

В. А. Колычева

РЫНОК ПРОИЗВЕДЕНИЙ ИСКУССТВА

теоретико-экономический анализ

Монографическое обследование рынка
произведений искусства как нового массового феномена

Рынок произведений искусства
как альтернативный
инвестиционный рынок

Теоретические основы
и специфика статистического анализа
факторов ценообразования
на рынке произведений искусства



• ПРОСПЕКТ •

Валерия Колычева

**Рынок произведений искусства:
теоретико-экономический анализ**

«Проспект»

Колычева В. А.

Рынок произведений искусства: теоретико-экономический анализ /
В. А. Колычева — «Проспект»,

ISBN 978-5-39-213840-1

Предлагаемое издание представляет собой монографию, посвященную исследованию нового массового феномена – рынка предметов искусства, описанию его специфики и особенностей, а также обоснованию логики и техники экономико-статистического анализа, имеющего целью выявление закономерностей ценообразования на данном рынке. В работе детально изучена структура рынка произведений искусства с акцентом на аукционной торговле как ключевом звене арт-рынка. Особое внимание уделено подтверждению инвестиционной привлекательности художественного рынка. Проведен сравнительный анализ международного и отечественного рынков памятников искусства; доказана исключительная перспективность последнего. Подробно описаны общие тенденции развития исторической практики ценообразования на рынке предметов искусства, классифицированы ценообразующие факторы. Впервые разграничены функции базовых экономических категорий и основных статистических показателей на арт-рынке; обоснован подход к художнику как к фирме, состоящей из одного человека. Информационную базу исследования составили данные, предоставляемые общепризнанными коллекторами аналитических сведений на художественном рынке, а именно: ведущими аукционными домами Christie's и Sotheby's, компаниями Akoun, Artnet, Artprice, специализирующимися на оценке памятников. Книга предназначена для научных и практических работников, интересующихся проблемами рынка произведений искусства и протекающих на нем процессов, а также для преподавателей, аспирантов, студентов.

ISBN 978-5-39-213840-1

© Колычева В. А.

© Проспект

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	7
Глава 1	9
1.1. Монографическое обследование рынка произведений искусства как нового массового феномена	11
1.2. Рынок произведений искусства как альтернативный инвестиционный рынок	18
Конец ознакомительного фрагмента.	24

В.А. Колычева
Рынок произведений искусства:
теоретико-экономический анализ
Монография



[битая ссылка] ebooks@prospekt.org

ВВЕДЕНИЕ

«В разгар самой количественной эры в истории человечества, когда на любую сторону жизни и любое человеческое пристрастие накапливаются столбики цифр, искусство становится одной из сфер, которая представлена самыми крупными числами» (цит. по: [Вельтус, 2008, с. 39]). Стоит заметить, что само направление анализа – экономика культуры и искусства – зародилось совсем недавно, лишь во второй половине XX в. Основателем культурной экономики можно считать нобелевского лауреата У. Баумоля. В 1966 г. совместно с У. Боуэном им был опубликован труд «Исполнительские искусства: экономическая дилемма» [Baumol, Bowen, 1966]. Авторы показали, что издержки организаций, занимающихся искусством, традиционно превышают их доходы. Данный разрыв может быть компенсирован лишь за счет государственной, общественной или частной благотворительности, подобная же ситуация является не случайной, а закономерной для большинства творческих организаций.

Однако уже в 1980-х гг. зарубежными исследователями было доказано, что, несмотря на необходимость регулярной финансовой поддержки сферы культуры государством, организации, связанные с искусством, приносят свои дивиденды. Во-первых, выяснилось, что около четверти государственных субсидий культурным организациям прямо либо косвенно возвращается государству. Во-вторых, оказалось, что наличие подобных организаций в регионе способствует его инвестиционной привлекательности, результатом чего становятся развитие других областей экономики, создание новых рабочих мест и решение социальных проблем (цит. по: [Шекова, 2006, с. 8–9]).

Итогом подобного открытия явилось существенное увеличение доли организаций, занятых в сфере культуры и искусства, в развитых странах в 1990-е гг. Так, например, в самом конце века вклад творческих отраслей в национальный продукт Великобритании превысил 4 %, оставив позади «взносы» любой из отраслей британской промышленности (цит. по: [Лукиша, 2003, с. 69]).

К 2000 г. количество занятых в культурной сфере Германии выросло за пять лет на 21 %, в то время как общий рост занятости страны составил лишь 1,5 %. При этом совокупный оборот немецкой сферы искусства за аналогичный период увеличился на 20 %, что почти вдвое опередило общий рост народохозяйственного оборота (11 %) (цит. по: [Хлебников, 2003, с. 82]).

В свете вышесказанного может показаться удивительным, что в настоящее время до сих пор нет единой или хотя бы доминирующей гипотезы в области ценообразования на арт-рынке, вместе с тем необходимость именно теоретического анализа принципов оценки произведений искусства сегодня особенно своевременна.

Художественный рынок – один из весьма перспективных инвестиционных секторов экономики. Свидетельством этому являются рекордные цены на предметы искусства, регулярно фиксируемые торгами мировых аукционных домов. Кроме того, современный художественный рынок составляет быстроразвивающуюся часть товарного рынка. Одновременно в отличие от других культурных рынков, например, «от рынка литературы или популярной музыки, которые обеспечены массовым спросом, рынок живописи или скульптуры представляется особенно притягательным в силу уникальности производимой им продукции» [Бикбов, 2004, с. 57]. Вследствие этого отправной точкой изучения арт-рынка становится именно процесс ценообразования на нем, так как традиционно «успех на рынке искусства измеряется ростом цен, а не объемом продаж» [Вельтус, 2008, с. 45].

Очевидно, что современный художественный рынок нашей страны находится на начальном этапе своего цивилизованного развития, при этом ориентиром его движения выступает практика мирового арт-рынка. Отсюда вытекает задача формирования универсальных правил

арт-бизнеса. В первую очередь разработка единых принципов определения цены на произведение искусства нужна для принятия решений игрокам художественного рынка – государственным и частным музеям, инвестиционным фондам, коллекционерам. Также без изучения этапов становления и развития арт-рынка будет неполной картина современной мировой рыночной системы, значительной и постоянно развивающейся частью которой выступает сегодня художественный рынок. Наконец, предметы искусства являются важнейшей неотъемлемой составляющей национального богатства любого государства.

Последняя причина особо актуальна для Российской Федерации, ведь именно памятники искусства составляют самую дорогостоящую часть национального достояния страны – национальные сокровища, а значит, задают вес экономики каждого государства в системе мировой экономики. Нашей стране необходимо объективное определение ценности культурного наследия для действенной оценки подлинного вклада России в систему мировой экономики в целом и ее инвестиционного потенциала в частности. Кроме того, опыт многих государств подсказывает, что успешное долгосрочное экономическое развитие страны невозможно без наличия развитой сферы культуры и искусства.

Отдельно следует подчеркнуть исключительные потенциальные перспективы культурной сферы России, вполне сопоставимые с ресурсами материального производства и даже в чем-то превосходящие их. Важнейшая особенность деятельности в искусстве состоит в том, что лишь в этой области возможно создание бессмертных духовных ценностей, не подвластных, в отличие от результатов труда материального производства, ни временным, ни инфляционным процессам и являющихся при этом вещественным средством накопления. Общеизвестно, что только количество памятников (без какой-либо оценки их культурного и духовного вклада в мировую историю искусства), находящихся на территории России, во много раз превосходит аналогичные «запасы» любой другой страны. Это позволяет исходить из самого оптимистического прогноза относительно актуальности и приоритетности выбранной для изучения темы – оценки произведений искусства.

Глава 1

РЫНОК ПРОИЗВЕДЕНИЙ ИСКУССТВА КАК ОБЪЕКТ ЭКОНОМИКО- СТАТИСТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Котировка импрессионистов. Ренуары понижаются.

Отсутствие спроса на сислеев.

Цена нескольких предложенных писсарро и одного сезанна снизилась на 10 %.

Никакого рынка для виньонов. С трудом идут монет.

А. Воллар

Сегодня уже ни у кого не вызывает сомнения, что недавние антагонисты – сфера экономики и сфера культуры и искусства – тесно взаимосвязаны. Однако их взаимодействие по целому ряду причин до сих пор остается наименее исследованным и недостаточно обобщенным процессом. Важнейшим вопросом, стоящим перед аналитиками нового общественного явления, становится следующий: как оценить основные блага культурной области – произведения искусства?

Возможности однозначного ответа на поставленный, казалось бы, сугубо экономический, вопрос противостоит многоплановость гуманитарной тематики проблемы определения цены в искусстве. Это обуславливает необходимость проведения анализа с позиций междисциплинарного подхода в тандеме сразу двух составляющих: количественной – экономической и качественной – эстетической. В этих условиях именно статистический метод, располагающий эффективными приемами анализа как количественных, так и атрибутивных признаков, может стать перспективной основой экономико-эстетического изучения художественного рынка.

Настоящая работа является первой попыткой применения статистических методов в анализе особенностей функционирования рынка памятников искусства. Общеизвестно, что классическое статистическое исследование состоит всего из трех этапов: массового наблюдения, сводки и группировки результатов проведенного наблюдения, анализа полученных обобщающих показателей. Очевидно, что от возможностей приложения методик каждого из этапов изучения к избранному массовому явлению напрямую зависит достоверность итогов всего исследования в целом.

Сложность применения статистического аппарата по отношению к рынку предметов искусства проявилась уже на первом этапе исследования, выявив характерную специфику изучения художественного рынка – особенности его информационного обеспечения. В полной мере можно утверждать, что оценка точности имеющейся в распоряжении арт-аналитика статистической информации является дополнительным этапом проведения массового исследования. Приведем пример. В подавляющее большинство рейтингов, посвященных наиболее дорогим произведениям русских художников, внесены работы Ротко, Сутина, Лемпицки и др., что с точки зрения истории искусства является в корне неверным: указанные мастера родились в России, однако все памятники, созданные ими, были выполнены на территории других стран. Суммарное количество подобных «ошибок» в различных статистических совокупностях, посвященных предметам искусства, оказывается весьма существенным. Однако выявленная особенность изучения арт-рынка не столько указывает на вынужденные временные издержки поиска исследователем статистически объективной информации, сколько на назревшую необходимость применения комплексной методологии в анализе сложных явлений, располагающей приемами как точных, так и описательных наук.

Спецификой второго этапа статистического изучения рынка предметов искусства явилась крайне значительная вариация важнейшего результативного признака – цены произведения: от нескольких сотен рублей за картины уличных художников до сотен миллионов долларов за работы великих мастеров. Возникла дилемма исследования – правомерно ли положение в основание группировки такого статистического признака, как цена памятника искусства? Логика работы исходила из положительного ответа на поставленный вопрос: насколько бы не варьировала статистическая оценка процесса ценообразования на предметы искусства, цена на них каким-то образом «назначается» рынком – на уличном вернисаже или на аукционных торгах. Это делает возможным не только количественный анализ показателей вариации цен на разные произведения, но и создает предпосылки для оценки качественных различий в искусстве.

Известной основой последнего, аналитического, этапа статистического исследования является допущение необходимой доли стохастичности – вынужденного пренебрежения частным ради обретения общего. Возникают вопросы: оправдан ли даже минимальный «отказ» от индивидуального на рынке, где каждый без исключения продукт уникален в своем роде? На что укажет среднее значение цен на предметы искусства? Достижимо ли нахождение единых закономерностей для арт-рынка? А именно – возможно ли установить зависимость цены памятника, например, от его стиля? Правомерно ли утверждение: чем формально больше картина, тем выше должна быть ее цена? Влияет ли возраст мастера на ценовой успех произведения? Ответы на эти и иные касающиеся особенностей статистического анализа художественного рынка вопросы будут раскрыты ниже. На данный момент возможно констатировать, что статистическое изучение рынка произведений искусства не останется «односторонним» процессом: использование аппарата массового исследования, предоставляющего аналитику комплекс количественных и качественных методов оценки, открывает реальную перспективу для освоения традиции изучения таких неоднозначных явлений, как художественный рынок; в свою очередь, применение статистического инструментария по отношению к сложному объекту исследования – памятнику искусства – создает фундамент для расширения и углубления возможностей анализа обобщающих показателей.

Таким образом, избранный массовый метод анализа предоставляет исследователю одновременно два возможных направления развития методик изучения рынка предметов искусства. В первую очередь статистические методы, подтверждая либо опровергая соответствие развития художественного рынка закономерностям изменения рынков, стохастически предсказуемых, поддающихся массовым прогнозам, задают коррективы общерыночным тенденциям. Одновременно границы применения статистического инструментария, неизбежно возникающие вследствие обращения к такому специфическому рынку, как рынок произведений искусства, создают возможности для наработки новых научных подходов в анализе малоизученных явлений.

Статистический ракурс исследования позволяет зафиксировать объективные множества сделок, совершающиеся на рынке предметов искусства: художественный рынок становится массовым, но, становясь массовым, сохраняет законы единичных продаж, а следовательно, и свои уникальные характеристики сложно предсказуемого психологического рынка. Сказанное позволяет отнести арт-рынок к первостепенному объекту изучения новой отрасли знания, требующей от исследователя владения широким спектром аналитических приемов, балансирующих на грани количественно точных ответов на качественно определенные вопросы.

Отмеченная специфика статистического изучения художественного рынка позволяет трактовать последний как новый массовый феномен, особенности функционирования которого задают субъективные количественные оценки предлагаемых благ участниками рынка.

1.1. Монографическое обследование рынка произведений искусства как нового массового феномена

Арт-бизнес – это экономическая деятельность по оценке и распространению предметов искусства. В своей первоначальной форме арт-бизнес зародился еще в далеком прошлом, сопровождая становление искусства как социально значимого и незаменимого института. На сегодняшний день данное понятие прочно вошло в жизнь современного западного общества, где наряду с различными видами рынков сформировался и механизм торговли предметами искусства – арт-рынок [Благосклонов, 2003].

В настоящее время большинство специалистов сходятся во мнении, что художественный рынок может быть разделен на два самостоятельных рынка – антикварного и современного искусства.

Л. Л. Шпаковской было проведено исследование *антикварного рынка произведений искусства*, а именно характеристик, позволяющих отнести предмет искусства к категории антиквариата. Важнейшими среди них оказались следующие: «старости – “вещи, выпущенные до революции”»; редкости (уникальности) – “до наших времен дошел один”, не серийности; связанности с исторической эпохой или с историческими событиями – “он представляет эпоху” – или с историческими, известными лицами – “вещи Цоя – это уже антиквариат”; невозможностью воспроизводства – “автор умер или владелец умер; завод, фабрика закрылась или перестала выпускать такие предметы”» [Шпаковская, 2000 (б), с. 102].

Исследование показало, что ключевым критерием антиквариата выступает категория времени – физического или исторического. Так, сегодня каждая новая устаревшая модель автомобиля стремительно теряет цену, тогда как ценность антикварных машин 1930-х гг. с каждым годом возрастает. История делает антикварными вещи, произведенные совсем недавно, как, например, платье принцессы Дианы (см.: [Шпаковская, 2000 (а), с. 68–69]).

Автор прослеживает изменение цены произведения, впоследствии ставшего антикварным. Жизнь любого предмета начинается с сугубо утилитарного контекста – он соответствует функциональным и эстетическим запросам времени. Однако заканчивается эпоха, рождаются новые художественные течения, приходит другая мода, появляются новации технического прогресса, и предмет утрачивает свой первый контекст использования – утилитарный. Происходит трансформация потребительской ценности, этап девальвации произведения искусства – когда старые вещи становятся некрасивыми, нестильными, нефункциональными. Следующий этап жизни предмета начинается с доминанты нового контекста – символического. Вещь начинает выполнять функцию создания эпохи, поддержания памяти. Таким образом, антикварный рынок оказывается главным посредником в процессе трансформации потребительской ценности произведения искусства (см.: [Шпаковская, 2000 (б), с. 102–103, 107]).

Рынок современного искусства представляет собой иерархию связанных друг с другом подуровней (см.: [Throsby, 1994, p. 5]), по отношению к которым карьера художника выглядит как последовательный переход от низших уровней к высшим. В свою очередь, игроки рынка пытаются спрогнозировать, какой именно художник с наибольшей степенью вероятности сможет совершить подобный переход и соответственно цены на его работы существенным образом возрастут (см.: [Throsby, 1994, p. 7]).

В этом случае разница между первоначальной стоимостью приобретения произведения и его последующей рыночной ценой выполняет функцию особого статусного символа, позволяющего участникам рынка демонстрировать значимость своего вклада в открытие художника. Так, С. Дженис, владелец известной художественной галереи послевоенного Нью-Йорка, отмечал в интервью, как сложно было продавать работы экспрессионистов, когда они впервые выставлялись в его галерее. Далее он подчеркивал, что сегодня стоимость работ каждого

художника, которого он выставлял, увеличилась по крайней мере втрое, а некоторые подорожали в восемь и десять раз (цит. по: [Вельтус, 2008, с. 49]).

На первичном художественном рынке представлены мастера, напрямую предлагающие свои работы покупателям; последними чаще всего выступают арт-дилеры (об этом: [Shubik, 2001, p. 1—10]). На вторичном рынке арт-дилеры продают через художественные галереи и салоны произведения, приобретенные на первичном рынке (об этом: [Singer, 1981, p. 39—57]). Особый рынок составляют аукционные дома с мировой известностью (см.: [Throsby, 1994, p. 5]). Этот рынок характеризуется существенной спецификой – открытостью информации о сделках с предметами искусства, что отличает его от первичного и вторичного рынков, для которых характерна неполнота и асимметрия информации (об этом: [Coffman, 1991, p. 83—94]). Таким образом, достоверное отслеживание структуры и динамики цен, обоснование их легитимности возможно лишь на основе аукционных продаж (об этом: [Candela, Scorcu, 2001, p. 219—231]; [Hutter, Knebel, Pietzner, Schafer, 2007, p. 247—261]).

Структура арт-рынка меняется на каждом уровне. Первичный рынок конкурентен: предложение со стороны начинающих мастеров значительно превосходит спрос, что удерживает цены на относительно низком уровне (об этом: [Santagata, 1995, p. 193—196]).

На каждом отдельном географическом сегменте вторичного рынка одновременно присутствует лишь небольшое количество художников. При этом средняя цена работы достаточно высока. Галереи и дилеры вторичного рынка обладают существенной рыночной властью, нередко условия контракта с художником обязывают последнего согласовывать каждую выставку своих работ с галереей, имеющей эксклюзивные права на продажу работ мастера. В таком случае галерея становится одновременным монополистом по отношению и к самому художнику, и к покупателю его работ (об этом: [Becker, 1982, p. 116]). Имеющаяся тенденция подкрепляется тем, что галереи, выставляющие наиболее именитых мастеров, привлекают к себе повышенное внимание как покупателей, так и других художников. Подобные игроки способны влиять на репутацию художника, а значит, и на предполагаемую ценность его работ (см.: [Throsby, 1994, p. 5]).

Потребительская политика галерей направлена на воспитание в каждом клиенте своего коллекционера. Для этого используются всевозможные рекламные ходы. Так, довольно часто работы художников выносятся из пространства галереи в нехарактерные для показа места – рестораны, бары, кафе. Ряд галерей знакомит потенциального покупателя с мастером, предлагает взять понравившуюся работу домой – присмотреться к произведению, осознать, подходит ли оно пространству дома. Согласно подсчетам английской *The Comme Ca Art Gallery*, в результате подобного эксперимента девять из десяти покупателей приобретают работу (см.: [Сахаров, 2005, с. 12]).

Аукционные торги – наиболее прозрачная форма купли-продажи предметов искусства. В сравнении с аукционными другие формы сделок носят очевидно закрытый характер, а цена на них устанавливается весьма субъективно. Так, реализация произведения через художественную галерею характеризуется определенной формой диктата цены со стороны галериста.

Важнейшей особенностью аукционных торгов является возможность в максимально сжатые сроки определить цену произведения, в то время как все прочие формы сделок арт-рынка носят достаточно протяженный во времени характер, что дает возможность повлиять на окончательную оценку памятника не объективно рыночным, т. е. не связанным напрямую с непосредственным фактом купли-продажи, факторам (см.: [Кукушкин, 2006, с. 168]).

Итоги аукционных торгов представляют собой самые точные оценки ценности различных предметов искусства. Аукционная цена устанавливается путем публичных торгов – ее уровень задается самими игроками рынка; найденная подобным методом цена может считаться объективной и справедливой, уравновешивающей спрос и предложение (см.: [Кукушкин, 2006,

с. 168–169]). Эффективность функционирования системы аукционных торгов является ключевым показателем развитости арт-рынка в целом.

Роль аукционной торговли на рынке произведений искусства. «Ценность вещи определяется не тем, сколько вы готовы за нее заплатить, и не тем, во сколько она обошлась производителю, – заметил профессор Йельского университета У. Л. Фелпс, – а тем, сколько за нее дадут на аукционе» (цит. по: [Тульчинский, Шекова, 2009, с. 202]).

Аукционная торговля произведениями искусства в настоящее время является прибыльной сферой экономики Европы и США. Исторически сложившаяся роль аукционного дома как посредника между продавцом и покупателем в настоящее время существенно усложнилась. Во второй половине XX в. окончательно сложилась модель торгов, ориентированная на широкую публику. Сегодня на художественном рынке аукционные дома выполняют функцию организатора торговли: чаще всего они имеют неизменное местоположение и проводят регулярные сессии на протяжении всего года. Особенность аукционной торговли заключается в существенных издержках, направленных на создание необходимого имиджа, определенной репутации, которые, в свою очередь, являются значительным входным барьером для новых участников рынка.

Аукционные торги классифицируются по форме и последовательности принятия ценовых предложений. Предложения цен могут поступать в письменной либо устной форме. В обоих случаях предложения принимаются частным или публичным образом. Стоит заметить, что игрок, сделавший ценовое предложение, может сохранить за собой право остаться неизвестным, при этом сама цена абсолютно во всех случаях является открытой. Последовательность ценовых предложений формируется по принципу понижения либо повышения цены. Однако известны торги, где все предложения принимаются одновременно. К настоящему времени сложились следующие виды публичных аукционных торгов.

На *английских* аукционах предложения цен принимаются в открытом порядке по принципу повышения с победой максимального ценового предложения. Противоположность английским аукционам представляют *голландские*. На них предложения цен принимаются в открытом порядке по принципу понижения с победой первого и чаще единственного ценового предложения.

Специфическим видом публичных торгов являются *японские* аукционы, правда, практически не распространенные за пределами самой Японии. Предложения цен на таких аукционах делаются открыто и одновременно всеми участниками; аукционист выбирает максимальное ценовое предложение, которое он услышал. Известны аукционные торги с закрытыми предложениями, на которых цены игроков также открываются одновременно; побеждает соответственно максимальное ценовое предложение (см.: [Смит, 2002, с. 45]).

Разновидностью аукционных торгов с закрытыми предложениями выступают аукционы «второй цены» (об этом: [Lucking-Reilly, 2000, р. 183–192]), на которых традиционно побеждает участник, предложивший максимальную цену, при этом он получает своеобразную скидку, выплачивая цену второго максимального ценового предложения (см.: [Klemperer, 1999, р. 229]).

Особым типом закрытых аукционных торгов являются «*дискриминационные*» аукционы, используемые для реализации объектов продажи, лотов, состоящих из более чем одной единицы товара. На таких аукционах представленные участниками заявки ранжируются от высшего ценового предложения к низшему, товар распределяется по заявкам согласно указанному порядку, до тех пор, пока не закончится. Подобные аукционы оправдывают свое название тем, что победители платят не равнозначную цену за аналогичное благо (см.: [Тульчинский, Шекова, 2009, с. 198]).

Наконец, законодательство ряда стран, например Франции, предполагает деление открытых аукционных торгов на добровольные и судебные. Если первые помогают собственнику рас-

статья со своим имуществом в результате личного решения, то вторые – на правовом основании (см.: [Назаревская, 2005, с. 26–28]).

Наибольшей известностью пользуются классические английские аукционные торги, или аукционы возрастающей цены. Абсолютное большинство мировых шедевров искусства было реализовано именно с помощью английского аукциона двумя наиболее старыми и прославленными аукционными домами – *Sotheby's* и *Christie's*.

Английские аукционные торги начинаются с минимального ценового предложения – *стартовой цены*. Игроки повышают цены своих субъективных предпочтений на шаг аукциона. В тот момент, когда остается лишь один участник торгов, готовый купить лот за названную цену, т. е. новые ценовые предложения от других игроков перестают поступать, памятник считается проданным с молотка. Стоимость произведения называется в таком случае *ценой удара молотка* (см.: [Ashenfelter, Graddy, 2011, p. 4]).

Продавцом на аукционе может быть любое физическое или юридическое лицо, обладающее правом собственности. Участие для покупателя также открыто – от личного присутствия до торгов по телефону. В случае если игрок не хочет афишировать свое участие в торгах, используется заочный бит – сумма, до которой покупатель готов торговаться (см.: [Игуменов, 2005, с. 133]).

Перед торгами каждое произведение проходит обязательную экспертизу: специалисты аукционных домов устанавливают интервал, в котором должна расположиться цена произведения искусства, – так называемый *эстимейт*. Эти две оценки, нижняя и верхняя границы интервала, представляются в каталоге перед торгами. Опубликованные границы интервала становятся основой для определения конечной цены произведения (об этом: [Ashenfelter, Graddy, 2002, p. 6]).

Аукционная практика доказывает, что данная интервальная оценка весьма точна: цена удара молотка большинства лотов приходится именно на середину указанного интервала. Тем не менее независимые исследования аукционных цен не раз подтверждали, что для аукционного дома *Christie's* характерна постоянная тенденция недооценки некоторых лотов, в то время как для *Sotheby's* — переоценки (цит. по: [Ashenfelter, Graddy, 2002, p. 32]). Более того, оба аукционных дома склонны к завышению цен наиболее известных лотов, полагая, что высокая оценочная стоимость ассоциируется у покупателей с высокой доходностью (см.: [Тульчинский, Шекова, 2009, с. 203]).

Аукционный дом, в случае если он сам не является собственником произведения искусства, представляет интересы продавца. При этом комиссия за проданные художественные предметы взимается как с покупателя, так и с продавца. Премия покупателя – это процент от цены продажи, который выплачивается покупателем аукционному дому. Как правило, размер премии покупателя составляет 10–17 %. В некоторых случаях покупатель вынужден заплатить еще 4–7 % от цены продажи за право следования автору или его наследникам – в течение 70 лет со дня смерти мастера. Наследники Пикассо, к примеру, живут за счет получения данных выплат. Комиссия продавца – это процент от цены продажи, который выплачивает аукционному дому продавец-собственник. Комиссия продавца приравнивается приблизительно к 10 % от цены молотка (см.: [Ashenfelter, Graddy, 2002, p. 6–7]).

Аукционный дом не получает ни премию покупателя, ни комиссию продавца, если произведение остается непроданным. В этом случае по причине того, что продавец понес определенные издержки по предоставлению предмета искусства на торги, аукционный дом выплачивает собственнику компенсацию за непроданное произведение. Сумма представляет собой процент от стартовой цены, назначенный продавцом. Ряд аукционных домов оставляет за собой право наложить запрет на попытку повторной продажи непроданного произведения в течение определенного промежутка времени. Также иногда выдвигается требование снижения будущей цены предмета искусства, если памятник не удастся продать с первого раза; в таком случае

произведение относят к «забракованным» (см.: [Ashenfelter, 1989, p. 27]). Необходимо заметить, что ни один памятник не может считаться фактически «бракованным», если покупатель имеет независимую субъективную оценку его ценности. Арт-практикой не раз доказано, что неудача на первом аукционе может никак не повлиять на более чем выгодную продажу произведения в будущем (об этом: [Ashenfelter, Graddy, 2002, p. 19–21]).

Таким образом, фундаментом модели деловой активности аукциона выступает комиссионный доход, который обеспечивает основной объем выручки для крупных аукционных домов (об этом: [Ashenfelter, Graddy, 2004, p. 1–26]). Одновременно при выставлении на торги общеизвестных мировых шедевров и продавцу, и покупателю обычно предоставляется существенная скидка. Также для постоянных покупателей либо покупателей, приобретающих произведения в особо крупных размерах, премия покупателя в индивидуальном порядке снижается. В последнее время наметилась тенденция к назначению не зависимой напрямую от цены молотка комиссии продавца, а устанавливаемой в индивидуальном порядке общения между собственником и аукционным домом. В ряде случаев продавцы полностью освобождаются от уплаты комиссионных процентов (об этом см.: [Ashenfelter, Graddy, 2002, p. 7]).

Характерная особенность аукционных торгов заключается в том, что произведение, проданное с молотка, не обязательно является проданным в традиционном понимании. Перед каждым торгами продавцом назначается минимально возможная цена продажи произведения – *резервная цена* (об этом: [Horstmann, La Casse, 1997, p. 663–684]). Соответственно если максимальное ценовое предложение торгов не достигает отметки резервной цены, то фактически памятник остается непроданным и называется снятым с аукциона (см.: [Ashenfelter, Graddy, 2011, p. 4]). В дальнейшем произведение может быть представлено на следующем аукционе, реализовано другим методом продажи и даже выкуплено самим аукционным домом (см.: [Ashenfelter, Graddy, 2011, p. 3]).

В ряде случаев резервная цена задается особым образом. Во-первых, если собственником предоставляется на аукцион несколько произведений или коллекция, то определяется «комбинированная» резервная цена, так как продажа собрания может быть растянута на несколько дней. Во-вторых, для некоторых произведений предусмотрена «плавающая» резервная цена, изменяющаяся в зависимости от динамики ценовых предложений и назначающаяся владельцем непосредственно в ходе торгов (см.: [Каменский, 1991, с. 22]).

Наконец, аукционными домами используется еще один вид оценки произведения – *блиц-цена* – стоимость, за которую продавец готов продать лот, не дожидаясь окончания торгов. Блиц-цена открыта для всех участников аукциона (см.: [Тульчинский, Шекова, 2009, с. 197]).

Своеобразной спецификой аукционных торгов является то, что сами продавцы могут выступать покупателями своих лотов. Через несколько лет, как правило, уже никто не помнит, кто купил тот или иной предмет искусства, в то время как – за сколько купил, помнят гораздо дольше – именно этот фактор может оказать существенное влияние на будущую продажу памятника.

Однако даже после удара молотка приобретенный памятник далеко не во всех случаях достается купившему его: аукционист оставляет за собой право аннулировать сделку. Наиболее часто встречающимися основаниями для признания аукционных сделок недействительными являются доказательства права третьих лиц на реализованный предмет искусства или несоответствия действительности истинных качеств произведения, заявленных при продаже (об этом: [Богуславский, 2005, с. 383–388]).

Также законодательство ряда стран, в первую очередь, Франции и Италии, отдает право приоритета покупки государственным музеям. Аукционные торги играют в таком случае формальную роль – музеи не имеют права приобретения произведения дешевле, чем оно может быть продано фактически (см.: [Богуславский, 2005, с. 382]; [De la Barre, Docclo, Ginsburgh, 1994, p. 168]).

Таким образом, если предмет искусства все же продан (пусть даже самому продавцу), то его *конечная цена* – это сумма цены удара молотка и премии покупателя.

Очевидно, что значение резервной цены содержит в себе важнейшую информацию об истинном представлении о ценности продаваемого произведения искусства самого собственника (см.: [Ashenfelter, Graddy, 2002, p. 29–31]). Знание резервной цены вполне может стать основой для сговора потенциальных покупателей (об этом: [Hendricks, Porter, 1989, p. 217–230]).

Наиболее популярен в аукционной практике «кольцевой сговор»: несколько игроков договариваются о прекращении повышения шага аукциона после принятия одним из них минимально возможной надбавки к значению стартовой цены. Искусственно аннулированная конкуренция позволяет «покупателям» получить произведение по минимальной цене. Далее они проводят между собой второй аукцион, так называемый «нокаут», который определяет конечного владельца памятника. Единственной защитой от подобного сговора являются большие аудитории, которым отдают предпочтение крупнейшие аукционисты. Вследствие значительного числа независимых покупателей, предопределяющих непредсказуемость хода аукциона, сговор становится практически невозможным (см.: [Каменский, 1991, с. 23]).

Безусловно, уважаемым аукционным домом никогда не разглашается, на каком уровне может быть зафиксирована резервная цена, а искусство аукциониста как раз заключается в том, чтобы открыть торги без какого-либо намека на значение резервной цены. Таким образом, для начала торгов аукционисту необходимо назвать какую-либо *цену* так сказать «с потолка». Однако и цена «с потолка» может легальным образом назначаться продавцом. Одновременно продавцу запрещено вступать в какой-либо сговор с аукционистом для получения желаемой цены удара молотка. В этом заключается «обязательное страхование» потенциальных покупателей от искусственно завышенной цены работы. В течение торгов каждое произведение, проданное с молотка, считается фактически проданным. Лишь после завершения торгов аукционистом открывается резервная цена. Исключения составляют иные установленные в законном порядке правила: так, законодательство США обязывает аукционистов при объявлении ценового предложения раскрыть, будет ли памятник продан фактически (см.: [Ashenfelter, 1989, p. 25]).

«Вероятно, честность, – утверждает известный исследователь аукционных торгов О. Ашенфелтер, – наиболее выгодная линия поведения аукционистов» [Ashenfelter, 1989, p. 34]. Действительно, аукционные дома имеют существенные причины сугубо рационального характера обеспечивать игроков точной информацией о сделках с предметами искусства. Раскрытие любой информации, как известно, сокращает неопределенность. Редкая для художественного рынка информация помогает игрокам, переживавшим состояние неопределенности острее других участников, почувствовать себя «сильнее», а значит, оказать воздействие на рост цены, в чем напрямую заинтересован аукционный дом (см.: [Ashenfelter, 1989, p. 33]).

Считается, что профессиональный аукционист должен быть одновременно знатоком искусства, психологом и артистом. На особые торги практикуется приглашение знаменитостей: так, актрисе Ш. Стоун удалось поставить ценовой рекорд, продав картину Малевича за 17 млн долл. США.

Специалисты сходятся во мнении, что причины, по которым принимается решение об участии в аукционных торгах, крайне разнообразны и в каждом случае в конечном счете индивидуальны. При этом группе авторов удалось объединить мотивы большинства участников в две совокупности – экономических и неэкономических причин, причем последние, как показало исследование, имеют больший вес, чем самые рациональные мотивы (см.: [Cheema et al., 2005, p. 406]).

Прежде всего и покупателю, и продавцу необходимо нахождение социально определенной и подтвержденной справедливой цены произведения искусства. Для покупателя аукцион-

ная цена чаще оказывается более выгодной, чем, например, галерейная. Продавец получает возможность сэкономить временные ресурсы по сравнению с частной сделкой, а также найти будущих потенциальных клиентов.

Что оказывается более значимым, аукционные торги позволяют своим участникам ощутить и продемонстрировать определенную социальную принадлежность, удовлетворить склонность к конкуренции и любые субъективные пристрастия, приобретая за аукционную цену желаемый лот.

Таким образом, именно на аукционных торгах произведение искусства может быть реализовано по максимальной цене из всех для него возможных, достигаемой в первую очередь вследствие субъективных оценок покупателей.

1.2. Рынок произведений искусства как альтернативный инвестиционный рынок

Традиционно художественный рынок отмечает всплеск активности при спаде на фондовом рынке и соответственном уменьшении возможностей для инвестирования. Более того, вложения в произведения искусства в периоды серьезных экономических кризисов, войн и других экстремальных ситуаций демонстрируют исключительную «устойчивость». Доказательством может служить сопоставление динамики ценовых показателей немецких государственных ценных бумаг, начиная с 1874 г., и картин Сезанна. В результате двух мировых войн владельцы акций и облигаций несли существенные убытки, вплоть до полной потери капитала, тогда как цены на работы Сезанна росли и в военные, и в кризисные времена (см.: [Маричевич, Алексеев, 2004]).

Недавний экономический кризис также подтвердил, что классические объекты инвестирования не всегда эффективны и надежны, а вложения в нетрадиционные активы могут представлять собой реальную возможность для сохранения и приумножения капитала. «Мировой арт-рынок начал заметно расти с 2003-го, а в 2006–2008 гг. резко увеличились объемы продаж и средние цены. Если в 2002-м его общий оборот составил 26,7 млрд евро, то к осени 2008 г. – почти 50 млрд евро» [Жук, 2011, с. 48].

Интересным является факт, что вплоть до второй половины прошлого столетия рынок произведений искусства не рассматривался как прибыльный инвестиционный рынок (об этом: [Frey, Pommerehne, 1989, р. 369–409]). «В 1958 г. арт-рынок был потрясен суммой в 220 000 фунтов стерлингов, уплаченной известным бизнесменом и коллекционером Полом Меллоном за картину Сезанна “Мальчик в красном жилете”. Эта цена была в пять раз выше предыдущего рекорда, который сам по себе казался заоблачным... сегодня... при нынешнем уровне цен на картины Сезанна “Мальчик...” был бы оценен во много раз дороже» [Скатурищиков, 2005, с. 110].

С 1967 г. один из крупнейших аукционных домов мира *Sotheby's* начал публиковать в английской ежедневной газете *The Times* так называемый *Times-Sotheby Art Index* (см.: [Stein, 1977, р. 1026]) – индекс цен произведений искусства. Газета представляла также таблицы и графики, передающие динамику цен на произведения. Показатели доказывали, что памятники могут существенно дорожать и соответственно быть привлекательными объектами для инвестирования.

Сегодня считается, что наибольший доход приносят инвестиции в антиквариат – прежде всего в искусство эпохи модерн. Анализ аукционных цен показывает, что стоимость предметов искусства может демонстрировать рост на сотни процентных пунктов – именно на столько дорожают работы мастеров-лидеров: Моне, Сезанна, Пикассо, Ван Гога. При этом, конечно, далеко не каждый потребитель может позволить себе покупку произведений подобных художников, к тому же количество подлинных работ в обращении сравнительно невелико. Сказанное в известной мере ограничивает потенциал расширения антикварного рынка.

В этих условиях рынок современного искусства нередко становится альтернативой акциям для частных инвесторов. Потенциал расширения данного вида рынка по большому счету ничем не ограничен – мастера живы и при желании могут работать в соответствии со спросом. Инвестиционная доходность такого рынка считается сопоставимой с доходностью фондового рынка в ситуации стабильного роста. Основная задача данного сегмента художественного рынка заключается в привлечении потребителей. И здесь рекламные возможности современного искусства выше, чем антикварного. Так, известность получила акция английской *Cupola Gallery* – «распродажи из-под кровати», на которых выставляются работы, признан-

ные неудачными самими мастерами, однако заслуживающие внимания с точки зрения художественной критики (см.: [Сахаров, 2005, с. 11–12]).

Особое распространение получают сегодня вложения в произведения искусства нетрадиционных потребителей – крупных фирм, банков, страховых компаний – существенно увеличивающих стоимость деловой репутации своих корпораций в глазах общественности за счет наличия подобных активов. «Интересным примером творческого отношения к инвестированию в предметы искусства является частная американская информационная/мультимедийная компания *Bloomberg*, ежегодно выделяющая миллионы долларов на приобретение новых арт-активов и выставляющая их в открытом для публики музее компании» [Руководство, 2006, с. 113].

Для игроков, не рискующих приобретать произведения искусства самостоятельно, функционируют альтернативные инвестиционные стратегии. Первая заключается во вложении средств в арт-акции, вторая – в арт-фонды. Сегмент арт-акций в настоящее время невелик: его рыночная капитализация составляет 3–4 млрд долл. США, причем более 80 % приходится на акции аукционного дома *Sotheby's*.

Идея вложений в арт-фонды пользуется гораздо большей популярностью. История подобного арт-инвестирования началась в 1974 г., когда Фонд британских железных дорог принял решение о вложении 40 млн фунтов стерлингов, или 2,5 % своих активов, в различные виды искусства. Собрав внушительную коллекцию – около 2400 произведений – фонд реализовал ее в период с 1987 по 1999 г. Среднегодовая доходность арт-портфеля составила 11,3 %, основную прибыль фонду принесла продажа картин импрессионистов. Одним из самых доходных вложений стало полотно Ренуара «Прогулка», показавшее среднегодовую доходность в 109 %: памятник был приобретен в 1976 г. за 680 тыс. фунтов стерлингов и реализован на аукционе в 1989 г. за 10,34 млн фунтов стерлингов. Каждый шаг столь успешного инвестирования сопровождался широким общественным резонансом (об этом: [Pesando, Shum, 1999, p. 184, 190]).

Особой известностью пользуется созданный в 2008 г. *Art Photography Fund*, направивший свои инвестиционные усилия на необычный с точки зрения общественного интереса жанр искусства – художественную фотографию. Фонду, вложившему 75 % средств в фотоискусство XX в. и 25 % в современные работы, уже за первые полгода существования удалось показать положительный прирост в размере 6,1 % (см.: [Жук, 2011, с. 51–52]).

Опыт развитых стран свидетельствует о значительной инвестиционной значимости сбережений населения и необходимости развития массового инвестирования, наиболее популярным видом которого, безусловно, будут вложения в объекты высокой надежности. В этом контексте именно арт-инвестирование становится шансом для любого желающего стать участником рынка, который был бы ему недоступен из-за недостаточности знаний или денежных средств.

Международный рынок произведений искусства. Специалисты подразделяют художественные рынки на две группы – «белые» и «черные». В первом случае торговля предметами искусства осуществляется официально – через аукционы и галереи с обязательным оформлением соответствующей сделки. На «черных» рынках сделка заключается частным образом, неофициально и без какой-либо регистрации.

К настоящему моменту в развитых странах сформировался прочный легальный рынок предметов искусства: ни аукционные дома, ни независимые арт-дилеры не пойдут на приобретение незаконно полученного памятника даже по выгодной для продавца цене, так как последующая перепродажа произведения будет сопряжена с существенными трудностями (см.: [Александрова, 2007, с. 85]).

Арт-рынки могут быть разделены по географическому признаку – на страны, откуда предметы искусства активно вывозятся, и страны, куда памятники по большей части ввозятся. Государства первой группы называются странами-источниками, государства второй – странами

рынка. Первую группу составляют Италия, Греция и страны Латинской Америки. Ко второй группе можно отнести США и Швейцарию (см.: [Александрова, 2007, с. 133]).

«Следует отметить, что интенсивность ввоза и вывоза культурных ценностей из государства во многом определяется национальным законодательством. В США отсутствуют пошлины на ввоз и вывоз произведений искусства... Благодаря этому американский рынок считается крупнейшим в мире с центром в Нью-Йорке, где заключается более 40 % всех сделок... Второе место занимает европейский рынок, оборот которого сопоставим с американским... Доля арт-рынка вне США и Европы за последние пять лет увеличилась с 3,8 до 7,8 %. Самые значительные изменения произошли на художественном рынке Китая (об этом: [Mok, Ko, Woo, Kwok, 1993, p. 808–816])... Стремительными темпами также растет рынок Индии» [Жук, 2011, с. 48].

От других инвестиционных рынков международный арт-рынок отличает солидное преимущество – он предельно либерализован. Игроки могут оперировать большими суммами анонимно и чаще всего освобождаются от уплаты каких-либо налогов. Более того, например, в Японии средства, потраченные на покупку произведений искусства, существенно уменьшают налогооблагаемую базу. Также японские власти не облагают налогом наследство предметов искусства, если оно передается на хранение в некоммерческую организацию (см.: [Сахаров, 2005, с. 12–13]).

Интересной особенностью мирового художественного рынка является известная «нерациональность» *предложения*. В долгосрочном периоде цены предметов искусства на ведущих международных торговых площадках – Лондоне, Париже и Нью-Йорке – изменяются синхронно. Установившаяся при первой продаже, например, на аукционе цена впоследствии меняется согласно общерыночному тренду, при этом, если какой-либо из рынков испытывает внешнее воздействие, оно в дальнейшем распространяется на все остальные рынки ([Ginsburg, Jeanfils, 1995, p. 538–548] – цит. по: [Agnello, 2002, p. 445]; см.: [Flores Jr., Ginsburg, Jeanfils, 1999, p. 193–210]). Одновременно известны постоянные различия цен на аналогичные работы, устанавливаемые разными аукционными домами: цены *Sotheby's* традиционно выше цен *Christie's* (см.: [Pesando, 1993, p. 1084–1087]; [Mei, Moses, 2002, p. 1664–1666]; [Pesando, Shum, 2007, p. 267–273]).

В зависимости от того, какие мотивы, потребительские либо инвестиционные, доминируют среди игроков рынка, *спрос* на художественные произведения по-разному реагирует на изменение таких характеристик, как уровень неопределенности, транзакционные издержки и изменения в налогообложении. Так, обычно болезненно воспринимаемый инвесторами рост неопределенности и транзакционных издержек почти не оказывает влияния на коллекционеров, так как удовольствие, ради которого они приобретают предметы искусства, не зависит от изменения их сегодняшней и будущей рыночной стоимости, а перепродажу произведения они чаще всего не планируют (см.: [Frey, Eichenberger, 1995, p. 214]).

Художественный спрос подвержен существенным деформациям во времени. Например, известна жанровая зависимость: портреты на момент непосредственного написания не представляют интереса для покупателя, за исключением конкретного заказчика. Однако если художник становится известным, жанр произведения, как правило, теряет свое значение. Также доминанты общественного вкуса, такие как неприязнь к религиозным сюжетам, изображающим мученичество, батальным полотнам и натюрмортам с битой дичью, вытесняют с арт-рынка частных собирателей и привлекают институциональных коллекционеров – музеи, чей интерес находится в первую очередь в сфере истории искусства (см.: [Frey, Eichenberger, 1995, p. 215]).

Отечественный рынок произведений искусства. Становление рыночной экономики в России сопровождалось фундаментальными изменениями во всех сферах жизни общества. Переход к рынку затронул и сферу культуры – произведения искусства перестали рассматри-

ваться лишь как духовные ценности. Началась постепенная интеграция русского искусства на международный художественный рынок.

Однако на сегодняшний день роль отечественного искусства на мировой арт-сцене остается практически незаметной. Безусловно, сложившееся положение может быть объяснено известной национальной закономерностью продаж предметов искусства – покупатели стремятся к приобретению памятников своей страны. По подсчетам *Sotheby's* приблизительно 80 % произведений русского искусства, представленных аукционным домом, покупается клиентами из России. При этом на фоне устоявшегося международного спроса на работы, например, французских импрессионистов (об этом: [Goetzmann, 1993, p. 1375]) подобная закономерность представляется весьма негативной.

Одновременно ряд факторов открывает особую перспективность и прибыльность рынка произведений искусства именно для российской экономики (см.: [Сахаров, 2005, с. 14–15]). Во-первых, к настоящему моменту в России накоплены редкие культурные активы, остающиеся в значительной степени неработающими. Во-вторых, инвестиции в арт-рынок традиционно придают особую респектабельность капиталу и соответственно повышают престиж для инвесторов. Согласно мировому опыту вложения в художественный рынок – оптимальный способ легализации накоплений, снижения налоговых ставок и привлечения к сотрудничеству зарубежных партнеров. В свою очередь, на пути развития арт-рынка в России имеются существенные проблемы.

Первой проблемой является вопрос правового учета произведений искусства и регулирования общественных отношений, складывающихся на арт-рынке. Последние годы характеризуются одновременно существенной либерализацией гражданского оборота предметов искусства и изменением взгляда государства на цели и методы охраны культурного наследия страны. При этом на сегодняшний день нормы отечественных законов содержат ряд пробелов и не могут быть признанными удовлетворительными.

Во-первых, в отечественном законодательстве отсутствует в принципе определение категории «произведение искусства», ближайшими к ней являются понятия «культурное наследие» и «культурные ценности», не способные дать однозначного ответа на вопрос, какие именно категории предметов могут быть отнесены к памятникам искусства. Так, согласно статье 3 Федерального закона от 25 июня 2002 г. № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» к данной категории могут быть отнесены практически любые объекты, «представляющие собой ценность» [Гарант]. Не внесил ясность в сложившуюся ситуацию утративший ныне силу Указ Президента РФ № 1108 от 30 мая 1994 г. «О реализации предметов антиквариата и создании специально уполномоченного органа государственного контроля по сохранению культурных ценностей», фактически добавлявший к определению спорных объектов лишь временной критерий – памятники должны быть созданы более 50 лет назад [«КонсультантПлюс»].

Во-вторых, необходимому государственному учету частного сектора культурного наследия отнюдь не способствует бремя налогового законодательства. Также на практике не выполняются меры по поддержке зарегистрированных культурных ценностей, такие как помощь в проведении реставрационных работ. Наконец, коллекционеры просто опасаются афишировать состав своих собраний по причинам отсутствия должного уровня безопасности и одновременной развитости «черного» арт-рынка (см.: [Александрова, 2007, с. 145–146]).

В-третьих, нормы таможенного законодательства не ориентированы на интеграцию нашей страны на мировой художественный рынок. Долгое время ввоз на территорию России предметов искусства был ограничен крайне высоким уровнем таможенных пошлин и сборов – 30 % от стоимости памятника. Размер подобных «издержек» вынуждал собирателей отказываться от ввоза в страну дорогих произведений искусства, приобретенных за границей, либо искать противоположные законным пути ввоза. Новый кодекс, вступивший в силу с начала

2004 г., по мнению аналитиков, безусловно, ослабил таможенное бремя, однако привел к фактическому ограничению права собственности на ввезенный предмет искусства (об этом: [Богуславский, 2005, с. 395]). Так, от уплаты пошлины были освобождены коллекционеры, приобретающие произведения искусства лишь для личного пользования. В случае, например, последующей продажи ввезенного памятника невыплаченную пошлину собирателю пришлось бы заплатить.

Процесс вывоза предметов искусства из Российской Федерации сегодня также в существенной степени затруднен. В частности, полный запрет вывоза распространяется на культурные ценности, созданные более 100 лет назад. Столетний рубеж, как основной критерий возможности вывоза произведения искусства из страны, действительно применялся в международных правовых документах, однако современная международная и зарубежная практика подтверждает целесообразность введения дополнительного стоимостного критерия (см.: [Александрова, 2007, с. 135–136]), отражающего истинную ценность памятника. Очевидным условием введения подобного критерия для культурного наследия России является объективная система оценки национального достояния.

Подводя итог, необходимо признать, что существующая в нашей стране система ввоза-вывоза предметов искусства значительно ограничивает права собственников культурных ценностей.

Таким образом, центральным вопросом юридических наук становится, во-первых, задача выработки определения категории «произведение искусства» и, во-вторых, создание объективной системы прав и обязанностей собственников подобных объектов. В связи с этим доказываются гипотезы о назревшей необходимости выделения новых отраслей права – «права культурного» и «права музейного» (цит. по: [Александрова, 2007, с. 18]).

На практике вопрос отнесения различных предметов к категориям «культурные ценности», «произведение искусства» или «антиквариат» основывается на субъективном мнении специалистов и порождает *вторую проблему* отечественного арт-рынка – проблему экспертизы, которая является основой процесса определения цены на памятники искусства.

До недавнего времени основным местом работы российских экспертов были крупнейшие музеи и государственные галереи, в которых сосредоточены необходимые для работы эксперта ресурсы – фонды. При этом эксперты не несли юридической ответственности за правильность своей оценки, которая трактовалась как их научно-обоснованное мнение. Однако в 2006 г. государственные музеи лишились права оказания платных услуг по экспертизе предметов искусства (об этом: [Игуменов, 2005, с. 96–98]; [Буткевич, 2006, с. 3]).

С одной стороны, данное решение представляется закономерным и справедливым, так как закрепление права на проведение экспертизы в уставе государственного музея, оформление экспертного заключения на соответствующем бланке с заверением подписью руководителя определенного отдела и печатью музея свидетельствовало скорее о том, что экспертное заключение выдавалась не конкретным специалистом-искусствоведом, а государственным учреждением (см.: [Александрова, 2007, с. 164]).

В развитых странах также считается, что экспертиза должна быть только независимой: музейный работник дает письменное обязательство не участвовать от имени музея ни в каких рыночных операциях.

Осуществление экспертной деятельности музеями не приветствуется Международным советом музеев (см.: [Кодекс музейной этики ИКОМ, п. 5.2, п. 8.13]). Стоимость независимой экспертизы в зарубежных странах составляет примерно 10 % от предполагаемой цены предмета искусства. Подобная оценка экспертом любого памятника каждый раз ставит на кон его репутацию, проверкой которой выступает готовность эксперта присягнуть в суде, а именно доказать то, что он утверждает.

Интересно, что на Западе для выполнения обязанностей эксперта в сфере искусства не требуется диплома: «Очевидно, что хороший диплом никогда еще не делал хорошего эксперта, т. к. в этом ремесле все решает глаз, нюх, опыт» (цит. по: [Пэнсон, Пэнсон-Шарло, 1996, с. 106]). Предполагается, что именно так называемое «шестое чувство» питает антологию суждений эксперта широкого профиля. Способность к подобному «взгляду» на произведение ценится, прежде всего, как природный дар – талант, определяющий истинного профессионала. На этом основании отстаивается право художественной интуиции заменять диплом (см.: [Пэнсон, Пэнсон-Шарло, 1996, с. 106]). За рубежом профессию эксперта передают по наследству, из поколения в поколение: «в старинных семьях дворян или крупной буржуазии культура становится материальным и экономическим элементом достояния, часть которого составляют предметы искусства. Последними нельзя владеть без определенных знаний о них» [Пэнсон, Пэнсон-Шарло, 1996, с. 101].

С другой стороны, отечественный рынок произведений искусства оказался абсолютно неподготовленным к введению подобного запрета. Во-первых, большинство современных галеристов и антикваров не обладает достаточным количеством знаний в сфере истории искусства и просто не способно провести оценку памятника. Глубинное изучение фальсификаций осложняет несовершенство технического оснащения российских экспертных лабораторий, тогда как ведущие экспертные организации мира проводят регулярные конференции и выставки, посвященные подделкам произведений искусства и их разоблачению.

Во-вторых, статус эксперта, обладающего правом оценки предметов искусства, до сих пор законодательно не разработан. При этом представляется очевидной необходимость обязательной государственной сертификации данного вида предпринимательской деятельности.

Наконец, как известно, любая деятельность, связанная с оценкой, оказывается изначально рискованной. Самый опытный эксперт априори не застрахован от ошибки, цена которой может оказаться весьма высокой. Представляется, что практика обращения к институту страхования гражданской ответственности, традиционно применяемая для минимизации рисков в более распространенных видах оценочной деятельности, должна стать обязательной для экспертов произведений искусства.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.