



SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE “THE
FUTURE STARTS WITH US: TOWARDS THINKING,
TECHNOLOGY AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT”
VOLUME 1. ISSUE 2. 2025

СОЗДАНИЕ В УЗБЕКИСТАНЕ КЛАССА
КОРПОРАТИВНЫХ КОЛЛЕКЦИОНЕРОВ КУЛЬТУРНЫХ
ЦЕННОСТЕЙ - КАК ФУНДАМЕНТА ОСНОВЫ АРТ
РЫНКА

Султанов Шавкат Фазилович,
директор аукционного дома «ART VERNISSAGE»
Эл. почта: info@art-v.uz

Аннотация: Статья посвящена изучению формирования рынка искусств в зарубежных странах, определение целевой аудитории потребителей культурных ценностей, формирование у них интереса к приобретению и владению предметами искусства, а также этапов формирования в Узбекистане класса корпоративных коллекционеров.

Ключевые слова: культурные ценности, предмет искусства, корпоративные коллекционеры, арт рынок, художественные коллекции, инвестиции в искусство.

Annotation: This article is devoted to the study of the formation of art market in foreign countries, the identification target audience of consumers of cultural values, the formation of their interest in acquiring and owning art objects, a well as the stage of formation of a class of corporate Art collectors in Uzbekistan.

Keywords: cultural values, art object, corporate art collectors, art market, art collections, investments in art.

Введение

Узбекистан издревле являлся центром развития науки и искусства. В последние годы развития Нового Узбекистана помимо стремительного развития инноваций, науки и экономики, государством уделяется особое внимание развитию культуры и искусства. Стали традицией проведения



SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE “THE
FUTURE STARTS WITH US: TOWARDS THINKING,
TECHNOLOGY AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT”
VOLUME 1. ISSUE 2. 2025

международных биеннале искусств с участием местных и международных представителей изобразительного и прикладного искусства.

Как известно, для развития сферы искусств главной движущей силой является наличия сильной экономической базы, которая является основой системного развития и популяризации искусства в целом. В этой связи Узбекистан одним из первых в регионе принял закон о креативной экономике, ряд подзаконных актов по формированию механизмов создания в Узбекистане механизмов формирования арт рынка.

Однако, это первые серьёзные шаги по созданию в нашей стране рынка искусств, в котором предметы искусства рассматриваются не только как высокохудожественные предметы духовного восприятия, но и ликвидный инвестиционный портфель.

В статье рассматривается один из главных механизмов функционирования современного рынка искусств – это корпоративное коллекционирование предметов культурных ценностей.

Основная часть. Корпоративные коллекции культурных ценностей — это коллекции произведений искусства, принадлежащие юридическим лицам не зависимо от формы собственности и ведомственной принадлежности. Эти коллекции обычно выставляются в офисах компании, вестибюлях или общественных местах и могут включать широкий спектр видов искусства, включая картины, скульптуры, гравюры, фотографии, предметы прикладного искусства. Их количество варьируется от нескольких экземпляров до несколько тысяч произведений искусства, в зависимости от возможностей и предпочтений компаний. Основная цель корпоративных коллекций произведений искусства - повысить внутреннюю и внешнюю репутацию компании. Хорошо подобранная коллекция произведений искусства может



SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE “THE
FUTURE STARTS WITH US: TOWARDS THINKING,
TECHNOLOGY AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT”
VOLUME 1. ISSUE 2. 2025

донести ценности и культурную самобытность компании до сотрудников, клиентов и общественности. Коллекция произведений искусства компании также может служить инструментом социальной ответственности и филантропии, поддерживая и продвигая начинающих художников и культурные учреждения. Ценность произведений искусства значительно возросла за последние несколько десятилетий, и многие корпорации рассматривают искусство как надежную инвестицию. В дополнение к предоставлению эстетических и культурных преимуществ, коллекции произведений искусства со временем могут дорожать и могут быть проданы для получения дохода для компании. [1]

Следует отметить, что создание класса корпоративных коллекционеров культурных ценностей включает в себя разработку системы атрибуции (идентификации), экспертизы, оценки и хранения с целью их дальнейшего использования, а не просто накопления, а также создание правовой основы и определение целевой аудитории для такого класса, включая создание образовательных программ и установление стандартов для таких коллекционеров. Можно выделить **следующие этапы создания класса корпоративных коллекционеров:**

1. **Исследование и анализ.** Провести анализ существующих практик корпоративного коллекционирования в мире.

2. **Разработка правовой базы.** Разработать и принять нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность корпоративных коллекционеров. При этом обратить внимание на предоставления налоговых льгот.

3. **Создание образовательных программ.** Включить в вузовские программы дисциплины по управлению культурными ценностями, корпоративному коллекционированию и оценке.



SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE “THE
FUTURE STARTS WITH US: TOWARDS THINKING,
TECHNOLOGY AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT”
VOLUME 1. ISSUE 2. 2025

4. **Создание Ассоциации корпоративных коллекционеров.** Объединить компании и специалистов, занимающихся корпоративным коллекционированием в единое объединение.

5. **Создание информационных ресурсов по культурным ценностям.** Разработать онлайн-платформу для обмена опытом, информацией и проведения выставок и встреч с художниками, ремесленниками, искусствоведами, галеристами и т.д.

6. **Разработка стандартов.** Установить стандарты для корпоративных коллекционеров, включая требования к качеству коллекций, этике, консервации и хранению культурных ценностей.

7. **Развитие партнерства.** Развивать сотрудничество с государственными, общественными и международными организациями.

8. **Создание системы мониторинга.** Разработать систему мониторинга и оценки эффективности корпоративного коллекционирования. Создать механизм стимулирования отличившихся.

9. **Привлечение инвестиций.** Создать механизм для привлечения инвестиций в корпоративные коллекции культурных ценностей.

Корпоративные художественные коллекции значительно эволюционировали на протяжении многих лет, отражая изменения в мире бизнеса, искусства и общества в целом. В середине 20-го века многие компании начали рассматривать свои художественные коллекции как способ взаимодействия со своими сотрудниками и более широким сообществом. Искусство рассматривалось как инструмент продвижения творчества, инноваций и культурного взаимопонимания, и компании начали разрабатывать официальные программы приобретения и демонстрации произведений искусства. Многие компании также установили партнерские



SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE “THE
FUTURE STARTS WITH US: TOWARDS THINKING,
TECHNOLOGY AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT”
VOLUME 1. ISSUE 2. 2025

отношения с местными художественными организациями и музеями, оказывая поддержку выставкам и образовательным программам.

В конце 20-го и начале 21-го века роль корпоративных коллекций произведений искусства продолжала расти. По мере того, как глобализация и технологии трансформировали деловой мир, компании начали рассматривать искусство как средство продвижения своего бренда и ценностей в глобальном масштабе. Многие транснациональные корпорации создали коллекции произведений искусства, которые отражают их приверженность разнообразию, устойчивому развитию и социальной ответственности. В то же время многие компании начали экспериментировать с новыми формами искусства, такими как видеоинсталляции и цифровое искусство. Эти новые формы искусства позволили компаниям взаимодействовать с более молодой и разнообразной аудиторией и продемонстрировать свою приверженность инновациям и творчеству. Поскольку компании продолжают решать такие вопросы, как разнообразие, устойчивое развитие и социальная ответственность, искусство, вероятно, будет играть все более важную роль в их усилиях по взаимодействию с сотрудниками, клиентами и более широким сообществом.

Одним из самых известных примеров корпоративной коллекции произведений искусства является коллекция **J.P. Morgan**, банковского магната, собравшего значительную коллекцию картин, скульптур и других произведений искусства, которые были выставлены в его офисе в Нью-Йорке. Коллекция включала работы некоторых самых известных художников того времени, таких как Рембрандт, Рубенс и Вермеер. **J.P. Morgan Chase** содержит коллекцию из 30 тысяч произведений искусства. В этой коллекции есть работы и общепризнанных авторов (Сола Ле Витта, Роберта Раушенберга,



SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE “THE
FUTURE STARTS WITH US: TOWARDS THINKING,
TECHNOLOGY AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT”
VOLUME 1. ISSUE 2. 2025

Энди Уорхола) и менее известных художников. В 1959 году Рокфеллером, в Chase Manhattan Bank была утверждена программа по закупке произведений искусства – первая в мире. Этого банкира можно считать отцом-основателем современной культуры корпоративных коллекций. К нему за консультацией обращаются даже искусствоведы. Также, Рокфеллер автор концепции Art at work: создание свободной, креативной атмосферы на рабочем месте с помощью искусства. После Рокфеллера другие компании стали понимать, что искусство нужно не только для украшения стен! Это новый инструмент бизнеса. Небольшая ремарка: мать Рокфеллера была одной из патронесс-основательниц МоМА. А это тоже мощный бизнес-инструмент. [2]

Произведениями из своих корпоративных коллекций банки часто оформляют офисы. Это подчеркивает их статус и призывает к коммуникации с обществом. Для банковских сотрудников коллекция является важной частью корпоративной культуры. Как говорит говорит Андре Роггер, глава корпоративной коллекции **Credit Suisse**: «Произведения создают творческую атмосферу в офисе и приносят новые идеи не из мира бизнеса». В офисах Deutsche Bank арт-объекты внедрены под лозунгом «Art Works» для того, чтобы стимулировать креативное мышление сотрудников.

UBS (Swiss bank). В распоряжении этого банка находится 35 тысяч произведений модернистского и современного искусства. Принцип формирования коллекции – собрать работы малоизвестных, не слишком дорогих художников. UBS видит свою миссию в том, чтобы поддерживать художников в начале и на среднем этапе их карьеры. Сейчас многие из этих художников стали самыми влиятельными в современном арт-рынке (Баския, Сай Твомбли, Дэмиен Херст и др.). Банк предоставляет произведения из своей коллекции для выставочных проектов крупными галереям и музеям (МОМА и



SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE “THE
FUTURE STARTS WITH US: TOWARDS THINKING,
TECHNOLOGY AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT”
VOLUME 1. ISSUE 2. 2025

др.) Тем самым поднимая статус и известность своих авторов.

UBS считает, что коллекция — часть культурной истории банка.

UBS Банк формирует и поддерживает арт-индустрию: он является бессменным спонсором топовой ярмарки современного искусства Art Basel. Это даёт ему очень большие бизнес-возможности и приносит огромную прибыль.

Deutsche Bank. Этот банк начал собирать искусство в 1979 году, для того, чтобы поддержать восходящих звезд немецкого искусства. Инвестиционная привлекательность работ не являлась решающим критерием при покупке, но тем не менее Deutsche Bank — показал наглядный пример того, как грамотно инвестировать в Арт. За 40 лет банком была собрана очень внушительная коллекция: более 60 000 работ из 40 стран. Это работы XX и XXI веков. В их числе Пит Мондриан, Василий Кандинский, Люсьен Фрейд и Герхард Рихтер. В 1997 году Deutsche Bank объединился с фондом Соломона Гуггенхайма, чтобы открыть совместный музейный проект Deutsche Guggenheim. Эта коллаборация привела к подъему современного искусства после падения Берлинской стены, укрепила культурные связи с США. Но в 2013 году музей закрылся (официальная причина - истечение срока договора). Deutsche Bank выступает одним из главных спонсоров арт-ярмарки Frieze Art Fair, Frieze and Frieze Masters. Коллекция Deutsche Bank направлена на образовательно-просветительские цели и укрепление культурных связей с другими странами.

Bank of America. Главный принцип коллекционирования и философия коллекции: «Сделать искусство доступным». Работы из коллекции Bank of America предоставляются музеям и некоммерческим организациям для выставок бесплатно. Банк выделяет гранты на реставрацию произведений



**SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE “THE
FUTURE STARTS WITH US: TOWARDS THINKING,
TECHNOLOGY AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT”
VOLUME 1. ISSUE 2. 2025**

искусства. Свою корпоративную коллекцию Bank of America использует, чтобы стимулировать и поддерживать развитие арт-сообщества.

Таким образом, корпоративные художественные коллекции могут оказать значительное влияние на повышение имиджа компании. Инвестируя в искусство и создавая коллекцию высокого качества, компания может продемонстрировать свою утонченность, культурную осведомленность и приверженность искусству. Это может помочь отличить компанию от конкурентов и повысить ее репутацию среди заинтересованных сторон. Хорошо подобранная корпоративная коллекция произведений искусства также может создать позитивную и вдохновляющую атмосферу как для сотрудников, клиентов, так и для посетителей. Демонстрируя визуально привлекательные и интеллектуально стимулирующие произведения искусства, компания может способствовать развитию чувства креативности и интеллектуального любопытства у своих сотрудников. Это может привести к повышению производительности, удовлетворенности работой и удержанию сотрудников.

Кроме того, корпоративная коллекция произведений искусства может использоваться в качестве инструмента для связей с общественностью и маркетинга. Делясь изображениями и информацией о коллекции со средствами массовой информации, компания может обеспечить позитивное освещение в прессе и укрепить свою репутацию как социально ответственной и культурно ориентированной организации. Кроме того, компания может использовать свою коллекцию произведений искусства в качестве декорации для корпоративных мероприятий, таких как презентации продуктов или встречи с инвесторами, что может помочь создать уникальные и запоминающиеся впечатления для посетителей.



**SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE “THE
FUTURE STARTS WITH US: TOWARDS THINKING,
TECHNOLOGY AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT”
VOLUME 1. ISSUE 2. 2025**

Следует особо отметить, что корпоративные коллекции искусства - важная часть глобальной культурной среды. Они выполняют множество функций: от создания имиджа и бренда до поддержки художников и культурных инициатив. При этом корпоративная коллекция произведений искусства все еще может приносить значительные финансовые выгоды при правильном управлении. Например, если компания приобретает произведение искусства, которое впоследствии становится очень востребованным, его можно продать со значительной прибылью. Кроме того, компания может использовать свою коллекцию произведений искусства в качестве обеспечения по кредитам или как способ диверсификации своих активов. Стоит отметить, что рынок произведений искусства может быть изменчивым и непредсказуемым, и нет никаких гарантий финансовой отдачи. Компаниям следует подходить к приобретению произведений искусства и управлению ими с осторожностью и обращаться за советом к экспертам при принятии инвестиционных решений.

В то же время корпоративные коллекции требуют ресурсов, ответственности и стратегического подхода. Они - не просто галерея, с ними связаны и следующие серьёзные сложности:

1. Стоимость и содержание — закупка, транспортировка, страхование, реставрация, хранение, вентиляция, освещение и др. Требуется экспертиза.
2. Выставление и доступ — если коллекция находится в закрытых офисах, доступ публики ограничен; иногда компании создают публичные галереи, чтобы показать часть коллекции.
3. Этические вопросы, история и происхождение — все больше внимания уделяется происхождению работ, репрезентативности художников, разнообразию, деколонизации культуры.



SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE “THE
FUTURE STARTS WITH US: TOWARDS THINKING,
TECHNOLOGY AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT”
VOLUME 1. ISSUE 2. 2025

4. Конфликты интересов, ликвидность — иногда коллекции продаются, часть работ распродаётся (для финансирования, реставрации и др.), что может вызывать критику.

5. Меняющаяся роль корпоративных активов — экономические кризисы, изменения управления могут заставить переосмыслить инвестиции в искусство.

6. Усиление прозрачности: больше информации публикуется о том, что именно коллекции содержат, сколько они стоят, как используются.

7. Большой акцент на современном искусстве, разнообразии, работе с художниками из разных культурных контекстов.

9. Интеграция искусства в рабочие пространства, создание художественных маршрутов в офисных зданиях.

10. Публичные программы: выставки, галереи внутри компаний, сотрудничество с музеями.

Выводы

Известно, что Узбекистан имеет богатую многовековую историю создания предметов культурных ценностей мирового уровня, признанных международными организациями, в том числе ЮНЕСКО. [3,4]

В республике создан механизм подготовки профессиональных кадров в области изобразительного и прикладного искусства начиная от специализированных школ-интернатов искусств, функционирующих в каждом областном центре страны и заканчивая профессиональным высшим образованием - Национальный институт живописи и дизайна имени Камолиддина Бехзода. Кроме того, существует научная школа развития искусств в лице Академии художеств Узбекистана и Института искусствоведения при Академии наук Республики Узбекистан. [5]



**SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE “THE
FUTURE STARTS WITH US: TOWARDS THINKING,
TECHNOLOGY AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT”
VOLUME 1. ISSUE 2. 2025**

Вместе с тем, ещё имеются ряд вопросов, решение которых будет способствовать скорейшему становлению современных механизмов функционирования рынка искусств в Узбекистане:

1. На законодательном уровне не приняты механизмы предоставления налоговых льгот и преференций юридическим и физическим лицам, приобретающим культурные ценности, по аналогии с ведущими странами США, Европы и Китая;

2. Практически отсутствует механизм формирования торговой истории предметов искусства (официальные продажи предметов искусства) и как следствие у населения нет возможности получения официальной, открытой информации по тому, или иному предмету искусства;

3. Низкий уровень осведомленности населения республики о представителях изобразительного и прикладного искусства и как следствие, низкая заинтересованность населения не только к приобретению, но и к искусству в целом. Это негативно влияет на степень посещаемости музеев, галерей, выставок и других мест, популяризирующих искусство.

Исходя из вышеизложенных, для скорейшей интеграции с мировым рынком предметов искусства на первом этапе становления рынка в нашей стране необходимо решить следующие вопросы на уровне государства, финансовых институтов, бизнеса и населения:

- принять нормативные и законодательные акты, направленные на предоставление налоговых льгот и преференций для представителей бизнеса, которые приобретают предметы искусства. Как показывает мировой опыт, во всех странах ЕС налоговые вычеты от дохода или прибыли составляют от 20 до 40%, в Китае и Гонконге 30-35 %, а в США до 100% от рыночной стоимости произведения приобретенного субъектом предпринимательства предметов искусства;



**SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE “THE
FUTURE STARTS WITH US: TOWARDS THINKING,
TECHNOLOGY AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT”
VOLUME 1. ISSUE 2. 2025**

- банковскому сектору экономики необходимо создать условия для предоставления льготных кредитов для населения и субъектов предпринимательства при покупке предметов искусства, а также рассмотрение предметов искусства как объектов залога для получения кредитов, в том числе потребительских;

- принятие государственных стандартов по оценки предметов культурных ценностей и установление обязательных условий при покупке или реализации предметов искусства государственными организациями, в том числе, музеями, только предметов искусства, наличия документов по оценки, что создаст основу для формирования торговой истории и сокращению спекулятивных цен при формировании рынка искусств;

- Финансовым институтам (банки, страховые и инвестиционные компании и т.п.) необходимо создать финансовые инструменты и механизмы, в которых предметы искусства высокого художественного уровня будут рассматриваться как объекты инвестиционного имущества, т.е. войдут в перечень материальных активов с высокой рентабельностью и рассматриваться кредитными и страховыми организациями на уровне объектов недвижимости или автотранспорта;

- создать здоровую конкуренцию среди представителей бизнеса по созданию собственных коллекций произведений искусства художников и мастеров прикладного искусства, на их основе формировать класс корпоративных коллекционеров предметов искусства Нового Узбекистана, как главной движущей силы экономики страны;

- Формирование интереса населения к приобретению предметов искусства Узбекистана, как объектов инвестиций, путем создания механизма предоставления льготных потребительских кредитов для закупа



**SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE “THE
FUTURE STARTS WITH US: TOWARDS THINKING,
TECHNOLOGY AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT”
VOLUME 1. ISSUE 2. 2025**

высокохудожественных предметов изобразительного и прикладного искусства Узбекистана;

Активное привлечение СМИ, в том числе, социальные сети к популяризации искусства Узбекистана, изучение деятельности мастеров и молодых творцов предметов искусства. Увеличение количества часов обучения в общеобразовательных школах, направленных на изучение искусства и арт-рынка в Узбекистане. Создание онлайн платформ про деятельность известных художников и мастеров искусств.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Стенин М. Причины создать свою корпоративную коллекцию произведений искусства. <https://www.rewizor.ru/blogs/blog-ob-iskusstve-i-fotografii/prichiny-sozdat-svou-korporativnuu-kollektsiu-proizvedeniy-iskusstva/>
2. Богатикова И. Корпоративные коллекции современного искусства. Для чего они нужны и как создаются. <https://irinabogatikova.art/>
3. Султанов Х. Э. Развитие живописи Узбекистана в период независимости. Молодой ученый. 2016. № 4 (108). — С. 874-876.
4. Н. Ахмедова “Живопись Центральной Азии XX века: традиции, самобытность, диалог” Т., 2004 г., с.132-134.
5. Султанов Ш.Ф. Перспективы развития современного арт-рынка в Узбекистане. Панорама прикладного искусства: традиции и арт-рынок. Материалы Международной научно-практической конференции, Ташкент, Art Vernissage, 78-84 сс. 2023 г.