [in Ukrainian].
14. Zakon Ukrai'ny vid 12.07.2001 № 2658-III "Pro ocinku majna, majnovykh prav ta profesijnu ocinochnu dijalnist'" [Law of Ukraine dated 12.07.2001 № 2658-III "On evaluation of property, property rights and professional evaluation activity"]. zakon.rada.gov.ua. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2658-14#Text> [in Ukrainian].
15. Ridkisnyj buzkovorozhevyy diamant prodaly za 26 mln dolariv [A rare lilac-pink diamond was sold for 26 million dollars]. *Oficijnyj sajt sluzhby novyn BBC News Ukrai'na – The official website of the news service of BBC News Ukraine*. <https://www.bbc.com/ukrainian/news-54914092> [in Ukrainian].

Надійшла до редакції 25.07.2022.

Прийнято до друку 05.09.2022.

Публікація онлайн 23.12.2022.