

тель превышен. Лидер остался прежний, а гуманитарные вузы уступили часть своих позиций техническим университетам, у которых традиционно большой удельный вес в финансировании научной деятельности приходится на хозяйствственные договоры и коммерческие контракты. Средняя стоимость одного договора с хозяйствующими субъектами составила 151,08 тыс. руб. У 6-ти университетов (12, 1, 11, 14, 7, 4), половина которых относится к техническим, показатель оказался выше среднего. Приведенные данные свидетельствуют о наличии достаточного научно-технического потенциала и востребованности результатов работы научных коллективов вузов. Однако говорить о том, что в регионе наблюдается научно-технологическое возрождение и модернизация на этой основе основных фондов, не приходится.

Как известно, понятие потенциал включает в себя возможности, средства, а также задел, которые могут быть использованы для достижения поставленных целей. В последние годы государство стало активно привлекать вузовский сектор науки к процессу формирования рыночной инновационной системы. Однако предпринимаемые меры не всегда были системными и последовательными. Как следствие, рост расходов на науку, происходящий в последние годы, пока не принес желаемых результатов по успешной реализации научно-технического потенциала вузов. В связи с этим необходима систематизация полученных результатов и анализ существующих проблем с целью поиска путей их решения.

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ АРТ-РЫНКА

Васюхин О.В., Тараорухина О.В.

Санкт-Петербургский государственный
университет информационных технологий,
механики и оптики,
Санкт-Петербург, Россия

За последние двадцать лет арт-рынок стал настоящей индустрией, которой предстоит новый этап развития: меняются клиентские стратегии, меняется конкурентная среда, изменится «продукт» и его «производитель».

Дело в том, что рынок искусства напрямую зависит от состояния финансового рынка и от рынка инвестиций. В связи с изменениями, которые в ближайшее время претерпят эти рынки, изменятся также контуры и состав рынка искусства, он приобретет черты сложившегося рынка,

на котором правила игры будут определены повторно.

Начало третьего тысячелетия для современного арт-рынка стало периодом настоящего бума, стремительного роста, и не только в западных странах, но и в России рост был беспрецедентен по объему вкладываемых средств, по интересу публики, любителей, собирателей, даже вмешательству политики. Искусство стало привлекательным не только для ценителей и любителей: по определению уникальные «продукты» не оцениваются по состоянию биржевых индексов, не зависят от общей экономической ситуации и цен на нефть. Альтернативный инвестиционный рынок, рассчитанный на долгосрочную перспективу, стал удивительно ликвидным. В качестве примера, годовой доход только трех лидирующих аукционных домов от продаж современного искусства в 2007 году составил свыше 1,5 млрд долларов США¹.

Рынок предметов искусства часто причисляют к рынкам «альтернативных инвестиций». Между тем он фактически не способен абсорбировать сотни миллионов долларов новых капиталовложений в год подобно рынкам недвижимости, прямых инвестиций и хедж-фондов. Главным недостатком арт-рынка в сравнении с другими «настоящими» рынками альтернативных инвестиций помимо существенно меньшей емкости и ликвидности, является неспособность арт-рынка обеспечивать инвесторам прозрачный и независимо контролируемый процесс покупки и продажи активов².

Основными покупателями искусства в последние пять-семь лет стали не частные коллекционеры, не музеи и не корпорации, а многочисленные арт-фонды и инвестирующие в искусство на деньги своих учредителей и вкладчиков финансовые институции с неограниченными, как еще недавно казалось, бюджетами на приобретение «голубых фишек от искусства». Этот бум позволил, в том числе, и аукционным домам создавать новые для арт-рынка финансовые инструменты.

Произведения искусства известных художников были столь востребованы, что эластичность спроса по цене буквально зашкаливала: листы ожидания (!) иногда составляли годы. И дело не в высоком качестве, интеллектуальной значимости или редкости произведений. Дело в том, что спрос в несколько раз превышал предложение. И такие механизмы как бренд-менеджмент художника не стали редкостью, также впрочем, как и мастерские художников, где работают наемные подмастерья, а абстрактные продукты интеллектуального труда

¹ По данным отчетов агентства ArtTactic.

² «Руководство по инвестированию на рынке предметов искусства», ред. Н.Барановской, М: Альпина Бизнес Букс, 2006.

художников (не конкретные произведения), созданные художником за время жизни, приносят доход его преемникам после его смерти.

Принятие решений на арт-рынке всегда субъективно, но оно в конечном счете формирует тенденции общественных художественных вкусов и цен на предметы искусства. Качество, размер и степень глобализации информационных компаний, обслуживающих этот рынок, сегодня еще низки. Совокупный оборот компаний, специализирующихся на продаже информации для инвесторов в предметы искусства в разных странах, составляет около 50 млн. долл. США (без учета художественных альбомов и медийной продукции) вместе взятых, по сравнению с 10 млрд. долл. США Bloomberg, Reuters и Thomson Financial Services¹.

Арт-рынок в России за последние годы также вырос в несколько раз. Его легальный оборот (имеются ввиду аукционные торги) уже в 2005 году составил около 200 млн долл. США, нелегальный, по оценкам некоторых экспертов, до 1,5 млрд долл. США². Искусство стало не только престижным, но и прибыльным занятием, привлекательным для инвестиций. Российские клиенты арт-рынка приобретают и российское, и международное искусство; российское искусство приобретается коллекционерами и инвесторами по всему миру.

Главным изменением на рынке станет его переориентация с «рынка продавца» на рынок покупателя», где потребуется гибкость в маркетинговых действиях, и серьезная работа с «производителями» «продукта». Отсюда изменения конкурентных стратегий, а также изменения «продукта»: художником перестало быть просто «модно», рынок все меньше принимается надуманность, он переориентируется на настоящее, существенное искусство, что изменит контуры рынка в ближайшие годы, т.к. сократится количество «производителей», а также посредников, чьи имена и репутация связаны с другими актуальными направлениями. А имена и репутация на арт-рынке стоят очень много.

Вероятны следующие сценарии развития:

1. Скорректируются цены.
2. Новая стадия развития искусства вызовет качественное изменение «продукта» (художественных произведений).
3. Уменьшится количество продуктов и производителей, укрупняются дистрибуторы, стандартизуются каналы продаж.

Авторы уверены, что рынку современного искусства актуальная ситуация серьезных изменений пойдет на пользу: уже уменьшилось количеств-

во спекулятивных покупок на аукционах и арт-ярмарках, меньше предлагается и самого спекулятивного искусства, необязательного. У коллекционеров и любителей появилась возможность проанализировать ситуацию и сделать взвешенный выбор о приобретении. Настоящий момент можно рассматривать как инкубационный период для будущего подъема. При этом необходимо учитывать, что это долгосрочные инвестиции, которые в случае приобретения работы хорошего художника гарантируют по крайней мере возврат потраченных денег. А если произведения вам еще и нравятся, то вы остаетесь в выигрыше вдвое: они будут вас радовать – в отличие от акций еще недавно столь успешных компаний.

В такой ситуации как никогда является актуальным вопрос о формулировании инновационных методов стратегического управления хозяйствующих субъектов на арт-рынке, которые осложняются спецификой отрасли: медленная обрачиваемость произведений в равнении с другими индустриями; сильная корреляция произведений с психотипом автора и психотипом приобретателя, обилие уникальных нестандартных продуктов, удовлетворяющих эмоциональные и когнитивные потребности.

УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ВУЗА

Васюхин О.В., Павлова Е.А.

*Санкт-Петербургский государственный
университет информационных технологий,
механики и оптики,
Санкт-Петербург, Россия*

Современная рыночная экономика характеризуется преобладанием рынка знаний и информации над рынком материально-вещественных товаров и ресурсов и значительным ростом объема затрат на развитие первичного базового сектора, в котором создаются и распространяются знания. Тип экономики, в котором производство знаний является источником её роста, в литературе называют экономикой знаний или инновационной экономикой.

Система образования в целом и высшего профессионального образования в частности является одним из секторов национальной экономики, в котором формируется повышенный спрос на новые знания и технологии. Поэтому высшие учебные заведения сегодня имеют все возможности, чтобы стать центрами инновационной активности региональных экономик и Российской Федерации

¹ «Руководство по инвестированию на рынке предметов искусства», ред. Н.Барановской, М: Альпина Бизнес Букс, 2006.

² www.inauka.ru