

РИНКИ КУЛЬТУРНИХ ЦІННОСТЕЙ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ

Описані приклади розрахунків, необхідних для укладання звітів про стан ринку культурних цінностей з різною видовою специфікою; сформульовано теоретичні основи товарознавства рухомих речей, що мають культурну цінність, а також подано аргументи, що доводять непридатність для практичного використання низки прийомів прогнозування вартості культурних цінностей, базованих на порівняльному підході та співставленні з уже проданими аналогами.

Ключові слова: якісна оцінка, вартісна оцінка, обробка баз даних, ринкові показники вартості, звітність про стан ринку.

Нині успішність роботи мистецтвознавця, експерта або оцінювача культурних цінностей є особливо залежною від вміння робити передбачення, обґрунтовані результатами аналітичного вивчення ринку. На жаль, не всі мають відповідні знання, тому є сенс описати кілька загальних простих прийомів, а також законів товарознавства, необхідних для роботи експерта в сучасних умовах, а також навести відповідні приклади.

Особливістю ринку всіх пам'яток культури є те, що події передачі прав власності, які відбуваються при купівлі, здійснюються виключно за умови наявності індивідуальної й глибоко суб'єктивної налаштованості конкретного покупця на конкретний предмет – його прихованих гуманітарних маній, фінансових можливостей, а також непереборного бажання з тих чи інших (часто підсвідомо спровокованих й неосмислених) причин заволодіти конкретною пам'яткою культури. Вмотивованість, опосередкована фінансовими та практичними потребами, виступає, як правило, на другому плані. Отже, потреби покупця не є фізично необхідними, тобто базальними відносно його життя, вони являються нам як приховані від зовнішнього спостереження й суспільного контролю, глибоко суб'єктивні та такі, що не можуть бути розглянуті як повністю вмотивовані об'єктивними причинами. Виходячи з цього, розуміємо, що будь-які прогнози щодо здійснення операцій з культурними цінностями, здійснені лише на основі операцій порівняння конкретного предмета з його аналогами, які були колись проданими, є у більшості випадків неприродними і безпідставними в цілому.

Об'єктивних фактів чи обставин, встановлених незалежними експертами, і таких, які могли б бути покладеними в основу побудовання прогнозів, майже не існує. Фіксовані у відкритому продажу ринкові показники, як ми вже говорили, не можуть бути наперед й об'єктивно прогнозованими, а згадуючи про протокол вмотивованості процедур прогнозування вартості [1], маємо також погодитися з думкою про те, що єдиним джерелом більш-менш об'єктивної та обґрунтованої інформації є вартісні показники у пропозиції та супровідна інформація, яка надається продавцем.

У момент пропозиції потенційному покупцеві продавець або власник наголошує на позитивних якісних ознаках пам'ятки культури та її причетності до значимих історичних, культурних та інших подій та відомих особистостей, номінально визначає її якість, подає найбільш переконливі порівняння з аналогами (якщо вони є), вказує на її позитивні аспекти, унікальність та придатність до здійснення соціокультурних обрядів, враховує наявність важливої й документально оформленої супровідної інформації, доводить її автентичність, вивчає проблему наявності потенційних покупців й оцінює рівень їх зацікавленості у здійсненні покупки, визначає найбільш перспективний спосіб просування на ринку, враховує рівень видатків, які виникають у процесі передачі прав власності, враховує час, обставини та місце для здійснення відповідних операцій.

Отже, порівнюючи між собою об'єми інформації про вартісні показники на пам'ятки культури у пропозиції та вартісні показники, які сформувалися в результаті здійснення операцій відкритої купівлі-продажу, відзначимо, що останні хоча й більш інформаційно ємні, менш об'єктивні, проте містять суб'єктивно вмотивовану і приховану інформацію та інформацію, пов'язану з непередбачуваними обставинами. Це співвідношення формалізується за допомогою діаграми Венна представленої на Рис.1.

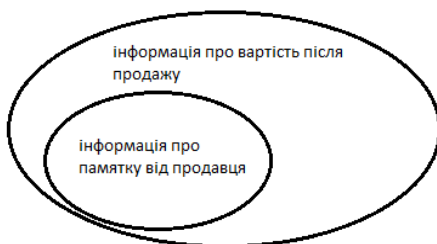


Рис. 1. Діаграма Венна, яка вказує на співвідношення поглинання інформації про пам'ятку культури від продавця, з інформацією про неї, утвореною після продажу

Наприклад, у процесі підготовки до продажу пам'ятки культури може з'ясуватися, що існує кілька покупців на один предмет, причому ці покупці агресивно налаштовані один проти одного – готові до боротьби за право власності. В цьому випадку ціна може бути значно підвищеною продавцем і, врешті-решт,

право власності здобуде більш налаштований на придбання покупець. Іншими словами, з'являється нова й непередбачена експертом інформація про пам'ятку. Водночас, якщо знову впродовж невеликого проміжку часу винести на продаж ту саму пам'ятку, то прогнозування її вартості на основі попередньо проданої буде позбавлене сенсу, адже сукупність непередбачуваних обставин буде іншою.

Аналізуючи особливості торгівлі культурними цінностями, ми знову повернемося до необхідності прогнозування вартості на основі врахування сукупності позитивної та більш об'єктивної супровідної інформації, а саме: інформації, яка фіксується у пропозиції.

На жаль, у сучасній нормативно правовій базі оцінки [4, 5] є вимоги щодо обов'язкового застосування оцінювачами порівняльного методу прогнозування вартості об'єктів, який передбачає обробку і врахування інформації про вже здійснені операції з подібними культурними цінностями, тобто на основі інформації про вже здійснені угоди. Це призводить до створення додаткових складнощів оцінювачам, які, розуміючи те, що прогнозні показники вартості культурних цінностей все одно повинні бути максимально обґрунтованими на рівні показників у пропозиції (й цих даних дуже багато), вдаються до штучного підбору аналогів та приховування справжніх мотивацій оцінки. Професійна підгонка результатів у цій сфері майже не піддається виявленню й верифікації, а отже, виявляється цілком виправданою результатом.

В цілому схема роботи експерта культурних цінностей під час аналізу стану ринку відповідає системі загальної організації науки і є такою:

- Перший етап – укладання дослідницької бази даних. База – це тематично однорідний перелік прикладів у пропозиції.

- Другий етап – це аналіз отриманої інформації та змістовним освоєнням виявлених емпіричних закономірностей, а також побудування теоретично обґрунтованої загальної асимптотичної прогнозної моделі.

- Третій – це використання побудованої математичної моделі для здійснення прогнозів у межах завдань замовника експертизи та застосування деяких процедур верифікації відносно отриманих результатів.

Зміст вже сказаного, звичайно, необхідно пояснити на кількох прикладах, відтак, звернемося до аналізу ринку, посилаючись саме на описані вище рекомендації.

Приклад 1. У прогнозуванні вартості творів живопису й графіки, звернемося до аналізу численних пропозицій, представлених у всесвітній інформаційній мережі. Так, на сторінках сайту Arts.i., де щоденний перелік творів живопису й вітчизняних та зарубіжних художників, виставлених на продаж, сягає позначки більшої за 100 тисяч взірців, а також представлені картини, створені у різних стилях і техніках, що мають різні розміри й написані майстрами з різним рівнем визнання. Посилаючись на це джерело та максимально враховуючи наявну в ньому інформацію, створюємо дослідницьку базу, яка повинна містити всі суттєві для нас характеристики й може представлена у вигляді Таблиці 1. Вибірка творів у таблиці повинна бути досить великою – від 50 до 200 взірців.

Таблиця 1

Показники питомої вартості творів живопису в пропозиції на сайті Arts.i.

№ за пор.	Назва твору, автор і його коротка характеристика	Фото	Розміри твору у сантиметрах	Пропонована вартість у євро	Питома вартість у євро за дм ²
1.	Крайнева Анастасія "Мороз и солнце"		40 x 70	50	1,78
2.	Громенко Марина "Девушка с гранатом"		60 x 60	70	1,94
3.	Сюзева Наталія "Кофе гляссе".		40 x 50	50	2,5

На вказаному сайті твори живопису подані у порядку їх реєстрації й не систематизовані за ознаками визнання автора, напряму його творчості або за вартістю. Більшість з цієї інформації залишається невідомою, тому після укладення дослідницької бази за формою, поданою вище, ми здійснюємо комп'ютерне сортування табличної інформації від найменшого до найбільшого показника питомої вартості. Кількість представлених у базі зрізів може бути від 50 до 100.

Так, наприкінці 2012 р. ми уклали звіт про аналіз ринкових показників вартості живопису у пропозиції, який складався з 83 зрізів, фрагмент якого подано в Таблиці 1. Для упорядкування цієї бази даних, ми здійснили сортування наявної у ній інформації за характеристикою від найменшого показника питомої вартості, який становив 4,4 євро за дециметр квадратний, до найбільшого – 850 євро за дециметр квадратний. Як бачимо, різниця питомих показників вартості художніх творів дуже велика. Якщо перенести інформацію у середовище комп'ютерних продуктів EXEL і побудувати полігон розподілу спостережених даних, то матимемо таку картину (Рис. 2).

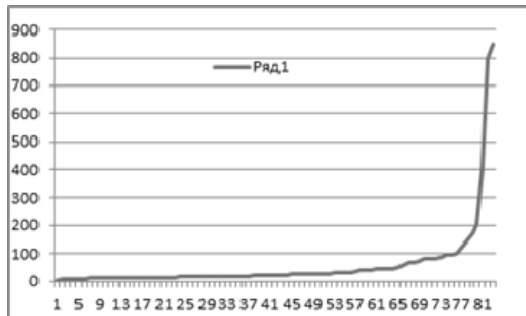


Рис 2. Співвідношення питомої вартості творів живопису до порядку вартості

З поданого графіку видно, що переважна більшість (92%) творів живопису, що представлена на ринку, характеризуються питомою вартістю до 100 євро за дециметр квадратний, причому навіть у цьому інтервалі більша частина творів (70 %) має оцінку питомої вартості, що не перевищує 30 євро за дециметр квадратний.

Найбільша з можливих виділених груп близьких за питомою вартістю картин описується показником, що не перевищує 15 євро за квадратний дециметр. Отже, згадуючи формулювання основного закону товарознавства про те, що вартість пропорційна кількості позитивної інформації про товар [2], а також про те, що кількість інформації описується логарифмічною функцією, ми трансформуємо поданий вище полігон розподілу значень питомої вартості творів живопису на ринку, шляхом логарифмування вісі ординат за основою 2 (Рис.3).

Причому вісь абсцис в даному випадку вже розглядатиметься як спеціальний номінально визначений параметр якості, який можна умовно називати "порядок вартості".

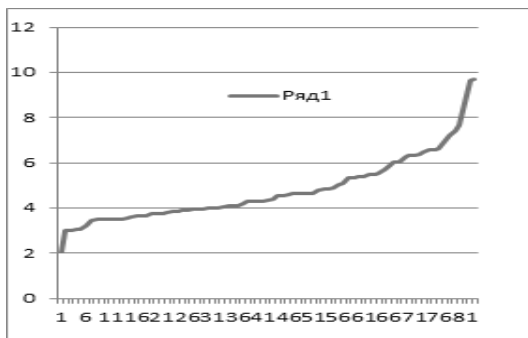


Рис. 3. Співвідношення логарифмованих за основою 2 показників вартості та порядку вартості

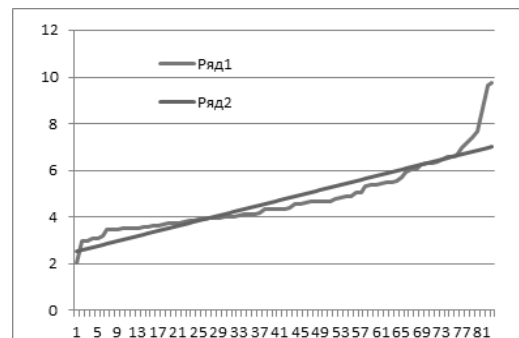


Рис. 4. Співвідношення логарифмованих значень питомої вартості художніх творів та теоретичної прямої, обрхованої за методом найменших квадратичних відхилень К.-Ф. Гауса

Новий графічний формалізм дозволяє шляхом застосування обчислювальних інструментів EXEL побудувати теоретичну лінійну функцію ($y = ax + b$) для апроксимації (найбільш вдалого аналітичного опису) спостереженої тенденції. Для цього обчислимо її параметри, а саме: нахил (в EXEL ця функція позначена "НАКЛОН") та вільний член рівняння (яка в EXEL позначена: "ОТРЕЗОК").

На графіку, представленою на Рис. 4, суміщено спостережений графік логарифмованих значень питомої вартості художніх творів та теоретичної прямої, обрхованої за методом найменших квадратичних відхилень К.-Ф. Гауса [3].

Видно, що теоретична пряма (виділена червоним кольором: Ряд 2) добре описує загальну спостережену тенденцію збільшення показника питомої вартості у відповідності з збільшенням "порядку вартості".

Розрахунковий показник кореляції (К. Пірсона [3]) між спостереженими даними (ряд 1) та теоретично обрахованими (ряд 2) сягає величини 0,91, що дозволяє впевнено пропонувати відповідне регресійне рівняння для обчислення питомої вартості (С) будь-якого представленого на експертизу твору живопису, що відноситься до певного порядку вартості (х). Рівняння матиме такий вигляд:

$$C = 2^{(0,055x + 2,465)}$$

З вже сказаного зрозуміло, що для досягнення стану найбільшої вмотивованості результатів, увесь інтервал значень питомої вартості варто поділити на кілька груп за товарознавчими (споживчими) характеристиками й далі повторити усі обчислення для кожного з них.

Перша група описуватиме твори живопису з найбільш низькими показниками питомої вартості від 4 до 15 євро за дециметр квадратний (середнє значення 9,5 євро за дециметр квадратний: порядок вартості – 25). Це роботи починаючих майстрів та прості за художньою композицією твори утилітарного призначення (які, як правило, використовуються у якості декоративного елемента інтер'єрів).

Друга група творів (середня вартість) охоплює інтервал від 15 до 75 євро за дециметр квадратний і описує твори з ознаками, що свідчать про їх соціокультурне значення та придатність для здійснення соціокультурних обрядів на досить високому рівні. Середнє значення питомої вартості 45 євро за дециметр квадратний. Порядок вартості – 63.

Третя група творів (висока вартість) описує твори з питомою вартістю від 75 євро за квадратний дециметр та вище. Порядок вартості – 80. Це твори які набули певного визнання і написані відомими художниками на актуальні теми і в популярних стилях.

Представлений вище поділ творів живопису не є єдиною можливою схемою фрагментації шкали якості. Цілком виправданим буде також розподіл на більшу кількість груп, які дозволять більш докладно описати ті взірці, які ми в подальшому приймаємо за аналогі.

Виходячи з отриманих результатів аналізу реального ринку в пропозиції, ми можемо досить обґрунтовано здійснювати прогнози за такою загальною схемою.

Перше. Детально вивчивши представлений до експертизи твір, а також посилаючись на висновки мистецтвознавців, визначити його спорідненість до творів, описаних на шкалі "порядок вартості".

Друге. За допомогою емпіричного рівняння обрахувати питому вартість представленого твору.

Третє. Враховуючи розміри картини, мету оцінки та додаткові критерії, які вказують на її якість, згідно з протоколом оцінки, описаним раніше [2], обрахувати її прогнозну вартість.

Як бачимо з прикладу, всі операції такого прогнозування є цілком зрозумілими й здійсненими у порядку, що не суперечить традиціям обробки баз даних, обґрунтованими й верифікованими. Відтак, врахування додаткових та суб'єктивно вмотивованих факторів, що можуть мати вплив на прогнозування вартості при виконанні чітко визначених практичних завдань експертом, немає жодного сенсу.

Слід також вивчити вплив окремих суб'єктивних факторів на очікувану операційну вартість пам'ятки і, можливо, попередити про це замовника експертизи. Серед таких факторів особливе місце посідають: наявність конкуренції в операціях продажу, наявність більш як одного покупця на один предмет, місце та час продажу, терміновість виконання операцій продажу, особиста фінансова залежність продавця або покупця та зацікавленість сторонніх осіб (посередників) [1].

Приклад 2. До експертизи представлено скульптурну пам'ятку культури з дерева. Потрібно визначити можливість її порівняння з іншими, представленими на ринку, та прогнозувати її вартість.

Порядок наших дій в цілому буде таким, як і той, що описаний вище. Спочатку ми укладемо добірку прикладів у табличній формі пам'яток культури з дерева (різьблення), що представлені на продаж. Тут слід пояснити, що вироби з дерева суттєво відрізняються за розмірами, є двовимірними або тривимірними творами, отже при виборі питомих характеристик якості, ми зупинилися на показнику питомого діагонального бруто розміру фігури, який будемо обчислювати у євро за один сантиметр діагонального виміру.

Всього було до бази даних було включено 64 взірці пам'яток культури з дерева, створених майстрами різного рівня визнання та кваліфікації.

На Рис. 5, 6 та 7 подані відповідно: розподіл показників питомої вартості, логарифмований графік розподілу питомих показників вартості й графік результатів апроксимації спостереженої тенденції за допомогою лінійної функції, подані нижче.

Можемо переконаватися, що первинний розподіл питомих показників вартості дерев'яних виробів, як і у попередньому прикладі, добре описується логарифмічною функцією. Рівняння, за яким ми можемо прогнозувати питому вартість (С) творів, що відносяться до певного порядку вартості (х) у пропозиції, є таким: $C = 2^{(0,11x - 0,193)}$

З останнього графіка, де синім кольором відображено спостережену тенденцію, а червоним – теоретичну, зрозуміло, що прогнозування є досить достовірним, адже розрахунковий показник кореляції відповідає рівню 0,966.

Процедура побудування прогнозів щодо питомої вартості пам'яток культури з дерева буде тією самою.

Спочатку увесь інтервал поділяємо на кілька інтервалів. Здійснюємо детальний товарознавчий опис кожного з них. При прогнозуванні відносимо предмет нашого вивчення до одного з інтервалів й з'ясовуємо інтервал вартісних показників, які відповідають його якісним параметрам.

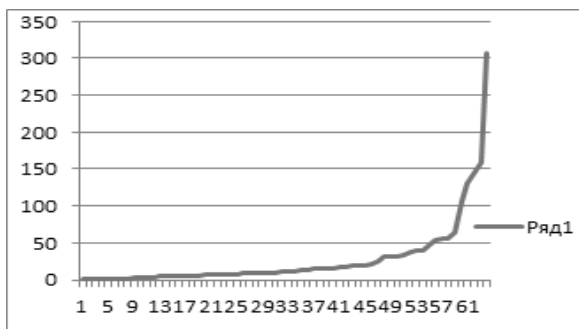


Рис. 5. Співвідношення питомої вартості творів з дерева до порядку їх вартості

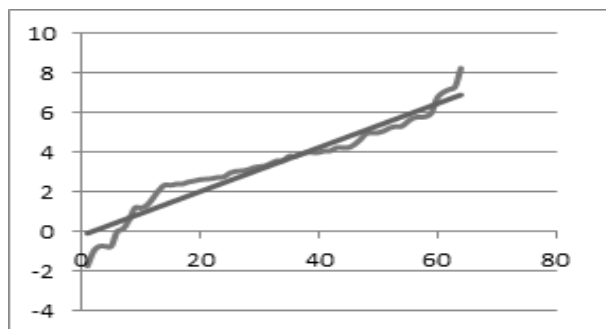


Рис. 6. Співвідношення логарифмованого показника питомої вартості творів з дерева та теоретично обрахованої тенденції до порядку їх вартості

Так само буде цікаво проаналізувати базу даних побудовану на інформації про представлені у пропозиції керамічні вироби мистецтва. Відповідним чином будемо дослідницьку базу (вибірку) даних. Як і у випадку з дерев'яними виробами, нас будуть цікавити питомі показники вартості – євро за один сантиметр діагонального брутто розміру.

До бази даних було включено 76 взірців керамічних пам'яток культури, створених майстрами різного рівня визнання та кваліфікації. На Рис. 7 та 8, відповідно, подані: розподіл показників питомої вартості відносно порядку вартості; логарифмований графік розподілу питомих показників вартості й графік результатів апроксимації спостереженої тенденції за допомогою лінійної функції.

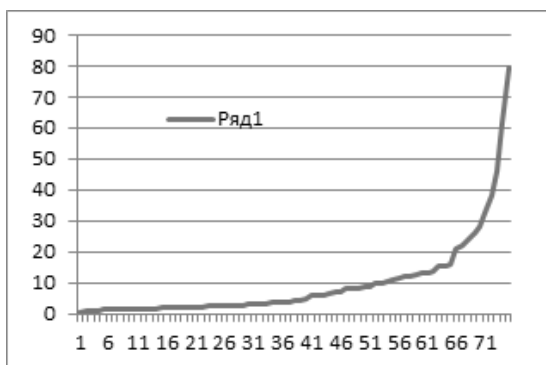


Рис. 7. Співвідношення показників питомої вартості керамічних творів та порядку вартості

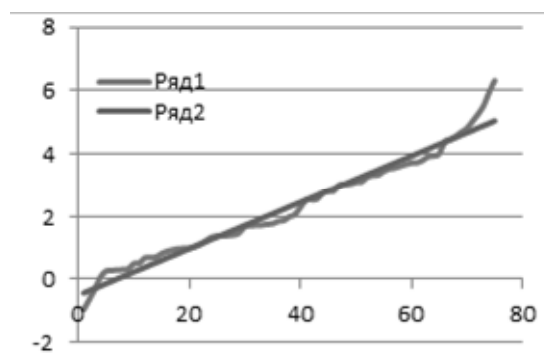


Рис. 8. Співвідношення показників логарифмованих показників питомої вартості керамічних творів та теоретично обрахованої тенденції до порядку вартості

Рівняння, за яким ми можемо прогнозувати питому вартість (С) творів, що відносяться до певного порядку вартості (х) у пропозиції, є таким: $C = 2^{(0,07x - 0,508)}$

З представленого графіка, де синім кольором відображено спостережену тенденцію, а червоним – теоретичну, зрозуміло, що прогнозування є досить достовірним, адже розрахунковий показник кореляції сягає рівня 0,98.

Для зручності прогнозування весь діапазон значень питомої вартості керамічних виробів теж можна розділити на кілька інтервалів. Перший – це прості й не вкриті ангобом вироби з питомими показниками від 0,5 до 10 Євро за сантиметр діагонального брутто виміру. Другий – твори середньої складності, що описуватимуться діапазоном питомих вартісних показників від 10 до 20 Євро за сантиметр брутто діагонального розміру. Третій – високохудожні вироби в вартісними показниками значно вищими за вже згадані.

Той самий спосіб побудування та вивчення баз даних можна рекомендувати для аналізу інформації про твори з бронзи, чавуну, гіпсу, природного каміння (граніт, пісковик та мармур), тобто для усіх різновидів скульптурних творів мистецтва.

Водночас є й такі види мистецтва, де застосування питомих показників не мають сенсу. Наприклад, художнє цифрове фото, де розміри твору можуть бути будь-якими за побажаннями замовника, художнє льялькарство, де одночасно застосовуються різні матеріали та техніки виготовлення, годинники усіх типів (наручні, камінні, інтер'єрні), автомобілі, окремі пам'ятки друкарства, як то художні альбоми, та інше. Отже, слід пам'ятати, що існує багато видів пам'яток культури, а також багато специфічних завдань для експертів, де питомі показники не використовуються.

З поданого вище емпіричного матеріалу можна зробити дуже багато корисних висновків щодо можливостей аналізу ринків та прогнозування вартості та загальних механізмів ціноутворення на пам'ятки культури.

Перший й найбільш важливий висновок полягає у тому, що будь-які пропозиції, пов'язані з виставленням товару на продаж, описуються характерним, логарифмічним розподілом показників вартості у просторі характеристики "Порядок вартості". А саме: $C = \alpha 2^N$ де: C – прогнозована вартість; α база оцінки; N – кількість позитивної інформації про якість об'єкта оцінки. Ця закономірність прослідковується на усіх ринках світу й для усіх без винятку товарів. Причина, за якою розподіл товарів на ринку завжди підпорядковується виключно такій закономірності, полягає у соціальній й фінансовій нерівності суб'єктів та об'єктів господарювання, притаманній будь-якому суспільству. Формулювання цього закону товарознавства має бути таким: "Розподіл вартісних показників товарів на рику відповідає розподілу фінансових можливостей потенційних покупців".

У результаті аналізу спостережених графіків розподілу показників вартості на ринках, ми також вкотре переконаємось, що основним аргументом до збільшення вартості товарів у пропозиції для більш заможних потенційних покупців є додаткова товарознавча інформація про позитивні якості товару, а відтак знову підтвердимо справедливість основного закону товарознавства: "Чим більше позитивної інформації про товар, тим вища його якість й вища вартість".

Наведена формула також вказує на те, що для змістовного товарознавчого аналізу спостереженої на поданих вище графіках тенденції, фахівець повинен раціонально фрагментувати шкалу якості, утворюючи певні категоріальні групи потенційних покупців й описати конкретні характеристики товару, які є доступними цим групам. Тобто величина, яку ми назвали "порядок вартості", трансформується у величину "х" – "порядок цінності". Саме ця номінальна характеристика повинна фігурувати у формульних розрахунках. Для її осмисленого використання вона потребує повного товарознавчого опису, тобто опису товарознавчих особливостей кожної виділеної групи товарів.

З поданого вище ми також маємо можливість зрозуміти, що об'єми ринків споживання для товарів з різними якісними і вартісними характеристиками суттєво відрізняються. Дорогі товари, якими є пам'ятки культури, мають дуже обмежені можливості просування на ринку, тому цією справою, як правило, займаються люди, що мають доступ до заможних верств населення.

Важливо також відзначити, що розподіл вартісних показників вже реалізованих товарів також підпорядкований визначеному нами товарознавчому закону, однак, що стосується цін на пам'ятки культури, то їх специфіка описується надвисокими й суб'єктивно вмотивованими відхиленнями від теоретично обрхованих показників. Саме тому ми рекомендуємо вивчати розподіл вартісних показників на пам'ятки культури у пропозиції, адже такі результати прогнозування позбавлені зайвого суб'єктивізму.

Нагадаємо, що кожен результат прогнозування, отриманий експертом, повинний бути максимально обґрунтованим, але стосовно нього не можна використовувати характеристики "правильний" або "неправильний".

Другий важливий висновок полягає у тому, що теоретично обрхована тенденція дає змогу експерту визначити найбільш вмотивовану базу оцінки у межах вибраної множини об'єктів.

Дійсно, логіка побудування прогнозів і окремі норми законодавства вимагають від експерта визначити мінімальну вартість товару (пам'ятки культури), яка приймається за вартість її відтворення, тобто вартість виготовлення такої самої пам'ятки-копії, але, звичайно, позбавленої відповідних властивостей відношення – причетності до видатних мануфактур, особистостей, подій й так далі, згідно з обраним для прогнозування протоколом оцінки. Отже, виникає проблема визначення собівартості виготовлення копії.



Уявімо, що ми здійснюємо прогнозування вартості картини І.І. Левітана "Свіжий вітер". Волга, 1895. Розміри: 50 x 70 см. (Третьяковська галерея в Москві). Написати таку картину дуже складно, а створити її точну копію майже неможливо, тому художник, який спробує оцінити вартість виконання такої роботи, визначить її дуже високо. У результаті ми з'ясуємо, що спроба відтворити картину є вкрай складною й тривалою, а вартість дуже високою й навряд такою, яка у свій час була притаманна створенню оригіналу. Отже, визначити базову вартість, виходячи з пропозиції створення копії, часто неможливо.

Звичайно, можна спробувати знайти на сучасному ринку картину аналогічну за тематикою, виставлену на продаж й, а отже, декларувати базову вартість. Однак цей спосіб визначення базової вартості буде також хибним, адже він буде пов'язаним з численними суб'єктивно опосередкованими обставинами продажу, місцем продажу, рівнем визнання виконавця, не вмотивованими надбавками або знижками, зацікавленістю власника й таке інше.

Аналізуючи усі можливі шляхи з'ясування базової вартості для творів живопису, ми вважаємо, що найкращою характеристикою базової вартості (тобто вартості відтворення) є величина найменшої вартості на графіку теоретичної функції, яка описує загальну тенденцію збільшення вартості творів у зв'язку зі збільшенням позитивної інформації про них. Ця характеристика обґрунтована статистичною добіркою багатьох творів мистецтва відповідної видової приналежності і відповідає відомим показникам якості; є незалежною від ряду суб'єктивних факторів (звичайно не від усіх).

Обрахувавши базу оцінки та застосувавши відповідний протокол, ми отримуємо найбільш вмотивований та несуперечливий прогноз.

Третій важливий висновок полягає у тому, що всебічний аналіз полігонів розподілу вартісних показників, який здійснює експерт для вивчення реального ринку у пропозиції, дає змогу об'єктивізувати існування окремих товарознавчих груп товарів, створити відповідні аналітичні можливості для аналізу якісних характеристик товарів, споріднених за способом споживання, напрямом і метою використання. В свою чергу, товарознавчі групи віддзеркалюють об'єктивне існування окремих груп потенційних споживачів з їх фінансовими можливостями, а також дозволяють визначити відповідні об'єми споживання. Об'єм споживання товару, як відомо, є одним з найбільш важливим показником, що впливає на ліквідність.

Як ми вже говорили, кожен з представлених вище полігонів розподілу значень вартісних показників може бути поділений щонайменше на три інтервали. Перший інтервал – це товари з максимально низькими характеристиками якості, але доступні майже всім членам суспільства; другий – товари підвищених якісних характеристик, які доступні середньому класу; третій – товари, що характеризуються найвищими якісними показниками й доступні лише окремим фінансово забезпеченим верствам населення.

Коли йдеться про пам'ятки культури, слід відразу вказати на ту їх особливість, що більшість з них взагалі недоступна, або краще сказати – нецікава для людей, фінансові можливості яких знаходяться на рівні задоволення базових потреб (їжа, одяг і житло). Середній клас потенційно може споживати пам'ятки культури, але у дуже обмеженій кількості. Це переважно професійна символіка, інтер'єрні та екстер'єрні прикраси, дешеві ювелірні вироби тощо. Отже, для змістовного товарознавчого аналізу полігонів розподілу вартісних показників на пам'ятки культури нам необхідно обов'язково брати до уваги, що видова специфіка товарів може накладати суттєві обмеження на спосіб побудовання теоретичних моделей й експертних прогнозів.

Висновок, який напрошується при генерації наших уявлень про можливість опису окремих товарознавчих груп товарів, що мають ознаки культурної цінності, такий: "видова специфіка пам'яток культури не повністю віддзеркалюється у загальних товарознавчих характеристиках" (системна емерджентність).

Водночас ми повинні розуміти, що існування універсальних уявлень про пам'ятки культури і коштовності дає змогу використовувати їх в аналізі усіх видів пам'яток культури, формуючи при цьому більш загальну й світоглядну картину для категоріального осмислення і визначення цінності в цілому. Більш диференційовані й предметно підпорядковані уявлення й відповідні їм товарознавчі поняття можуть існувати, наприклад, "технічні пам'ятки культури", "остеологічні пам'ятки культури", "бібліографічні пам'ятки культури", "геологічні пам'ятки культури", "палеонтологічні пам'ятки культури", "ювелірні пам'ятки культури" й так далі, але вони не замінять загальних уявлень, а їх особливі якості не повинні відображатися в спеціальних протоколах оцінки.

Ми можемо досліджувати природу соціально обґрунтованих уявлень в цілому, еквівалентом яких є уявлення про "пам'ятки культури", але не можемо змінювати зміст цих загальних уявлень на користь пам'яток культури з особливою видовою специфікою, адже у цьому випадку ми виключаємо існування самого індивідуального світогляду – "за деревами не бачимо лісу".

Четвертий важливий висновок стосується можливості обґрунтовано та несуперечливо підходити до вивчення змістовності вартісних показників, тобто проблеми комплексного ціноутворення. Це також означає, що від способу фрагментації полігону розподілу значень вартості сильно залежить результат прогнозування. Фактично, ми вимушені визнати майже суб'єктивний характер процедури фрагментації полігону розподілу вартісних показників, однак, пояснюючи зміст й мету наших розрахунків і використовуючи чіткий протокол оцінки, ми можемо максимально обґрунтувати схему фрагментації.

П'ятий важливий висновок стосується можливості обрахування достовірності (рівня обґрунтованості) отриманих прогнозів, хоча й з відомими теоретичними обмеженнями. Щоб висвітлити можливість незалежної від уподобань експерта перевірки якості прогнозування культурних цінностей, варто зосередитися на таких питаннях: на скільки великий вплив на результати прогнозування вартості має вибір джерела інформації для укладання вихідної бази даних; чи існує достатня кількість інформації на ринку коштовностей для здійснення операцій прогнозування; чи достатньо чітко сформульована мета оцінки; на скільки змістовною є інформація про існування факторів впливу на реальну ринкову вартість; чи очікуємо ми значних відмінностей між прогнозованими та спостереженими на реальному ринку вартісними показниками; чи існують альтернативні методи прогнозування вартості, які укорінилися в практиці й задовольняють потенційного замовника експертизи.

Кожне з описаних вище питань потребує самостійного й ґрунтовного дослідження, але результати таких досліджень, як правило (але не завжди), матимуть такий самий рівень вмотивованості, як і результати досліджень, описані вище. Після їх проведення неминуче з'являються нові питання пов'язані з необхідністю їх верифікації. Отже, нові сумніви породжують нові сумніви і т. д. Так процес верифікацій стає нескінченним. Тому, шукаючи інструменти для перевірки отриманих результатів прогнозування, не слід прагнути вирішувати усі проблеми. Верифікація може бути корисною в плані обмежень на використання результату й конкретизацією мети досліджень. Наприклад, ми маємо обґрунтувати рівень стартової вартості на картину при її продажу на внутрішньому ринку. Звичайно, для здійснення прогнозів ми будемо укладати дослідницьку базу даних, використовуючи всі показники, притаманні пропозиції на споріднений товар на внутрішньому ринку. Але ми можемо не врахувати, що потенційних покупців на цей товар в Україні може не бути, й на аукціон прийдуть іноземці, які мають можливість придбати її за значно більш високою ціною. З іншого боку, ми можемо достеменно знати, що іноземці зацікавлені у придбанні цього твору мистецтва й готові з'явитися на внутрішньому аукціоні, але не враховувати того, що вивіз з території України пам'яток культури певного рівня значимості є забороненим, а відтак, втрачається сенс проводити відповідну роботу.

Питання, порушені вище, заслуговують спеціальних й досить об'ємних досліджень фахівців.

Аналізуючи стан ринку коштовностей за допомогою інформації, поданої в світовій інформаційній мережі, ми легко знаходимо факти продажу різноманітних предметів, які за видовою специфікою та індивідуальними ознаками є спорідненими з тими, які ми вивчаємо. Спорідненість (типологічна спорідненість або типологія) може бути і часто буває дуже умовною і, як правило, стосується лише мети використання пам'ятки. На перший погляд, спорідненість може здаватися навіть недоречною.

Порівняння культурних цінностей між собою в контексті завдання прогнозування вартості є досить складною процедурою, яка потребує уважності у частині синтезу несуперечливості висловлювань. Водночас вона є цілком досяжною. В раніше опублікованій книзі [2] ми пропонували здійснювати порівняння предметів за допомогою графологічних моделей, однак така робота потребувала значних зусиль або використання спеціальних комп'ютерних програм. У цій роботі ми пропонуємо (додатково) здійснювати за допомогою інтегральних показників якості, тобто з використанням вище поименованих індексів. Це значно спрощує графологічні моделі і дозволяє проводити одночасне співставлення до 10-15 об'єктів без застосування обчислювальної техніки.

Порівняння пам'яток культури між собою можна також здійснювати за допомогою розрахункових показників спорідненості або візуалізації їх характеристик на графіках і діаграмах. Кінцевим результатом порівняльного аналізу є впорядковані послідовності пам'яток культури в напрямку зростання їх загальної якості, а відповідно – прогнозованої вартості.

Література

1. Індутний В. В. Використання міжнародних стандартів в процедурах прогнозування вартості культурних цінностей /Індутний В. В. // Матер. Міжнародної конференції "Нерухомі об'єкти культурної спадщини: інвестиції в збереження; досвід оцінки; законодавче регулювання". – Українське товариство оцінювачів; Національний університет "Львівська політехніка", 2012. – С.47-56.
2. Індутний В. В. Оцінка пам'яток культури /Індутний В. В. – К.: СПД Моляр С.В., 2009. – 537 с.
3. Кассандров О. Н. Обработка результатов наблюдений /Кассандров О.Н., Лебедев В.В. – М.: Наука, 1970. – 200 с.
4. Міжнародні стандарти оцінки. – Восьме видання МСО 2007. – К.: АртЕх, 2008. – 403 с.
5. Загальні засади оцінки майна і майнових прав: Національний стандарт №1 / Затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 10.09.2003 р. №1440.

References

1. Indutnyi V. V. Vykorystannia mizhnarodnykh standartiv v protsedurakh prohnzuvannia vartosti kulturnykh tsinnosti /Indutnyi V. V. //Mater. Mizhnarodnoi konferentsii "Nerukhomi obiekty kulturnoi spadshchyny: investytsii v zberezhennia; dosvid otsinky; zakonodavche rehuliuвання". – Ukrainske tovarystvo otsiniuvachiv; Natsionalnyi universytet "Lvivska politekhnikha", 2012. – S.47-56.
2. Indutnyi V. V. Otsinka pamiatok kultury / Indutnyi V. V. – K.: SPD Moliar S.V., 2009. – 537 s.
3. Kassandrov O. N. Obrabotka rezul'tatov nablyudeniy /Kassandrov O.N., Lebedev V.V. – M.: Nauka, 1970. – 200 s.
4. Mizhnarodni standarty otsinky. – Vosme vydannia MSO 2007. – K.: ArtEkh, 2008. – 403 s.
5. Zahalni zasady otsinky maina i mainovykh prav: Natsionalnyi standart №1 / Zatverdzhenyi postanovoiu Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 10.09.2003 r. №1440.

Індутний В. В.

Рынок культурных ценностей: сравнительный анализ

Описаны примеры расчетов, необходимых для составления отчетов о состоянии рынка культурных ценностей с различной видовой спецификой; сформулированы теоретические основы товароведения движимых предметов, которые имеют культурную ценность, а также представлены аргументы, которые доказывают непри-

годность к практическому использованию ряда приемов прогнозирования стоимости культурных ценностей, основанных на сравнительном подходе и сопоставлении с уже проданными аналогами.

Ключевые слова: качественная оценка, стоимостная оценка, обработка баз данных, рыночные показатели стоимости, отчетность о состоянии рынка.

Indutnyy V.

Cultural property markets: a comparative analysis

Today, a growing interest in qualitative methods and valuation of cultural values. It is associated with several factors inherent in modernity – economic globalization, the growing interaction between the world's cultures, the emergence of new types of financial transactions of cultural monuments and market expansion. Contemporary developments in mathematical prediction required to act in the following order: statement of purpose assessment, the formulation of clear guidelines evaluation, establishment of baseline data on the basis of kinship items that are already on the market and use of well-defined mathematical apparatus for predictive conclusions, analyze the information and meaningful exploration revealed empirical regularities, as well as building a general asymptotic theory-based prediction model and the use of certain procedures with respect to the verification of the results. Regarding the purpose of forecasting, it is dependent on a number of subjective factors but provides some general options – an assessment of possible losses in case of loss of the owner attractions assessment for the purpose of pre-training assessment to conduct financial transactions (insurance, mortgage, lease, backing securities, etc.). In addition, in the case of pre-training, the amount of information that accompanies the memorial culture in the process of promotion to roar pattern reflects: "About monuments after the sale is much more capacious than the accompanying information from the seller". This is because at the time of the sale of an additional motivation for the acquisition is related to subjective factors.

Predicting the value should be based on knowledge of the two basic laws of merchandise that are both formulations of the basic principles of assessment. First: "The more positive information about the monuments, the higher the quality and therefore the cost." The second, "The distribution of cost parameters on monuments in the market corresponds to the distribution of financial opportunities to potential buyers." The paper also provides several examples of analysis of market data. In particular, paintings, works of art made of wood and ceramic products. Thus, the analysis of the market of paintings found that the distribution of cost factors in the market is described by a logarithmic dependence ("value" (C) – "order value" (x)), which is well formalized by means of the empirical equation: $C = 2^{(0.055x + 2.465)}$. This fully confirms the dependence of the second law of merchandise.

Index matching theoretical assumptions to actual observed patterns (Karl Pearson) is 0.91, indicating that the use of the results obtained in the problems of forecasting value. The results also allow you to share a set of information in the database into separate merchandising team. The first is characterized by relatively low values of the unit cost of works describing the achievements of young artists who, although marked talent, but not yet the recognition and popularity. Specific cost of these works is 4 to 15 euros per square decimeter. The second group – artists recognized nationally and sufficiently publicized. The specific cost of the works is 15 to 75 euros per square decimeter. The third group – the famous and popular artists, the specific cost of which ranges from 75 to 400 euros per square decimeter. It is also reasonable distribution to more groups that allow to describe in more detail those models, which we later (when the transactions prediction value), by taking counterparts. So simple calculations allow for the development of art results in a convincing level. The same method was processed material market works with wood and ceramics, which allowed to reach the following conclusions:

1. Any suggestions related to the invoicing of the goods for sale are described and it is a characteristic logarithmic distribution of cost in space characteristics "order value". Namely, $S = \alpha 2N$ where: C – Estimated cost; α base estimates; N-number of positive information about the quality of the assessment. This pattern is evident in all the markets of the world and for any and all commodities. reached the following conclusions:

2. Analysis of the distribution ranges of cost performance, performing to examine the real market supply, allowing to prove the existence of certain commodity product groups, use appropriate analytical capabilities for the analysis of the qualitative characteristics of products related by way of consumption, direction and purpose of use.

3. From the way the fragmentation of the polygon value distribution cost to individual merchandising group determines the final outcome prediction. This is an important conclusion derived requires an expert to individual motivations of their actions.

4. Prediction quality depends on: the choice of information sources, the number of processed information, the accuracy of forecasting statement of purpose, there is information about the main impacts to the real market value and the existence of other forecasting methods that can detect more effective within the goal.

Keywords: quality assessment, valuation, processing databases, market value indicators, reporting on the state of the market.