

DOI: <https://doi.org/10.32353/acfs.13.2026.17>
УДК 347.9

Тетяна Чабанець,

кандидат наук з державного управління, судовий експерт (не є фахівцем державної спеціалізованої установи), патентний повірений, с. Гора, Бориспільського району, Київської області, 08324, Україна;
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3146-2051>,
e-mail: t.chabanets@gmail.com

Альбіна Макарець,

провідний судовий експерт Київського відділення Національного наукового центру «Інститут судових експертиз ім. Засл. проф. М.С. Бокаріуса» Міністерства юстиції України,
e-mail: kyiv@nncise.org.ua



Тетяна Чабанець,



Альбіна Макарець

Визначення ринкової вартості товарів у товарознавчій експертизі: маркетингове дослідження, пошук цінової інформації, податкові чинники та співставність цінових пропозицій

У статті досліджено актуальні питання розвитку методології товарознавчої експертизи в Україні в умовах змін податкового та цінового середовища. Проаналізовано правовий статус товару як об'єкта цивільних прав та розкрито особливості застосування порівняльного підходу при визначенні ринкової вартості, зокрема за умов ретроспективної оцінки. Особливу увагу приділено відмежуванню звичайного маркетингового дослідження від дослідження, що проводиться для цілей експертизи, особливостям пошуку спеціалізованих підприємств, а також співставності цінових пропозицій залежно від системи оподаткування продавця. Запропоновано модельний підхід до оцінки впливу податку на додану вартість, військового збору, єдиного податку та логістичне зумовлених витрат на кінцеву ціну товару в умовах 2026 року. Обґрунтовано, що для підвищення достовірності висновків товарознавчої експертизи цінові пропозиції мають або добиратися в межах однакової податкової бази, або приводитися до єдиного зіставного рівня з обов'язковим поясненням методики такого приведення.

Ключові слова: товарознавча експертиза, ринкова вартість, оподаткування, ФОП, ПДВ, порівняльний підхід, маркетингове дослідження, ретроспективна оцінка, спеціалізовані підприємства, логістичні витрати.

Постановка проблеми. Визначення ринкової вартості товарів є одним із ключових завдань товарознавчої експертизи, оскільки від правильності встановлення ціни залежить обґрунтованість висновків у судових, господарських, страхових та інших правовідносинах. У сучасних умовах актуальність цього завдання посилюється динамічними змінами економічного середовища України, зокрема трансформацією податкових правил, коливанням логістичних витрат, підвищенням ролі цифрових джерел цінової інформації та нерівномірною доступністю ретроспективних даних про ринок.

На практиці перед експертом-товарознавцем постає завдання не лише знайти аналогічні товари на ринку, а й коректно нівелювати вплив чинників, що спотворюють безпосереднє порівняння цінових пропозицій. До таких чинників належать податкове навантаження на продавця, включення або не включення ПДВ до ціни, умови поставки, гарантійні зобов'язання, регіональні особливості реалізації, а також відмінності між роздрібним і професійним сегментами ринку. Саме тому питання методично правильного приведення цін до співставного вигляду набуває визначального значення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання визначення ринкової вартості майна ґрунтується на загальних засадах оцінки майна і

майнових прав, закріплених у Національному стандарті № 1, затвердженому постановою Кабінету Міністрів України від 10 вересня 2003 року № 1440. У правовому аспекті значення мають також положення Цивільного кодексу України, Закону України «Про судову експертизу» та Податкового кодексу України.

У прикладній площині проблема співставності цінових пропозицій суб'єктів господарювання на різних системах оподаткування залишається недостатньо уніфікованою, особливо в межах товарознавчої експертизи, де необхідно поєднати вимоги правової визначеності, економічної логіки та методичної прозорості. Окремого опрацювання потребує і питання використання маркетингового дослідження в експертній діяльності, оскільки у цифровому середовищі 2025–2026 років відкрита ціна товару не завжди супроводжується відомостями про податковий статус продавця, дату формування пропозиції та умови її дії.

Метою статті є обґрунтування методичних засад визначення ринкової вартості товарів у товарознавчій експертизі, розкриття правового статусу товару як об'єкта дослідження, відмежування звичайного маркетингового дослідження від дослідження для цілей експертизи, а також аналіз впливу різних систем оподаткування та цінових чинників 2026 року на співставність цінових пропозицій.

Виклад основного матеріалу. Під час проведення товарознавчої експертизи для встановлення ринкової вартості об'єкта дослідження експерт використовує різні джерела цінової інформації: довідкові матеріали, офіційні прайс-листи, відомості з мережі Інтернет, архівні дані, а також відповіді підприємств і організацій на офіційні запити. Такий підхід дає змогу врахувати кон'юнктуру ринку, рівень попиту і пропозиції, регіональні особливості та часову прив'язку ціни до дати оцінки.

Базовим методичним підходом у більшості випадків є порівняльний підхід, який передбачає аналіз цін продажу або пропонування аналогічних чи подібних товарів і подальше коригування цих цін для врахування відмінностей між об'єктами порівняння та досліджуваним товаром. Особливого значення цей підхід набуває при ретроспективній оцінці, коли ринкову вартість потрібно встановити станом на минулу дату. У 2025–2026 роках застосування такого підходу ускладнюється тим, що цифрові джерела цінової інформації часто не містять повних відомостей про податковий статус продавця, архівність ціни та набір супровідних умов продажу, а отже потребують додаткової перевірки.

Товар як об'єкт експертного дослідження

Для цілей товарознавчої експертизи важливо виходити з того, що товаром виступає об'єкт у матеріальній формі, який є предметом цивільного обороту та може бути оцінений у грошовому вираженні. У цьому значенні товар не зводиться лише до факту фізичного існування речі, а розглядається як об'єкт, що має споживчі властивості, здатність до обігу та економічну цінність.

До основних ознак товару як об'єкта в матеріальній формі доцільно віднести: матеріальність, тобто існування у фізичній формі; визначеність, що дає можливість індивідуалізувати річ або описати її родовими ознаками; призначення для продажу, обміну чи іншого відчуження у цивільному обороті; наявність споживчої вартості, яка дає змогу задовольняти певну потребу; мінову вартість, що може бути виражена у ціні; здатність бути об'єктом цивільних прав та обов'язків; а також оборотоздатність, тобто можливість вільного переміщення у цивільному обороті, якщо такий об'єкт не вилучений з нього і не обмежений у ньому.

Для експерта таке розуміння товару має практичне значення, оскільки саме сукупність зазначених ознак визначає можливість добору аналогів, коректного опису об'єкта дослідження, встановлення його функціонального призначення та формування переліку цінових ознак, що підлягають порівнянню.

Маркетингове дослідження цін та особливості пошуку спеціалізованих підприємств

Маркетингове дослідження цін аналогічного товару є одним із ключових та найбільш інформативних етапів під час визначення ринкової вартості. Його зміст полягає не у формальному збиранні прайс-листів, а у систематичному пошуку, відборі, аналізі та інтерпретації даних про

FUNDING

This research did not receive any specific grant from funding agencies in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

DISCLAIMER

The funder had no role in the study design, data collection and analysis, decision to publish, or preparation of the manuscript.

CONTRIBUTORS

The authors contributed solely to the intellectual discussion underlying this paper, case-law exploration, writing and editing, and accept responsibility for the content and interpretation.

CREATIVE COMMONS 4.0 ATTRIBUTION INTERNATIONAL (CC_BY_4.0)

Ця стаття з відкритим доступом, поширена на умовах Ліцензії атрибуції Creative Commons (CC_BY_4.0), що дає змогу необмежено використовувати, поширювати й відтворювати на будь-якому носії за умови посилання на оригінального(-их) автора(-ів) та джерела.

Chabanets Tetiana,
Makarets Albina

**DETERMINING THE
MARKET VALUE OF
GOODS IN COMMODITY
EXPERT EXAMINATION:
MARKETING RESEARCH,
PRICE INFORMATION
SOURCES, TAX FACTORS AND
COMPARABILITY OF PRICE
OFFERS**

Abstract. The article examines current methodological issues of determining the market value of goods in commodity expert examination under changing tax and price conditions in Ukraine. It analyses the legal status of goods as material objects of civil rights, the role of the comparative approach in retrospective valuation, the distinction between ordinary marketing research and research conducted for expert purposes, and the use of official requests to specialised enterprises. Special attention is paid to the comparability of price offers formed under different taxation systems. A model approach is proposed to demonstrate the influence of VAT, military levy, simplified taxation and logistics-related costs on the final price of goods in the conditions of 2026. The paper concludes that, to improve the reliability of expert conclusions, prices should either be selected within the same tax framework or reduced to a common comparison base with clear methodological explanation.

Keywords: commodity expert examination, market value, taxation, sole proprietors, VAT, comparative approach, marketing research, retrospective valuation, specialized enterprises, logistics costs.

Chabanets Tetiana,
Makarets Albina,

**DÉTERMINATION DE LA
VALEUR MARCHANDE
DES MARCHANDISES
LORS DE L'EXAMEN DES
PRODUITS : ÉTUDE DE
MARCHÉ, RECHERCHE
D'INFORMATIONS SUR LES
PRIX, FACTEURS FISCAUX ET
COMPARABILITÉ DES OFFRES
DE PRIX**

Résumé. Cet article examine les enjeux actuels du développement de la méthodologie d'expertise des produits en Ukraine, dans un contexte d'évolution de la fiscalité et des prix. Le statut juridique d'un produit en tant qu'un objet

Визначення ринкової вартості товарів у товарознавчій експертизі: маркетингове дослідження, пошук цінової інформації, податкові чинники та співставність цінових пропозицій

ціни товарів, що є ідентичними або максимально подібними до досліджуваного об'єкта.

У разі недостатності відкритих відомостей про ціни продажу або пропонування подібного майна експерт може використовувати відповіді спеціалізованих підприємств, отримані на офіційні запити. Такий шлях є особливо важливим при ретроспективній оцінці, коли відкрита інформація на потрібну дату відсутня, фрагментарна або не дає можливості встановити середній рівень ринкових пропозицій.

Пошук спеціалізованих підприємств повинен мати цілеспрямований характер. Для цього добираються суб'єкти господарювання, які за своїм профілем здійснюють виробництво, реалізацію, сервісне обслуговування або постачання відповідної товарної групи. Адреси та контактні дані таких підприємств доцільно встановлювати насамперед за офіційними сайтами підприємств і організацій, офіційними каталогами, профільними діловими реєстрами та іншими джерелами, що дають змогу ідентифікувати реального учасника ринку.

Під час відбору спеціалізованих підприємств слід враховувати їх товарну спеціалізацію, територіальну наближеність до релевантного ринку, характер продажу, наявність інформації про конкретні моделі або функціональні аналоги, а також можливість підтвердження дати цінової пропозиції. Чим точніше профіль відібраного підприємства відповідає досліджуваному товару, тим вищою є доказова цінність отриманої відповіді.

Отримані на запити відповіді та додані до них документи доцільно реєструвати як додаткові матеріали експертного дослідження. У подальшому вони можуть використовуватися як вихідні дані для визначення первинної ринкової вартості, а також як підстава для перевірки співставності цінових пропозицій за часовим, регіональним і функціональним критеріями.

З урахуванням наведеного алгоритм експертного дослідження цінової інформації доцільно будувати у кілька послідовних етапів:

- 1) збір цінових пропозицій з відкритих джерел, зокрема маркетплейсів, прайс-агрегаторів, офіційних сайтів продавців та інших ресурсів, релевантних конкретному сегменту ринку;
- 2) перевірка дати, змісту та джерела цінової пропозиції, а за можливості — ідентифікація податкового статусу продавця за відкритими державними реєстрами та офіційними відомостями;
- 3) порівняння умов продажу, включно з доставкою, гарантією, комплектністю, післяпродажним сервісом та іншими факторами, що впливають на кінцеву ціну;
- 4) коригування цінових пропозицій і приведення їх до єдиної бази порівняння з огляду на мету експертизи та характеристики покупця;
- 5) формування підсумкового висновку із зазначенням використаних джерел, застосованих припущень і меж достовірності результату.

Розмежування звичайного маркетингового дослідження і дослідження для цілей експертизи

Хоча маркетингове дослідження цін є універсальним інструментом аналізу ринку, його застосування в межах товарознавчої експертизи має суттєві відмінності від звичайного маркетингового дослідження. Звичайне маркетингове дослідження спрямоване переважно на підтримку управлінських або комерційних рішень: позиціонування товару, вибір каналу збуту, оцінку конкурентів чи прогнозування попиту. Натомість дослідження для цілей експертизи виконує доказову та методичну функцію, оскільки має завершуватися висновком, придатним для перевірки та використання у правозастосовній практиці.

Розбіжності між цими видами дослідження доцільно розглядати за метою, процедурою, критеріями відбору інформації та вимогами до фіксації результату. Якщо у звичайному маркетингу допустимим є використання ширших орієнтовних масивів даних, то в експертизі пріоритет мають ті джерела, які дозволяють індивідуалізувати аналог, дату пропозиції, умови продажу та за можливості податковий статус продавця. Тому експертне дослідження характеризується вищим ступенем формалізації, документування і пояснюваності отриманого результату.

Критерій	Звичайне маркетингове дослідження	Дослідження для цілей експертизи
Мета	Оцінка ринку для ціноутворення, позиціонування товару, планування продажів або поведінки споживача.	Встановлення об'єктивної ринкової вартості на конкретну дату у кримінальних провадженнях, для судових, господарських, страхових або інших правовідносин.
Ступінь об'єктивності	Може бути орієнтоване на потреби замовника та комерційні цілі.	Повинно бути максимально незалежним, неупередженим і придатним для перевірки.
Дата дослідження	Часто орієнтується на поточний або прогнозований стан ринку.	Жорстко прив'язується до дати оцінки, зокрема при ретроспективному визначенні вартості.
Відбір аналогів	Може бути ширшим і гнучкішим залежно від комерційного завдання.	Повинен забезпечувати максимальну подібність за функціями, станом, комплектністю, умовами продажу та регіоном.
Фіксація результатів	Форма подання визначається внутрішніми потребами бізнесу.	Необхідні належна фіксація джерел, дата збору, опис аналогів, умови продажу, скріншоти, копії відповідей і пояснення коригувань.
Юридичне значення	Має допоміжний характер для прийняття управлінських рішень.	Має доказове значення і повинно витримувати професійну, процесуальну та методичну перевірку.

Отже, маркетингове дослідження у межах експертизи не може зводитися до простого огляду ринку. Воно передбачає жорсткіші вимоги до релевантності джерел, фіксації вихідних даних, пояснення коригувань і перевірюваності висновку. Саме чітке дотримання методики відрізняє експертне дослідження від звичайного маркетингового аналізу.

Особливості різних систем оподаткування та їх вплив на цінові пропозиції

На співставність цінових пропозицій істотно впливають особливості систем оподаткування, в межах яких працюють продавці. Для цілей товарознавчої експертизи вирішальне значення мають не тільки номінальні значення цін, а й те, за якою моделлю ціна сформована, чи включає вона податок на додану вартість, а також чи є для покупця значущою можливістю податкового кредиту.

Суб'єкти господарювання на загальній системі оподаткування, як правило, ведуть повніший облік доходів і витрат, можуть враховувати документально підтверджені витрати та, у разі реєстрації платником ПДВ, формують ціну з урахуванням цього податку. Для порівняльного аналізу це означає, що така ціна потребує окремого тлумачення: чи є вона ціною з ПДВ, чи ціною без ПДВ, і яке саме значення вона має для мети дослідження.

Суб'єкти господарювання на спрощеній системі оподаткування функціонують в іншій моделі податкового навантаження й обліку. Для ФОП другої групи характерне поєднання фіксованого єдиного податку, мінімального страхового внеску та фіксованого військового збору; для платників третьої групи — відсотковий єдиний податок від доходу, а у 2026 році також військовий збір у розмірі 1 відсотка доходу. Частина таких суб'єктів не є платниками ПДВ, а тому їх кінцева цінова пропозиція може виглядати нижчою порівняно з ціною платника ПДВ. Однак для експерта це не означає автоматичної більшої ринкової репрезентативності такої пропозиції.

Особливого значення ця обставина набуває у випадках, коли оцінка проводиться щодо відносин між суб'єктами господарювання, оскільки за таких умов для покупця може мати значення податковий статус продавця та можливість формування податкового кредиту з ПДВ. Відповідно ціна товару, запропонована платником ПДВ, і ціна аналогічного товару, запропонована неплатником ПДВ, не завжди є прямо співставними для цілей експертного дослідження.

Таким чином, при аналізі ринку експерт повинен не лише виявити цінові пропозиції, а й з'ясувати податковий статус продавців, структуру ціни, наявність або відсутність ПДВ, тип операції та умови продажу. За

de droits civils est analysé, et les spécificités de l'application d'une approche comparative pour la détermination de la valeur marchande, notamment dans le cadre d'une évaluation rétrospective, sont mises en lumière. Une attention particulière est portée à la distinction entre les études de marché classiques et les études réalisées à des fins d'expertise, aux spécificités de la recherche d'entreprises spécialisées, ainsi qu'à la comparabilité des offres de prix selon le régime fiscal du vendeur. Une approche modèle est proposée pour évaluer l'impact de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA), de la contribution militaire, de la taxe unique et des coûts logistiques sur le prix final d'un produit en 2026. Il est démontré que, pour accroître la fiabilité des conclusions de l'expertise des produits, les offres de prix doivent être obtenues au sein d'une même assiette fiscale ou ramenées à un niveau comparable unique, avec une explication obligatoire de la méthodologie de réduction.

Mots clés : expertise des matières premières, valeur marchande, fiscalité, entrepreneur individuel, TVA, approche comparative, recherche marketing, évaluation rétrospective, entreprises spécialisées, coûts logistiques.

Chabanets Tetiana,
Makarets Albina

**BESTIMUNG DES
MARKTWERTS VON
WAREN IN DER PRÜFUNG
VON WARENKUNDEN:
MARKETINGFORSCHUNG,
PREISINFORMATIONEN-
QUELLEN, STEUERFAKTOREN
UND VERGLEICHBARKEIT DER
PREISANGEBOTE**

Zusammenfassung. Der Artikel untersucht aktuelle methodische Fragen der Bestimmung des Marktwertes von Waren im Rahmen einer Warengutachterprüfung unter sich ändernden Steuer- und Preisbedingungen in der Ukraine. Es analysiert den rechtlichen Status von Waren als materielle Gegenstände des Bürgerrechts, die Rolle des vergleichenden Ansatzes bei der retrospektiven Bewertung, die Unterscheidung zwischen gewöhnlicher Marktforschung und Forschung, die für Expertenzwecke durchgeführt wird, und die Verwendung behördlicher Anfragen an spezialisierte Unternehmen. Besonderes Augenmerk wird auf die Vergleichbarkeit von Preisangeboten unterschiedlicher Steuersysteme gelegt. Es wird ein Modellansatz vorgeschlagen, um den Einfluss von Mehrwertsteuer, Militärabgabe, vereinfachter Besteuerung und logistikbezogenen Kosten auf den Endpreis von Waren unter den Bedingungen des Jahres 2026 zu demonstrieren. Das Papier kommt zu dem Schluss, dass zur Verbesserung der Zuverlässigkeit von Expertenschlussfolgerungen die Preise entweder innerhalb desselben Steuerrahmens ausgewählt oder auf eine gemeinsame Vergleichsbasis mit klarer methodischer Erklärung reduziert werden sollten.

Schlüsselwörter: Waren-gutachterprüfung, Marktwert, Besteuerung, Einzel-unternehmer, Mehrwertsteuer, vergleichender Ansatz, Marktforschung, retrospektive Bewertung, spezialisierte Unternehmen, Logistikkosten.

Chabanets Tetiana,
Makarets Albina

**USTALANIE WARTOŚCI
RYNKOWEJ TOWARÓW
W BADANIU EKSPERTÓW
TOWAROWYCH: BADANIA
MARKETINGOWE, ŹRÓDŁA
INFORMACJI O CENACH,
CZYNNIKI PODATKOWE I
PORÓWNAWALNOŚĆ OFERT
CENOWYCH**

Streszczenie. W artykule omówiono aktualne zagadnienia metodologiczne ustalania wartości

Wizначення ринкової вартості товарів у товарознавчій експертизі: маркетингове дослідження, пошук цінової інформації, податкові чинники та співставність цінових пропозицій

потреби ціни мають бути приведені до єдиної бази порівняння — з ПДВ або без ПДВ — залежно від мети експертизи, але такий підхід повинен бути прямо обґрунтований у тексті висновку.

Модельний приклад впливу системи оподаткування на кінцеву ціну товару у 2026 році

Для ілюстрації впливу податкового чинника доцільно використати умовну модель продажу автомобільної шини R17 за ціною реалізації 3900 грн. За базовим припущенням закупівельна вартість становить 3000 грн, а торговельна маржа — 900 грн. Наведені нижче розрахунки мають демонстраційний характер і відображають не повне податкове навантаження бізнесу, а порівнювану модель впливу окремих податкових елементів на кінцеву ціну одиниці товару.

Система оподаткування	ПДВ до сплати	ЄП / податок на прибуток	Військовий збір	Орієнтовне податкове навантаження на 1 од.
ФОП 2-га група (без ПДВ)	0 грн	фіксований ЄП	864,70 грн/міс	≈ 44,96 грн*
ФОП 3-тя група, 5% (без ПДВ)	0 грн	195 грн	39 грн	≈ 234 грн
ФОП 3-тя група, 3% + ПДВ	150 грн	97,50 грн	32,50 грн	≈ 280 грн
Юридична особа на загальній системі + ПДВ	150 грн	135 грн	непрямий вплив через фонд оплати праці	≈ 285 грн**

* Для ФОП 2-ї групи орієнтовний показник розраховано за умови реалізації 100 одиниць товару на місяць та розподілу фіксованих щомісячних платежів (єдиний податок 1729,40 грн, ЄСВ 1902,34 грн, військовий збір 864,70 грн) на одну одиницю товару.

** Для юридичної особи на загальній системі у наведеній моделі враховано ПДВ та податок на прибуток. Військовий збір у ставці 5 відсотків щодо заробітної плати працівників впливає на кінцеву ціну опосередковано через фонд оплати праці, тому в таблиці він поданий як додатковий фактор, а не як прямий податок на одиницю товару.

Наведена модель свідчить, що різниця між ціною, сформованою суб'єктом на спрощеній системі без ПДВ, і ціною, сформованою платником ПДВ на загальній системі, може бути істотно зумовлена саме податковим чинником. Отже, без відповідного коригування така різниця створює податково зумовлене відхилення у масиві цін, яке не слід автоматично ототожнювати з реальною різницею у ринковій вартості товару.

Цінові чинники 2026 року та їх значення для експертного дослідження Для поточного періоду 2026 року значення для формування цінових пропозицій мають не лише податкові ставки, а й суміжні економічні чинники, які впливають на логістику, зберігання та собівартість товарів. Їх доцільно враховувати не як самостійний критерій вартості, а як фактор, що пояснює межі коливання ринкових цін у порівнюваних пропозиціях.

По-перше, параметри військового збору, що застосовуються у 2026 році, підвищують податкове навантаження на окремі категорії платників і опосередковано впливають на витрати продавців, насамперед через фонд оплати праці та обов'язкові платежі підприємців.

По-друге, підвищення ставок акцизного податку на пальне у 2026 році зумовлює збільшення транспортної та логістичної складової у вартості широкого кола товарів, особливо тих, що мають значну вагу, обсяг або потребують міжрегіонального переміщення.

По-третє, збереження значних витрат на енергозабезпечення, резервне живлення, підтримання складської інфраструктури й безперерв-

ності торгівлі формує додаткові витрати продавця, які також можуть бути відображені в кінцевій ціні товару.

З огляду на це під час експертного дослідження 2026 року доцільно враховувати регіональний фактор, логістичні умови та структуру витрат продавця як елементи пояснення ринкового діапазону цін, але не підняти ними власне порівняльний аналіз аналогів.

Крім податкового чинника, на достовірність результатів впливають і загальні труднощі пошуку ринкових цін: неповнота опису товару в оголошеннях, відсутність відомостей про фактичні умови продажу, динамічність ринку, регіональні відмінності, різниця між оптовими та роздрібними сегментами, а також складність добору аналогів для специфічних або вживаних товарів. У сукупності це свідчить, що визначення ринкової вартості в товарознавчій експертизі є аналітичним процесом, який потребує не лише доступу до джерел, а й послідовного методичного обґрунтування.

Висновки. Визначення ринкової вартості товарів у товарознавчій експертизі базується на застосуванні порівняльного підходу, системному маркетинговому дослідженні та критичному аналізі джерел цінової інформації. Для цього важливими є як правильне розуміння товару як об'єкта в матеріальній формі, так і належний добір аналогів, релевантних ринку, дати оцінки та мети дослідження.

Установлено, що використання офіційних запитів до спеціалізованих підприємств є важливим допоміжним інструментом тоді, коли відкрита цінова інформація є недостатньою або потребує додаткової перевірки. Водночас така робота повинна спиратися на цілеспрямований пошук підприємств відповідного профілю, належну фіксацію відповідей і їх подальше використання як додаткових матеріалів експертного дослідження.

Доведено, що дослідження ринку для цілей експертизи істотно відрізняється від звичайного маркетингового дослідження, оскільки має іншу мету, вищі вимоги до об'єктивності, суворішу процедуру документування та безпосереднє юридичне значення результату. У цифровому середовищі 2025–2026 років це потребує посиленої перевірки джерел, дати пропозиції, умов продажу та податкового статусу продавця.

Різні системи оподаткування безпосередньо впливають на формування кінцевої ціни товару. Тому ігнорування податкового статусу продавця, насамперед у частині ПДВ, військового збору та моделі оподаткування доходу, може призвести до методично некоректного порівняння та спотворення висновку про ринкову вартість. Моделний розрахунок показує, що частина відмінностей у цінових пропозиціях може мати податково зумовлений характер. Для підвищення об'єктивності товарознавчої експертизи доцільно або використовувати цінові пропозиції суб'єктів господарювання на однаковій системі оподаткування, або приводити всі виявлені ціни до єдиної бази порівняння з обов'язковим відображенням відповідної методики у тексті висновку.

References

- Pro zatverdzhennia Natsionalnoho standartu № 1 «Zahalni zasady otsinky maina i mainovykh prav»: postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 10.09.2003 № 1440 // Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy» / Verkhovna Rada Ukrainy.
- Pro Derzhavnyi biudzheth Ukrainy na 2026 rik: Zakon Ukrainy vid 03.12.2025 № 4695-IX // Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy» / Verkhovna Rada Ukrainy.
- Pro vnesennia zmin do Podatkovoho kodeksu Ukrainy ta inshykh zakoniv Ukrainy shchodo zabezpechennia zbalansovanosti biudzhethnykh nadkhodzen u period dii voiennoho stanu: Zakon Ukrainy vid 10.10.2024 № 4015-IX // Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy» / Verkhovna Rada Ukrainy.
- Pro vnesennia zmin do Podatkovoho kodeksu Ukrainy shchodo implementatsii polozhen aktiv prava Yevropeiskoho Soiuzu stosovno aktyznoho podatku: Zakon Ukrainy vid 18.07.2024 № 3878-IX // Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy» / Verkhovna Rada Ukrainy.
- Pro sudovu ekspertyzu: Zakon Ukrainy vid 25.02.1994 № 4038-XII // Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy» / Verkhovna Rada Ukrainy.
- Tsyvilnyi kodeks Ukrainy: Zakon Ukrainy vid 16.01.2003 № 435-IV // Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy» / Verkhovna Rada Ukrainy.
- Podatkovy kodeks Ukrainy: Zakon Ukrainy vid 02.12.2010 № 2755-VI // Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy» / Verkhovna Rada Ukrainy.

rynkowej towarów w badaniach eksperckich towarów w obliczu zmieniających się warunków podatkowych i cenowych w Ukrainie. Analizuje stan prawny dóbr jako materialnych przedmiotów praw obywatelskich, rolę podejścia porównawczego w wycenie retrospektywnej, rozróżnienie pomiędzy zwykłymi badaniami marketingowymi a badaniami wykonywanymi w celach eksperckich oraz wykorzystanie oficjalnych zapytań do wyspecjalizowanych przedsiębiorstw. Szczególną uwagę zwraca się na porównywalność ofert cenowych kształtowanych w ramach różnych systemów podatkowych. Zaproponowano podejście metodowe w celu wykazania wpływu podatku VAT, daniny wojskowej, opodatkowania uproszczonego oraz kosztów logistycznych na ostateczną cenę towarów w warunkach roku 2026. W artykule stwierdzono, że w celu zwiększenia wiarygodności wniosków ekspertów ceny należy albo dobierać w tych samych ramach podatkowych, albo sprowadzić do wspólnej bazy porównawczej z jasnym wyjaśnieniem metodologicznym.

Słowa kluczowe: ekspertyza towarowa, wartość rynkowa, opodatkowanie, przedsiębiorcy indywidualni, podatek VAT, podejście porównawcze, badania marketingowe, wycena retrospektywna, przedsiębiorstwa wyspecjalizowane, koszty logistyczne.

Надійшла до редколегії:
24.03.2026 / **Рецензовано**
19.04.2026 / **Прийнято до друку** 29.04.2026
/ **Доступно онлайн**
30.05.2026

Приклад цитування:

Чабанець, Т., Макарець, А., (2026). Визначення ринкової вартості товарів у товарознавчій експертизі: маркетингове дослідження, пошук цінової інформації, податкові чинники та співставність цінових пропозицій *Архів кримінології та судових наук*. 1 (13). 182-187. DOI: <https://doi.org/10.32353/acfs.13.2026.17>