

4. Науменко В. П. Митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні / В. П. Науменко, Л.В.Пашко, В. А.Русков. - Київ, - 2004. - 420 с.
5. Мостовій А.С. Зміни в митному праві Європейського Союзу А.С.Мостовой // Митна справа №5(47), - 2006. - С. 33 - 37.

УДК: 330.3

Сиренко С.С.

ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОГО ИСКУССТВА КАК РЫНКА ИНВЕСТИЦИЙ

Постановка проблемы. В современном мире, особенно в странах с развитой экономикой, произведения искусства становятся одним из видов вложения инвестиций и накопления капитала. Наряду с такими распространенными ликвидными активами как акции, облигации, банковские металлы и другие активы, определенные произведения искусства становятся надежным убежищем для капитала.

Мировая практика показывает, что многие крупные корпорации и частные бизнесмены вкладывают свободные средства с целью их сохранения и преумножения в произведения искусства.

Поскольку в Украине рынок изобразительного искусства развивается очень слабо в силу нестабильной экономической ситуации, слаборазвитого среднего класса предпринимателей, концентрации основных ресурсов страны в руках ограниченного круга лиц, представляющих олигархические кланы, а потенциал художественного рынка и наличие произведений искусства, которые могли бы выступать в роли ликвидных активов, велик, данная тема является актуальной.

Анализ последних исследований и публикаций. Говоря о культуре в целом можно исходить из общепринятого мнения, что культура представляет собой специфическую форму бытия, возникновение, существование и изменение которой связано с человеком и определено его деятельностью. Культура — это особая среда, которая непосредственно окружает и в которой живет человек, нередко ее называют «второй природой», подчеркивая сотворенность этой среды человеческого бытия. На первый взгляд эта «вторая природа» отделяет человека от естественных сил и предметов, с другой стороны она связывает его с ними, представляя природные явления в преобразованном виде, т.е. изменившими свою форму и природную сущность.

На протяжении многих веков ведется обсуждение вопроса, является ли исключенность человека из естественного природного бытия благом или злом. Представители различных направлений философии, таких как кинического направления античной философии, философии Нового времени, Руссо и его многочисленные сторонники, с древних времен и до наших дней считаю, что культура сделала человека несчастным, обременив его тяготами, неравенством, социальными бедами. Тем не менее, даже самым радикальным критикам культуры ясно, что вне культуры не только невозможно бытие человека, но и он сам как особая сущность.

Одно из распространенных определений культуры состоит в том, что ее рассматривают как мир воплощенных ценностей. Именно ценностей, а не полезностей. Создавая культурные ценности, человек руководствуется не созданием предметов, составляющих полезность для его биологического существования, а созданием духовного, художественного мира, через который человек реализует свою особую сущность, в основе

которого лежит дифференциация отношения к процессу деятельности и ее результатам, основанная на различии добра и зла, истинного и ложного, прекрасного и безобразного, т. е. всего того, что мы называем ценностями и антиценностями. Человек выступает создателем ценностей, опредмечивая их и, тем самым, создавая возможность накопления и передачи ценностей культуры последующим поколениям.

А. Долгин писал, что культура как комплексная коммуникативная сфера остается предназначенной для всех и выполняет функцию инженерии для искусства. Кроме этого он подчеркивает, что вне профессионального круга, для широких масс культура — это сфера чистого удовольствия, релаксации, область непринужденного выбора [1].

Направление «экономика культуры» в экономической теории зародилось только во второй половине XX века. Основателем экономики культуры считается нобелевский лауреат У. Баумоль, который в 1966 году вместе с У. Боуэном опубликовал работу «Исполнительские искусства: экономическая дилемма» [2]. В своей работе авторы продемонстрировали тот факт, что в большинстве случаев, издержки, связанные с осуществлением своей творческой, профессиональной деятельности организациями, связанными с культурой и искусством, существенно превышают их доходы, и этот разрыв может быть компенсирован исключительно за счет частных и общественных пожертвований. Так же они подчеркнули, что данная ситуация является основательной для большинства творческих отраслей.

Проблемами оценки предметов изобразительного искусства занимались различные зарубежные ученые. Наиболее известны позиции таких авторов как В. Гоецмана, Б. Фрея и Р. Эйшенбергера, Д. Мэя и М. Мозеса и др.

Среди ранних исследований в данной области необходимо выделить труды Т. Скитовски, впервые доказавшего необходимость изучения всестороннего влияния культурной сферы на различные аспекты жизни общества.

В процессе потребления, культурные ценности приобретают форму культурных благ, которые, в свою очередь, как любой товар, обладают покупательной способностью и имеют свою рыночную стоимость.

Как же определить стоимость культурных ценностей и в частности произведений изобразительного искусства. Из чего складывается инвестиционная привлекательность, какие факторы влияют на ее изменение, кто диктует правила рынка изобразительного искусства? На эти и другие вопросы, связанные с оборотом произведений искусства на арт-рынке, до сих пор не найдены однозначные ответы.

Цель статьи. Выявить факторы, влияющие на формирование арт-рынка как рынка инвестиций.

Изложение основного материала исследования. На первоначальном этапе развития рыночной экономики накопленный капитал, как правило, направляется на развитие бизнеса, и лишь достигнув определенного объема, он начинает трансформироваться в другие формы вложений, в том числе и в произведения искусства. Появляются меценаты, готовые вкладывать средства в определенных художников, выкупая их произведения по относительно низким ценам, а затем, учитывая определенные факторы, реализовывают данные произведения по более высоким ценам, тем самым наращивая свой капитал.

Анализируя факторы, влияющие на формирование инвестиционной привлекательности произведений изобразительного искусства, среди прочих можно выделить следующие: процесс ценообразования и включенность произведений искусства в коммуникативное пространство.

На сегодняшний день наименее изученной и теоретически необоснованной проблематикой в области экономической теории отрасли культуры в целом и в изобразительном искусстве непосредственно, остается вопрос ценообразования. В мировой экономической литературе нет ни одного до конца отработанного и описанного механизма исследования процесса формирования цены на предметы изобразительного

искусства. Данная ситуация связана еще и с тем, что само направление «экономика культуры» в экономической теории зародилось только во второй половине XX века.

В области экономики культуры принципиальное внимание зарубежные и отечественные исследователи отводят вопросам различия в ценообразовании на рынке исполнительских искусств и на рынке предметов изобразительного искусства. При этом предметы изобразительного искусства являются идеальным объектом для анализа практики ценообразования на рынке предметов искусства. Вероятно, прежде всего, инвестиционная составляющая делает рынок предметов изобразительного искусства привлекательным для экономического анализа.

Кроме того, в отличие от рынка литературы, кино или популярной музыки, которые обеспечены массовым спросом, рынок предметов изобразительного искусства представляется особенно привлекательным с точки зрения инвестирования в силу уникальности предлагаемой продукции. Именно поэтому механизм ценообразования на рынке изобразительного искусства очень сложный и тонко организованный. Большинство методов экономического анализа не применимы к определению стоимости товара на арт-рынке. Говоря об арт-рынке, мы, прежде всего, подразумеваем рынок произведений изобразительного искусства. Это закономерно, поскольку арт-бизнес нетипичный бизнес, а художественный товар очень специфический. Цена, уплачиваемая покупателем за предмет изобразительного искусства, существенно отличается от издержек, понесенных автором на его создание. Кроме того, рыночная цена произведения искусства и всякого предмета воплощения духовной культуры вовсе не отображает его духовной ценности. Быть более востребованными на рынке и, как следствие, иметь более высокую стоимость, могут далеко не лучшие произведения искусства, а те, которые наиболее соответствуют стандартам, сформированным массовой культурой в виде модных тенденций и пришлись по вкусу широкой публике. Говоря другими словами, цена на предметы изобразительного искусства существенно зависит от уровня сформированных потребностей на получение данного вида благ.

Как указывал в своей статье «Теоретические основы процесса ценообразования на рынке предметов изобразительного искусства» Кукушкин Н.В., в настоящее время по теории экономики культуры существует два принципиально различных метода ценообразования на предметы изобразительного искусства. Одним из этих методов предполагает, что для предметов изобразительного искусства невозможно наличие постоянной, фундаментальной цены. Цена спроса постоянно колеблется между минимальной и максимальной, при этом один из участников рынка, будь то эксперт, коллекционер или автор, не могут точно сказать, высока ли рыночная оценка или нет. Спрос подвержен сильным колебаниям и зависит от желаний инвесторов и богатых коллекционеров. В связи с этим, динамика рыночных цен на предметы изобразительного искусства практически не предсказуема и не поддается прогнозированию следуя обычным экономическим законам.

Кукушкин Н.В. отмечает и другой метод ценообразования на предметы изобразительного искусства, который также не отрицает, что рыночная оценка этого произведения зависит от оценки, выставленной рынком в гораздо большей степени, чем от фактически понесенных затрат. Однако, благодаря тому, что эти оценки признаны рынком, может быть определена фундаментальная цена предмета изобразительного искусства. Уровень рыночных цен может дать необходимую информацию о «равновесном» значении цены, кроме этого, цена предметов изобразительного искусства должна быть связана с ценой других активов [3].

В вопросах о ценах на искусство А. Долгин писал, что рынок без информативных цен — это несуразность, и факт необъяснимости цены на искусство является отправной точкой для ревизии существующей концепции и стимулом для ее модернизации. Он подчеркивал, что разница между классическим товарным рынком и рынком продуктов искусства усматривается в том, что во-первых, творческие усилия не нормированы,

покупателю они неизвестны и не видны. Во-вторых, культурная продукция уникальна и мало с чем сравнима. И, в-третьих, формат передачи потребительского опыта в искусстве не налажен.[1]

Каким же образом формируется спрос на предметы изобразительного искусства и как, исходя из этого, формируется цена на них?

Рассмотрим некоторые примеры. Как описывает в своей статье Кукина З., в 2002 году американский коллекционер Адам Сендер купил картину Джона Каррена «Рыбаки» за 100 тыс. дол. США. Через два года Сендер продал ее за 1,4 млн. дол. США. Стоимость картины выросла на 1400% в то время как акции Apple за тот же период поднялись на 222% (с \$8,41 до \$27,3 за акцию). Работы Жан-Мишеля Баския (самого дорогого художника современного искусства на сегодняшний день) в 1982 году можно было купить за 2,5 тыс. дол.США. В прошлом году его картина «Без названия» ушла за 20,2 млн. дол. США [4].

Какие движущие силы диктуют правила на арт-рынке изобразительного искусства? Что явилось первопричиной столь стремительного всплеска цен на работы современных художников? Ответ лежит на поверхности.

Дело в том, что последние 20 лет мировая экономика претерпевает значительные изменения. На лидирующие позиции по росту ВВП вышел Китай. По показателям прошлого года он уступал только США.

Как считают эксперты, подъем Китая в качестве основного игрока капиталистической мировой экономики может стать одним из самых значительных событий первой половины двадцать первого века. После более двух десятилетий неизменно быстрого экономического роста Китаю в настоящее время принадлежит — если учитывать паритет покупательной способности — 12% мирового производства, и он выступает в качестве второй по величине экономики в мире. Китай превратился в центр мирового промышленного экспорта и играет важную роль в финансировании дефицита текущего счета США [5].

Кукина З. в своей статье отмечает, что КНР также претендует на звание самого доходного аукционного центра в мире. Однако, Китайский арт-рынок - это не единственный динамично развивающийся рынок арт-торговли. Нельзя оставлять без внимания и рынок изобразительного искусства Латинской Америки. Цены на работы художников этих стран будут продолжать расти во всем мире [4]. По мнению аналитиков, также нельзя оставлять без внимания рынок произведений искусства художников постсоветских стран.

Анализируя данную информацию, становится понятно, что в связи с изменениями, которые претерпела мировая экономика, в Китае, Латинской Америке, России, Украине и других странах постсоветского пространства появились новые миллионеры и миллиардеры, которые готовы вкладывать деньги в произведения искусства современных художников – соотечественников. Рост их капиталов подталкивает новых олигархов искать новые инвестиционные направления, и предметы современного изобразительного искусства, как показывает практика, очень привлекательны с точки зрения капиталовложений.

Украинская художественная школа очень сильна. Постоянно появляются новые имена и произведения, достойные мирового признания. Однако, мировой арт-рынок для них остается пока закрыт.

В этой ситуации особые надежды в плане продвижения работ наших художников на мировой рынок возлагаются на арт-дилеров. Именно они являются связующим звеном между производителем - художником и потребителями данных благ - коллекционерами, создают добавочную стоимость работ, формируя спрос на предметы изобразительного искусства, продвигая их всеми возможными методами коммуникаций, повышая интерес у потребителей данных благ, путем создания образа престижности и причастности к «вечному».

Формирование объективной цены на предметы изобразительного искусства, как правило, осуществляется путем аукционной торговли. Уже тот факт, что известные аукционные дома выставляют работу художника на продажу, говорит о ее инвестиционной привлекательности.

Важную роль в вопросах создания цены на предметы изобразительного искусства играют художественные эксперты, в роли которых выступают сотрудники государственных музеев, аукционных домов, частных галерей. К сожалению, как отметил управляющий директор Skate's Art Market Research Сергей Скатерщиков, аутентификация произведений искусства построена на устаревших знаниях и не отвечает современным требованиям рынка [6].

В связи с этим, аукционные дома с мировым именем очень осторожно относятся к произведениям русских художников, акцентируя внимание на наличие высококлассных копировальщиков на постсоветском пространстве, работы которых практически невозможно отличить от оригиналов. Несмотря на эти факты, интерес со стороны зарубежных аукционных домов к работам украинских и русских художников постоянно возрастает, и, следовательно, повышается их рыночная цена.

И все же, как определить, что цена, установленная аукционным домом на предмет изобразительного искусства, справедлива? Для определения справедливости цены применяются различные художественные индексы цен.

Кукушкин Н.В. акцентирует, что на данный момент существует, по меньшей мере, 4 подхода к формированию индекса цен на предметы изобразительного искусства:

- индексы, отражающие субъективные суждения экспертов;
- индексы, основанные на регрессии повторных продаж;
- индексы, базирующиеся на методологии «среднего» предмета изобразительного искусства;
- индексы, основанные на гедонистической регрессии.

Большинство художественных индексов цен основано на следующей типичной модели:

$$P_{i,t} = p_i + p_t + y_{i,t}, \text{ где}$$

$P_{i,t}$ – цена i -го проданного предмета изобразительного искусства в t -ом году;

p_i – цена уникальных и неизменных характеристик предмета изобразительного искусства;

p_t – совокупное изменение цены на предмет изобразительного искусства во времени;

$y_{i,t}$ – погрешность, связанная с уникальными характеристиками предмета изобразительного искусства.

Анализ показывает, что принципиальное различие художественных индексов цен заключается в следующем:

- рассматривается ли компонент p_i , как совокупность определенного количества гедонистических характеристик (x_i), с помощью которой можно управлять регрессией;
- рассматривается ли компонент p_i , как параметр, которым нужно управлять. [3]

Рассматривая предметы изобразительного искусства с точки зрения инвестиционной привлекательности, инвесторы в обязательном порядке отслеживают изменение художественных индексов цен. Как описывает в своей статье Завьялова К. основным барометром арт-рынка служит семейство индексов Mei Moses, которые отражают доходность по ценам на предметы искусства на аукционах. Расчеты этих индексов осуществляет американская компания Beautiful Asset Advisors (BAA), которая публикует данные по их динамике в открытом доступе. Согласно пресс-релизу BAA, за 2011 год индекс доходности мирового арт-рынка Mei-Moses World All Art вырос на 10,2%. Для сравнения, индекс фондового рынка США, S&P 500, за этот период прибавил лишь 2%. Более того, данные по индексу Mei-Moses World All Art за долгосрочный период свидетельствуют, что он постоянно опережал рынок акций с 2000 года [7]. Однако,

несмотря на то, что по выводам аналитиков в последние годы рост художественных индексов цен семейства Mei Moses значительно превышает рост индексов цен на «классические» активы – акции и облигации, существует ряд факторов, которые подтверждают более высокий риск при инвестировании в предметы изобразительного искусства. К ним относятся непрозрачность ценообразования и, как следствие, более низкая ликвидность предметов изобразительного искусства.

Выводы. Таким образом, можно сделать вывод, что на предметы изобразительного искусства, как и на любой товар, стоимость определяется наличием спроса и предложения. Предложения на рынке изобразительного искусства ограничены, учитывая уникальность данного вида товара. Это, в свою очередь, могло бы играть на повышение его рыночной стоимости и, как следствие, инвестиционной привлекательности. Однако, беря во внимание тот факт, что и спрос на рынке изобразительного искусства ограничен определенной группой людей, проявляющих интерес к данному виду искусства и имеющих свободный капитал, требующий вложений, формирование стоимости на предметы изобразительного искусства напрямую зависят от формирования спроса на них.

Кроме этого, рассматривая предметы изобразительного искусства как объект инвестиций, необходимо учитывать тот факт, что содержащаяся в нем эстетическая и духовная ценность создает дополнительные индивидуальные культурные блага для каждого конкретного потенциального инвестора, чего нельзя сказать о «классических» активах, нацеленных только на выполнение функции приумножения. Личная оценка этих дополнительных культурных благ инвестором в итоге и будет влиять на формирование конечной цены на предмет изобразительного искусства. Еще одним направлением в преобразовании рынка изобразительного искусства, которое нельзя сбрасывать со счетов, является изменение его систем коммуникаций и активизация работы данного рынка в виртуальной глобальной системе он-лайн торговли. Эти преобразования откроют доступ к рынку изобразительного искусства более широкому кругу потребителей, позволят им активно принимать участие в работе арт-рынка и, таким образом, существенно влиять на тенденции в ценообразовании.

Рынок предметов изобразительного искусства и в дальнейшем будет претерпевать существенные изменения в направлении создания рынка потребительского изобразительного искусства, нацеленного на более широкую аудиторию успешных и образованных представителей среднего класса, которые постепенно от просмотра картин перейдут к их приобретению и сменят статус посетителя на статус покупателя.

Аннотация

Статья посвящена проблемам ценообразования на предметы изобразительного искусства, выявлению факторов, влияющих на его формирование как рынка инвестиций, изучению основных принципов работы на арт-рынке по формированию стоимости художественных произведений, процессу преобразования рынка изобразительного искусства. В статье акцентируется внимание на некоторых факторах, влияющих на формирование инвестиционной привлекательности арт-объектов, основными из которых являются экономический фактор, состоящий в раскрытии процесса формирования рыночной стоимости на предметы изобразительного искусства путем формирования потребности на данные виды благ, а также коммуникационный фактор, который включает в себя все методы продвижения художника и его произведения на арт-рынке с целью повышения спроса. Автор акцентирует внимание на происходящих изменениях на арт-рынке изобразительного искусства, смещении акцентов на инвестиционную привлекательность предметов изобразительного искусства, включение в новые системы коммуникаций с целью расширения доступа к рынку изобразительного искусства более широкого круга потребителей.

Ключевые слова: арт-рынок, ценообразование, изобразительное искусство, инвестиционная привлекательность, культурные ценности.

Анотація

Стаття присвячена проблемам ціноутворення на предмети образотворчого мистецтва, виявленню чинників, що впливають на його формування як ринку інвестицій, вивченню основних принципів роботи на арт-ринку по формуванню вартості художніх творів, процесу перетворення ринку образотворчого мистецтва. У статті акцентується увага на деяких чинниках, що впливають на формування інвестиційної привабливості арт-об'єктів, найбільш важливими з яких є економічний чинник, що полягає в розкритті процесу формування ринкової вартості на предмети образотворчого мистецтва шляхом формування потреби на ці види благ, а також комунікаційний чинник, який включає усі методи просування художника і його твору на арт-ринку з метою підвищення попиту. Автор акцентує увагу на змінах, що відбуваються, на арт-ринку образотворчого мистецтва, зміщенні акцентів на інвестиційну привабливість предметів образотворчого мистецтва, включення в нові системи комунікацій з метою розширення доступу до ринку образотворчого мистецтва більш широкого кола споживачів.

Ключові слова: арт-ринок, ціноутворення, образотворче мистецтво, інвестиційна привабливість, культурні цінності.

Summary

The article is devoted to the problem of pricing on the objects of fine arts, identifying factors that influencing its formation as the investment market, the study of basic principles of work on the art market on the formation of the value of artistic works, the process of market transformation of fine art. The article focuses on some of the factors affecting the formation of investment attractiveness of the art facilities, the main of which are the economic factor, consisting in the disclosure of the process of formation of market value on the fine art by forming demand for these types of benefits, as well as the communication factor, which includes all methods of promoting the artist and his works on the art market with the purpose of increasing demand. The author focuses on occurring event of changes in the art market of fine arts, the shift in emphasis on the investment attractiveness of fine art, the inclusion of a new communications system for the purpose of expansion of access to the market of fine art wider range of consumers.

Key words: art market, pricing, visual arts, investment attractiveness, cultural values.

Список используемой литературы:

1. Долгин А. Прагматика культуры [Электрон. ресурс]/ А.Долгин. – Режим доступа : http://www.ruthenia.ru/logos/number/2002_02/06.htm. – Название с экрана.
2. Baumol W., Bowen W. Performing Arts: The Economic Dilemma/ W. Baumol, W. Bowen - New-York: The Twentieth Century Fund.- 1966. Y
3. Кукушкин Н.В. Теоретические основы процесса ценообразования на рынке предметов изобразительного искусства [Электрон. ресурс]/ Н.В.Кукушкин. - Режим доступа: <http://www.e-rej.ru/Articles/2007/Kukushkin.pdf>.
4. Кукина З. Деньги в прекрасное/ З. Кукина// Инвест газета. – 2013. - № 44. – С. 21-23.
5. Миньци Ли Китай и будущее мировой капиталистической экономики [Электрон. ресурс]/ Миньци Ли. - Режим доступа: http://scepsis.net/library/id_2376.html. – Название с экрана.
6. Скатерщиков С. Шесть трендов арт-рынка [Электрон. ресурс]/ С. Скатерщиков. - Режим доступа: <http://pbwm.ru/outlook-2013/shest-trendov-art-rynka>. – Название с экрана.
7. Завьялова К. Экзотика на рынке инвестиций [Электрон. ресурс]/ К. Завьялова. - Режим доступа: <http://f.rbc.ru/recommendation/pif/2012/09/27/215627.shtml>. – Название с экрана.