

Т. В. Момот, Д. Т. Момот

## ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ АРТ-ІНДУСТРІЇ: АНАЛІЗ СУЧАСНОЇ СТРУКТУРИ ТА ФУНКЦІЙ

**Предметом** дослідження статті є інфраструктура ринку арт-індустрії. **Мета** - на основі узагальнення міжнародного досвіду обґрунтування науково-методичних засад розвитку інфраструктури ринку арт-індустрії в процесі його формування й розвитку з виокремленням ключових суб'єктів арт-ринку. **Завдання:** здійснено класифікацію аукціонних будинків, розкрито специфіку роботи основних суб'єктів арт-ринку, систематизовано мотиви придбання предметів мистецтва, виявлено та систематизовано особливості арт-ринку, проаналізовано основні показники ринку арт-індустрії. **Методи:** абстрактно-логічний аналіз, теоретичного узагальнення, системного та статистичного аналізу. Отримані такі **результати.** Здійснено класифікацію аукціонних будинків на ринку арт-індустрії за рівнями із визначенням країни, річного обсягу продажів, кількості проданих лотів, долі ринку. Розкрито специфіку аукціонних торгів на ринку арт-індустрії. В рамках арт-ринку розкрито роль арт-дилерів в соціально-комунікативній системі "художник - твір - публіка" за трьома категоріями. Окремо приділено увагу меценатству в рамках культурного посередництва на ринку арт-індустрії. Проранжовано арт-активи за рівнем прибутковості. Систематизовано мотиви придбання предметів мистецтва з виокремленням ірраціональних мотиви здійснення арт-інвестування. Виявлено та систематизовано особливості арт-ринку та проаналізовано основні показники ринку арт-індустрії. **Висновки.** Арт-ринок розглядається як напівфункціональне явище, що виступає регулятором взаємовідносин між художниками і публікою та синхронно виконує ряд соціальних функцій: інформаційну, посередницьку, ціноутворюючу, стимулюючу, регулюючу, соціокультурну. Однією з головних умов успішного функціонування ринку арт-індустрії є формування й розвиток його інфраструктури. Сучасний ринок арт-індустрії характеризується високою доходністю, низькою ліквідністю та довгостроковістю отримання прибутку.

**Ключові слова:** інфраструктура ринку арт-індустрії, первинний арт-ринок, вторинний арт-ринок, арт-активи, провенанс предмету мистецтва, аукціонні будинки, арт-дилери, естимейти, аукціонні торги, меценатство, ангажованість, мотиви придбання предметів мистецтва, ірраціональні мотиви здійснення арт-інвестування.

### Вступ

Арт-ринок є одним із найбільш ємних і динамічних інвестиційних ринків у світі та є альтернативним майданчиком для інвестиційної діяльності, що здійснюється з метою отримання грошового та негрошового прибутку у разі наявності у потенційного інвестора вільного капіталу. Проте, більшість інвесторів продовжують інтуїтивно приймати інвестиційні рішення за власним досвідом. Незважаючи на наявність системних та ґрунтовних досліджень багатьох зарубіжних учених-економістів в сфері арт-інвестування, зокрема Baumol (1986), Frey і Pommerehne (1989) Frey і Cueni (2013), Goetzmann (1993, 2011), Goetzmann і Spiegel (1995), Mei and Moses (2002, 2005), Campbell (2004, 2008), Kraeussl і Lee (2010), потребують подальшого розвитку науково-методичні засади застосування сучасного інструментарію інформаційно-аналітичного забезпечення інвестиційних стратегій на ринку арт-індустрії. Відтак дослідження питань пов'язаних із аналізом сучасної інфраструктури і функцій ринку арт-індустрії є актуальним та своєчасним.

### Аналіз літературних джерел і постановка проблеми

За визначенням Індутного В.В., Anne-Kathrin Last, David Throsby арт-ринок (або художній ринок) – це система культурних та економічних відносин, що визначають сферу пропозиції та попиту на твори мистецтва, їхнє грошове оцінювання, а також специфічні види послуг, що пов'язані з його обслуговуванням [1].

С. Скатерщиков наголошує, що з одного боку,

арт-ринок – це предмети мистецтва, квінтесенція культури, спадщина націй, що охороняється державою і опікується меценатами. Це сфера, що вільна від комерційних впливів, дискусій та визначення рентабельності інвестицій. З іншого боку, це ринок насичений безліччю прагматичних і сфокусованих на комерційній вигоді суб'єктів арт-ринку, що експлуатують в цілях власної фінансової вигоди громадський інтерес до предметів мистецтва і ретельно захищають свої фінансові вигоди в сфері приватного підприємництва - арт-індустрії [2].

Бурнашов І. Ю визначає арт-ринок як соціально-економічний і культурно-історичний феномен і механізм, що являє собою систему товарного обігу творів мистецтва [3].

**Метою** роботи є обґрунтування науково-методичних засад розвитку інфраструктури ринку арт-індустрії з виокремленням ключових суб'єктів арт-ринку. Досягнення поставленої мети обумовило вирішення таких завдань: здійснено класифікацію аукціонних будинків на ринку арт-індустрії за рівнями із визначенням країни; розкрито специфіку аукціонних торгів та роботу арт-дилерів на ринку арт-індустрії; систематизовано мотиви придбання предметів мистецтва з виокремленням ірраціональних мотиви здійснення арт-інвестування; виявлено та систематизовано особливості арт-ринку та проаналізовано основні показники ринку арт-індустрії.

### Матеріали і методи дослідження

Теоретико-методичною основою дослідження стали наукові праці та інформаційно-аналітичні

матеріали провідних вітчизняних вчених і зарубіжних учених-економістів в сфері удосконалення процесу забезпечення фінансово-економічної безпеки інвестиційних стратегій на ринку арт-індустрії. У ході дослідження використано такі методи: абстрактно-логічний аналіз – для теоретичного узагальнення й обґрунтування напрямів та результатів дослідження; теоретичного узагальнення – для виявлення та систематизації особливостей ринку арт-індустрії;

системного та статистичного аналізу – для аналізу та оцінювання динаміки розвитку ринку арт-індустрії.

Результати дослідження. Результати систематизації особливостей арт-ринку дозволяють стверджувати, що арт-інвестування є найбільш складним видом інвестування, але водночас пропонує широкі оперативні можливості. Основні характеристики арт-ринку представлені на рис. 1.

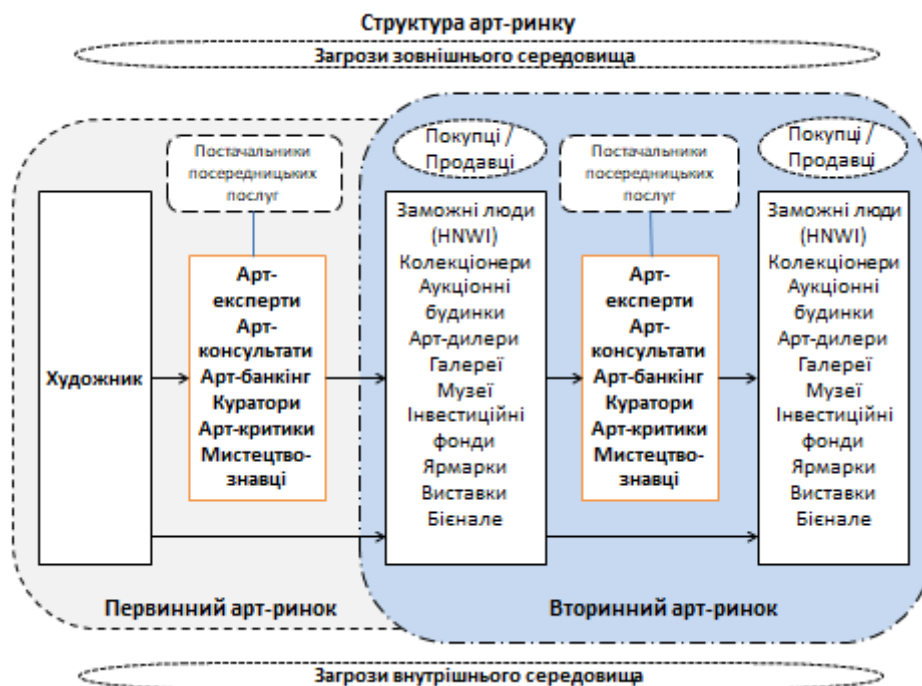


Рис. 1. Структура арт-ринку (авторська розробка)

В суспільстві сформувалося стійке сприйняття ринку арт-індустрії як сфери перетину культурної та комерційної складових. Арт-індустрія розглядається як вид підприємницької діяльності, при якій економічна цінність продукції нерозривно пов'язана з її існуванням як елемента культури. Для засновників, власників або керівників комерційних підприємств та некомерційних організацій даного сектора важливою є комплексна ефективність діяльності, включаючи як фінансовий результат, так і творчий процес.

Процес формування і розвитку арт-ринку умовно можна розділити на два етапи: до-ринковий і ринковий. На першому етапі існували тільки два суб'єкти арт-ринку - споживач і виробник (художник). Цей етап характеризується поширенням такої форми відносин як дар, дарування, що існували ще в давнину, і базувалися на безоплатному переміщенні будь-якого предмета мистецтва. Пізніше дар та дарування змінила інша форма обміну - замовлення. Однак арт-ринок, яким ми його знаємо сьогодні, виник пізніше, в період переходу до ринкової економіки. Так, в середині XIX століття в мистецькій сфері відбувся перехід від системи замовлення до вільної ринкової купівлі-продажу. Однак стабільно високий прибуток всім учасникам ринку продажу сучасного мистецтва почали приносити лише з 2004 р.

Арт-ринок підрозділяється на первинний і вторинний. На первинному ринку твори мистецтва продаються вперше, в той час як на вторинному ринку твори мистецтва перепродуються: це продаж, покупка і обмін між колекціонерами, дилерами і музеями.

Таким чином, арт-ринок може розглядатися як напівфункціональне явище, що виступає регулятором взаємовідносин між художниками і публікою та синхронно виконує ряд соціальних функцій: інформаційну, посередницьку, ціноутворюючу, стимулюючу, регулюючу, соціокультурну.

Інформаційна функція арт-ринку полягає у інформуванні публіки про творчість художника, включаючи результати його діяльності та інформаційне поле довкола художника (його авторитет, репутація, сукупність згадувань про художника в критиці, біографічних текстах, життєписах, історичних документах, ЗМІ, спеціальній профільній літературі тощо). Потребуваність художника публікою залежить від інформаційного супроводження його життя й творчості. Інформаційну функцію арт-ринку актуалізують професіонали, до яких належать: біографи, арт-критики, мистецтвознавці, арт-консультанти, куратори. Крім того, інформаційну функцію арт-ринку крім зазначених професіоналів виконують організаційні структури, а саме виставки

та бієнале (biennale від лат. bis – двічі, annus – рік), які традиційно проходять двічі на рік. На бієнале демонструються загальна направленість та тенденції в мистецтві як в окремих країнах, так і в світі. Як правило, у бієнале беруть участь провідні галереї.

Особливе значення серед суб'єктів арт-ринку мають художні музеї як державні, так і приватні. Музеї, купуючи твір художника, вивисують його ім'я, підвищують рейтинг його творів, а, отже, і їх вартість.

Значна частина арт-активів знаходиться у власності і в управлінні державних музеїв по всьому світу. Домінування державної власності в сфері колекціонування, зберігання і управління вартістю арт-активів стало найважливішою причиною багатоміліардної відсутності інновацій в області розвитку інфраструктури арт-ринку. Так, за оцінками експертів австрійської компанії Kunst Asset Management GmbH, вартість світових арт-активів лише в сегменті живопису становить 250 млрд. дол. США. Упродовж останніх трьох років зростання цін на твори мистецтва у світі становило 50% (у США – 67%).

Інформаційна функція арт-ринку формує провенанс предмету мистецтва. Точно встановлений провенанс є підтвердженням оригінальності в низці експертиз, приналежності твору окремому художнику чи історичній епосі. Зазвичай провенанс оприлюднюють у аукціонних каталогах, в мистецтвознавчих вердиктах, в наукових мистецтвознавчих працях. Провенанс є важливою частиною мистецтвознавчих експертиз.

Таким чином, виконуючи інформаційну функцію арт-ринок інформує публіку про художника, його творчість та здобутки.

Комерційне посередництво – це функція арт-ринку, що сприяє здійсненню угоди між художником або власником твору мистецтва та покупцем. В арт-бізнесі суб'єктами комерційного підприємництва виступають арт-дилери, власники галерей, аукціони, арт-ярмарки.

Сучасна інфраструктура арт-ринку представлена переважно двома секторами: аукціонними будинками (43%) та арт-дилерами (57%).

Аукціон є ключовим посередником між художником і публікою. Аукціон (від лат. auction - продаж з публічного торгу) – є спеціально організованим і періодично діючим ринком продажу товарів з публічного торгу покупцеві, який запропонував найвищу ціну.

Класична схема продажів на вторинному ринку починається з комітента, який звертається в аукціонний будинок, щоб виставити твір мистецтва на продаж. При цьому комітент зобов'язується виплатити аукціонному будинку комісійні – відсоткову винагороду, яка, як правило, становить 20% від продажної ціни і вище. Після укладення договору аукціонний будинок організовує транспортування і зберігання арт-об'єктів, перевіряє їх автентичність і провенанс (історію власників), готує каталоги, фотографії та виставки. Далі проводиться аукціон. Чим вище попит на даний товар (зазвичай через його рідкість або інші якості, що є привабливими для

покупця), тим вище його ціна. Боротьба потенційних покупців за володіння цим товаром підвищує його ціну. Іноді остаточна ціна буде вищою за ринкову, коли покупець, охоплений пристрастю володіння саме цим предметом або бажанням перебити всі інші пропозиції, встановлює ціну, за якою цей предмет поза аукціоном ніколи не буде реалізованим. Аукціон – це ринок в чистому вигляді: досягнута в процесі торгів ціна є компромісом, прийнятним для обох сторін. Можна виділити два основних види аукціонних торгів:

- англійська система, коли торги йдуть за принципом підвищення ціни;

- голландська система, коли торги йдуть за принципом зниження ціни.

Як правило торги починаються з низької стартової ціни, після чого учасників просять підвищувати ціну; лот вважається проданим, тільки коли пропозиції закінчуються. Після цього до остаточної ціни з торгів додається "премія" (теж є певний відсоток від ціни), і покупець вручається рахунок на загальну суму, виплативши яку він може розраховувати на те, що він отримає інформацію про стан арт-об'єкту, послуги фахівця і транспортування картин.

Існує також практика "гарантованої ціни", коли при укладенні договору з комітентом аукціонний будинок бере на себе обов'язок виплатити йому заздалегідь обговорену суму грошей при будь-якому результаті торгів, навіть якщо його лот піде за нижчою ціною. У разі, якщо остаточна ціна виявиться вище гарантованої, аукціонний будинок утримує на свою користь двадцять п'ять відсотків від суми, що перевищує гарантовану ціну. Дана практика дозволяє не втратити впливового колекціонера-комітента на користь іншого аукціонного будинку, а також підвищити престиж даного аукціону і залучити інших комітентів і покупців.

У 2016 р. продажі на відкритих аукціонах образотворчого і декоративно-прикладного мистецтва та антикваріату зменшилися на 26% у порівнянні з попереднім роком до 22,1 млрд. доларів.

Серед аукціонних будинків домінують Sotheby's і Christie's. На світовому арт-ринку налічується близько 5 тис. аукціонних будинків різного рівня. І якщо Sotheby's і Christie's – аукціонні будинки першого, вищого рівня, то до другого відносяться національні лідери – Phillips de Pury в США, Bonhams в Великобританії (відповідно 6 і 5% світових продажів), Artcurial у Франції, Villa Grisebach в Німеччині, Kornfeld в Швейцарії. Третій рівень включає регіональні аукціонні будинки, які спеціалізуються на певних галузях мистецтва. Тут домінуюча частка продажів припадає на Францію, Великобританію і США (табл. 1.).

За даними аналітиків, понад 75% лотів світових аукціонів це живопис.

Слід зазначити, що аукціон прямо впливає на просування і пізнаваність художника в суспільстві.

Стратегія встановлення естимейтів, виставлення картин для участі в аукціонах, дії аукціонера або

ведучого можуть істотно завищити вартість твору мистецтва. Аукціонні будинки прагнуть залучити якомога більшу кількість відвідувачів. Аукціонні будинки цінують власну репутацію і намагаються ретельно підбирати твори. Але більшість аукціонних

будинків дотримуються принципу "caveat emptor" (лат. "нехай покупець буде пильний"), іншими словами покупець діє на свій ризик, і переконавшись в якості предмета до здійснення угоди, згодом сам несе відповідальність за свій вибір.

**Таблиця 1.** Класифікація аукціонних будинків на ринку арт-індустрії

| Рівень        | Аукціонні будинки  | Країна                    | Річний обсяг продажів в 2017 р. | Кількість проданих лотів в 2017 р. | Доля ринку  |
|---------------|--|---------------------------|---------------------------------|------------------------------------|---|
| Вищий рівень  | Christie's   | США                       | \$4 446 258 656                 | 16 056                             | Питома вага по вартості 38%<br>Питома вага по кількості транзакцій 46%<br>від загальної кількості |
|               | Sotheby's  | США                       | \$3 379 835 398                 | 13 989                             |   |
| Другий рівень | Poly Auction   | Китай                     | \$1 025 050 170                 | 5 618                              |   |
|               | China Guardian   | Китай                     | \$815 161 400                   | 6 907                              |   |
|               | Phillips   | США                       | \$470 859 957                   | 3 938                              | 6%  |
|               | Council International Auctions   |                           | \$415 319 727                   | 3 841                              |   |
|               | RomBon Auction   |                           | \$242 822 804                   | 2 753                              |   |
|               | Bonhams  | Великобританія            | \$159 435 786                   | 7 700                              | 5%  |
|               | Artcurial  | Франція                   |                                 |                                    |   |
|               | Villa Grisebach  | Німеччина                 |                                 |                                    |   |
| Третій рівень | Kornfeld   | Швейцарія                 |                                 |                                    |   |
|               | Регіональні аукціонні будинки, які спеціалізуються на певних видах мистецтва | Великобританія<br>Франція |                                 |                                    |   |

Аукціонні будинки, мають велику клієнтську базу і "розкручене" ім'я, за це вони беруть комісію, стягують високі транзакційні витрати. З іншого боку – для художника, його представника або власника картини безумовними перевагами продажів на аукціоні є:

- продаж бажаної роботи може бути здійснена в дуже короткий термін;
- підсумкова ціна може виявитися істотно вищою за ринкову.

Крім того, інформація про торги знаходиться у відкритому доступі.

Проте, ця інформація, будучи відкритою всім учасниками ринку, може зіграти як на користь художника (за умови гучних рекордних продажів), так і проти нього (при неуспіху - низькою ціною або знятті з торгів).

Домінування Christie's на світовому аукціонному арт-ринку визначається розвитком великої міжнародної мережі філій. Міжнародний розвиток також є основою стратегій, що реалізуються Sotheby's та Bonhams, а також Phillips, який розширю свою діяльність в Гонконзі.

Аукціонний будинок Sotheby's оприлюднив результати діяльності за 2017 рік, заявивши про зростання загальної виручки і чистого прибутку, в тому числі про зростання приватних продажів на 28% до 750 млн. дол. США. Загальний розмір консолідованих продажів склав 5,5 млрд. дол. США, що на 12% перевершує результат 2016 року. Річний прибуток зріс на 23% і склав 989,4 млн. дол. США, в

2016 році - 805 млн. дол. США, чистий прибуток на акцію склав \$2,2 цента, що на 58% більше у порівнянні з 2016 р. (\$ 1,27 цента). Консалтинговий бізнес, який останнім часом розвиває Sotheby's, за словами виконавчого директора Теда Сміта, "зріс швидше, ніж ми очікували", це пов'язано з тим, що консалтингові структури почали працювати з рядом клієнтів "які будують приватні музеї, пропонуючи нам ще один шлях для зростання". За останні 13 місяців Sotheby's також придбав відому аналітичну фірму Orion, торговий онлайн майданчик дизайну Viyet і І-стартап Thread Genius. Особливу гордість директора Sotheby's викликає зростання приватних продажів на 28%, що більше в порівнянні з Christie's, які пережили падіння обсягу приватних продажів на 35%. Два провідних аукціонних будинку зробили ставку на різні ринкові стратегії: якщо Sotheby's орієнтується на повний спектр послуг, то Christie's основні зусилля спрямовує на продаж з високою прибутковістю.

Основні китайські аукціонні будинки демонструють однакову зацікавленість в географічній диверсифікації та прагнуть глобального розширення своєї присутності на всій території. Сьогодні Poly Auction домінує серед всіх своїх конкурентів за кількістю дочірніх компаній у Пекіні, Гонконгу, Шанхаї, Сяміні та Шаньдуні (хоча ці дочірні підприємства переважно є автономними).

Аналіз значної кількості куплених лотів для подальшого перепродажу на аукціоні (повторних продаж) за даними Artprice, свідчить, що для 4100 лотів, проданих у 2017 році, для яких попередня

публічна ціна продажу може бути чітко визначена та підтверджена аукціонним будинком, середньорічна дохідність становить +5,7%.

Таким чином, економічні показники аукціонних будинків залежать від кількості транзакцій, які вони здійснюють. Великі аукціонні будинки не мають бажання обмежуватися лише високоякісним ринком. Навпаки, вони всі прагнуть повноцінно здійснювати торги у різних цінових діапазонах. Онлайн-продажі, безумовно, є величезним потенціалом розвитку у цій галузі.

Варто зазначити, що обсяги арт-ринку зазвичай оцінюють за аукціонними торгами, тому що вони, є єдиним достовірним джерелом інформації, за якими можна оцінювати обсяги арт-ринку. Про формування ціни на певні твори мистецтва (однакових за датою видання, якістю, розміром і т.д.) можна говорити при наявності 7–10 продажів робіт аналогів. Одиначка продаж не розглядається за остаточною ціною, тому що часто може бути здійснена по необ'єктивним причинам – азарт, суперництво, бажання володіти і т.д. Наявність достовірної інформації за аукціонними торгами обумовлює доцільність запровадження економіко-математичного моделювання ємності ринку арт-індустрії та забезпечення фінансово-економічної безпеки інвестиційних стратегій на ринку арт-індустрії із застосуванням сучасного науково-методичного інструментарію обґрунтування інвестиційних рішень [9, 10].

Дилерський сектор є більш фрагментарним, ніж аукціони: на ринку фігурують понад 70 тис. арт-дилерів, враховуючи невеликі галереї, брокерів і агентів окремих художників. 75% ринкового обороту припадає на 4 тис. великих арт-дилерів, з яких не більше тисячі впливають на формування цін на предмети мистецтва.

Арт-дилер – в сучасному розумінні професіонал, який купує і продає твори мистецтва, іншими словами комерсант від мистецтва. Основу професійної діяльності арт-дилера становить пошук нових талановитих художників, встановлення з ними відносин з метою просування та продажу робіт. Це перша частина професійної діяльності арт-дилера. Інша, не менш важлива, частина діяльності арт-дилера пошук колекціонерів, галерей, художніх музеїв, аукціонних будинків, ярмарок в чій інтереси потенційно входить робота з художниками. Основним комерційним завданням арт-дилера є пошук і покупка робіт за найбільш вигідними цінами і перепродаж їх за вищою ціною колекціонерам, галереям і іншим суб'єктам арт-ринку. Зазвичай дилер спеціалізується на певному художньому стилі, культурно-історичному періоді або регіоні, буває й більш вузька спеціалізація за певними персоналіями. Арт-дилер – комерсант, професійний посередник між художником і публікою, він адаптує художника до реального життя і реальне життя до мистецтва. В рамках арт-ринку його роль в соціально-комунікативній системі "художник - твір -

публіка" надзвичайно важлива, він може не тільки передбачати тенденції ринку, але і впливати на них. Відповідно, арт-дилер високого професіоналізму суттєво може впливати на художні вподобання суспільства, задавати і впливати на ринкові тенденції. Різниця в діяльності арт-дилера і галереї полягає в тому, що у дилера немає свого приміщення, і як наслідок його відсоток від угоди зазвичай нижче, ніж у галереї.

Торгівлю предметами мистецтва здійснюють також й художні салони або галереї. Галереї зазвичай спеціалізуються на одному або декількох напрямках мистецтва, мають свою політику, концепцію і орієнтуються на різні сегменти ринку. Галерея відіграє важливу роль в просуванні художника. Часто репутація самої галереї вище, ніж конкретного художника, і тоді авторитет галереї починає асоціюватися з ім'ям художника. Тобто галереї можуть визначати і впливати на тенденції арт-ринку. В цілому художник зацікавлений в роботі з галереєю, оскільки вона виступає посередником між ним і покупцем, забезпечуючи продаж і замовлення. Головне завдання власника галереї – привернути увагу глядача до своєї галереї, виставки, художника з метою збільшення продажів. Залежно від мети, яку переслідує арт-дилер, виставки поділяються на два типи:

1) виставки, які мають іміджевий ефект (влаштовуються для підвищення популярності художника, на них зазвичай нічого не продається);

2) виставки, які мають прямий комерційний ефект (проводяться для більш вузької аудиторії, вже зацікавленої в покупці твори мистецтва).

Галерист виступає посередником між творчою людиною і бізнесом, вирішуючи непросте завдання: заробити гроші для себе і для художника. У той же час, іноді галерея прагне виключно до отримання прибутку і, догоджаючи споживачеві, намагається нав'язати художнику свою стратегію. Проте, хоча художник і може продавати роботи і самостійно, історія показує, що досягти успіху рідко кому вдавалося (принаймні в сучасній практиці все ж існують виключення: Демієн Херст, Джеф Кунс, Трейсі Емін).

Прийнято розрізняти три категорії арт-дилерів (табл. 2).

Галереї залишаються найважливішим каналом дилерських продаж в 2016 році, що становить 51% від загальної кількості продаж.

Експерти відзначають, що саме для дилерів характерний високий рівень експертизи, їх бізнес більше схильний до ризику, ніж аукціонний: як правило, навіть дуже великі дилери мають порівняно вузьку спеціалізацію і локалізацію в рамках однієї країни. Приблизно 40% предметів з метою подальшого продажу дилери отримують від аукціонних будинків.

Таблиця 2. Класифікація арт-дилерів за категоріями

| Категорії арт-дилерів      | Характеристика  |
|----------------------------|---|
| Дилери з локальних галерей | Представляють художників, які ще не готові для галерей більш високого рівня, або, які були нею відкинуті, а також кооперативні об'єднання художників, які разом влаштовують виставки і несуть витрати.  |
| Дилери мейнстріму          | Представляють від 15 до 25 художників, кожен з яких може розраховувати на персональну виставку в галереї дилера приблизно раз на півроку.<br>Дилер просуває художника, рекомендує його колекціонерам, журналістам і музейним кураторам.<br>Для художника перша персональна виставка у мейнстримного дилера - шанс знайти популярність і почати отримувати пристойну плату за свої роботи.<br>Частина творів дилер мейнстріму продає на комісійних умовах. |
| Брендові дилери            | Представляють художників, які домоглися великого успіху, кількість яких менше 1% від кількості всіх сучасних художників.<br>Джозеф Генрі Дьювін, Амбруз Воллар, Лео Кастеллі і Ларрі Гагосян.   |

У 2016 р. продажі для дилерів з оборотом менш ніж на 1 млн. дол. США знизилась у порівнянні з аналогічним періодом минулого року, тоді як для тих, що мають продажі між 1 млн. дол. США і 10 млн. дол. США виріс на 7%. Ті, у кого оборот становив понад 10 мільйонів дол. США, також демонстрував позитивні результати, а обсяг їх продажів збільшився на 2%.

Іншою формою комерційного обігу творів мистецтва є арт-ярмарки. Арт-ярмарок – місце періодичної купівлі-продажу творів мистецтва, що має такі переваги:

- одночасно пропонується широкий вибір творів мистецтва;
- ціни на ярмарках традиційно є нижчими за ринкові;
- всі твори мистецтва пройшли певний відбір;
- на ярмарку представлені різні суб'єкти арт-ринку.

В рамках художніх ярмарків відбувається багато різних професійно-орієнтованих супутніх заходів – конференції, виставки, демонстрації фільмів, продаж поліграфічної та мультимедійної продукції.

За оцінками експертів, обсяг продажів на виставках і арт-ярмарках у 2017 році склав 15,5 млрд. дол. США і виріс на 17% у порівнянні з 2016 р. (13,3 млрд. дол. США у 2016 році, що на 5% більше, ніж у 2015 році, і на 57% більше, ніж у 2010 році). Однак в той же час вартість експонування на них зросла на 15% і на сьогоднішній день є найбільшою областю витрат для галерей: на неї припадає \$4,6 млрд. (слідом за нею йдуть реклама і маркетинг – \$2,8 млрд).

Продажі на мистецьких ярмарках склали 41%, тоді як обсяг продажів в режимі онлайн становив тільки 8%.

Окремим, але надзвичайно важливим суб'єктом арт-ринку в рамках культурного посередництва є меценат (від прізвища римлянина Мецената (Мекенат), який був покровителем мистецтв за імператора Августа і другом Горація та інших поетів). Меценатство – добровільна безкорислива діяльність фізичних осіб у матеріальній, фінансовій та іншій підтримці набувачів благодійної допомоги. Меценат здатний чинити істотний вплив на розвиток художнього життя суспільства, патронуючи і

просуваючи певний мистецтво і певних художників. З точки зору функцій, яке воно здійснює, меценатство здатне багато в чому впливати на особистість художника і переваги публіки, формуючи суспільні смаки, в тому числі майбутніх поколінь. Меценат, будучи, перш за все, непрофесійним цінителем мистецтва, часто володіє або владними повноваженнями, або матеріальними можливостями, або засобами впливу іншого порядку та є здатним прищеплювати свої художні переваги публіці і впливати на спрямованість художнього життя суспільства. Меценат найчастіше, має велику колекцію творів мистецтва, яку експонує, з метою ознайомлення публіки з тим чи іншим художнім стилем, напрямом або персоналією.

Українське законодавство визначає меценатську діяльність як благодійну діяльність у сферах освіти, культури та мистецтва, охорони культурної спадщини, науки і наукових досліджень.

Важливо відзначити, що арт-ринок ділиться на дві групи впливу – покупці і продавці. У свою чергу продавці – це не тільки аукціонні будинки і галереї, але й потенційні продавці – самі колекціонери. Більшість колекціонерів не мають в своїх планах швидкого перепродажу свого майна. Так само як і потрапивши до музею, твір мистецтва залишається там назавжди. Як наслідок, продавці і потенційні продавці мають сприятливі умови для спекулятивного підвищення цін на арт-об'єкти, які вони мають намір продати.

Арт-ринок є регулятором попиту та пропозиції на твори мистецтва. Чим більш високого рівня майстерності досягає художник, тим він є більш затребуваним. Затребуваність визначається відповідністю попиту і пропозиції на той чи інший товар, послугу. Одним з найважливіших критеріїв затребуваності художника є його зайнятість, ангажованість (фр. engagement – зарахування на службу, наймання) – це система залучення інтелектуально-творчих ресурсів з метою створення, просування та продажу творів мистецтва для задоволення духовних потреб соціуму. Види ангажування розрізняються за джерелом фінансування: державного, приватного, змішаного.

Ангажування може відрізнятися й за програмними цілями: соціальним, некомерційним, комерційним. Соціально-творче замовлення є найбільш апробованим видом ангажування. У зв'язку з цим, виникає питання про свободу творчості художника. Свобода творчості – принцип, згідно з яким автор художнього твору має право вільно вибирати напрямок своєї творчості, теми, застосовувати будь-які образотворчі засоби і художні прийоми, які він вважає найбільш доцільними для досягнення обраної творчої мети. Але говорити про абсолютну свободу творчості художника неможливо, оскільки він – похідна величина своєї культури. Його завжди обмежує ціннісна і нормативна база мистецтва його періоду життя й творчості. Але саме через взаємодію з нею і формується талант творця.

Формування розвинутої інфраструктури в країні повинно починатися з державної політики в галузі культури і мистецтва шляхом створення економічних та правових передумов для розвитку меценатства і підприємницької діяльності в галузі культури і мистецтва для забезпечення правової прозорості та захищеності усіх суб'єктів арт-ринку. В суспільстві повинні створюватися реальні стимули для появи благодійних фондів, галерей і загальної підтримки культури представниками бізнесу. Йдеться в першу чергу про податкову і правову базу, що створює сприятливі умови для розвитку вищезгаданого. Податкова база також повинна бути сприятливою для експорту та імпорту творів мистецтва в країну і з країни.

Твори мистецтва, що мають обіг на арт-ринку, мають сутність матеріальних і нематеріальних активів [4].

Нематеріальний актив – це, як правило, різного типу права, в т. ч. – авторське, суміжні. Грошовий розмір нематеріальних активів визначається Законом України "Про авторське право і суміжні права" і передбачає, що особа, яка має авторське право, може вимагати винагороду за будь-яке використання її твору. Винагорода може здійснюватися у формі одноразового (паушального) платежу, або відрахувань за кожен проданий примірник чи кожне використання твору (роялті), або комбінованих платежів. Розмір і порядок виплати авторської винагороди за створення та використання твору встановлюється в авторському договорі або в договорах, що укладаються за дорученням суб'єктів авторського права.

Матеріальними активами є твори образотворчого мистецтва, що мають матеріальну форму - скульптура, картина, малюнок, гравюра, літографія, твір художнього (у тому числі сценічного) дизайну тощо [5].

Якщо твори образотворчого мистецтва мають властивості активів, вони з часом мають приносити прибуток – різницю між вкладеним і поверненим капіталами. Для творів образотворчого мистецтва, що мають матеріальну форму, рівні прибутковості можуть бути ранжирувані в такому порядку [6]:

- 1) живопис – найвищий рівень прибутковості;
- 2) скульптура;

3) художні ювелірні вироби, предмети декоративно-прикладного мистецтва;

4) решта видів мистецтва з найменшим рівнем повернення.

В основному на художніх ринках (існують навіть ринки окремих художників) [7, 8, 1] діють такі самі закони, як і на традиційних. Але є й винятки, які треба брати до уваги. Наприклад, на традиційних ринках діє принцип "заміщення", за яким: "покупець не заплатить за об'єкт більше, ніж існуюча мінімальна ціна за майно з аналогічною корисністю". Але художній ринок обов'язково передбачає й унікальність продукту, який на ньому фігурує. За теорією П'єра Бурд'є, саме розуміння унікальності твору та продукування міфів навколо постаті автора складаються у символічний "вкладений" капітал, через що принцип заміщення може бути порушеним [7,8].

"Існують чотири основні ірраціональні мотиви, які можуть примусити покупця викласти суму, яка б перевищувала справедливу вартість (Fair Value) твору мистецтва:

1. Радість володіння – абсолютно емоційний мотив, що складається з естетичних властивостей предметів мистецтва та загального світовідчуття покупця на даний момент. Моделювання цієї компоненти ірраціональної премії безглуздо, її розмір визначається суб'єктивно в процесі торгівлі.

2. PR-ефект (Public Relations) - це прагматичний мотив, ефект, за рахунок якого, зменшивши прибуток на вкладений капітал, продавець отримує додаткові переваги до своєї репутації. Наприклад, публічна передача крупним бізнесменом шедевра в дар державному музею - це оцінена в вартості подарованої картини додаткова репутація соціальної відповідальності дарувальника. Вважається, що це додатково збільшує репутацію бізнесмена, яку можна оцінювати як еквівалент вартості самого твору. На відміну від інших ірраціональних мотивів, цей мотив підлягає обрахунку. Уміння вловити можливий PR-ефект і його ціну для контрагента по угоді та здатність його експлуатувати у власних інтересах є найважливішим елементом торговельної стратегії на ринку предметів мистецтва, що визначає важливу складову частину премії за ірраціональність.

3. Патріотичний або сентиментальний мотив – це найчастіша причина скуповування шедеврів з великою премією колекціонерами, які спонукувані необхідністю витратити частину своїх капіталів заради вищих цілей. Для таких покупців PR-ефект може не мати ніякого значення, а радість володіння в їх розумінні часто обмежена відчуттям близького кінця їхнього життя. Як правило, колекціонери мотивують витрати своїх капіталів найвищими цілями (наприклад, відомий факт придбання ексцентричним японським колекціонером, що керувався саме сентиментальним мотивом, "Портрета доктора Гаше" (1890 р.) Вінсента Ван-Гога, на аукціоні Christie's за 82,5 млн. дол. США. Наступний продаж картини був здійснений за суму, вчетверо меншу). Моделювання цієї компоненти ірраціональної премії позбавлене

сенсу, її розмір визначається суб'єктивно в процесі торгівлі.

4. Ціна доступу або ціна статусу – в цьому разі колекціонер керується мотивами набуття певного статусу в суспільстві чи у окремих осіб, наприклад продавця – контрагента по угоді. Це класична компонента ірраціональної премії для нових покупців на ринку предметів мистецтва, які не мають родинних традицій колекціонування і, як правило, які здобули значні статки порівняно недавно, в першому поколінні. Часто такі мотиви трапляються серед бізнесменів, які перебувають у стані первісного накопичення капіталу. Як і вразі з PR-ефектом, успішна стратегія інвестування на арт-ринку передбачає здатність виділити в середовищі покупців тих, хто готовий доплачувати за доступ і статус, а також оцінити розмір ірраціональної премії, яку такий покупець готовий заплатити.

П. Доссі стверджує, що можна констатувати своєрідну трансформацію цінностей: "На середньовічних турнірах на кін ставили власне життя, в індійському полтаче – продукти харчування, на сучасному художньому аукціоні в жертву приносяться гроші" [7,8]. В основу колекціонування закладена трансформація емоцій в матеріальний об'єкт. П. Доссі розмірковує: "Чи можливо поставити в ряд магічних предметів роботи художників? Що за сила від них випромінюється? На чому базується статус найдорожчого товару нашої культури? Насамперед, твір мистецтва є унікальним, це відображення світогляду й творчості індивідуума. Він уособлює ідеал, який знаходиться в центрі нашого модернізму, який виріс на Відродженні, Просвітництві та Романтизмі, ідеал вільного, творчого індивідуума... Твір мистецтва стає не тільки символом образотворчої сили художника, але символом людської творчості взагалі" [7].

Мотиви придбання предметів мистецтва є різноманітними. Зазвичай для арт-інвестора важливими є три фактори:

- емоційна складова (особисте естетичне задоволення від твору мистецтва);
- власний імідж (ефект престижу);
- фінансова складова (офіційна ціна на роботу).

Для деяких, власність на картину є насамперед естетичне питання. Як стверджує Коллінгвуд (1938), естетична вартість та естетична корисність можуть бути різними.

Таким чином, підсумовуючи до особливостей арт-ринку слід віднести (рис. 2):

- інформаційну закритість ринку (інформація про ціни по більшості угод є закритою, учасники ринку не мають рівного доступу до неї, більшість продажів предметів мистецтва проводиться у приватному порядку);

- процеси, які відбуваються на арт-ринку, не можуть бути повністю пояснені за допомогою традиційних інструментів, які застосовуються при дослідженні ринків (порушуються елементарні закони, наприклад, попиту та пропозиції): "...ще Ж.-Ж. Руссо встановив, що ціни на предмети розкоші поведуться інакше, ніж товари широкого вжитку: їхня цінність залежить від того, наскільки дорого вони дісталися власникові. Звідси наступний парадокс: зростання ціни на предмети розкоші, що тягне за собою не зниження, а підвищення попиту, називають ефектом Веблена. До товарів, високі ціни на які тільки розпалюють жагу володіння, належать і твори мистецтва" [7];

- на відміну від інших ринків, на ринку мистецтва не попит породжує пропозицію. При створенні арт-об'єкту художник не орієнтується на бажання потенційних покупців;

- високі транзакційні витрати (комісійні складають 10–15% для угод з предметами мистецтва);

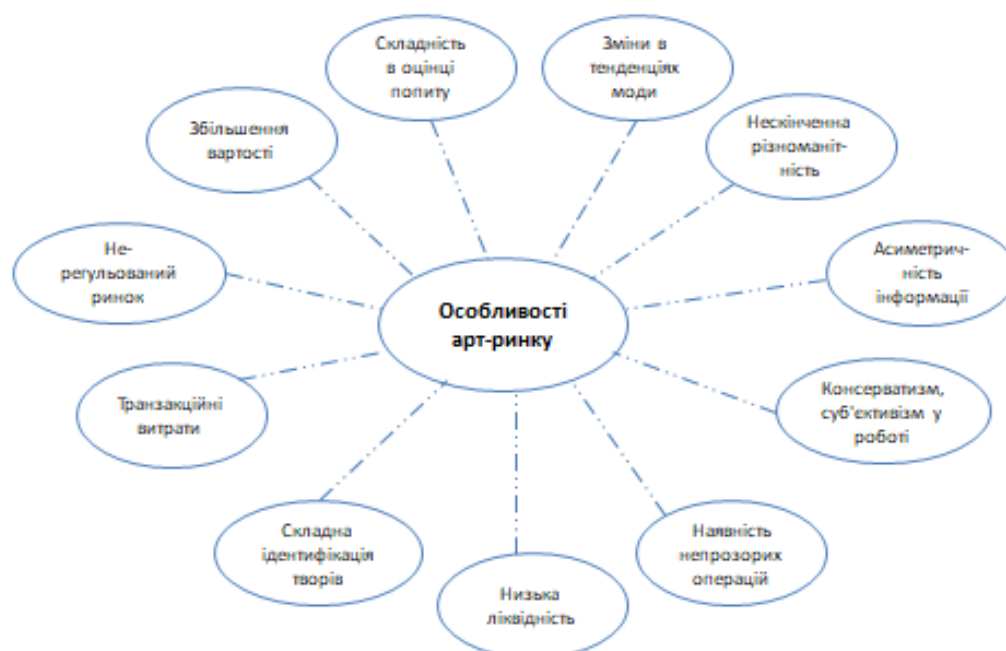


Рис. 2. Систематизація особливостей арт-ринку (авторська розробка)



- художникам потрібні посередники (арт-дилери) (як правило, художники не здатні просунути себе на ринку через відсутність освіти в сфері маркетингу), а для арт-дилерів необхідні художники (щоб їм було, що продавати). На ринку ці два суб'єкти найтіснішим чином пов'язані і змушені працювати один з одним;

- покупець на арт-ринку має невпевненість у якості придбаного на арт-ринку товару. Якість товару для покупця, крім ціни, може підтвердити факт перебування твору в музеї. Крім того, варто враховувати, що в будь-якому випадку ні ціна, ні висновок експерта ще не гарантують автентичності твору;

На думку багатьох фахівців арт-ринок в умовах кризи залишається одним із небагатьох досить надійних і стабільних сегментів глобальної економіки, що обумовлює доцільність і актуальність аналізу інфраструктури і тенденцій розвитку світового арт-ринку.

Одним із головних засобів інвестицій у мистецтво є створення колекцій.

У 2016 р. загальний обсяг продажів світового арт-ринку склав 56,6 млрд. дол. США. Загальні продажі мистецтва та антикваріату на світовому арт-ринку скоротилися на 11% до 2015 року. Обсяг продажів (кількість транзакцій) скоротився на 5% в порівнянні з попереднім роком, досягши 36,1 мільйона.

За даними звіту TEFAF Art Market Report щодо Online focus, присвяченому онлайн арт-комерції, на онлайн-ринку лідерами є департаменти провідних аукціонних будинків, які або розвивають власні

- ринкова вартість товару мало залежить від його споживчої цінності (далеко не всі дорогі картини будуть слугувати гарною прикрасою в інтер'єрі) і від громадської думки про її цінність (те, що одні експерти позитивно оцінюють будь-який твір мистецтва, не означає, що інші експерти будуть з ними згодні);

- обов'язковість PR-кампаній (public relations) для забезпечення продажу твору мистецтва на арт-ринку шляхом його популяризації, що має бути побудована на перетині історії його створення, провенансу та сфери інтересів потенційного покупця (музею, приватного колекціонера тощо). онлайн-платформи, або використовують сторонні платформи, що дозволяють залучити нових покупців. У той же час дилери та галереї не поспішають розвивати електронну комерцію: третина з них працює тільки в онлайні, а 20% взагалі не збираються працювати через Інтернет.

У той же час, хоча обсяг цього сегмента ринку невеликий, звіт фіксує зростання онлайн-продажів на 18,8%. Найшвидше зростання спостерігається в сегменті низьких цін, що призводить до появи на ринку нових покупців. Зростання в верхньому сегменті є обмеженим у зв'язку з проблемами довіри і прозорості, які ще й досі не вирішені, хоча шляхи виходу лежать в області технологій. Для розвитку всіх сегментів ринку критично важливим є залучення молодих колекціонерів, які широко використовують для організації свого життя електронні пристрої.

До ключових показників ринку арт-індустрії доцільно віднести такі (табл. 3) [2]:

**Таблиця 3.** Динаміка загальних показників інвестиційного сегмента арт-ринку

| Показники                                   | Станом на 1 вересня 2005 р.    | Станом на 1 вересня 2018 р.       |
|---|--------------------------------|-----------------------------------|
| Капіталізація ринку в номінальних цінах     | 6 308 694 534 дол. США         | 6.9 млрд. дол. США                |
| Кількість художників "інвестиційної якості" | 104                            | 500                               |
| Художник з найбільшою "капіталізацією"      | Пікассо<br>(1,1 млрд дол. США) | Пікассо<br>(280 065 050 дол. США) |
| Художник з найбільшою кількістю робіт       | Моне (66)                      | Пікассо<br>(1495)                 |
| Середнє річне зростання індексу 100 робіт   | 4,04%                          | 10.9%                             |

### Висновки

Результати проведеного аналізу інфраструктури ринку предметів мистецтва інвестиційної якості свідчать про те, що в суспільстві сформувалося стійке сприйняття ринку арт-індустрії як сфери перетину культурної та комерційної складових.

Підсумовуючи, варто зазначити що арт-ринок слід розглядати як ринок альтернативного інвестування зі сформованою інфраструктурою, що динамічно розвивається та характеризується високою доходністю, низькою ліквідністю та довгостроковістю отримання прибутку (розраховувати на певні дивіденди можна у перспективі 8–10 років).

Арт-ринок розглядається як напівфункціональне явище, що виступає регулятором взаємовідносин між художниками і публікою та синхронно виконує ряд соціальних функцій: інформаційну, посередницьку, ціноутворюючу, стимулюючу, регулюючу та соціокультурну.

Однією з умов успішного функціонування арт-ринку, як і будь-якого іншого, є формування і розвиток його інфраструктури, що забезпечує просування товарів від митця до споживача, тобто забезпечує формування потреби в художниках і їх творчості.

Світовий арт-ринок це переважно ринок колекціонера, адже основні інфраструктурні елементи, такі як аукціонні будинки, галереї, експертні

інститути, страхові, консалтингові, аналітичні компанії, спрямовані на задоволення потреб фахових споживачів мистецтва. Водночас наявність згаданих інституцій допомагає й художнику формувати й

утримувати свою ціну, зосереджуючись на творчості, тоді як організаційні і навіть побутові проблеми розв'язують фахівці.

### Список літератури

1. Індутний В. В. Ринки культурних цінностей: порівняльний аналіз. *Вісник національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2014. № 1. С. 19–27.
2. Руководство по инвестированию на рынке предметов искусства / С. Скатерщиков и др. ; под. ред. С. Скатерщикова. Москва : Альпина Бизнес Букс, 2006. 224 с.
3. Бурнашов І. Ю. *Сучасне образотворче мистецтво та арт-ринок в Україні (оглядова довідка за матеріалами преси та неопублікованими матеріалами 2012–2013 рр.)*. Київ : Інформаційний центр з питань культури та мистецтва, 2013. 21 с. URL: [http://nplu.org/storage/files/Infocentr/Tematch\\_oglyadi/2013/Art13.1.pdf](http://nplu.org/storage/files/Infocentr/Tematch_oglyadi/2013/Art13.1.pdf) (дата звернення: 1.07.2018).
4. Платонов Б. О. *Основи оціночної діяльності: підручник*. Київ : НАКККіМ, 2013. 227 с.
5. Про авторське право і суміжні права : Закон України від 23.12.93 із змінами №3793-ХІІ. URL:<http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3792-12> (дата звернення: 1.07.2018).
6. Димшиц Е. Зберігайте гроші в полотнах. *Fine Art*. 2007. № 1. С. 26–33.
7. Досси П. *Продано! Искусство и деньги*. СПб. : Лимбус Пресс, ООО "Издательство К. Трублиани", 2011. 288 с.
8. Dossi P. Art market watch speed! Money and the global art market. URL: <http://www.artnet.com/magazineus/features/dossi/money-and-the-global-art-market-5-29-12.asp> (дата звернення: 1.07.2018).
9. Голованова М., Лебедченко В. Использование экономико-математических моделей для определения ёмкости рынка. *Современное состояние научных исследований и технологий в промышленности*. 2018. № 1 (3). С. 71–81. Doi: <https://doi.org/10.30837/2522-9818.2018.3.071>.
10. Литвиненко А., Дорохов Ю. Экономическая сущность учета финансовых инвестиций и перспективы использования "blockchain" для контроля инвестиционной деятельности в Украине. *Современное состояние научных исследований и технологий в промышленности*. 2018. № 1 (3). С. 103–108. Doi: <https://doi.org/10.30837/2522-9818.2018.3.103>.

### References

1. Indutnyi, V. V. (2014), " Markets of Cultural Values: Comparative Analysis " ["Rynky kulturnykh tsinnosti: porivnialnyi analiz"], *Visnyk natsionalnoi akademii kerivnykh kadriv kultury i mystetstv*, No. 1, P. 19–27.
2. Skatershchikov, S. (2006), *Guide to investing in the art market [Rukovodstvo po investirovaniyu na rynke predmetov iskusstva]*, Al'pina Biznes Buks, Moscow, 224 p.
3. Burnashov, I. Yu. (2013), *Modern fine art and art market in Ukraine (overview information on press materials and unpublished materials 2012-2013)* [Suchasne obrazotvorche mystetstvo ta art-rynok v Ukraini (ohliadova dovidka za materialamy presy ta neopublikovanyamy materialamy 2012–2013 rr.)], Kyiv: Informatsiynyi tsentr z pytan kultury ta mystetstva, 21 p., available at : [http://nplu.org/storage/files/Infocentr/Tematch\\_oglyadi/2013/Art13.1.pdf](http://nplu.org/storage/files/Infocentr/Tematch_oglyadi/2013/Art13.1.pdf) (last accessed 1.07.2018).
4. Platonov, B. O. (2013), *Fundamentals of valuation activity: textbook [Osnovy otsinochnoi diialnosti: pidruchnyk]*, Kyiv: NAKKKiM, 227 p.
5. On Copyright and Related Rights: Law of Ukraine of 23.12.93 amended No. 3793-XII [Pro avtorske pravo i sumizhni prava : Zakon Ukrainy vid 23.12.93 iz zminamy No. 3793-XII], available at : URL:<http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3792-12> (last accessed 1.07.2018).
6. Dymshyts, E. (2007), "Keep your money in paintings" ["Zberihajte hroshi v polotnakh"], *Fine Art*, No. 1, P. 26–33.
7. Dossi, P. (2011), *Sold! Art and money [Prodano! Iskusstvo i den'gi]*, St. Petersburg, Limbus Press, 288 p.
8. Dossi, P. Art market watch speed! Money and the global art market, available at : <http://www.artnet.com/magazineus/features/dossi/money-and-the-global-art-market-5-29-12.asp> (last accessed 1.07.2018).
9. Golovanova, M., Lebedchenko, V. (2018), "The use of economic and mathematical models to determine the market capacity" ["Ispol'zovanie ekonomiko-matematicheskikh modeley dlya opredeleniya emkosti rynku"], *Innovative Technologies and Scientific Solutions for Industries*, No. 1 (3), P. 71–81. Doi: <https://doi.org/10.30837/2522-9818.2018.3.071>.
10. Litvinenko, A., Dorokhov, Ye. (2018), "The economic essence of accounting for financial investments and prospects "blockchain" to control investment activity in Ukraine" ["Ekonomicheskaya sushchnost' ucheta finansovykh investitsiy i perspektivy ispol'zovaniya "blockchain" dlya kontrolya investitsionnoy deyatel'nosti v Ukraine"], *Innovative Technologies and Scientific Solutions for Industries*, No. 1 (3), P. 103-108. Doi: <https://doi.org/10.30837/2522-9818.2018.3.103>.

Надійшла (Receive) 1.06.2018

### Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

**Момот Тетяна Валеріївна** – доктор економічних наук, професор, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, завідувач кафедри фінансово-економічної безпеки, обліку і аудиту, м. Харків, Україна; e-mail: [tvmomot@gmail.com](mailto:tvmomot@gmail.com); ORCID: 0000-0001-7397-3565.

**Момот Татьяна Валерьевна** – доктор економічних наук, професор, Харківський національний університет міського господарства імені А. Н. Бекетова, завідувач кафедри фінансово-економічної безпеки, обліку і аудиту, м. Харків, Україна; e-mail: [tvmomot@gmail.com](mailto:tvmomot@gmail.com); ORCID: 0000-0001-7397-3565.

**Momot Tetiana** – Doctor of Sciences (Economics), O. M. Beketov Kharkiv National University of Urban Economy, Head of the Department of Financial and Economic Security, Accounting and Auditing, Kharkiv, Ukraine; e-mail: [tvmomot@gmail.com](mailto:tvmomot@gmail.com); ORCID: 0000-0001-7397-3565.

**Момот Дарина Тарасівна** – Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, Магістр кафедри фінансово-економічної безпеки, обліку і аудиту, м. Харків, Україна; e-mail: momotdaryna@gmail.com; ORCID: 0000-0002-6026-541X.

**Момот Дарина Тарасовна** – Харьковский национальный университет городского хозяйства имени А. Н. Бекетова, магистр кафедры финансово-экономической безопасности, учета и аудита, г. Харьков, Украина; e-mail: momotdaryna@gmail.com; ORCID: 0000-0002-6026-541X.

**Momot Daryna** – O. M. Beketov Kharkiv National University of Urban Economy, Master student of the Department of Financial and Economic Security, Accounting and Auditing, Kharkiv, Ukraine; e-mail: momotdaryna@gmail.com; ORCID: 0000-0002-6026-541X.

## ИНФРАСТРУКТУРА РЫНКА АРТ-ИНДУСТРИИ: АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОЙ СТРУКТУРЫ И ФУНКЦИЙ

**Предметом** исследования статьи является инфраструктура рынка арт-индустрии. **Цель** – на основе обобщения международного опыта обоснование научно-методических основ развития инфраструктуры рынка арт-индустрии в процессе его формирования и развития с выделением ключевых субъектов арт-рынка. **Задачи:** осуществлена классификация аукционных домов, раскрыта специфика работы основных субъектов арт-рынка, систематизированы мотивы приобретения предметов искусства, выявлены и систематизированы особенности арт-рынка, проанализированы основные показатели рынка арт-индустрии. **Методы:** абстрактно-логический анализ, теоретического обобщения, системного и статистического анализа. Получены следующие **результаты.** Осуществлена классификация аукционных домов на рынке арт-индустрии по уровням с определением страны, годового объема продаж, количества проданных лотов, доли рынка. Раскрыта специфика аукционных торгов на рынке арт-индустрии. В рамках арт-рынка раскрыта роль арт-дилеров в социально-коммуникативной системе "художник - произведение - публика" по трем категориям. Отдельно уделено внимание меценатству в рамках культурного посредничества на рынке арт-индустрии. Проранжированы арт-активы по уровню доходности. Систематизированы мотивы приобретения предметов искусства с выделением иррациональных мотивов осуществления арт-инвестирования. Выявлены и систематизированы особенности арт-рынка, проанализировано основные показатели арт-рынка. **Выводы:** Арт-рынок рассматривается как полуфункциональное явление, выступает регулятором взаимоотношений между художниками и публикой, синхронно выполняет ряд социальных функций: информационную, посредническую, ценообразующую, стимулирующую, регулирующую, социокультурную. Одним из главных условий успешного функционирования рынка арт-индустрии является формирование и развитие его инфраструктуры. Современный рынок арт-индустрии характеризуется высокой доходностью, низкой ликвидностью и долгосрочностью получения прибыли.

**Ключевые слова:** инфраструктура рынка арт-индустрии, первичный арт-рынок, вторичный арт-рынок арт-активы, провенанс предмета искусства, аукционные дома, арт-дилеры, эстимейт, аукционные торги, меценатство, ангажированность, мотивы приобретения предметов искусства, иррациональные мотивы осуществление арт-инвестирования.

## ART-INDUSTRY MARKET INFRASTRUCTURE: THE ANALYSIS OF MODERN STRUCTURE AND FUNCTIONS

The **subject** matter of the article is the infrastructure of the art industry market. The **goal** to substantiate scientific and methodological foundations for the development of the art market infrastructure in the process of its formation and development and to identify key actors in the art market basing on the generalization of international experience. **Objectives:** auction houses were classified, the features of work of the main subjects of the art market were specified, the motives for acquiring art objects and the features of the art market were systematized and the main indices of the art market were analyzed. **Methods:** the abstract and logical analysis, theoretical generalization, the system and statistical analysis. The following results are obtained: auction houses in the art industry market were classified by levels and countries, the annual sales volume, the number of lots sold, and the market share were determined; the features of auction trades in the art market were specified; the role of art dealers in the social and communicative system "artist-work-public" in three categories is revealed within the art market; special attention was paid to the patronage in the sphere of cultural mediation in the art industry market; art assets were ranked according to the level of profitability; motives for acquiring art objects were systematized and irrational motives for art investment were identified; the features of the art market were identified and systematized, the main indicators of the art market were analyzed. **Conclusions.** The art market is considered as a semi-functional phenomenon, which acts as a regulator of relations between artists and the public. It synchronously fulfils a number of social functions: informational, intermediary, pricing, motivating, regulating, social and cultural ones. One of the main conditions for the successful functioning of the art industry market is the formation and development of its infrastructure. The modern art market is characterized by high profitability, low liquidity and long-term profitability.

**Keywords:** the art industry market infrastructure, the primary art market, the secondary art market. art assets, the provenance of an art object, auction houses, art dealers, estimate, auction tenders, patronage, engagement, motives for acquiring art objects, irrational motives of art investing.