

## **ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ АКТИВІВ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ТВОРІВ МИСТЕЦТВА**

*Проаналізовано основні принципи та методи оцінки творів мистецтва на міжнародному арт-ринку, проведено порівняльний аналіз оціночних моделей художніх активів, визначено їхні переваги та недоліки. Наведено пропозиції щодо удосконалення підходів до оцінки творів мистецтва з метою інтеграції вітчизняного арт-ринку до міжнародного.*

*The main principles and methods of artworks' evaluation at the international art market are analyzed, the comparative analyses of the art assets' evaluation models is done as well as their advantages and disadvantages are disclosed. The recommendations concerning the improvement of the approaches to the artworks' evaluation are given in order to integrate the ukrainian art market to the international one.*

*«Встановлювати вартість твору мистецтва –  
теж мистецтво, і ніякої науки»*

С. де Пюрі, президент аукціонного дому  
Philips de Pury

Світова економічна криза 2008-2009 років призвела до суттєвих змін у поведінці інвесторів. Одним із наслідків цього явища стала підвищена увага до творів мистецтва як альтернативних об'єктів інвестування, що дозволяють зберегти капітал та отримати високі прибутки. Ефективне управління художніми активами, побудова відповідної інвестиційної стратегії на міжнародному арт-ринку неможливі без об'єктивної оцінки цих творів. Однак, як вірно зауважив президент аукціонного дому Philips de Pury С. де Пюрі, визначення вартості твору мистецтва завжди було *найскладнішою проблемою* у функціонуванні цього ринку.

Частково її вирішенню присвячена увага у працях таких *вчених*, як А.Сміт [1], В.Шарп [2], Дж.Мей, М.Моузес [3], М.Тамойкін, Д.Тамойкін [4, 5], Б.Платонов [5], А.Гагарін [6], В.Соловйов [7], С.Скатерщиков, В.Коріньовський, О.Яковенко [8]. І хоча арт-ринок є одним із найстаріших інвестиційних ринків, який виник задовго до ринку тюльпанових цибулин в Голландії, як *вчені*, так і практики *досі не визначили* єдиних чітких критеріїв для оцінки художніх активів.

*Мета* статті – провести порівняльний аналіз існуючих підходів та моделей оцінки творів мистецтва і розробити пропозиції щодо їх удосконалення та адаптації до умов вітчизняного арт-ринку.

В основі проблеми визначення вартості твору мистецтва лежить та особливість, що ціна на нього не базується на собівартості. Тобто неможливо оцінити якийсь шедевр, виходячи лише з витрат на його створення (матеріалів чи людино-годин). Як відзначив В.Шарп, на відміну від ринкових фінансових активів, твори мистецтва не мають «істинної вартості», яка могла б служити відправною точкою для формування ціни [2, с.944]. Задовго до нього А.Сміт стверджував, що художні твори є унікальними і не мають товарів-замінників, а тому їх оцінити неможливо [1]. Це пов'язано з тим, що культурна цінність деяких творів може виявитися нееквівалентною їх економічній цінності (прикладом є порівняння дорогого обладнання, що має високу економічну цінність, та картини К.Моне, що відображає культурну цінність). Якщо взяти до уваги звичайний товар, то кожен споживач готовий заплатити за нього не більше, ніж ту цінність, на яку він розраховує від цього блага (телевізор, велосипед, телефон). Але, споживаючи твір мистецтва, він отримує додаткові вигоди від входження у певне культурне середовище, належність до кола цінителів цього твору (це можна назвати «ціною статусу»). Таким чином, концепція індивідуальної корисності не може пояснити природу ціноутворення на ринку творів мистецтва.

В даному контексті важливим на міжнародному арт-ринку є врахування премії за ірраціональність (ціни сприйняття, *irrational premium*, IP), що відображає емоційні особливості ціноутворення на даному ринку, не пов'язані з власне інвестиційними якостями предмета мистецтва. Яскравим прикладом цього явища є випадок, коли японський колекціонер Р.Сайто заплатив у 1990 р. 82,5 млн. дол. за портрет доктора Гаше, написаний В.Ван Гогом. Сайто придбав картину просто тому, що «імідж доктора сподобався йому, у ньому він побачив себе» [9, с.324]. Спеціалісти компанії *Kunst Asset Management GmbH* оцінили сплачену колекціонером премію за ірраціональність у розмірі не менше, ніж 30% від справедливої вартості шедевр.

Премія за ірраціональність пояснює, яку додаткову суму готовий заплатити споживач понад справедливу ціну твору. В її основі лежить низка психологічних мотивів ірраціональної поведінки:

- «Радість володіння» – повністю емоційний мотив, що складається з естетичних властивостей предметів мистецтва і загального світосприйняття покупця на даний момент. Моделювання цієї складової ірраціональної премії не має сенсу, її розмір визначається суб'єктивно у процесі торгівлі.

- «PR-ефект» – це прагматичний мотив, вплив якого можна пояснити на прикладі публічної передачі великим підприємцем шедевр в подарунок державному музею. Іншими словами, це оцінена у вартість подарованої картини додаткова репутація соціальної відповідальності мецената. Вміння вловити можливий PR-ефект і його ціну для контрагента та вміння його експлуатувати у власних інтересах служить важливим елементом торгової стратегії на ринку творів мистецтва.

- «Патріотичний або сентиментальний мотив» – це найбільш поширена причина купівлі шедеврів з великою премією колекціонерами, які керуються необхідністю витратити частину свого капіталу заради високих цілей. Для таких покупців PR-ефект може не мати жодного значення, а радість володіння у їхньому розумінні часто обмежена відчуттям близького кінця їхнього життя. Розмір цієї складової премії за ірраціональність також визначається суб'єктивно у процесі торгівлі.

- «Ціна доступу або ціна статусу» – класична компонента премії за ірраціональність для нових покупців на ринку творів мистецтва, що не мають сімейних традицій колекціонування. Як правило, такі споживачі нагромадили капітал відносно недавно, у першому поколінні. Це свого роду один з випадків описаного вище PR-ефекту, результатом якого, за розрахунками покупця, має стати отримання певного визнання в суспільстві або в окремих осіб, наприклад продавця – контрагента за угодою. Як і у випадку з PR-ефектом, успішна стратегія інвестування на арт-ринку передбачає вміння виокремити в середовищі покупців тих, хто готовий доплачувати за статус, а також оцінити розмір ірраціональної премії, яку такий покупець може сплатити [8, с.144-146].

Ринок творів мистецтва є яскраво вираженим ринком з асиметричною інформацією. Більшість предметів мистецтва належать до благ, що оцінюються експертним шляхом, на відміну від благ, які можна визначити до моменту споживання, орієнтуючись на ринкові ціни. Це пояснюється не лише тим, що арт-активи не належать до стандартних біржових товарів, а й тим, що ринок творів мистецтва настільки неліквідний і непрозорий, що не в змозі виконувати свою головну роль: формувати публічно відому ціну на шедеври. Саме тому в основі загальноприйнятого на практиці підходу до розрахунку справедливої вартості арт-активу лежить думка експерта.

Однак експертні оцінки з багатьох причин є недосконалим методом визначення вартості. По-перше, експерти часто суб'єктивні; по-друге, оскільки більшість з них працює в аукціонних домах і галереях, бізнес-модель яких побудована на стягненні комісійних із операцій з культурними цінностями, то у таких фахівців часто виникають конфлікти інтересів, що зумовлюють викривлення оцінки предмета мистецтва через комерційні інтереси їхніх роботодавців. Таким чином, у результаті не зовсім об'єктивної експертизи роботи залишаються непроданими на аукціонних торгах. Інші ж експерти взагалі не мають економічної освіти, а проведена ними оцінка ґрунтується лише на мистецтвознавстві та інформації про минулі торги.

Водночас слід зауважити, що проблема не в самому експерті, а в підходах, які він використовує. Для оцінки більшості шедеврів у сучасній експертній практиці використовується метод порівняння цін за квадратний метр предметів мистецтва окремого автора. Щоб полегшити цю роботу, створені та постійно оновлюються спеціалізовані бази даних, які охоплюють десятки тисяч авторів та інформацію про угоди з їхніми роботами. Вперше раціональний підхід до цінових

тенденцій на арт-ринку почали застосовувати компанії Artnet та Artprice, «піонери» в обробці статистичної інформації з аукціонної торгівлі. Artnet AG надає дані про угоди на художньому ринку ще з 1989 р. Її конкурентом стала компанія Artprice S.A., 20% акцій якої належить Б.Арно, колишньому власнику аукціонних домів Philips de Pury&Co, а 51% – корпорації LVMH. Сьогодні такі послуги надають й інші – ArtSales, Art Market, ArtTactic, ArtInvestment.

В цілому ці бази даних зручні для використання, однак достовірність даних і практична корисність статистики знижуються у міру віддалення від першої сотні найдорожчих авторів. Такий спосіб визначення справедливої вартості твору мистецтва побудований на розрахунку середнього значення ціни за попередніми угодами і не враховує багатьох суб'єктивних, психологічних факторів, а також тенденцій на ринку. Тому отримані дані приблизні й містять значну похибку в обчисленні ціни.

Попри неоднозначність підходів до оцінки, на сучасному етапі розвитку арт-ринку спостерігається позитивна тенденція до активного розвитку інструментів визначення вартості творів мистецтва. Так, у країнах Заходу ціна на живопис та антикваріат формується на основі індексів доходності мистецтва. Водночас, протягом останніх років розроблено кілька оціночних моделей художніх активів.

Поширеним серед оцінщиків на арт-ринку пострадянських країн з кінця ХХ ст. є «Визначник вартості живопису» В.Соловйова [7]. Це книжкова версія комп'ютерної програми, що базується на реальних даних (за останні 15 років), призначеної для оперативної оцінки творів понад 12 тисяч художників світу, і містить таблиці з готовими оціночними коефіцієнтами. Традиційний процес оцінки ґрунтується на базі даних прецедентних продажів. Тобто серед останніх аукціонних угод знаходять аналоги роботи (наскільки це можливо в живописі) – за автором, технікою чи періодом створення – і на основі цих даних розраховується середня вартість квадратного сантиметра живопису певного митця. Потім експерт враховує такі фактори, як інформація про прецедентні продажі, думка експертів, оціночний коефіцієнт з «Визначника вартості живопису» В.Соловйова, після чого ціна корегується на основі інформації про провенанс, стан роботи, її «привабливість» для колекціонера. На базі цих розрахунків і визначається середній варіант вартості роботи.

Однак така модель дає досить грубу оцінку твору мистецтва. Навряд чи можна вважати коректним визначення вартості картини простим множенням її площі на питому вагу одного квадратного сантиметра, яка, в свою чергу, залежить від імені художника. Зрозуміло, що в автора може бути невелика за розміром робота, але виконана набагато майстерніше, що і вплине в кінцевому рахунку на її вартість.

Більш обґрунтованою для умов арт-ринку вважаємо модель оцінки художніх активів (МОХА), розроблену компанією Kunst Asset Management GmbH за аналогією до моделі оцінки

капітальних активів (МОКА). Принципова відмінність підходу до оцінки компанії Kunst AM від Artnet та Artprice, а також методу В.Соловйова полягає у тому, що цінові тенденції ринку змінюються за окремими роботами, а не за авторами. Тобто отримані висновки не поширюються на всі роботи художника, як це зроблено у «Визначнику вартості живопису».

Згідно з моделлю МОХА, справедлива ціна твору мистецтва включає 8 критеріїв, кожен з яких вимірюється певним коефіцієнтом:

1) ціна твору мистецтва. У моделі використовується одне значення ціни для кожної роботи, а за наявності повторних продажів приймається ціна останньої угоди. Наприклад, картину К.Моне «Руанський собор. Портал», придбану в 1985 р. за 4750 дол., було продано у 2000 р. за 15 млн. дол.[10], і для визначення справедливої вартості слід враховувати саме останню ціну. Причому чим більше було повторних продажів роботи на аукціонах, тим дорожче вона цінуватиметься;

2) ім'я та національність автора. Даний фактор передбачає ототожнення предмета мистецтва з іменем та національністю його автора. Модель МОХА містить коефіцієнти оцінки для 16 різних національних груп художників, а також 17-й коефіцієнт для категорії «нова національність» за умови появи в рейтингу 500 найдорожчих арт-активів Top-500 авторів з інших країн (наразі там представлено лише 19 національностей) (табл. 1).

**Таблиця 1**

**Рейтинг 10 «найдорожчих» національностей художників за середньою ринковою капіталізацією авторів окремих національностей**

№ з/п	Національність/ країна основного проживання	Кількість митців у рейтингу Top-500	Кількість робіт у рейтингу Top-500	Сукупна вартість робіт, тис. дол. США	Середня ринкова капіталізація художника, тис. дол. США
1	Іспанці	8	82	1266763,577	158345,447
2	Французи	24	209	2474321,891	103096,745
3	Румуни	1	7	85278,500	85278,500
4	Австрійці	2	10	143479,629	71739,815
5	Швейцарці	1	6	66155,820	66155,820
6	Голландці	12	45	731917,193	60993,099
7	Фламандці	2	3	90618,432	45309,216
8	Ірландці	1	6	43011,549	43011,549
9	Італійці	13	43	498379,787	38336,907
10	Американці	20	57	585921,750	29296,088

Джерело: наведено за [11].

Дані табл. 1 свідчать, що французька національність є лідером в рейтингу як за кількістю художників, так і за кількістю та сукупною вартістю написаних ними картин. Це свідчить про домінування французької культури на міжнародному ринку творів мистецтва. Слід зауважити, що

до «французів» віднесено також і деяких російських художників, що тривалий час проживали на території Франції (зокрема, М.Шагала);

3) ліквідність і ширина ринку робіт автора. За аналогією до ринку цінних паперів, модель МОХА передбачає шість категорій ліквідності та ширини ринку робіт автора. Належність митця до певної групи визначається кількістю його творів у рейтингу 500 найдорожчих картин, що можуть бути предметом торгівлі на міжнародному арт-ринку. Зокрема, «блакитні фішки» – це художники, понад 20 робіт яких перебувають у вільному обігу (Моне, Пікассо, Ван Гог, Сезанн, Ренуар, Модільяні); «другий ешелон» – передбачає від 8 до 19 робіт у продажі (Матісс, Дега, Гоген, Каналетто, Ворхол); «третій ешелон» – 4–7 робіт (Мане, Джакометті, Бекон, Рембрандт); «рідкісні продажі» – 2–3 роботи у вільному продажі (Тулуз-Лотрек, Рубенс, Поллок, Кандінський); «випадкові продажі» – лише 1 робота (Вермеєр, Тиціан, Леонардо да Вінчі); «нове ім'я» – відсутність творів у рейтингу Top-500. Слід зауважити, що даний критерій має особливе значення при інвестуванні на арт-ринку. Наявність регулярної пропозиції картин одного автора на відкритому публічному ринку сприятливо впливає на оцінку його робіт на міжнародному ринку та підвищує прибутковість капіталовкладень;

4) контекстна вартість (пов'язана з історією створення твору мистецтва та його популярністю в суспільстві). Для її визначення у моделі МОХА використовується так званий індекс цитування назви роботи у найбільшій пошуковій системі Google. Залежно від частоти та якості згадувань назви творів мистецтва виділяється 7 категорій контекстної вартості: світовий шедевр; національна гордість; історична знаменитість; чіткий і цікавий контекст; відома робота; відомий період; нова історія;

5) розмір картини. За даним критерієм виокремлено 7 категорій картин, індекс «популярності розмірів» яких визначається як сукупна ринкова вартість робіт, написаних в межах певного стандартного розміру (табл. 2).

**Таблиця 2**

**Індекс популярності розмірів творів мистецтва**

<b>Розмірна група</b>	<b>Площа твору, м<sup>2</sup></b>	<b>Кількість робіт</b>	<b>Сукупна вартість, дол. США</b>	<b>Середня вартість роботи в розмірній групі, дол. США</b>
A	0-0,25	37	471 606 575	12 764 124
B	0,25-0,50	121	1 438 551 940	11 888 859
C	0,50-0,75	107	1 323 485 586	12 369 024
D	0,75-1	54	886 231 084	16 411 687
E	1-2	86	1 114 123 785	12 954 928
F	2-4	59	717 591 177	12 162 562
G	>4	13	116 597 500	8 969 038

Джерело: [8, с.91].

З табл. 2 видно, що найбільший інтерес інвестори проявляють до картин розміром від 0,75 до 1 м<sup>2</sup>. При цьому важливо звернути увагу на таку властивість цих робіт, як їх «портативність», тобто високу мобільність на міжнародному ринку творів мистецтва. Ще однією перевагою картин відносно невеликих розмірів є нижча вартість їх обслуговування (страхування, реставрація, експертна оцінка);

б) період створення картини. За даним критерієм розрізняють 7 періодів історії образотворчого мистецтва, в розрізі яких проводиться статистичний аналіз аукціонних цін 500 найдорожчих робіт (табл. 3).

**Таблиця 3**

**Періоди створення картин у моделі МОХА**

<b>Назва періоду</b>	<b>Роки</b>	<b>Кількість робіт</b>	<b>Сукупна вартість робіт, дол. США</b>	<b>Середня для періоду ціна роботи, дол. США</b>
Неоімпресіонізм, віденське Відродження, набізм, фовізм і модерн	1888-1903	100	1 529 383 235	15 293 832
Зародження і розквіт імпресіонізму	1867-1887	57	739 271 209	12 969 670
Сюрреалізм і абстракціонізм	1922-1946	61	788 576 770	12 927 488
Кубізм, експресіонізм, супрематизм і дадаїзм	1904-1921	137	1 686 506 069	12 310 263
Від епохи Відродження до класицизму	1487-1866	31	376 861 673	12 156 828
Action-painting і поп-арт	1947-1968	72	716 816 242	9 955 781
Постмодернізм	1973-2002	7	51 898 819	7 414 117

Джерело: [12].

Таблиця 3 свідчить, що найдорожчими є роботи періоду неоімпресіонізму, віденського Відродження та модерну. Відносно нижчу вартість найстаріших робіт у рейтингу (1487-1866 рр.) можна пояснити високою імовірністю підробки або заборони щодо вільного їх обігу на ринку. Періодизація творів мистецтва у моделі МОХА дещо відрізняється від періодів, за якими проводиться оцінка іншими експертними компаніями, зокрема, Artprice. Для розрахунку індексу Global Artprice остання виокремлює «старих майстрів», «XIX століття», «мистецтво модерну», «післявоєнний період» та «сучасне мистецтво» [13];

7) вік автора у момент створення картини. Даний критерій має вагоме статистичне значення при аналізі історичних цін на твори мистецтва. З цією метою виокремлено 5 вікових категорій (табл. 4).

**Таблиця 4**

**Вікові категорії створення предметів мистецтва у рейтингу Top-500**

Назва категорії	Вік написання роботи	Кількість робіт у рейтингу
Розквіт митця	35-39, 50-54	131
Академічна зрілість	30-34, 40-49	150
Період активної творчості	25-29, 55-59	78
Творчий період	60-79, 20-24	98
Окремі експерименти	До 20, після 80	7

Джерело: складено за [8, с.99, 139].

Дані табл. 4 дозволяють зробити висновок, що з метою досягнення високої прибутковості та надійного збереження капіталу інвесторам найдоцільніше вкладати кошти у роботи, створені в період академічної зрілості чи розквіту митця. Про це свідчить найбільша кількість шедеврів інвестиційної якості, написаних у цьому віці;

8) сюжет картини. За даним критерієм використовують сюжетні категорії, кожна з яких оцінюється певним коефіцієнтом: пейзаж; абстракція; жіночий портрет; оголена натура; чоловічий портрет; натюрморт; скульптура; інші портрети; автопортрет; жіночий портрет з дитиною; інші. Найбільше серед інвесторів цінуються пейзажі (135 робіт з 500 найдорожчих), абстракція (72 роботи) та жіночий портрет (64 роботи).

На основі наведених факторів за МОХА розраховується справедлива вартість твору мистецтва, яка, в свою чергу, служить основою для обґрунтування його ціни (1):

$$P = (FV + IP) \times PF \quad (1),$$

де  $P$  (*price*) – розрахункова ціна твору мистецтва,  $FV$  (*fair value*) – справедлива вартість твору мистецтва,  $IP$  (*irrational premium*) – премія за ірраціональність,  $PF$  (*provenance factor*) – провенанс-мультиплікатор [8, с.129].

Провенанс-мультиплікатор у даній формулі – це показник, що відображає спроможність ринку відстежити автентичність та історію створення картини і дає змогу оцінити ризик її підробки. Саме поняття «провенанс» (з англ. *provenance* – походження) означає історію володіння художнім твором, предметом антикваріату, його походження, і служить підтвердженням достовірності. Виходячи з цього, зрозуміло, чому ціна антикварних картин на світових аукціонах є дещо нижчою, ніж картин пізніших періодів (імпресіонізм, епоха модерну тощо) – важко знайти письмові свідчення щодо автентичності полотен, така інформація часто буває втрачена назавжди.

Недоліком моделі оцінки художніх активів Kunst AM є те, що вона поширюється лише на твори мистецтва вартістю не менше 1 млн. дол., тобто зорієнтована на найбільших інвесторів, таких як банки, власники великих приватних капіталів, куратори музейних колекцій. Для вітчизняного ринку творів мистецтва її використання обмежене з двох причин: по-перше, арт-активи на ньому здебільшого недооцінені, лише поодинокі роботи найдорожчих художників сягають цієї граничної ціни (О.Богомазов, К.Білокур, М.Пимоненко, М.Глущенко); по-друге,



практично відсутня інформація щодо операцій на вітчизняному ринку творів мистецтва, що перешкоджає включенню робіт українських митців до міжнародних баз даних та цінкових індексів.

Ще один недолік моделі полягає в тому, що вона поширюється лише на живопис, хоча останні цінкові рекорди на світових аукціонах були встановлені скульптурами («Бронзова балерина» Е.Дега та «Крокуюча людина I» А.Джакометті).

Третім недоліком моделі МОХА є те, що вона не враховує таких особливостей оцінки твору мистецтва, як фізичний стан роботи та вартість володіння нею. Витрати на реставрацію, страхування та охорону шедевру є індивідуальними витратами кожного покупця і можуть значно знизити прибутковість такої інвестиції.

Перспективним для арт-ринку вважаємо розроблений М.Тамойкіним та Д.Тамойкіним Міжнародний стандарт оцінки предмета культурної цінності і предмета колекціонування [4]. Поки-що це лише проект, але визначені в ньому критерії настільки чітко обґрунтовані й деталізовані, що можна прогнозувати широке використання цієї оціночної моделі на практиці.

Перш за все підхід Тамойкіних передбачає визначення базової вартості арт-активу, яка включає вартість матеріалів та праці, затрачених на його створення. Отримана сума корегується на основі 24 критеріїв, кожен з яких оцінюється певним коефіцієнтом, а потім за допомогою математичної формули визначається розрахункова вартість твору мистецтва (2).

$$\hat{DA} = \hat{AA} + (\hat{AA} \times Y_1 - \hat{AA}) + (\hat{AA} \times Y_{\dots} - \hat{AA}) + (\hat{AA} \times Y_{24} - \hat{AA}) + \hat{AE} + \hat{AC} \quad (2),$$

де  $PB$  – розрахункова вартість твору мистецтва,  $BB$  – базова вартість твору,  $Y_{1...24}$  – обрані експертом коефіцієнти кожного з 24 критеріїв,  $BL$  – витрати на легалізацію твору,  $BZ$  – витрати на зберігання твору [4].

Усі критерії оцінки об'єднані в 3 великі групи:

I. Критерії, які відображають фізичні характеристики художнього активу

- ступінь цілісності, фізичний стан роботи;
- наявність знаків, клейм, відміток, підписів;
- розміри роботи;
- складність технології виготовлення;
- функціональність споживчих якостей;
- наявність додаткових частин чи нових деталей;
- зміни предмета іншими майстрами, які не вплинули негативно на його стан.

II. Критерії, які відображають особливості реставрації предмета (за її наявності)

- наявність реставрації і рівень професіоналізму реставратора;
- якість реставрації;
- площа реставрації.

### III. Критерії, що відображають нефізичні характеристики предмета

- легкість зберігання;
- підтвердження історії походження, провенанс;
- художня цінність роботи;
- наукова цінність;
- право переміщення й розпорядження;
- предмет входить до складу тематичної колекції, яка була представлена публічно;
- розміщення на території ризику (війни, пожежі, теракти і т.п.);
- приналежність до культурних, релігійних, громадських, корпоративних та інших традицій;
- приналежність до конкретної історичної особи;
- приналежність до конкретної історичної події;
- належність до відомих шкіл, майстерень, мануфактур і т.п.;
- приналежність до іншого об'єкта, який має історичне чи культурне значення;
- популяризація предмета мистецтва.

У самому стандарті вказано, що він базується на «науково обґрунтованих теоретичних концепціях оцінки, максимальному виключенні суб'єктивних факторів, універсальності його використання у зв'язку з необхідністю застосування для різних предметно-тематичних груп усього різноманіття культурних цінностей» [4]. Отже, виходячи з проведеного аналізу, можна спростувати твердження С. де Пюрі стосовно того, що у визначенні вартості твору мистецтва немає «ніякої науки».

Враховуючи відсутність дипломованих експертів з оцінки художніх активів, належної інституційної бази, індексів доходності творів мистецтва Україна помітно відстає не лише від країн Західної Європи, але й від сусідньої Росії, у якій вже сформувалася досить розвинута модель арт-ринку.

Усе це доповнюється низкою взаємопов'язаних проблем. Зокрема, некоректними є самі підходи до оцінки художніх активів. В Україні вона здебільшого проводиться з позицій нематеріальних активів. Однак таке ототожнення неприпустиме – такі твори, як картини та скульптура, мають матеріальний характер, і лише частина їхньої справедливої вартості визначається нематеріальними факторами. З проблем оцінки впливає проблема страхування предметів мистецтва, на якому в Україні спеціалізується лише одна компанія. Недоліком є також відсутність єдиної бази даних музейних цінностей, що знаходяться в розшуку (наприклад, у Росії вже давно функціонує Електронна реєстраційно-пошукова автоматизована система).

Разом з тим, не можна цілком покладатись на ринок арт-експертизи, оскільки в Україні експерт не несе юридичної відповідальності за свої послуги. В такому випадку інвестору чи колекціонеру загрожують збитки, пов'язані з підробкою або завищеною на користь продавця вартістю твору.

Для того, щоб перетворити предмети мистецтва в Україні на привабливий інвестиційний інструмент, підвищити ліквідність та дохідність вітчизняного арт-ринку й інтегрувати його до міжнародного, необхідна низка конкретних заходів. По-перше, важливо запровадити ліцензування послуг з оцінки та експертизи творів мистецтва для усіх фахівців у цій сфері (не лише державних, а й приватних). При цьому потрібно передбачити відповідальність експерта за результати оцінки на законодавчому рівні.

По-друге, пункти пропуску через митний кордон України необхідно забезпечити фахівцями з експертної оцінки культурних цінностей. При перетині митного кордону зафіксовані випадки, коли працівники митниці конфісковували у громадян сувеніри, натомість не звертаючи уваги на вивезення з країни особливо цінних творів мистецтва без оформлених належним чином дозволів.

Поряд із ліцензуванням послуг з оцінки художніх активів має бути затверджений стандарт такої оцінки, визначені чіткі її критерії. При цьому важливо, щоби враховувалися не лише технічні й мистецтвознавчі, але й психологічні фактори ціноутворення. Адаптація зарубіжних оціночних моделей до умов українського ринку повинна базуватися на чіткому його сегментуванні, із обов'язковим виокремленням сегменту «скульптура» (враховуючи значний потенціал вітчизняних скульпторів та їхніх шедеврів для міжнародних аукціонів, а також сучасні тенденції на світовому арт-ринку). За основу можна взяти поділ міжнародного ринку творів мистецтва на сегменти, що використовується компанією Artprice при розрахунку індексів прибутковості мистецтва:

а) живопис; скульптура; фотографія; рисунок;

б) твори старих майстрів; мистецтво XIX ст.; модерн; мистецтво повоєнного періоду; сучасне мистецтво [13].

Перспективною для *подальших наукових досліджень* є розробка індексу прибутковості українських творів мистецтва, що дозволить порівнювати цінові тенденції на вітчизняному та міжнародному арт-ринках.

*Таким чином*, наведені заходи дозволять більш об'єктивно оцінювати художні активи і створять належне підґрунтя для інтеграції вітчизняного та міжнародного ринків творів мистецтва.

#### ***Список використаних джерел***

1. *Сміт А. Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй. – К.: Port-Royal, 2001. – 739 с.*

2. Шарп У.Ф., Александр Г.Дж., Бейли Дж.В. *Инвестиции: Пер. с англ.* – М.: ИНФРА-М, 1997. – 1024 с.
3. Mei J., Moses M. *Art as investment and the underperformance of masterpieces: evidence from 1875-2002 // American Economic Review.* — 2003. — №92.
4. Тамойкин М.Ю., Тамойкин Д.М. *Международный стандарт оценки предмета культурной ценности и предмета коллекционирования (проект) [Электронный ресурс].* – Режим доступа : <http://tamoikinsmuseum.com>.
5. Тамойкин М.Ю., Платонов Б.А. *К дискуссии оценщиков и искусствоведов о терминологии и методологии оценки предметов коллекционирования [Электронный ресурс].* – Режим доступа : <http://ocenshik.com.ua/en/profstory/3-story1.html>.
6. Гагарин А. *Особенности оценки произведений искусства // Имущественные отношения в Российской Федерации.* – 2006. – №3.
7. Соловьев В.Д. *Определитель стоимости живописи.* – М.: Эксперт-клуб, 2005. – 1437 с.
8. *Руководство по инвестированию на рынке предметов искусства / С.Скатурицкий, В. Кориневский, О.Яковенко и др.* – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 224 с.
9. Saltzman C. *Portrait of Dr. Gachet, the Story of a Van Gogh Masterpiece.* – Penguin Books, 1999. – P.324.
10. Галицька О. *Мистецтво не вмирає, а росте в ціні [Електронний ресурс] // Статус. Економічні відомості.* – 2009. – 10 лютого. – Режим доступу : <http://status.net.ua>.
11. *Grove Art Online [Electronic resource].* – Mode of access : <http://www.groveart.com>.
12. *Kunst Asset Management GmbH [Electronic resource].* – Mode of access : <http://www.kunstam.com>.
13. *Artprice Global Indices. Quarterly Data [Electronic resource].* – Mode of access : <http://www.artprice.com>.