

- страна регистрации управляющей компании: фонды, управляемые национальной управляющей компанией; фонды, управляемые иностранной управляющей компанией.

Таким образом, предложенные классификации позволяют детально исследовать международную деятельность инвестиционных фондов, выделить и систематизировать различные подходы к регулированию данных видов фондов в мировой экономике, а также имеют ценность в исследованиях инвестиционных фондов как субъектов международного движения капитала.

*А. А. Белоцкий, аспирант
ИЭ НАН Беларуси (Минск)*

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ КУЛЬТУРНЫХ ЦЕННОСТЕЙ НА МИРОВОМ РЫНКЕ ТОВАРОВ

Культурные ценности всегда представляли интерес для ценителей искусства, поэтому история торговли данным видом товаров насчитывает не один век. Если рассматривать культурные ценности как объект торговли на мировом рынке, необходимо понимать, что такая торговля будет затрагивать материальные движимые культурные ценности, представляющие экономический интерес вследствие своей исторической, культурной или религиозной значимости. Среди наиболее ходовых можно выделить живопись, ювелирные украшения, монеты, книги, гравюры, антикварные изделия.

Вместе с тем глобализация, оказывающая существенное влияние на все направления мирового хозяйства, также затронула и рынок культурных ценностей. В частности, крупнейшие аукционные дома, занимающиеся торговлей предметами искусства и антиквариата, такие как «Кристис» и «Сотбис», ранее специализировавшиеся на мебели и картинах («Кристис») и книгах («Сотбис»), уже в XX в. стали расширять свою деятельность, не только заметно увеличив ассортимент товаров, занявшись также монетами, гравюрами, медалями, но и открывая новые филиалы по всему миру.

Помимо этого, важно учитывать, что спрос на предметы искусства может также зависеть и от страны, в которой выставляются культурные ценности. На данный момент Нью-Йорк является признанным центром продаж современного искусства, в то время как работы старых мастеров выставляются преимущественно в Великобритании или Франции.

При торговле культурными ценностями необходимо понимать, что это предметы, ограниченные к вывозу, поэтому их транспортировка из одной страны в другую может быть сопряжена с некоторыми

трудностями. В большинстве стран имеются определенные лицензии, которые необходимо получить для перемещения и осуществления операций с культурными ценностями. В Республике Беларусь подобные разрешения выдаются в Министерстве культуры.

В Беларуси нет каких-либо ограничений на покупку культурных ценностей частными лицами, но из-за отсутствия большого количества коллекционеров основным покупателем является Республика Беларусь. Поскольку культурные ценности имеют большое значение для государства, то для музеев и выставок преимущественно приобретаются культурные ценности, связанные с белорусской историей и известными белорусскими деятелями.

Важным фактором является происхождение культурной ценности. Во время военных конфликтов многие музеи и коллекции, так же как и места раскопок, уничтожались и подвергались разграблению. Соответственно зачастую сложно отследить «легальность» того или иного предмета искусства. Поэтому абсолютное большинство аукционных домов присоединяется к кодексам и соглашениям, регулирующим правила продажи культурных ценностей. Одним из наиболее полных стал Международный кодекс профессиональной этики для торговцев культурными ценностями, принятый ЮНЕСКО в 1999 г. К основным пунктам данного Кодекса относится согласие торговцев не разделять культурные ценности, которые представляют собой единое целое, а также не участвовать в реализации и содействовать возврату раритета, если есть сомнения в его происхождении.

Таким образом, при торговле культурными ценностями необходимо соблюдать действующие нормы мирового права, а также учитывать особенности законодательства различных стран. Помимо этого, важную роль в реализации антиквариата играет легальность происхождения товара и сегмент рынка, в котором представлены предметы искусства.

*А. В. Белоусов, аспирант
НИЭИ М-ва экономики Респ. Беларусь (Минск)*

ОБ УТОЧНЕНИИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОНЯТИЯ «ГЛОБАЛЬНЫЕ ЦЕПОЧКИ СОЗДАНИЯ СТОИМОСТИ»

Большинство встречающихся определений терминов «цепочки создания стоимости» (ЦСС) и ГЦСС происходят от определения, данного основоположником концепции ЦСС, профессором Гарвардской школы бизнеса Майклом Портером. Он рассматривал ЦСС как «целый ряд видов деятельности, которыми занимаются фирмы, начиная с этапа возникновения идеи и заканчивая конечным потреблением». Также он предложил декомпозицию процесса создания стоимости конечного