

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Институт социально-гуманитарных технологий
Направление подготовки 380301 Экономика
Кафедра экономики

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Тема работы
Арт-рынок как объект инвестирования

УДК 338.467.6.330322.1

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗБЗБ	Боровикова Валентина Олеговна		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Соболева Екатерина Николаевна	Кандидат экономических наук		

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Профессор	Барышева Галина Анзельмовна	Доктор экономических наук		

Томск - 2017 г.

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ООП

Код результата	Результат обучения (выпускник должен быть готов)	Требования ФГОС, критериев и/или заинтересованных сторон
<i>Универсальные компетенции</i>		
P1	Осуществлять коммуникации в профессиональной среде и в обществе в целом, в том числе на иностранном языке, разрабатывать документацию, презентовать и защищать результаты комплексной экономической деятельности.	Требования ФГОС (ОК-14; ПК-9; 11)
P2	Эффективно работать индивидуально, в качестве <i>члена команды</i> , состоящей из специалистов различных направлений и квалификаций, с делением ответственности и полномочий за результаты работы и готовность <i>следовать корпоративной культуре</i> организации	Требования ФГОС (ПК-11; ОК-1,7,8)
P3	Демонстрировать <i>знания</i> правовых, социальных, этических и культурных аспектов хозяйственной деятельности, осведомленность в вопросах охраны здоровья и безопасности жизнедеятельности.	Требования ФГОС (ОК-2;3;16; 15)
P4	<i>Самостоятельно учиться</i> и непрерывно <i>повышать квалификацию</i> в течение всего периода профессиональной деятельности	Требования ФГОС (ОК-2; 9,10,11) Критерий 5 АИОР (2.6), согласованный с требованиями международных стандартов <i>EUR-ACE</i> и <i>FEANI</i>
P5	Активно пользоваться основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией, работать с информацией в глобальных компьютерных сетях	Требования ФГОС (ОК -13; ПК-1,3,510)
<i>Профессиональные компетенции</i>		
P6	Применять знания математических дисциплин, статистики, бухгалтерского учета и анализа для подготовки исходных данных и проведения расчетов экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов на основе типовых методик с учетом действующей нормативно-правовой базы;	Требования ФГОС (ПК-1, ПК-2; ПК-3;4;5 ПК-7; ОК-5; ОК-4; ОК11,13)
P7	принимать участие в выработке и реализации для конкретного предприятия рациональной системы организации учета и отчетности на основе выбора эффективной учетной политики, базирующейся на соблюдении действующего законодательства, требований международных стандартов и принципах укрепления экономики хозяйствующего субъекта;	Требования ФГОС ПК-5; ПК-7; ОК-5,8
P8	Применять глубокие знания основ функционирования экономической системы на разных уровнях, истории экономики и экономической науки для анализа социально-значимых проблем и процессов, происходящих в обществе, и прогнозировать возможное их развитие в будущем	Требования ФГОС ОК-3,4; ПК-4,6,8,14,15;
P9	Строить стандартные теоретические и эконометрические модели исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к области профессиональной деятельности, прогнозировать, анализировать и интерпретировать полученные результаты с целью принятия эффективных решений.	Требования ФГОС ПК-6; ПК-5; ПК-7; ПК-13;; ПК-8;
P10	На основе аналитической обработки учетной, статистической и отчетной информации готовить информационные обзоры, аналитические отчеты, в соответствии с поставленной задачей, давать оценку и интерпретацию полученных результатов и обосновывать управленческие решения.	Требования ФГОС ПК-4; ПК-5 ПК-7;8 ПК-10; ПК-13; ПК-5 ОК-1;2;3; ОК-6; ОК-13
P11	Внедрять современные методы бухгалтерского учета, анализа и аудита на основе знания информационных технологий, международных стандартов учета и финансовой отчетности	Требования ФГОС ПК-10;12 ОК-12
P12	осуществлять преподавание экономических дисциплин в общеобразовательных учреждениях, образовательных учреждениях начального профессионального, среднего профессионального, высшего профессионального и дополнительного профессионального образования.	Требования ФГОС ПК-14; ПК-15;ОК-2;
P13	Принимать участие в разработке проектных решений в области профессиональной и инновационной деятельности предприятий и организаций, подготовке предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий	Требования ФГОС (ПК-3,4,7; 11;12;13ОК-1,7, 8)
P14	Проводить теоретические и прикладные исследования в области современных достижений экономической науки в России и за рубежом, ориентированные на достижение практического результата в условиях инновационной модели российской экономики	Требования ФГОС ПК-4,9
P15	организовывать операционную (производственную) и коммерческую деятельность предприятия, осуществлять комплексный анализ его финансово-хозяйственной деятельности использовать полученные результаты для обеспечения принятия оптимальных управленческих решений и повышения эффективности.	Требования ФГОС (ОК – 7, 8, 12, 13; ПК – 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7,10, 11, 13)

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Институт социально-гуманитарных технологий
Направление подготовки (специальность) 380301 Экономика
Кафедра экономики

УТВЕРЖДАЮ:
Зав. кафедрой экономики
_____ Барышева Г.А.

« _____ » июня 2017 г.

ЗАДАНИЕ
на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

Бакалаврской работы

Студенту:

Группа	ФИО
ЗБЗБ	Боровикова Валентина Олеговна

Тема работы:

Арт-рынок как объект инвестирования

Утверждена приказом директора (дата, номер)	№2047/с от 23.03.2017
---	-----------------------

Срок сдачи студентом выполненной работы:	30.05.2017
--	------------

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ;

Исходные данные к работе <i>(наименование объекта исследования; экономические показатели его функционирования; статистические данные функционирования аукционных домов в России и мире)</i>	Учебная литература, публикации периодической печати, данные официальных и новостных сайтов, данные преддипломной практики.
Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов <i>(аналитический обзор по литературным источникам с целью выяснения достижений мировой науки в рассматриваемой области; постановка задачи исследования; содержание процедуры исследования; обсуждение результатов выполненной работы; наименование дополнительных разделов, подлежащих разработке; заключение по работе).</i>	- Рассмотреть специфику арт-рынка сквозь призму его инвестиционного потенциала; - Охарактеризовать основные стратегии поведения инвесторов на арт-рынке; - Описать сущность аукциона как способа функционирования арт-рынка; - Выделить основные факторы, способствующие развитию аукционных домов; - Проанализировать деятельность аукционного дома «GETART» - Выделить основные направления и

	проблемы развития рассматриваемого предприятия.
Перечень графического материала (с точным указанием обязательных чертежей)	Таблицы и рисунки, отражающие механизмы работы аукционных домов, финансово-экономическое положение анализируемого предприятия.
Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы (с указанием разделов)	
Раздел	Консультант
Социальная ответственность	Кашапова Эльмира Рамисовна
Названия разделов, которые должны быть написаны на русском и иностранном языках:	

Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику	02.02.2017
---	------------

Задание выдал руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Соболева Екатерина Николаевна	Кандидат экономических наук		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗБЗБ	Боровикова Валентина Олеговна		

Реферат

Выпускная квалификационная работа 57 с., 5 рис., 8 табл., 37 источников литературы.

Ключевые слова: арт-объект, аукционный дом, инвестирование.

Объектом исследования являются социально-экономические отношения, возникающие в процессе купли-продажи арт-объектов.

Цель работы – определение характеристик функционирования арт-рынка с точки зрения формирования возможностей для инвестиционных вложений.

Предмет исследования – инвестиционный потенциал арт-рынка.

В процессе исследования была проведена работа с большим количеством источников литературы и многочисленными интервью, которые были получены из уст ведущих специалистов в этом деле.

В результате исследования определены характеристики инвестирования в арт-объекты.

Область применения: арт-объекты, статистические данные аукционов, международные исследования.

Экономическая эффективность/значимость работы: результаты исследования могут быть реализованы в отечественных и зарубежных проектах.

Определения, обозначения, сокращения

В данной работе применены следующие термины с соответствующими определениями:

Аукцион – публичный торг по продаже имущества;

Арт – объект – это объект искусства, который рассчитан на эмоциональную реакцию зрителя; неутилитарная вещь, созданная из различных предметов и материалов, которая имеет творческую идею с целью взаимодействия с публикой;

Галерея – (художественная) – помещение, которое предназначено для демонстрации искусства;

Инвестиции – денежные средства, или другое имущество, в числе которых и имущественные права, которые имеют денежную оценку, способные принести прибыль при их вложении в объекты предпринимательской деятельности.

В данной работе применены следующие сокращения и обозначения с соответствующими определениями:

ПАО - публичное акционерное общество;

ООО - общество с ограниченной ответственностью;

РФ – Российская Федерация;

ФЗ – Федеральный закон.

Оглавление

Введение.....	8
Глава 1. Инвестирование в арт-объекты как новый тренд в российской экономике.....	10
1.1 Специфика инвестиций в арт-объекты.....	10
1.2 Стратегии инвестирования на арт-рынке.....	15
Глава 2. Аукцион как способ организации арт-рынка	22
2.1 Особенности аукционного рынка	22
2.2 Факторы успешного развития аукционных домов.....	32
Глава 3. Проблемы и перспективы развития аукционных домов в России (на примере аукционного дома GETART).....	37
3.1 Финансово-экономическая характеристика аукционного дома Getart.....	37
3.2 Стратегия развития аукционного дома Getart	46
Глава 4. Социальная ответственность.....	53
4.1 Определение стейкхолдеров организации	53
4.2 Определение структуры программ КСО.....	55
4.3 Оценка эффективности и выработка рекомендаций.....	56
Заключение	57
Список литературы	58

Введение

Общеизвестным является тот факт, что инвестиции в предметы искусства являются консервативным и прибыльным вложением капитала.

Однако, российскому инвестору в связи с тем, что российский арт-рынок, как рынок инвестиций, находится только в начале своего пути развития достаточно сложно инвестировать средства в арт-объекты не только с точки зрения их художественной привлекательности, но и использовать их как инструмент среднесрочных инвестиций с реальной, а не виртуальной доходностью.

В современном мире тема инвестиций в арт-объекты является актуальной ввиду большого количества разнообразных возможностей вложения инвестиций. Надежные инвестиции являются предметом исследования многих экономистов во всем мире. Инвестиции в искусство являются одними из самых быстрорастущих ввиду постоянного роста популярности искусства в мире.

Целью дипломной работы является определение характеристик функционирования арт-рынка с точки зрения формирования возможностей для инвестиционных вложений. Для того, чтобы достигнуть заданной цели необходимо будет проанализировать и решить следующие **задачи**:

- 1) Рассмотреть теоретические особенности инвестирования в арт-объекты на современном этапе;
- 2) Рассмотреть специфику инвестиций в арт-объекты;
- 3) Определить основные способы инвестирования в арт-объекты, а именно раскрыть понятие аукциона как посредника инвестирования в арт-объекты;
- 4) Рассмотреть теоретические особенности инвестирования в арт-объекты на современном этапе;
- 5) Представить финансово-экономический анализ аукционного дома «GetArt»;

б) Определить стратегию развития аукционного дома «GetArt».

Методология исследования базируется на трудах большого количества специалистов в разных областях деятельности связанной с инвестированием в искусство. Несмотря на большое количество работ, посвященных экономическим инвестициям, таких как выявление характерных черт современного арт-рынка (В. Бобков, Заграевский С.), социологические аспекты арт-рынка (Б. Гройс, П. Досси), особенности оценки произведений искусства (А. Гагарин, С. Григорьева), степень изученности данной проблемы является низкой.

Объектом исследования являются социально-экономические отношения, возникающие в процессе купли-продажи арт-объектов.

Предмет исследования – инвестиционный потенциал арт-рынка.

Работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы. В первой главе рассмотрены теоретические понятия инвестирования в арт-объекты, специфика инвестиций, а также стратегии инвестирования в арт-объекты. Вторая глава посвящена процессу инвестирования, а именно аукционы посредством которого возможно инвестирование в арт-объекты. Третья глава основана на исследовании российского арт-рынка, а именно рассмотрена возможность развития российского арт-рынка на примере аукционного дома Getart.

Глава 1. Инвестирование в арт-объекты как новый тренд в российской экономике

1.1 Специфика инвестиций в арт-объекты

Рынок произведений искусства отличается рядом уникальных свойств, делающих оценку инвестиционной привлекательности арт-объектов достаточно сложной. В настоящее время арт-рынок недостаточно изучен, а из-за высокой специфики неощутимых активов методики оценки инвестиционной привлекательности арт-объектов достаточно слабо разработаны. При этом арт-рынок потенциально высокодоходен, хотя доходность инвестиций в арт-объекты может быть спонтанной, так как высоки инвестиционные риски.

Так по результатам 2011 года инвестиции в искусство оказались более доходными, чем американский рынок акций: индекс MeiMosesAllArtIndex в очередной раз обогнал индекс S&P 500, показав среднегодовую доходность 7,8% против 2,7%. Очевидно, что это результат влияния многих факторов, но основной причиной стал процесс, который идет уже несколько десятилетий: из традиционно альтернативного инвестиционного инструмента произведения искусства превращаются в защитный.

Проблема российского арт-рынка, как рынка среднесрочных и краткосрочных инвестиций выражается в первую очередь в отсутствии ликвидности, т.к. процесс формирования инфраструктуры вторичных продаж арт-объектов еще не закончен и его не прозрачности. Большинство существующих игроков арт-рынка предпочитают просто продать картину или любой другой арт-объект клиенту, не заботясь о его дальнейшей судьбе. Зачастую сделки с арт-объектами совершаются, без

надлежащего оформления документов на право собственности и отсутствием сертификатов (паспортов) подлинности¹.

Так, исследование арт-индексов (например, индекса Мозеса-Мэя) показывает, что доходность вложений в произведения искусства сравнима с доходностью «голубых фишек» а периодически и обгоняет ее. Тем самым исследование российского арт-рынка и разработка методического аппарата анализа инвестиционной привлекательности арт-объектов на нем² способствовали бы его дальнейшему развитию и снижению инвестиционных рисков для потенциальных инвесторов.

Рынок предметов искусства - это своеобразная иерархическая структура, состоящая из нескольких подуровней. Арт-рынок - это система, которая включает взаимосвязанных участников, совершающих или помогающих осуществлять операции купли-продажи предметов искусства или антиквариата. Субъекты данной структуры передают или принимают на себя право собственности на конкретные предметы и объекты, представленные на рынке, несут связанные с ними риски и осуществляют в них инвестиции в целях вложения капитала или получения прибыли. Такого рода рынки, тесно связанные с культурой и общечеловеческими ценностями, имеют свои уникальные особенности, что сказывается и на специфике вложений – вложения в объекты, стоимость которых может меняться в зависимости от общественного мнения.

Рынок искусства всегда считался одним из самых прибыльных и непредсказуемых. Только один небольшой, но дорогостоящий (примерно 120 млрд. дол.) сегмент арт-рынка, к примеру картина знаменитого художника, может подвергаться более-менее точному прогнозированию. И моделированию, в то время как развитие других его частей невозможно предсказать, основываясь исключительно на рациональных методах.

¹Бабков В.А. Галерейный бизнес. Российский и зарубежный опыт. М.: Арт менеджер, 2010. 320 с.

²Гагарин А.Г. Особенности оценки произведений искусства. // Имущественные отношения в Российской Федерации, 2006. № 3. С. 24-31.

Поэтому арт-рынок представляется высокорисковым, а доходы на нем зачастую бывают спонтанными. В то же время разумные инвестиции на арт-рынке могут обеспечить высокий доход и создать условия для успешного размещения капитала.

Все виды арт-инвестиций представляются перспективными и потенциально высокодоходными. Однако, как упоминалось выше, все они обладают достаточно высокими рисками так как изменение тенденций на арт-рынке связано с целым рядом трудноуловимых обстоятельств и зачастую совершенно нерациональных причин. Все это заставляет арт-инвесторов проводить серьезный анализ потенциальных преимуществ и рисков объектов арт-рынка, делая ставку на неощутимые активы.

В России арт-рынок только начал развиваться как отдельный сектор экономики. Однако российские инвесторы уже давно начали охватывать данный рынок за границей. Следовательно, развитие российского арт-рынка позволило бы снизить отток российских капиталов и привлечь в Россию иностранные капиталы. В то же время потенциальные инвесторы российского арт-рынка опасаются его высоких рисков и не всегда способны осуществить рациональный отбор объектов для инвестирования. Высокая информационная асимметрия, проблема нежелательного отбора на рынке культурных ценностей, проблемы оценки неощутимых активов и специфика оценки арт-объектов усложняют положения потенциального инвестора. Таким образом, проблема оценки инвестиционной привлекательности арт-объектов чрезвычайно важна для эффективного развития арт-рынка. Для этого, в частности, вводятся специализированные арт-индексы как индикаторы доходности искусства. Арт-индекс – это агрегированный показатель, помогающий оценить доходность того или иного предмета искусства во времени. Спецификой построения арт-индексов (всемирно известные Mei-MossesAllArtIndex, GabriusArtIndex, Artprice, ArtNet, ArtSalesIndex и т. д.) является статистика средних цен за определенный период времени. Наиболее известными являются следующие индексы:

1) Mei- MosesAllArtIndex, построен на данных статистики прежде всего американского арт-рынка. В настоящее время он учитывает свыше 13 тыс. сделок;

2) Skate'sTop 1000. Международный индекс компании Skate'sArtMarketResearch, основан на рейтинге 1 000 самых дорогих произведений искусства в мире. Индекс Skate'sIndexofRepeatSales включает повторные продажи работ в Топ 1000 Skate;

3) Индекс ArtNet составляется компанией ArtNet AG на основе анализа баз данных (FineArtandDesignPriceDatabase, DecorativeArtPriceDatabase) цен примерно 4 млн продаж произведений искусства на аукционах более чем 500 международных аукционных домов с 1985г.;

4) ArtpriceGlobalIndex разработан компанией Artprice. com, которая обладает самой крупной базой данных по произведениям искусства, включающей сведения о 290 тыс. арт-объектов и около 25 млн данных о результатах торгов аукционных домов, уровней цен и индексов на произведения более 400 тыс. мастеров;

5) ArtSalesIndex компании ArtSalesIndexLtd, которая создала базу данных, включающую более 2,9 млн данных с аукционов для предметов изобразительного искусства (начиная с 1957г) и цены на произведения более 225 тыс. художников;

6) Zurich-AMR ArtandAntiquesIndex- индексы цен на предметы искусства и антиквариата. Данный индекс разработан британской компанией ArtMarketResearch совместно с швейцарской финансовой компанией ZurichFinancialServices.

Российские арт-индексы представлены индексами семейства ARTIMX:

1) Российский индекс ARTInvestmentMarketindeX (ARTIMX) -это интегральный показатель, характеризующий относительную величину цены условно усредненного произведения искусства на определенный момент времени. Индекс рассчитывается на основе данных о продажах

произведений искусства на основных мировых аукционах и охватывает около 3 млн лотов на более чем 12 тыс. аукционах;

- 2) ARTIMXP- индекс отражающий доходность произведений искусства, скорректированную с учетом инфляции на текущий момент времени;
- 3) ARTIMXba- индекс покупательской активности (усредненная величина текущего соотношения проданных и выставленных на продажу лотов на основных мировых аукционах, выраженная в процентах), а также индекса ARTIMX по основным направлениям (ARTIMX Painting, ARTIMX Graphics, ARTIMX Old masters, ARTIMX Impressionism &Modern Art и ARTIMX Contemporary Art).

Однако анализ арт-индексов не всегда позволяет принять правильное решение о приоритете инвестиций на арт- рынке³. В силу того, что большинство арт-объектов обладают высокими инвестиционными рисками, для потенциальных инвесторов была бы очень ценной такая методика оценки арт-объектов, которая позволила бы выявить их рыночную позицию и анализировать привлекательность долгосрочных инвестиций.

В качестве вывода по этой главе можно сказать, что инвестиции в арт-объекты имеют свои специфические возможности по сравнению с другими инвестициями. Инвестиции в арт-объекты всегда подвергаются более сильному риску, нежели другие вложения. Государственный комплекс норм и правил не в полной мере характеризует и охраняет деятельность, связанную с такими инвестициями, в связи с чем достигается более высокий риск.

³Глебова, Н.С. Банки и арт-рынок на современном этапе [Электронный ресурс] URL: <http://marketing.rbc.ru/research/562949985115632.shtml> (дата обращения: 12.12.2016)

1.2 Стратегии инвестирования на арт-рынке

Инвестирование в рынок произведений искусства - это достаточно сложный процесс. Существует три основных (базовых) стратегии инвестиций в произведения искусства. Во-первых, это инвестиции в искусство как обычные инвестиции (инвестирование в арт-акции)⁴. Основным критерием на данном сегменте инвестиций является уверенность инвестора в возможном росте капитала (значительного повышения цены произведения искусства в долгосрочном периоде). Однако сегмент арт-акций совсем мал, его рыночная капитализация составляет всего 3-4 млрд дол. и его доминирующая часть (более 80%) представлена компанией Sotheby's. Только три компании арт- акций (Sotheby's, ArtNet И Artprice) держат активную позицию по своим акциям.

Во-вторых, инвестиции в сферу искусства как коллекционирование. Капиталы размещаются в различных кластерах арт- рынка, капиталовложения делаются не в целях максимизации прибыли на инвестируемый капитал, а для получения удовольствия⁵. Коллекционеры-главный тип потребителей арт-продукта, люди, которые не просто потребляют, но и формируют этот рынок.

В-третьих, портфельные инвестиции, когда арт-индексы рассматриваются аналогично фондовым индексам. Этот вид инвестиций ориентирован на создание портфелей произведений искусства и/или создание портфеля компаний арт-рынка. Сюда же относятся и разнообразные фонды совместных инвестиций в произведения искусства.

В-четвертых, это инвестиции в произведения искусства, их создателей или организации арт-рынка для их дальнейшего коммерческого использования. Это направление инвестиций в настоящее время быстро

⁴Скатерщиков С., Кориневский В., Яковенко О., Пихлер К., Цимке Т., Хансен Н. Руководство по инвестированию на рынке предметов искусства. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. 224 с.

⁵Маслова, А. Н. Эксперты арт-рынка: во что стоит инвестировать в ближайшие годы [Электронный ресурс] URL: <http://ria.ru/culture/20120201/553776533.html> (дата обращения: 01.02.2017).

развивается, и прогнозируется существенный прирост данного сегмента арт-инвестиций, как и дальнейший рост рынка потребительского искусства. По оценкам агентства Skate'sArtMarketResearch, к 2016 г. отрасль потребления искусства, по меньшей мере, удвоилась, составив не менее 25% мирового арт-рынка (не все сделки потребления искусства включают покупку работ), и стала самым быстрорастущим сегментом мировой арт-индустрии.

Этот вид арт-инвестиций предполагает, что произведения искусства приобретаются не столько как самостоятельный объект капиталовложений, сколько как определенный символ, ведущий образ бренда, в качестве которого может выступать новый модный проект, модный дизайн, группа потребительских товаров или компания, их производящая. Тем самым инвестор зарабатывает не на самом произведении искусства, а на его связи с брендом и его коммерческом эффекте.

Также этот вид арт-инвестиций может предполагать осуществление слияния между арт-рынком и индустрией моды. В результате такого слияния покупатели среднего класса обеспечат большую долю объема торгов на арт-рынке, где до сих пор сделки главным образом осуществлялись с очень состоятельными частными лицами. По данным агентства Skate's, основным двигателем этих изменений станут дома моды, которые способны выйти на арт-рынок и уже в настоящее время съедают значительную часть бизнеса арт-дилеров.

Данное направление арт-инвестиций включает вложения домов моды и иных субъектов индустрии моды в художников и создателей произведений искусства, в результате чего возникают проекты сотрудничества с модными брендами⁶. Эти проекты направлены на продвижение нового модного бренда или новой продуктовой линии компании, работающей в сфере индустрии моды. Например, знаменитый японский художник Такаши Мураками создал коллекционную версию популярных часов G-shock от Casio. Такие арт-

⁶Суворов Н. Галерейное дело: Введение в арт-бизнес. СПб.:Лема, 2001. 218 с.

инвестиции окупаются за счет роста продаж потребительских товаров инвестора.

В мае 2010 года мы могли стать свидетелями того, как в Нью-Йорке на аукционе Christie's за 106,5 миллиона долларов, была продана портретная работа «Обнаженной на фоне зеленых листьев и бюста» Пабло Пикассо, которая стала настолько живописной, и самой дорогой работой, когда-либо проданной на аукционе⁷. Как только инвесторы меньше беспокоятся о проблемах, связанных с текущим финансовым кризисом, они больше обеспокоены тем, как защитить свой капитал от инфляции, набирающих обороты из-за растущих издержек и долгов мировых правительств, они все чаще обращаются к арт-рынку.

В условиях постоянно меняющегося рынка и выхода Великобритании из ЕС инвесторы ищут альтернативные способы инвестирования в материальный актив, который не зависит от государства. Растущая тенденция инвестирования в ценные активы - поиск групп активов с дефицитом, таких как марочные вина, старинные автомобили и недвижимость⁸. Однако глобальный вопрос заключается в следующем: необходимо ли инвестировать в искусство? Основатель HenaArt, MadeleineD'angelo, меняет форму арт-рынка, инвестиционные возможности и объясняет, почему инвестиции в искусство являются необходимыми.

Рынок искусства быстро восстановился после недавнего экономического спада. Быстрее, чем традиционные инвестиции. Владельцы крупных материальных активов с портфелем разнообразных художественных активов не так сильно пострадали. Кроме того, в отличие от инвестиций в акции или облигации, искусство предоставляет инвесторам альтернативные реальные возможности.

В период высокой и растущей инфляции искусство в статистике

⁷Долгин А. Б. Экономика символического обмена. М.: Инфра-М, 2006. 632 с.

⁸Досси П. Продано: искусство и деньги. СПб.: Лимбус пресс, 2011. 288 с.

успешно проявляется во всех секторах рынка. Как правило, на нестабильном рынке коллекционеры рассматривают возможность инвестирования в искусство с целью инвестиций, а не просто покупку прекрасной части⁹. Согласно отчету DeloitteLuxembourg&ArtTacticArt&Finance с 2016 года, 73% капитала менеджеров в 2016 году (по сравнению с 58% в 2014 году) показали, что их клиенты хотели включить искусство и другие предметы коллекционирования в текущие доходы счетов, чтобы иметь консолидированную картину своего богатства. Кроме того, в отчете от 2016 года 78% капиталов менеджеров (по сравнению с 55% в 2014 году) указали, что коллекция произведений искусства должна быть включена в управление активами.

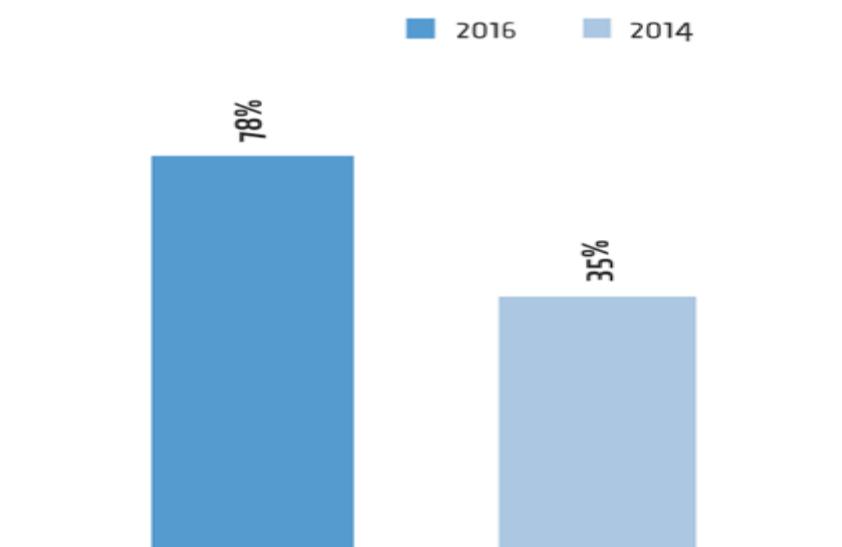


Рисунок 1 - Желание менеджеров внести предметы искусства в положение управления активами¹⁰

Значительная часть доходов, полученных ультрабогатыми инвесторами в последние годы, была результатом стратегической диверсификации их портфелей на широком спектре классов активов.

⁹Скатерщиков С., Кориневский В., Яковенко О., Пихлер К., Цимке Т., Хансен Н. Руководство по инвестированию на рынке предметов искусства. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. 224 с.

¹⁰ Мизиано В. А. Документа-Манифеста // Художественный журнал Moscowartmagazine, 2002. № 46. – С. 59–65.

Все более изощренные инвесторы стремятся защитить себя от потерь благодаря более выраженной диверсификации своих портфелей посредством инвестиций в искусство через различные традиционные и новые стратегии. Искусство, как и золото, классифицируется как «реальный актив», который зарекомендовал себя как естественный хедж против инфляции.

Кроме того, в последние годы мы можем увидеть появление нескольких новых фондов, инвестирующих в искусство, а также увеличение числа специализированных частных инвестиционных клубов, предназначенных для состоятельных людей, которые хотели бы вложить часть своего богатства в отдельный тщательно¹¹ выбранный сектор арт-рынка, рассматривая его как «безопасную гавань».

В настоящее время выделяют 3 основные стратегии инвестирования на арт-рынке:

1. Простые инвестиции - покупка предмета искусства, выбранного на основе тенденций роста стоимости работы этого сегмента арт-рынка. Ставка делается на увеличение ценности предмета искусства в будущем.
2. Сбор инвестиций - коллекционирование во все сегменты арт-рынка. Главная цель - не прибыль, а сохранение культурного наследия или наслаждение владением.
3. Инвестиции на основе фондового арт-индекса - приобретение акций тех компаний, деятельность которых связана с арт-бизнесом.

Художественные работы могут стать частью хорошего комплекса диверсифицированного портфеля, приносящего хороший доход владельцу.

Не нужно инвестировать в произведения искусства, десятки или сотни тысяч долларов в будущую прибыль. Существует возможность потратить на

¹¹Денисов Б. А. К экономическим критериям ценности произведений искусства // Российский экономический журнал, 1996. № 4. С. 105–109.

покупку картин или скульптур всего несколько тысяч долларов. Главное - определить, что будет продолжать расти в цене. Художественный рынок изменчив, поэтому инвестору необходимо хорошее понимание тенденций и течений в искусстве, чтобы не просчитать покупку.

Также существует множество людей, которых называют арт-дилерами¹². Инвестор в свою очередь может обратиться к арт-дилерам, которые помогут выбрать произведение, которое с наивысшей вероятностью подорожает через некоторое время.

Одной из самых популярных областей инвестирования в искусство сегодня является приобретение книжных коллекций. Это может быть выгодным капиталовложением, поскольку стоимость редких книг растет в среднем на 15% в год.

Управление портфелем является не менее важной задачей разработки инвестиционного проекта.

Современная стратегия управления портфелем предлагает инвесторам диверсифицировать 5-7% своих активов на арт-рынке. Низкая корреляция искусства с запасами и традиционными группами активов обеспечивает ценную диверсификацию портфеля, что приводит к увеличению общей доходности. Согласно отчету DeloitteArt&Finance с 2016 года, 72% коллекционеров заявили, что они покупают искусство не только как хобби, но и с точки зрения инвестиций.

¹²Колодзей Н. Российские художники на рынке США // Галерейный бизнес: практические советы, как эффективно управлять галереей. Минск: Беларусь, 2006. С. 121–127.

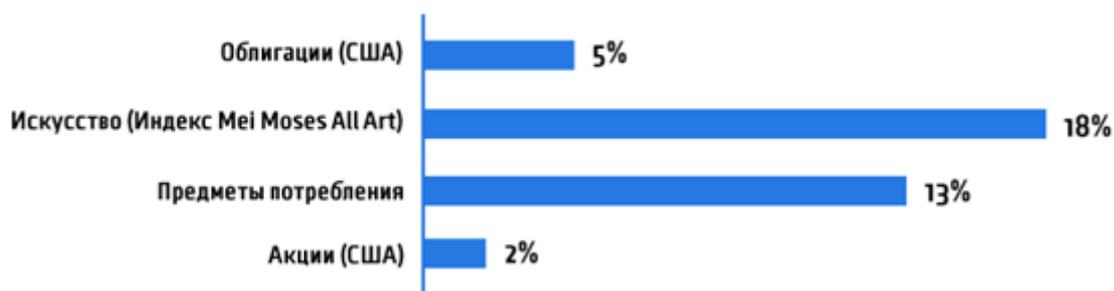


Рисунок 2 - Показатели роста инфляции по сферам жизни в США с 1973-2016 года¹³

Как можно увидеть из вышеприведенного рисунка процент роста вследствие инфляции в области искусства протекает гораздо быстрее, почти в 3,5 раза быстрее нежели рост облигаций Соединенных Штатов Америки – экономике страны, диктующей условия существования почти всему миру. Вследствие вышеописанного можно сделать вывод о том, что инвестиции в арт-объекты хоть и имеют больший риск, но гораздо более продуктивны, нежели аналогичные инвестиции в другие области.

¹³ Матковская, Я.С. Арт-рынок: специфика, новые тенденции и перспективы развития // Маркетинг и маркетинговые исследования, 2014. № 4.– С. 304-315.

Глава 2. Аукцион как способ организации арт-рынка

2.1 Особенности аукционного рынка

Аукцион является основной платформой для приобретения предметов искусства. Чтобы познакомиться с нашей работой, необходимо понять, что такое аукцион.

Аукцион (от латинского *auctio* - продажа на публичных торгах) - это способ продажи определенных продуктов по ценам, установленным покупателями в торговле. Аукцион - это процедура, в которой принимается решение о том, кто должен перевести много, должен платить, сколько каждой стороны. Участники сообщают о своей готовности платить, и решение принимается исключительно на основе полученных сигналов.

Покупателями и продавцами на аукционах могут быть как юридические, так и физические лица.

Организаторами товарных аукционов могут быть крупные торговые компании, союзы или ассоциации продавцов или специальные аукционные брокерские фирмы. Роль аукционов могут выполнять крупные акционерные общества, монополизировав торговлю по некоторым статьям. Обычно они покупают товары у производителей, а затем перепродают их оптом посредникам и получают прибыль от разницы в цене¹⁴. Наряду с этим они берут на продажу на основе комиссии, объекты, принадлежащие производителям, ассоциациям или кооперативам. Также важно, чтобы аукцион проходил открыто, при участии самих покупателей.

Аукционы могут проводиться не только для организаций, для которых этот вид деятельности необходим. Существуют также биржевые аукционы,

¹⁴Селина Е. Галерея — это партнер // Галерейный бизнес: практические советы, как эффективно управлять галереей. Минск: Беларусь, 2006. С. 96–106.

торги могут быть организованы арт-дилерами, галереями и т. д. Развитие электронной коммерции в последние годы привело к появлению, в том числе в России, большого количества онлайн-аукционов.

Продавцы выставляют на продажу свои продукты. Часто на аукционе присутствуют такие предметы, как чай, кофе, семена, цветы, мех, домашний скот, промышленное оборудование и т. д. Также проводятся аукционы произведений искусства, ювелирных изделий, книг, в том числе антиквариат. Исторически, для каждого аукционного продукта есть торговые центры. Например, основными торговыми центрами являются: Санкт-Петербург, Нью-Йорк, Монреаль, Лондон, Лейпциг, Копенгаген, Осло, Стокгольм и некоторые другие.

Перед тем, как попасть на аукцион, товары проходят предварительную экспертизу, необходимую для оценки их качества и решений по начальной цене. В качестве проданных арт-объектов написано соглашение об аукционе, подписанном владельцем объекта и директором аукциона, а также экспертом, аукционистом и юрисконсультom.

Перед аукционом объекты или их образцы экспонируются для осмотра покупателями. Кроме того, организаторам аукциона может быть выдан каталог для продажи предметов искусства. В зависимости от типа описания объекта могут быть дополнены их фотографии.

Аукционные торги проводятся в специальной комнате. День и время их проведения определяются заранее и перечисляются в рекламе, каталогах, приглашениях.

Продажа аукционных товаров, произведенных по договору (соглашению). Продавец получает за товар первоначальную стоимость. Кроме того, ему может быть выплачен процент от разницы между аукционом

и стартовой ценой (если это предусмотрено правилами аукциона и указанными в аукционном соглашении).

Покупатель оплачивает сумму аукционной цены приобретенных товаров и сборов. Правила аукциона могут быть установлены также как и различный порядок распределения.

Данные о ценах на аукционах важны, поскольку существует альтернативная продажа реальных товаров на основе конкуренции покупателей. И поэтому цены вполне реальны. Цены аукционов близки к котировкам, поскольку, как правило, отражают реальную сделку. Продавец на аукционах может установить резервную и стартовую цену. В резервной цене указывается стоимость имущества для продавца. Стартовая цена - это цена, с которой начинается торг. Если резервная цена объявляется до начала аукциона, она становится стартовой ценой.

Организатор устанавливает и шаг аукциона. Размер шага транзакций, полезный для сравнения с начальной ценой, поскольку с начальной ценой, близкой к стоимости объекта, и высокой стадией аукциона, аукцион может выиграть у участника с наивысшей оценкой объекта.

Обычно рассматривают два основных критерия: качество, эффективность и доходность процедуры аукциона. Аукцион называется эффективным, если предмет отправляется участнику с наивысшей ставкой. С точки зрения аукциона доход лучше, чем ожидаемая прибыль, которую он приносит организатору.

Обзор использования теории аукционов приводит к выводу, что некоторые аспекты торговли заслуживают большего внимания. К ним относятся сопротивление сговору среди участников торгов; Препятствия для входа и создания барьеров для потенциальных участников; Резервная цена и

политические мотивы; Стимулы для соблюдения априорно установленных правил; Влияние структуры рынка.

Когда мы говорим о заговоре, я имею в виду, прежде всего, открытый аукцион. Здесь речь идет не о очевидном сговоре сторон, который служит основой для судебного преследования, и в ситуации, когда участники обмениваются информацией на ранних этапах аукциона.

Особое соображение заслуживает «хищнического» поведения. Крупный игрок может продемонстрировать свое намерение выиграть, участвуя в предыдущих аукционах, заявив в прессе и т. Д. И, тем самым, удушающую конкуренцию. Трудность входа делает его весьма вероятным сговором с сильными игроками, так как все слабые игроки откажутся участвовать в аукционе. Даже если небольшая компания будет участвовать в аукционе, сильный будет более заметным.

Для успешного участия в аукционе торговля должна иметь как можно больше информации о продукте и правилах аукционов.

Опыт многих стран свидетельствует о том, что использование аукционов оправдано и приносит большой доход в случае достаточной конкуренции за право пользования.

Позитивные и негативные последствия аукционов зависят не только от конкретных условий испытаний, но и от структуры, присущей им институционального механизма. Вот основные типы аукционов, которые существуют в современном мире:

Основные виды аукционов представлены в таблице 1.

Таблица 1. Виды аукционов

Английский аукцион	Механизм аукциона: открытый. Покупатели последовательно повышают цену, победителем является тот, кто называет ставку, в которой все остальные участники отказываются продолжать переговоры.
Японский аукцион	Продавец постоянно повышает ставку, клиенты уходят, если цена превышает сумму, которую они готовы заплатить. Увеличение происходит до тех пор, пока не будет только одна сторона. Это и признать победителя.
Голландский аукцион	Механизм аукциона: открытый. Продавец понижает цену, пока кто-то из покупателя не выражает желание купить лот. Покупатель оплачивает сумму, которой удалось убрать цену.
Закрытый аукцион первой цены	Механизм торгов: закрыт. Претенденты, являющиеся частными лицами, указывают сумму, которую они готовы заплатить за объект торговли. Победителем является участник, предложивший самую высокую цену. Победитель оплачивает указанную в заявке сумму.
Закрытый аукцион второй цены	В отличие от закрытого аукциона с первой ценой, победитель оплачивает указанную в заявке сумму и сумму второй наивысшей ставки.

Источник: Матковская, Я.С. Арт-рынок: специфика, новые тенденции и перспективы развития // Маркетинг и маркетинговые исследования, 2014. № 4. - С. 304-315.

Два из приведенных в таблице 1 видов аукционов - закрытый и открытый аукционы первой цены - тождественны, поскольку информационно и стратегически эквивалентны. Закрытый и открытый

аукционы второй цены эквивалентны в том случае, если оценки торгуемого блага частные.

Важнейшую роль в аукционе играет *конкуренция*. Но даже в открытом аукционе есть немало препятствий для участников. Основным является то обстоятельство, что на *открытом аукционе* всегда побеждает участник с максимальной оценкой лота. Следовательно, компаниям невыгодно участвовать, если есть фаворит, который, по общему мнению, обладает наивысшей оценкой блага¹⁵. Отсутствие заинтересованности возникает, если цена участия для разных компаний значительно различается. Например, если компании требуют масштабной подготовительной работы, и одно из них имеет преимущество, другое может колебаться в своем решении.

Проблемы участия и конкуренции более серьезные, когда речь идет об аукционе с общими оценками. Компании делают ставку очень осторожно, потому что боятся «проклятия победителя» (переоценки объекта аукциона). Особенно осторожны мелкие фирмы: они понимают, что зачастую их победа означает переоценку товара.

Известные случаи, когда из-за неадекватных небольших резервных цен, аукцион продемонстрировал низкий доход. На английском аукционе низкая резервная цена стимулирует появление сговора. На закрытом аукционе второй ценовой категории с низкой резервной ценой и небольшим количеством участников ставка победителя и его оплата могут значительно различаться. В то же время есть сильные стимулы к недооценке цены. Дело в том, что часто организатор аукциона не является владельцем лота и поэтому не столько заинтересован в максимизации дохода, сколько в том, что лот был продан. Особенно это характерно в случае государственных структур

¹⁵Прилашкевич Е. В. Кураторство в современной художественной практике. СПб.: СПбГИЭУ, 2009. 246 с.

оперативного уровня, для которых обычно устанавливаются планы не по доходам, а по объемам¹⁶.

Нарушения чаще встречаются на открытых аукционах, поскольку аукцион длится во времени, то есть участники имеют возможность оценить стратегию конкурентов и отреагировать. Другим аспектом соблюдения является выполнение обещаний продавца. Итак, если продавец не выполнил свое обещание и продал лот по цене ниже резерва, тогда никто больше не обратит внимания на его присутствие. Согласованное поведение одного участника и продавца также является нарушением правил аукциона. В закрытом аукционе организатор может сообщить о ставках вашему партнеру. Наиболее распространенным способом борьбы с подобным мошенничеством является публичность процедур аукциона (открытое открытие конвертов и т. д.). К этому можно добавить тот факт, что организатору не выгодно исключать неправильную сторону, так как это может значительно ухудшить результаты аукциона.

На аукционе с частными оценками участники проводят индивидуальные оценки лотов независимо от оценок других участников; на аукционе с общими оцененными участниками при различных оценках объекта, который имеет некоторую «объективную» стоимость.

В зависимости от *технологии проведения* выделяют:

1. аукцион с повышением цены (согласный аукцион);
2. аукцион с понижением цены;
3. аукцион «втемную».

На *аукционе с повышением цены* начальная цена устанавливается по согласованию с продавцом. После ее объявления аукционистом (ведущим

¹⁶Жан-Юбер Мартен. Афиша 17 сентября 2009 [Электронный ресурс] URL: http://www.asha.ru/article/bien_zhan/ (дата обращения: 11.02.2017).

торгов) покупатели предлагают свою цену, увеличивая предыдущую на определенную правилами проведения торгов сумму. Товар считается проданным тому, кто предложит самую высокую цену. Если выставленный на торги товар не пользуется спросом (отсутствуют предложения о повышении цены на него), он может быть снят с торгов. Торги с повышением цены могут быть гласными и негласными¹⁷. В первом случае покупатели выражают свое желание приобрести товар открыто (с помощью сигнальной таблички), а аукционист называет каждого, кто предлагает более высокую цену. Если же покупатели поднимают цену с помощью условных знаков, подаваемых аукционисту, то такие торги называются негласными или немymi.

На *аукционах с понижением цены* начальная цена всегда завышена. В процессе торгов ее снижают до тех пор, пока кто-то из покупателей не сообщит о своем намерении приобрести товар. Этот способ получил название "*голландский аукцион*" (Dutch auction), так как широко применяется в Голландии, где таким образом проводятся аукционы цветов и декоративных растений, овощей. Их продают, используя аукционные часы. Суть аукционов с понижением цены состоит в том, что вначале аукционист назначает максимальную стартовую цену, которая загорается на циферблате, установленном, в аукционном помещении, после чего указатель часов движется в сторону ее уменьшения. Если никто из покупателей не выражает желания приобрести лот по этой цене, то аукционист начинает снижать цену. У каждого из присутствующих в зале покупателей есть специальный пульт с кнопкой, позволяющей остановить указатель. Покупателем товара становится тот, кто первым нажмет находящуюся перед ним кнопку, которая останавливает изменение цены на циферблате. После этого на циферблате загорается номер, под которым данный покупатель зарегистрирован у организаторов аукциона. Он и считается покупателем данного лота. Он

¹⁷Королева, Н.Н. Маркетинг на арт-рынке: мировой опыт и российская специфика // Актуальные вопросы экономического развития регионов. Волгоград: ВолгГТУ, 2014. С. 146-150.

получает право выбора и приобретения необходимого количества товара по зафиксированной на часах цене. С этой же цены торги возобновляются и продолжаются до того момента, пока не будет достигнута минимальная цена, установленная для каждого товара. Такой способ проведения аукциона значительно ускоряет темп аукционного торга.

Условие проведения аукциона «втемную» - одновременное предоставление покупателями своих ставок (например, в письменном виде). Товар продается тому, чья цена окажется наибольшей.

В зависимости от значимости аукционов применяются два вида торгов:

1. *устные торги* (так называемый «английский аукцион»);
2. *совместные торги* (сочетание устных торгов и письменных заявок), которые осуществляются следующим образом (см. рисунок 3).

Первоначально, устный аукцион. В конце этого аукциона, но до открытия представленных письменных заявлений, аукционист предлагает своим клиентам успешный торг определенного аукционного отделения, чтобы сделать дополнительные скидки. После этого аукциона Комиссия открывает письменное заявление с учетом всех покупателей. Каждое заявление читается вслух и вносило свои предложения в отчет об итогах аукциона соответствующие единицы аукциона, указав предлагаемую цену и регистрационный номер, запечатанный в конверте. Самая высокая ставка определяет победителя «второго этапа».

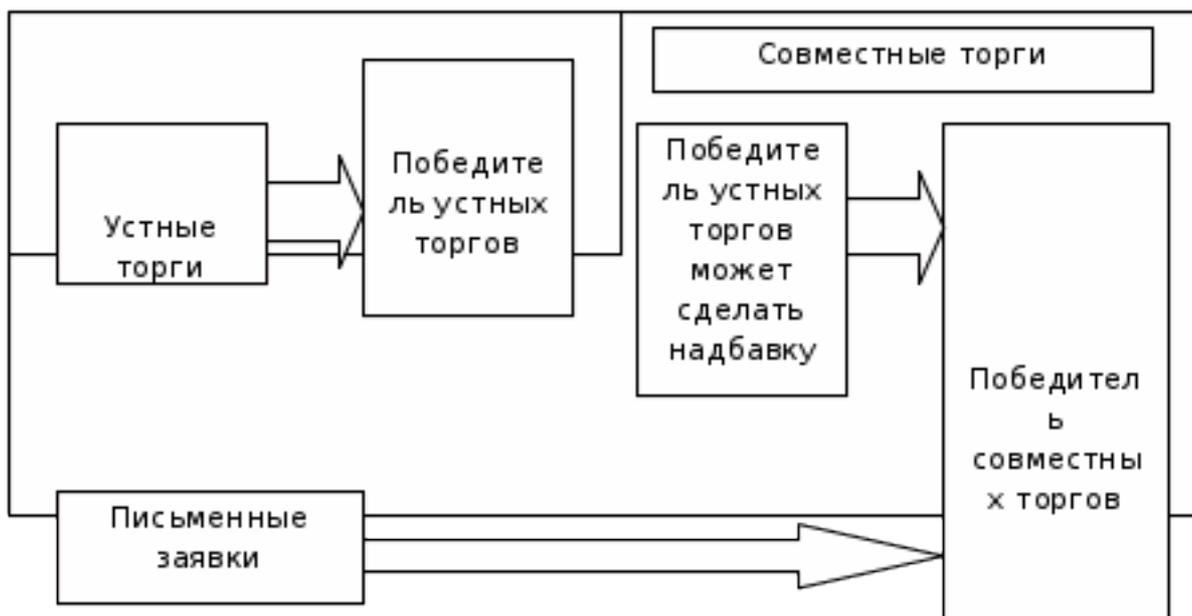


Рисунок 3 - Механизм совместных торгов¹⁸

В зависимости от способа повышения цен существуют два типа аукционов. Существуют следующие способы повышения цен - гласный и негласный.

При гласном способе аукционист объявляет номер лота, выставяемого на продажу, называет начальную цену и спрашивает: "Кто больше?" Покупатель, желающий приобрести лот по более высокой цене, называет новую цену, которая выше предыдущей на величину не ниже минимальной надбавки, указанной в правилах проведения торгов¹⁹. Аукционист называет номер покупателя, в соответствии с которым он выставил на аукционе новую цену предложения, и снова задает вопрос: «Кто может дать больше» Если после трехкратного повторения вопроса не получено нового предложения, аукционист ударяет в молот, подтверждая продажу партии покупателю, что последний назвал самую высокую цену.

¹⁸ Скатерщиков С., Кориневский В., Яковенко О., Пихлер К., Цимке Т., Хансен Н. Руководство по инвестированию на рынке предметов искусства. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 224 с.

¹⁹ Мизиано В. А. Документа-Манифеста // Художественный журнал Moscowartmagazine, 2002. № 46. С. 59–65.

Негласным способом покупатели дают аукционисту условный знак соглашения о повышении цены. Доплата за цену стандарта и предусмотренная правилами торговли. Каждый раз, когда аукционист объявляет новую цену, не называя покупателя. Администрация аукциона имеет право удалить предмет аукциона до его продажи без объяснения причин. Это может также снизить начальную цену, если ни один из покупателей не хочет поднимать стартовую цену. После продажи всех лотов непроданные лоты могут быть снова выставлены на продажу.

Таким образом, организация аукционов имеет свои особенности, которые определяются технологией аукционов, значимостью аукционов, методом повышения цен и характером продаваемых товаров.

2.2 Факторы успешного развития аукционных домов

Если говорить о современном состоянии мирового арт-рынка в целом, то это «предводительство» трех стран - гегемон - США, Китая, Великобритании. Все, что происходит на этом рынке, за последние десять лет сильно изменилось, не в последнюю очередь в связи с глобализацией и падением антикварного рынка связанным с кризисами в экономике. В последнее десятилетие произошло два существенных падения рынка. Первое значительное падение продаж произошло в период 1990-1991 годов и связано с падением йены: японцы всегда были одними из самых активных покупателей на арт-рынке. Второе падение было более значительным и имело место в период 2008-09 года в острой фазе кризиса в США. Этот период характеризовался почти истерическим падением цен практически во всех сегментах арт-рынка. Однако, несмотря на продолжающиеся депрессивные настроения потребителей, уже в 2010 году цена на искусство снова увеличилась. Отметим, что продажи российского искусства в кризис

даже не попали в верхний ценовой сегмент: Малевич и Ассоциация «Джек алмазов». Однако в среднем ценовом сегменте наблюдалось снижение продаж, что наблюдалось, в частности, в антикварном салоне 2014 года, когда половина пространства была пуста. В целом можно отметить, что благодаря глобализации растущее значение развивающихся рынков и это настоящая тенденция, которая со временем будет только расти. В первую очередь в мире по торговле предметами искусства в 2013 году возник Китай. Однако в следующем году, в 2014 году, Китаю пришлось уступить Соединенным Штатам.

Давайте рассмотрим деятельность самых известных аукционных домов в мире и определим, что является ключевым фактором в развитии этих домов в современном мире.

Третье место в обороте произведений искусства на протяжении многих лет, твердо держит Великобритания. Явление британского рынка ограничивает его концентрацию. Так что 50% работ старых мастеров. Продается в Лондоне. Здесь каждую зимнюю неделю продают старые мастерские картины. В Великобритании очень давняя традиция антикварного рынка, это отличная страна для коллекционеров. Единственная страна в мире, где сохранились, и ряд частных коллекций - некоторые прослеживают свою историю с XVI века (коллекция королевской семьи). В определенный момент экономические трудности королевской семьи привели к тому, что эти коллекции стало можно покупать за деньги. В английском и шотландском замках все еще можно увидеть эту коллекцию в том виде, в котором они были созданы. Из этого можно сделать промежуточный вывод о том, что ведущие аукционные дома Великобритании из-за своей долгой и богатой истории в настоящее время являются одними из доминирующих домов в мире.

Можно выделить еще одну тенденцию современного арт-рынка –

неуклонный рост доли арабского мира в обороте. Эта доля постоянно растет, но, судя по всему, до уровня Китая все же не доберется, ввиду слабой развитой культуры частного коллекционирования. Основной покупатель со стороны арабского мира – государство.

Что же касается конкретики среди аукционных домов, то тут наблюдается дуополия—два гиганта – Сотбис и Кристис. Гегемонию этих двух конкурентов арт-рынка никто не может отменить. И такие антикварные дома как Сотбис и Кристис постоянно увеличивают долю своих *privatesales*-продаж всех аукционов. Большие деньги любят тишину, и клиенты аукционных домов не исключение. Через частные продажи (*privatesales*) люди узнают цену картины, к тому же всегда есть люди, которые не хотят выпускать свои вещи на рынок, им проще продать за определенную цену. Обычно это очень дорогие картины, владельцы которых не хотят распространяться о себе ни покупателям, ни продавцам.

Следуя за растущим влиянием Китая, в 1980-е гг. оба антикварных дома и Сотбис, и Кристис начинают проводить торги в Азии – Гонконге. Гонконг – один из потенциально важнейших центров торговли предметами искусства, особенно азиатского.

Третий аукционный дом по объему продаж – китайский аукционный дом POLY'S, где продаются в основном китайское искусство. Китайского искусства в мире много (с 17 в.). Несмотря на кризис в Китае будет продолжаться рост роли аукционных домов на рынке искусства и антиквариата. Доля других аукционных домов невелика, но она важна для работы арт-рынка. Прежде всего можно выделить следующие центры продаж: Австрийский Доротеум; Финский Bukovski's; Bonhem's – английский аукционный дом; Дрюо в Париже.

Очень невелика доля продаж русского искусства. Во первых, оно не сильно популярно в мире. Во-вторых, русского искусства сохранилось немного – по сравнению с искусством Италии и Франции. Оно появилось на рынке достаточно поздно, а многие достойные произведения находятся в

государственных музеях. Антикварный рынок в СССР был официально запрещен. Однако русский сегмент остается очень интересным растущим сегментом мирового арт-рынка, имеющий тенденцию к развитию, несмотря на все экономические кризисы. Наибольшей популярностью традиционно пользуется русский авангард, и картины русских художников XVIII в. Mac'Dougal – специализируются на русском искусстве. С нулевой отметки за десять лет был создан этот аукционный дом до очень хорошего уровня. Были привлечены к сотрудничеству много хороших консультантов. Этот дом имеет отличный интернет сайт, где публикуется красочный подробный каталог к каждому аукциону. В этом доме продаются произведения русского искусства 19-20 века и современные русские художники. Попробуем рассмотреть аукционный арт-рынок России более подробно.

Основоположником арт-рынка в России является арт-рынок Москвы. Наблюдается интересная тенденция арт-рынка Москвы. В последние несколько лет стали появляться небольшие аукционы, что объясняется экономической целесообразностью. Много аукционов специализируется только на продажах традиционного современного искусства. Среди арт-домов Москвы выделяются галерея Шишкина, Дом Совком, Русская эмаль и Дом антикварной книги в Никитском. Галерея Шишкина работает в гостинице «Украина». Изначально коллекция Шишкина была сформирована из работы разных советских художников. Эта галерея имеет филиал в Лондоне, который успешно работает и во многом благодаря работе этой галереи появилась мода на живопись советских художников. Дом Совком, изначально связан с Совком-банком. Но люди, продающие произведения искусства, организационно с ним не связаны. В аукционном доме Русская эмаль продается не только эмаль, но в основном, декоративно-прикладное искусство. Определенной популярностью пользуется аукцион, который организует «Дом антикварной книги в Никитском». Одно из основных его направлений – антикварные книги. Таких людей, покупающих антикварную книгу, очень много. Также продается

графика и изобразительное искусство.

В заключение нужно отметить еще одну тенденцию, которая наблюдается на рынке современного искусства и антиквариата – активный рост доли интернет-продаж. Однако, чтобы участвовать в таких аукционах, надо иметь очень наметанный глаз и возможность брать существенный риск. Не редко состояние сохранности, декларируемое на сайте аукциона не будет отвечать действительному состоянию.

Таким образом, можно сделать вывод о том, какие факторы являются основными успешно развивающихся аукционных домов:

- 1) Ответственность перед клиентами, выражаемая в тщательных проверках объекта продаже перед сделкой;
- 2) Реклама хорошего аукционного дома не нуждается в распространении, достаточно быть на слуху в высоких кругах современного общества;
- 3) Презентабельность, вызываемая желание приобрести покупку;
- 4) История играет не маловажную роль: старинные аукционные дома всегда будут цениться;
- 5) Предоставление детальной предаукционной информации о предстоящем аукционе;
- 6) Обеспечение безопасности проведения аукциона, при желании клиента – анонимности.

Выделив основные факторы успешного развития аукционных домов можно сделать вывод, что антикварный рынок – модель исторически-сложившихся бытовых человеческих отношений, перенесенная в деловую среду. Порой личные связи здесь оказываются прочнее официальных и юридически оформленных договоренностей, оказывая значительное влияние на успех аукционного дома на рынке. А это, в свою очередь, позволяет рынку современного искусства оставаться выгодным вложением средств в средне- и долгосрочной перспективе, несмотря на экономические колебания.

Глава 3. Проблемы и перспективы развития аукционных домов в России (на примере аукционного дома GETART)

3.1 Финансово-экономическая характеристика аукционного дома Getart

Аукционный дом Getart основан в 2016 году Алексеем Шпикельманом, Денисом Соколовым и Григорием Гапоновым. Предприятие создавалось в качестве профессионального участника первичного и вторичного арт-рынка со специализацией на следующих объектах коллекционирования:

1. **Живопись** (европейская живопись, русская живопись, советская живопись, современное искусство).
2. **Графика** (европейская графика, русская графика, советская графика).
3. **Фотография** (винтажная фотография, современная фотография).
4. **Прикладное искусство** (бронза, мебель, серебро, фарфор).
5. **Прочее** (вино, ретро-автомобили и прочее).

Официальное открытие аукционного дома Getart состоялось 26 мая 2016 года. Штаб-квартира компании располагается в г. Новосибирске. Двумя основными направлениями деятельности выступают:

1. **Организация торгов.** За весь 2016 год компанией проведены 2 аукциона – оба в Новосибирске. К каждой работе, представленной на аукционах, компанией подготовлен сертификат аукционного дома, гарантирующий ее подлинность.
2. **Оценочная деятельность.** Данное направление деятельности состоит из 3 типов экспертизы (маркетинговая экспертиза, индивидуальная экспертиза, технологическая и искусствоведческая экспертиза):
 - *Маркетинговая экспертиза.* Суть маркетинговой экспертизы состоит в оценке рыночной стоимости произведения искусства на момент экспертизы.

- *Индивидуальная экспертиза.* Состав работ в рамках индивидуальной экспертизы состоит из первичного осмотра предмета с использованием необходимого инструментария и литературы для определения соответствия предъявленного предмета заявленным характеристикам, а именно: возраст, состояние, вероятность подлинности, консультации по ценообразованию и возможным путям реализации, консультации по реставрации и экспертизе.
- *Технологическая и искусствоведческая экспертиза.* Данное направление подразумевает сопровождение коллекционера при проведении технологической и искусствоведческой экспертиз в таких экспертных организациях, как Государственная Третьяковская Галерея, Всероссийский Художественный Научно-Реставрационный Центр имени академика И. Э. Грабаря, Государственный Исторический Музей, Государственный Музей Востока, Государственный Русский Музей. Заключение, выданные ведущими экспертными организациями, существенно повышают инвестиционную привлекательность произведений искусства, как для коллекционеров, так и для лиц, заботящихся о долгосрочном капиталовложении своих средств.

Штат компании насчитывает 23 человека. Особенностью текущей операционной деятельности предприятия является тот факт, что организационная структура складывается стихийно, без деления на отделы и направления. Текущая организационная структура представлена на рисунке ниже.

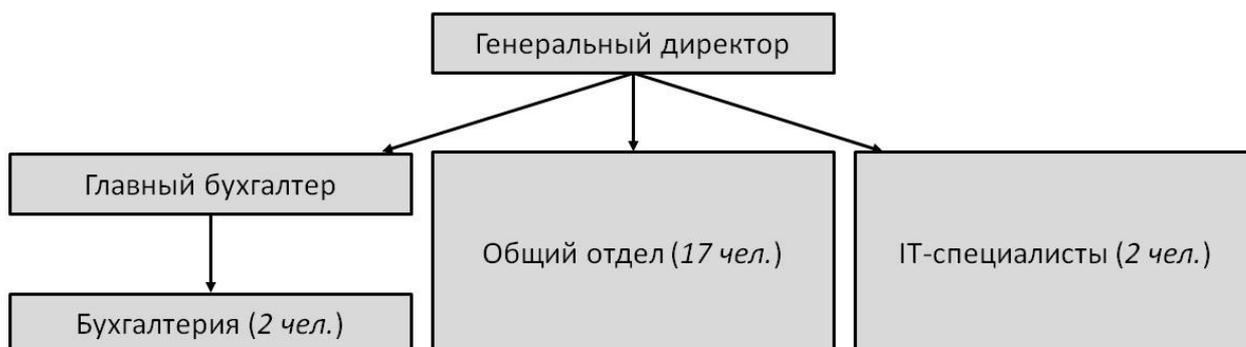


Рисунок 4 – Организационная структура аукционного дома GETART²⁰

²⁰ Прохоров А.М., Рождественский А.Е. Нематериальные активы СССР и России. М., 2001.– С. 31.

В связи с тем, что компания существует и ведет свою операционную деятельность лишь немногим более года, автором исследования принято решение приводить и в дальнейшем анализировать управленческую отчетность в поквартальном разрезе. Официальная финансовая отчетность у автора отсутствует. Данные управленческой отчетности аукционного дома GETART представлены в таблицах ниже.

Таблица 2. Управленческий отчет о финансовых результатах (руб. без НДС)

Показатель	30.06.2016	30.09.2016	31.12.2016	31.03.2017
Выручка	12 127 359	11 520 991	13 825 189	15 207 708
Себестоимость продаж	-1 377 000	-1 652 400	-1 569 780	-1 648 269
Валовая прибыль (убыток)	10 750 359	9 868 591	12 255 409	13 559 439
Коммерческие расходы	-6 355 006	-6 672 756	-7 340 032	-8 808 038
Управленческие расходы	-3 091 112	-2 472 890	-2 720 179	-2 584 170
Прибыль (убыток) от продаж	1 304 241	722 945	2 195 199	2 167 231
Доходы от участия в др. организациях	0	0	0	0
Проценты к получению	0	0	0	0
Проценты к уплате	0	0	0	0
Прочие доходы	0	0	0	0
Прочие расходы	0	0	0	0
Прибыль до налогообложения	1 304 241	722 945	2 195 199	2 167 231
Текущий налог на прибыль	-260 848	-144 589	-439 040	-433 446
Чистая прибыль (убыток)	1 043 393	578 356	1 756 159	1 733 785

Источник: анализ деятельности компании, проведенный автором исследования

Как мы можем увидеть выручка работу аукционного дома после кризиса пошла вниз, однако с конца 2016 года ситуация стабилизировалась и выручка работы дома к апрелю 2017 года выросла по отношению к концу 2016 года на 20%.

Таблица 3. Управленческий бухгалтерский баланс (руб. без НДС)

Показатель	30.06.2016	30.09.2016	31.12.2016	31.03.2017
I. Внеоборотные активы				
Основные средства	90 000 000	89 250 000	88 500 000	87 750 000
Итого по разделу I	90 000 000	89 250 000	88 500 000	87 750 000
II. Оборотные активы				
Запасы	40 000	30 000	20 000	10 000
Дебиторская задолженность	1 455 283	1 728 149	2 488 534	3 041 542
Денежные средства	9 575 210	10 768 189	13 233 003	15 337 226
Итого по разделу II	11 070 493	12 526 338	15 741 537	18 388 768
Баланс	101 070 493	101 776 338	104 241 537	106 138 768
III. Капитал и резервы				
Уставный капитал	10 000	10 000	10 000	10 000
Нераспределенная прибыль	1 043 393	1 766 338	3 961 537	6 128 768
Итого по разделу III	1 053 393	1 776 338	3 971 537	6 138 768
IV. Долгосрочные обязательства				
Заемные средства	80 000 000	80 000 000	80 000 000	80 000 000
Итого по разделу IV	80 000 000	80 000 000	80 000 000	80 000 000
V. Краткосрочные обязательства				
Заемные средства	20 000 000	20 000 000	20 000 000	20 000 000
Кредиторская задолженность	17 100	0	270 000	0
Итого по разделу V	20 017 100	20 000 000	20 270 000	20 000 000
Баланс	101 070 493	101 776 338	104 241 537	106 138 768

Источник: анализ деятельности компании, проведенный автором исследования

На основании данных управленческой отчетности автором проведен финансовый анализ деятельности предприятия по следующим направлениям:

1. Горизонтальный анализ данных управленческого отчета о финансовых результатах.
2. Вертикальный анализ данных управленческого отчета о финансовых результатах.
3. Горизонтальный анализ управленческого баланса.
4. Вертикальный анализ управленческого баланса.

Горизонтальный анализ данных управленческого отчета о финансовых результатах позволяет сделать вывод о том, что за первый год существования компании выручка выросла на 25,4%. Себестоимость продаж также росла, но меньшими темпами (19,7%). Отсюда, показатель валовой прибыли рос более высокими темпами, чем выручка.

В течение года предприятие оптимизировало управленческие расходы, за счет чего они снизились на 16,4%. При этом коммерческие расходы увеличились на 38,6%. В совокупности эти факторы позволили предприятию увеличить прибыль от продаж, прибыль до налогообложения и чистую прибыль на 66,2% в четвертом квартале деятельности по сравнению с первым кварталом своей деятельности.

Таблица 4. Горизонтальный анализ управленческого отчета о финансовых результатах (руб. без НДС)

Показатель	30.06.2016	30.09.2016	31.12.2016	31.03.2017	Темп прироста
Выручка	12 127 359	11 520 991	13 825 189	15 207 708	25,4%
Себестоимость продаж	-1 377 000	-1 652 400	-1 569 780	-1 648 269	19,7%
Валовая	10 750 359	9 868 591	12 255 409	13 559 439	26,1%

прибыль (убыток)					
Коммерческие расходы	-6 355 006	-6 672 756	-7 340 032	-8 808 038	38,6%
Управленческие расходы	-3 091 112	-2 472 890	-2 720 179	-2 584 170	-16,4%
Прибыль (убыток) от продаж	1 304 241	722 945	2 195 199	2 167 231	66,2%
Доходы от участия в других организациях	0	0	0	0	-
Проценты к получению	0	0	0	0	-
Проценты к уплате	0	0	0	0	-
Прочие доходы	0	0	0	0	-
Прочие расходы	0	0	0	0	-
Прибыль (убыток) до налогообложения	1 304 241	722 945	2 195 199	2 167 231	66,2%
Текущий налог на прибыль	-260 848	-144 589	-439 040	-433 446	-
Чистая прибыль (убыток)	1 043 393	578 356	1 756 159	1 733 785	66,2%

Источник: анализ деятельности компании, проведенный автором исследования

В рамках вертикального анализа данных управленческого отчета о финансовых результатах проанализирована деятельность аукционного дома Getart по сегментам. На предприятии выручка генерируется от двух

направлений: (1) аукционная деятельность, (2) оценочная деятельность. На конец 4 квартала деятельности компании выручка от оценочной деятельности занимала 71% в общей структуре выручки. Выручка от аукционной деятельности занимала 29% в общей структуре выручки.

Таблица 5. Анализ структуры выручки (%)

Показатель	Ед. изм.	30.06.2016	30.09.2016	31.12.2016	31.03.2017
Выручка от аукционной деятельности	%	22,0%	25,0%	27,0%	29,0%
Выручка от оценочной деятельности	%	78,0%	75,0%	73,0%	71,0%
Итого выручка	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Источник: анализ деятельности компании, проведенный автором исследования

Анализ информации по сегментам показывает, что выручка от аукционной деятельности растет более высокими темпами. Отсюда увеличение ее доли по итогам деятельности за год.

Таблица 6. Динамика сегментов (руб. без НДС)

Показатель	30.06.2016	30.09.2016	31.12.2016	31.03.2017	Темп прироста
Выручка от аукционной деятельности	2 668 019	2 880 248	3 732 801	4 410 235	65,3%
Выручка от оценочной деятельности	9 459 340	8 640 743	10 092 388	10 797 473	14,1%
Итого выручка	12 127 359	11 520 991	13 825 189	15 207 708	25,4%

Источник: анализ деятельности компании, проведенный автором исследования

Горизонтальный анализ управленческого баланса показывает, что за 4 анализируемых квартала валюта баланса увеличилась на 5%. Значительно (почти в 2 раза) выросла дебиторская задолженность (что, впрочем, сопровождается ростом выручки). Инвестиции в основные средства не осуществлялись, заемные средства за анализируемый период не изменились.

Таблица 7. Горизонтальный анализ управленческого баланса (руб. без НДС)

Показатель	30.06.2016	30.09.2016	31.12.2016	31.03.2017	Темп прироста
I. Внеоборотные активы					
Основные средства	90 000 000	89 250 000	88 500 000	87 750 000	-2,5%
Итого по разделу	90 000 000	89 250 000	88 500 000	87 750 000	-2,5%
II. Оборотные активы					-
Запасы	40 000	30 000	20 000	10 000	-75,0%
Дебиторская задолженность	1 455 283	1 728 149	2 488 534	3 041 542	109,0%
Денежные средства	9 575 210	10 768 189	13 233 003	15 337 226	60,2%
Итого по разделу	11 070 493	12 526 338	15 741 537	18 388 768	66,1%
Баланс	101 070 493	101 776 338	104 241 537	106 138 768	5,0%
III. Капитал и резервы					-
Уставный капитал	10 000	10 000	10 000	10 000	0,0%
Нераспределенная прибыль	1 043 393	1 766 338	3 961 537	6 128 768	487,4%
Итого по разделу	1 053 393	1 776 338	3 971 537	6 138 768	482,8%
IV. Долгосрочные обязательства					-
Заемные средства	80 000 000	80 000 000	80 000 000	80 000 000	0,0%
Итого по разделу	80 000 000	80 000 000	80 000 000	80 000 000	0,0%
V. Краткосрочные обязательства					-
Заемные средства	20 000 000	20 000 000	20 000 000	20 000 000	0,0%

Кредиторская задолженность	17 100	0	270 000	0	-
Итого по разделу	20 017 100	20 000 000	20 270 000	20 000 000	-0,1%
Баланс	101 070 493	101 776 338	104 241 537	106 138 768	5,0%

Источник: анализ деятельности компании, проведенный автором исследования

Вертикальный анализ управленческого баланса позволяет сделать следующие **выводы:**

1. Активы более чем на 80% сформированы за счет основных средств (основной актив – офисное здание, в котором предприятие ведет свою деятельность).
2. Денежные средства занимают большую долю валюты баланса – более 10%.
3. Дебиторская задолженность стабильно увеличивается и уже почти достигла 3% валюты баланса.
4. Собственный капитал компании составляет 5,8%. Он сформирован в основном за счет прибыли.
5. Среди источников финансирования 75,4% приходятся на долгосрочные заемные средства, 18,8% приходятся на краткосрочные займы.

Рассмотрев в такой же степени функционирование организации посредством вертикального анализа управленческого баланса составим следующую таблицу:

Таблица 8. Вертикальный анализ управленческого баланса (руб. без НДС)

Показатель	30.06.2016	30.09.2016	31.12.2016	31.03.2017
I. Внеоборотные активы				
Основные средства	89,0%	87,7%	84,9%	82,7%
Итого по разделу I	89,0%	87,7%	84,9%	82,7%
II. Оборотные активы				
Запасы	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Дебиторская задолженность	1,4%	1,7%	2,4%	2,9%
Денежные средства	9,5%	10,6%	12,7%	14,5%
Итого по разделу II	11,0%	12,3%	15,1%	17,3%
Баланс	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
III. Капитал и резервы				
Уставный капитал	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Нераспределенная прибыль	1,0%	1,7%	3,8%	5,8%
Итого по разделу III	1,0%	1,7%	3,8%	5,8%
IV. Долгосрочные обязательства				
Заемные средства	79,2%	78,6%	76,7%	75,4%
Итого по разделу IV	79,2%	78,6%	76,7%	75,4%
V. Краткосрочные обязательства				
Заемные средства	19,8%	19,7%	19,2%	18,8%
Кредиторская задолженность	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%
Итого по разделу V	19,8%	19,7%	19,4%	18,8%
Баланс	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Источник: анализ деятельности компании, проведенный автором исследования

3.2 Стратегия развития аукционного дома Getart

Финансово-экономическая характеристика аукционного дома Getart, приведенная в предыдущем разделе, позволяет сделать вывод о том, что предприятие стабильно приносит прибыль своим акционерам (учредителям), причем темпы роста как выручки, так и прибыли за анализируемый период стабильно росли.

Тем не менее, автор видит следующие проблемы в деятельности организации:

1. Основной вид деятельности предприятия – аукционная деятельность – не является основным источником дохода. Большую часть выручки приносит доход от оценочной деятельности.
2. Организационная структура предприятия четко не определена (все занимаются всем).

Отсюда, реструктуризация предприятия должна быть связана с оперативной и стратегической реструктуризацией.

1. **Стратегическая реструктуризация.** Цель: усиление позиций предприятия в аукционном деле.
2. **Оперативная реструктуризация.** Цель: построение эффективной организационной структуры предприятия.

Стратегическая реструктуризация предприятия связана с изменением стратегии продаж. Основные усилия должны быть направлены на работу с инвесторами, желающими получить доходность от вложений в предметы искусства. Основой инвестирования в арт-объекты все-таки является не просто возможность инвестирования, а желание это сделать. Мотивация – процесс формирующий желание. С целью приобретения какого-либо искусства выделяются два типа мотивации:

1. Эстетический мотив. Приобретение предметов искусства с целью создания коллекций.
2. Инвестиционный мотив. Приобретение предметов искусства с целью роста их стоимости и последующей перепродажи. В качестве предметов капиталовложений искусство стало рассматриваться в 1980-х годах. В то время представители инвестиционно-банковского (investmentbanking) сообщества начали активно инвестировать в работы современных на тот момент художников. Одновременно банки

принялись создавать активы из предметов искусства, а также предоставлять арт-консультации.

По мнению автора инвестиционный мотив способен привлечь большое количество частных инвесторов. Тех людей, которые обладают эстетическим мотивом и желанием собрать коллекцию, но опасаются потратить деньги без экономической выгоды, информация о доходности инвестиций в искусство может окончательно склонить в пользу этих инвестиций. Отсюда, в своей рекламной кампании аукционный дом Getart должен сделать акцент на способах доходного инвестирования в предметы искусства. Также необходимо точно определить возможные уровни доходности и риска.

Изучив особенности инвестиций в арт-рынок, автор настоящего исследования рекомендует аукционному дому Getart в своей работе сделать акцент на привлечение потенциальных инвесторов, что можно сделать одним из трех следующих способов:

1. **Работа по направлению privatebanking.** Privatebanking – это подразделение кредитных организаций, которое предоставляет комплекс услуг для состоятельных физических лиц, что предполагает осуществление операций с деньгами клиентов, сохраняющих и увеличивающих их состояние.
2. **Работа с компаниями, оказывающими услуги управления частным капиталом (wealthmanagement).** Wealthmanagement – это комплекс консультационных услуг, охватывающих все аспекты финансовой жизни частного клиента с крупным состоянием: финансовые инвестиции, планирование, бухгалтерский учёт и налогообложение, юридические вопросы.
3. **Работа с компаниями, оказывающими услуги familyoffice.** Familyoffice – это частная независимая организация, оказывающая услуги состоятельным семьям в связи с управлением семейным имуществом и другими активами.

Работа по этим трем направлениям должна включать в себя (1) совместные мероприятия, (2) совместные маркетинговые компании, (3) взаимовыгодное сотрудничество по обмену клиентами.

Для того, чтобы реализовать данную стратегию необходимо изменить организационную структуру предприятия, то есть произвести **оперативную реструктуризацию** аукционного дома Getart. Автор считает необходимым разделить 4 функции предприятия:

1. *Производственная функция* (отдел, в котором будут собраны специалисты по оценочной деятельности).
2. *Функция продаж* (отдел по работе с клиентами). Данное подразделение по замыслу автора должно быть разделено на два блока: (1) блок, работающий с коллекционерами, желающими продать предметы искусства, либо заказать оценочную услугу, (2) блок, работающий с институтами, которые могут стать источниками новых клиентов (в нашем случае это подразделения банков, оказывающих услуги privatebanking, управляющие компании, оказывающие услуги wealthmanagement и компании-family-офисы).
3. *Маркетинг* (отдел по продвижению бренда).
4. *Административная функция* (секретариат, бухгалтерия, финансовая служба, служба информационных технологий).

Исходя из вышесказанного, автор настоящего исследования рекомендует аукционному дому Getart принять следующую организационную структуру. Реструктуризация организационного деления необходима с целью увеличения объема охвата аудитории, имеющие

необходимые

покупательские

способности.

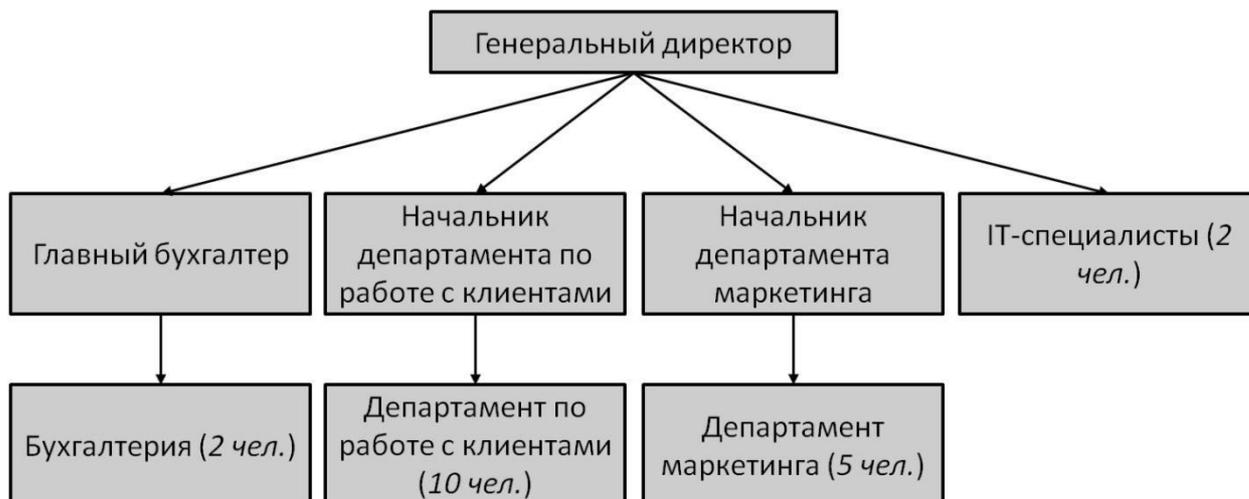


Рисунок 5 – Организационная структура аукционного дома Getart в результате оперативной реструктуризации²¹

Среди стратегий развития искомого аукционного дома можно предположить увеличение охвата областей искусства. Существует множество различных сфер искусства. Как правило, ведущие аукционные дома не специализируются только на одном виде искусства, будь то картины, или предметы обихода, в своей работе они руководствуются принципом чем дороже вещь, тем больше с не можно выручить. Аукционная сфера развита в России достаточно слабо, поэтому в нашей стране, как говорится, существует пространство для маневра, чем нужно пользоваться, чтобы встать в один ряд с ведущими английскими, немецкими и американскими аукционными домами.

²¹ Рисунок выполнен автором

ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА «СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

Студенту:

Группа	ФИО
ЗБЗБ	Боровикова Валентина Олеговна

Институт	ИСГТ	Кафедра	Экономики
Уровень образования	Бакалавр	Направление/специальность	380301 «Экономика»

Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:

<p>1. Описание рабочего места (рабочей зоны, технологического процесса, механического оборудования) на предмет возникновения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - вредных проявлений факторов производственной среды (метеоусловия, вредные вещества, освещение, шумы, вибрации, электромагнитные поля, ионизирующие излучения) - опасных проявлений факторов производственной среды (механической природы, термического характера, электрической, пожарной природы) - чрезвычайных ситуаций социального характера 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Все рабочие места обеспечены современной техникой. 2. На работника воздействуют следующие вредные факторы: непостоянный шум, электромагнитное поле широкополосного спектра частот от ПЭВМ; поражение электрическим током. 3. На рабочем месте могут возникнуть чрезвычайные ситуации природного и техногенного характера, а именно: пожар, землетрясение, химическое либо радиационное заражение. <p>Исходные данные для составления раздела:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Очное посещение предприятия. 2. Данные отчета по преддипломной практике. 3. Данные, предоставленные Аукционным домом Getart. 4. Данные официального сайта Аукционного дома Getart
---	--

<p>2. Список законодательных и нормативных документов по теме</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1. Трудовой кодекс РФ. 2. Федеральное законодательство в сфере охраны труда. 3. Природоохранное законодательство РФ.
--	--

Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:

<p>1. Анализ факторов внутренней социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы корпоративной культуры исследуемой организации; - системы организации труда и его безопасности; - развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации; - Системы социальных гарантий организации; - оказание помощи работникам в 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Основы социальной политики Аукционного дома Getart. 2. Прямые и косвенные стейкхолдеры Аукционного дома Getart. 3. Система социальной ответственности Аукционного дома Getart. 4. Структура программ социальной ответственности Аукционного дома Getart. 5. Затраты на социальную ответственность Аукционного дома Getart.
--	---

<i>критических ситуациях.</i>	
2. Анализ факторов внешней социальной ответственности: - содействие охране окружающей среды; - взаимодействие с местным сообществом и местной властью; - Спонсорство и корпоративная благотворительность; - ответственность перед потребителями товаров и услуги (выпуск качественных товаров) - готовность участвовать в кризисных ситуациях и т.д.	1. Деятельность предприятия в сфере охраны окружающей среды. 2. Взаимодействие компании с местным сообществом и местной властью. 3. Оказание финансовой помощи учреждениям культуры, науки и образования, физкультуры и спорта.
3. Правовые и организационные вопросы обеспечения социальной ответственности: - Анализ правовых норм трудового законодательства; - анализ специальных (характерные для исследуемой области деятельности) правовых и нормативных законодательных актов; - анализ внутренних нормативных документов и регламентов организации в области исследуемой деятельности	1. Рассмотрение принципов формирования, элементов и структуры программ КСО предприятия. 2. Определение затрат на программы социальной ответственности предприятия.
Перечень графического материала:	
<i>При необходимости представить эскизные графические материалы к расчётному заданию (обязательно для специалистов и магистров)</i>	

Дата выдачи задания для раздела по линейному графику	
---	--

Задание выдал консультант:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Ассистент кафедры экономики	Кашапова Эльмира Рамисовна			

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗБЗБ	Боровикова Валентина Олеговна		

Глава 4. Социальная ответственность

4.1 Определение стейкхолдеров организации

Программа корпоративной социальной ответственности (КСО) Аукционного дома Getart включает в себя основные принципы стратегического развития компании, которые связаны с реализацией социальных, экономических и экологических проектов.

Деятельность Аукционного дома Getart в области корпоративной социальной ответственности носит системный характер и направлена на достижение практических результатов. Все проекты объединены единой стратегией, а это значит, что все они направлены на реализацию единой цели – формированию и укреплению ценностей социально-ответственного поведения в бизнес-среде.

Целями программы корпоративной социальной ответственности Аукционного дома Getart являются:

- создание примера компании, успешно сочетающей деловую эффективность и соответствие общественным интересам всех социальных групп, которые так или иначе связаны с аукционным бизнесом;
- интеграция предприятия в общероссийское сообщество, чьей тенденцией (по аналогии с мировым сообществом) является формирование развитой системы социально ориентированного бизнеса;
- формирование внутри компании и в ее внешних отношениях ценностей социально-ответственного поведения, связанных с необходимостью укрепления тенденции к формированию социально-ответственной бизнес- среды.

Основные стейкхолдеры предприятия представлены в таблице ниже.

Таблица 9. Стейкхолдеры организации

Прямые стейкхолдеры	Косвенные стейкхолдеры
Сотрудники предприятия	Учреждения культуры
Учредители / акционеры	Образовательные учреждения
Инвесторы	Государство
Клиенты (коллекционеры)	Местное население

Основными стейкхолдерами в сфере КСО являются сотрудники компании и члены их семьи, а также работники, вышедшие на пенсию. Именно на них направленно большинство социальных программ компании. Это неудивительно, поскольку в исполнении социальной программы в первую очередь заинтересованы сотрудники предприятия. В случае существования адекватной оплаты труда, возможностей профессионального роста и деловой карьеры, наличия здоровой моральной атмосферы, оптимальных условий и режима труда, а также хорошего руководства они будут заинтересованы в развитии компании, а, значит, повысится производительность труда и качество работы сотрудников.

Рассматриваемое предприятие имеет программы взаимодействия с образовательными учреждениями в области культуры и искусства.

Администрации местных органов самоуправления заинтересованы в пополнении бюджета посредством налоговых поступлений и сохранения рабочих мест для населения региона, поэтому развитие компании и увеличение ее прибыли выгодно местным и федеральным властям.

Таким образом, все перечисленные стейкхолдеры заинтересованы в реализации программы корпоративной социальной ответственности, а собственники компании – в первую очередь.

4.2 Определение структуры программ КСО

В таблице ниже представлена структура программы корпоративно-социальной ответственности.

Таблица 10. Структура программ КСО

Наименование мероприятия	Элемент	Стейкхолдеры	Сроки реализации мероприятия	Ожидаемый результат от реализации мероприятия
«Бизнес сотрудникам»	Корпоративная программа обучения	Сотрудники	Февраль 2016 – Июнь 2017	Оплата внешнего обучения сотрудников, желающих повысить квалификацию в области культуры и искусства.
«Бизнес детям»	Благотворительные пожертвования	Школа-интернат	Сентябрь 2016	Благотворительная акция, направленная на материальную поддержку детских домов.
«Бизнес городу»	Корпоративное волонтерство	Местное население	Сентябрь 2016	Подать пример бережного отношения к природе. Сохранить экологию и привести в порядок территорию города.
«Бизнес учащимся»	Благотворительные пожертвования	Учащиеся	Январь - Июнь 2017	Стипендиальная поддержка талантливых студентов в сфере культуры и искусства.

Определить стоимость затрат на проведение всех программ КСО является невозможным, так как финансирование данных мероприятий осуществляется из собственных средств учредителей. Данная информация является конфиденциальной и не доступна автору настоящего исследования.

4.3 Оценка эффективности и выработка рекомендаций

Программы КСО, реализуемые предприятием, полностью соответствуют стратегии предприятия, направленной на то, чтобы оставаться социально-ответственным предприятием. Это подтверждается преобладанием в общей структуре внешней КСО. Аукционный дом Getart стремится отвечать интересам и потребностям своих стейкхолдеров.

Предприятие поддерживает ряд общественных проектов, оказывая помощь в развитии культуры, науки, образования, пропаганде здорового образа жизни и поддержки окружающей среды. В части мероприятий Аукционный дом Getart даже выступает инициатором проектов.

Для сотрудников и их семей организуется множество различных спортивных и культурных мероприятий. Данные программы направлены на сплочение коллектива, поддержание лояльности персонала и развития корпоративного духа. Отсюда, одним из плюсов реализации программ КСО является повышение лояльности персонала. Этот эффект является значимым из-за того, что персонал компании является важной составляющей всего предприятия и от него зависит дальнейшее развитие и процветание компании.

Заключение

В заключение к работе можно сделать несколько выводов. На основе поставленных целей была проведена необходимая работа и достигнуты следующие результаты:

- в 1 главе была детально рассмотрена специфическая особенность инвестирования в объекты искусства, были проведены необходимые исследования с целью определения специфики инвестирования;
- во 2 главе в качестве основного вида инвестирования выделяется аукцион.
- 3 глава была посвящена исследованию стратегии развития аукционных домов в России на примере аукционного дома Getart. Была предложена стратегия развития аукционного дома на основании исходной и рассчитанной информации о динамике экономических показателей организации.

Аукционы бывают множества видов, каждый из которых имеет свои особенности. Вкратце была рассмотрена процедура инвестирования в арт-объекты путем принятия участия в аукционе.

В нашей стране, такой вид торгов как аукцион развит не так давно, поэтому существует множество вариантов принятия в нем участия. Государственная законодательная слабо не в достаточной степени регулирует аукционную деятельность, поэтому ответственные аукционные дома пользуются популярностью у богатых людей, желающих купить или продать свои предметы искусства. В работе была рассмотрена экономическая часть существования аукционного дома в России, определены основные экономические показатели, характеризующие работу этого дома. На основе полученных данных была сформирована стратегия по развитию аукционного дома Getart, чтобы встать в один ряд с ведущими мировыми аукционными домами.

Список литературы

- 1) Бабков В.А. Галерейный бизнес. Российский и зарубежный опыт.–М.: Арт менеджер, 2010.– 320 с.
- 2) Гагарина А.Г. Особенности оценки произведений искусства. // Имущественные отношения в Российской Федерации, 2006. № 3. – С. 24-31.
- 3) Григорьева С.М. Инвестиции в предметы искусства. Теория и практика финансов и банковского дела на современном этапе: Материалы XI межвузовской конференции. – СПб.: СПбГИЭУ, 2009. – 412 с.
- 4) Григорьева С.М. К вопросу об оценке предметов искусства. Четвертый научный конгресс студентов и аспирантов. . – СПб.: СПбГИЭУ, 2011. – 360 с.
- 5) Гройс Б. О музее современного искусства // Художественный журнал, 1999. № 23. – С 12-17.
- 6) Гройс Б. Апология художественного рынка // Утопия и обмен, 1993. № 23. – С 22-27.
- 7) Долганова Е. А. Арт-рынок в условиях современной России // Вопросы культурологи, 2011. № 2. – С. 32–36.
- 8) Долгин А. Б. Экономика символического обмена. – М.: Инфра-М, 2006. – 632 с.
- 9) Досси П. Продано: искусство и деньги. – СПб.: Лимбус пресс, 2011. – 288 с.
- 10) Денисов Б. А. Арт-рынок: общие черты и генезис // Маркетинг, 1998. № 3. – С. 58–67.
- 11) Денисов Б. А. К экономическим критериям ценности произведений искусства // Российский экономический журнал, 1996. № 4. – С. 105–109.
- 12) Драгичевич-Шешич М. Менеджмент. Анимация. Культура.– Новосибирск: НАУКА, 1999. – 290 с.
- 13) Дукельский В.Ю. Культура на границах или возвращение к себе. Институт культурной политики. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 268 с.
- 14) Заграевский С. Проблемы и перспективы российского рынка современного искусства // Художественный совет, 2011. № 5. – С. 40–42.

- 15) Иванов Г. П., Шустров М. А. Экономика культуры. – М.: Юнити-Дана, 2001. – 184 с.
- 16) Карле Я. П. Бурдье и воспроизводство классового общества // Современная западная социология: теория, традиции, перспективы. – Спб.: Арус, 1992. – С. 386–401.
- 17) Колодзей Н. Российские художники на рынке США // Галерейный бизнес: практические советы, как эффективно управлять галереей. – Минск: Беларусь, 2006. – С. 121–127.
- 18) Королева, Н.Н. Маркетинг на арт-рынке: мировой опыт и российская специфика // Актуальные вопросы экономического развития регионов. – Волгоград: ВолгГТУ, 2014. – С. 146-150.
- 19) Лысакова А. А. Парадоксы современного арт-рынка как глобального института. // Известия Уральского государственного университета: Проблемы образования, науки и культуры, 2011. № 4. – С. 246–255.
- 20) Матковская, Я.С. Арт-рынок: специфика, новые тенденции и перспективы развития // Маркетинг и маркетинговые исследования, 2014. № 4. – С. 304-315.
- 21) Мизиано В. А. Документа-Манифеста // Художественный журнал Moscowartmagazine, 2002. № 46. – С. 59–65.
- 22) О니кова, Е.В. ТНБ и арт-рынок // Молодёжь и экономика: новые взгляды и решения. – Волгоград: ВолгГТУ, 2014. – С. 175-177.
- 23) Прилашкевич Е. В. Кураторство в современной художественной практике. – Спб.:СПбГИЭУ, 2009. – 246 с.
- 24) Прохоров А.М., Рождественский А.Е. Нематериальные активы СССР и России. М., 2001. – С. 31.
- 25) Рождественский А.Е. Рыночная стоимость нематериального актива как объекта представлений // Научные технологии, 2002. Т.2, № 1. – С. 13-19.
- 26) Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий. – М.: Радио и связь, 1993. – 278 с.

- 27) Саркисянц А. Арт-рынок и его инвестиционный потенциал// Вопросы экономики, 2010. № 7. – С. 25-29.
- 28) Селина Е. Галерея — это партнер // Галерейный бизнес: практические советы, как эффективно управлять галереей. – Минск: Беларусь, 2006. – С. 96–106.
- 29) Скатерщиков С., Кориневский В., Яковенко О., Пихлер К., Цимке Т., Хансен Н. Руководство по инвестированию на рынке предметов искусства. . – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 224 с.
- 30) Суворов Н. Галерейное дело: Введение в арт-бизнес. – СПб.:Лема, 2001. – 218 с.
- 31) Суворов Н. Галерейное дело: Введение в арт-бизнес. – СПб.:Лема, 2001. – 218 с.
- 32) Шпилевская Е.В. Основы оценки стоимости нематериальных активов. – Ростов на Дону: Феникс, 2011. – 220 с.
- 33) Маслова, А. Н. Эксперты арт-рынка: во что стоит инвестировать в ближайшие годы [Электронный ресурс]: Изд-во Маркус, 2008. – 284 с. – Электрон. версия печ. публ. – Режим доступа: <http://ria.ru/culture/20120201/553776533.html> , свободный. – (дата обращения: 01.02.2017).
- 34) Глебова, Н.С. Банки и арт-рынок на современном этапе [Электронный ресурс] Изд-во Лема, 2010. – 304 с. –Электрон. версия печ. публ. – Режим доступа: <http://marketing.rbc.ru/research/562949985115632.shtml> , свободный. – (дата обращения: 12.12.2016)
- 35) Жан-Юбер Мартен. Афиша 17 сентября 2009 [Электронный ресурс]: Изд-во Корус, 2009. – 22 с. –Электрон. версия печ. публ. – Режим доступа: http://www.asha.ru/article/bien_zhan/ , свободный. – (дата обращения: 11.02.2017).
- 36) Саркисянц А. Особенности мирового арт-рынка // Современные художники Башкирии. [Электронный ресурс]: Изд-во Альпина Бизнес Букс, 2010. – 265 с. – Электрон. версия печ. публ. – Режим доступа:

<http://hallart.ru/other/features-of-the-global-art-market> , свободный. – (дата обращения: 01.03.2017).

- 37) Эксперты арт-рынка: инвестиции в искусство и антиквария// Old чердак. [Электронный ресурс]: Изд-во Пронто-Москва, 2010. – 68 с. – Электрон. версия печ. публ. – Режим доступа: <http://www.oldherdak.com.ua/viewtopic.php?f=132&t=379> , свободный. – (дата обращения: 02.02.2017).