

Ceny obrazů a jiných výtvarných děl a jejich oceňování

Metodika stanovení cen obrazů, grafických listů, plastik a jiných výtvarných a uměleckých vizuálně vnímaných děl

Cena a hodnota výtvarného díla

Cena neboli hodnota výtvarného díla je umělecká a tržní. Tyto ceny se mohou velmi lišit. Cena je taktéž vnímána čistě subjektivně a odvíjí se od úrovně schopnosti chápání a vnímání jeho posuzovatele a taktéž i od míry jeho vkusu, praxe a zkušeností.

Cena podle autora

Cena uměleckého díla je pro jeho autora věcí velmi citlovou až přímo osobní, autoři mnohdy nedokáží sebekriticky reálnou cenu odhadnout a mívají sklon k přeceňování nebo naopak k sebepodceňování. Svou roli zde sehrávají i psychologické faktory, jako jsou vlastní ego a ješitnost. Rodinní příslušníci či známí jim v praxi poradit nemohou, a to z jednoduchého důvodu, že totiž za cenu, kterou jim poradí, si od nich toto dílo sami nekoupí.

Cena podle odhadců a znalců

Cenu určují odhadci a znalci z oboru umění, kunsthistorikové popř. soudní znalci, ale i jejich odhady se v praxi velmi liší, zejména podle jejich účelu. Například odhad pro pojišťovnu a odhad pro určení dědické daně nebo odhad pro prodej. Významný je i vztah těchto odhadců k uměleckému dílu či k jeho autorovi, k jeho prodejci nebo kupci, tedy výše odhadní ceny je vždy příznivější k té osobě, která si jej k odhadu najme. Cena odhadu tak může někdy převýšit i cenu posuzovaného výtvarného díla...

Cena podle úrovně a hodnoty díla

Cena výtvarného díla je určena především jeho uměleckou úrovní, tedy jeho schopností oslovit diváka, tzn. schopností přenosu obsahu myšlenky nebo pocitu jeho autora na diváka, přičemž tato sdílnost může mít různou podobu vyjádřenou uměleckým stylem nebo slohem, a to od primitivní až po velmi rafinovanou a je daná uměleckou úrovní autora a jeho vyzrálostí. S tím přímo souvisí i použité materiály a techniky, stejně jako nápad a jeho originalita, novost a unikátnost. Posuzuje se zde rovněž i míra vlastní tvůrčí kreativity a invence.

Cena podle vlastností díla

Neméně důležité pro stanovení ceny jakéhokoliv výtvarného díla jsou jeho rozměry, hodnota použitého materiálu, rámu, popřípadě i jeho stáří a zejména také skutečnost, zda se jedná o žijícího autora, jehož tvůrčí cesta ještě není zakončena. Podstatná je i veřejná známost

a proslulost autora, jeho renomé a společenská prestiž, stejně tak jako odborné kritiky jeho děl.

Cena podle účelu, funkce a poslání díla

Dalším kritériem pro posouzení ceny obrazu je jeho účel, zamýšlená funkce a poslání. Jsou díla aktivní, pasívní i neutrální, například díla určená k provokaci, relaxaci, zamyšlení, nebo dokonce i jen a pouze k nenáročné dekoraci jako doplněk, např. interiéru. Toto všechno jsou důležité faktory pro potenciálního kupce a mají vliv na cenu díla.

Cenu stanoví autor díla sám

Obecně platí, že cenu výtvarného díla za účelem jeho prodeje si autor stanovuje sám, po reálném a sebekritickém zvážení jeho skutečné hodnoty. Při nadsazení ceny bez znalosti tržního prostředí a zájmu kupujících se vystavuje nebezpečí neprodejnosti díla a v případě jeho podcenění zbytečně ztrácí. Svou roli zde hraje taktéž i skutečnost, zda se jedná o tzv. tvorbu volnou, vytvořenou z vlastní iniciativy autora a posléze nabídnutou k prodeji, anebo se jedná o tvorbu na základě objednávky či jiné formy zakázky, kdy je cena určena předem smluvně dohodou obou stran, tedy autora a kupujícího předem.

Cenu stanoví galerie nebo agent

Pokud autor využívá služeb galerie nebo agenta, tak určí cenu po poradě s ním nebo mu dá volnou ruku, neboť galerista má dlouhodobý přehled o situaci na trhu s uměleckými díly a také a hlavně o poptávce, zájmu a možnostech kupujících v daném regionu. Galeristé spolupracují s cílem nalezení vhodných kupců děl jimi zastupovaných autorů. Galerista či agent je tímto taktéž i motivován smluvní provizí v řádu i desítek procent z ceny díla, ne vždy přímo úměrnou jeho skutečným nákladům. Důležité zde je i zaměření galerie a její klientela. I mezi galeriemi a galeristy a jejich přístupy jsou v praxi velké rozdíly.

Místo nákupu a prodeje

Nelze opomenout i samotný zájem a úroveň potenciálních kupců výtvarných děl, která může být velmi různorodá, stejně jako jejich ekonomická situace a solventnost. S tím souvisí i ekonomická úroveň a struktura regionu, kupní síla, kde autoři svá díla udávají a výskyt možné konkurence. Je velký rozdíl mezi centry, kde je možné nalézt cílové kupce, kteří výtvarná díla pojmají jako předměty investice nebo spekulace a naopak mezi regiony s převažující vrstvou se zájmem o dekorace. Ani zde však nikdo není prorokem, neboť jak je známo, levněji a kvalitněji lze mnohdy realizovat zajímavý nákup právě mimo centra umění, stejně jako v případě náročného a solventního zájemce nečiní problém za účelem koupě navštívit centra, čehož se v praxi zhusta využívá.

Aukce a dražby

Specifickou možností prodeje obrazů jsou aukce (dražby) uměleckých děl. Autor nebo komise stanoví tzv. vyvolávací cenu, která pokrývá honorář autora a náklady dražby. Zde je možnost dosažení i velmi vysoké ceny vzhledem k renomé aukční síně, k účasti odborníků, sběratelů, investorů, spekulantů, mecenášů a jiných solventních zájemců, a to mnohdy i ze zahraničí (viz velmi úspěšné aukce obrazů F. Kupky apod.). Aukci však může uskutečnit i galerista nebo jiný subjekt či zájmová skupina. Výborných výsledků dosahují aukce s charitativními cíli, kdy část vydražených cen putují na obecně prospěšné účely, a pro kupující (jednotlivce nebo společnosti či firmy) je to věcí prestiže, zviditelnění a pozitivní reklamy.

Nákup a prodej na internetu

Nákup či prodej hodnotnějších děl prostřednictvím internetu není v praxi možný, je zde nutný přímý kontakt kupujícího s dílem podobně jako v galerii, na prodejní výstavě nebo na aukci. Je zde nutná přímá konfrontace, přímé působení energetického potenciálu díla, jeho reálná velikost či monumentálnost a jeho reálné proporce, přirozené osvětlení a barvy, prostředí a umístění, to vše přímo ovlivňuje jeho působení (působivost) a tím i hodnotu díla, potažmo jeho uměleckou i reálnou cenu.

Přímý prodej díla autorem

Časem, s počtem skutečně přímo prodaných obrazů či jiných výtvarných děl a srovnáním jejich kvality a jejich prodejních cen dosáhnou autoři jisté praktické zkušenosti a cit, stejně jako má vybudovaný např. galerista a jejich cena tak bude zájemci o koupi respektována. Vždy však musí mít autoři výtvarných děl na paměti veškeré zde zmíněné faktory, aby se zbytečně nepřeceňovali ani nepodceňovali a přitom byli jako autoři ze své tvorby plně uspokojeni a následně náležitě motivováni ke své další činnosti a vývoji. Dobře uplatněné výtvarné dílo je nedílnou součástí umělcova úspěchu.

Otakar Jalůvka

otacar@seznam.cz

www.jaluvka.com

Copyright © 2013 Otakar Jalůvka. Všechna práva vyhrazena. All rights reserved.

[Otakar Jalůvka - Autorská a inovační činnost](#) [Řešení problémů společností a firem](#) [Projekty - Inovace - Poradenství - Konzultace - Realizace](#)
[Otakar Jalůvka - Author and innovational activity](#) [Solving problems companies and firms](#) [Projects - Innovations - counselling - consultations - executions](#)
[Google](#) [Yahoo](#) [Bing](#) [Alexa](#) [Ask](#) [Dmoz](#) [Seznam](#)

