

new technologies, improve regulatory conditions, and create a favorable investment climate for renewable energy.

References:

1. Krasnikova N., Redko V., Dzyad O., Mykhailenko O., Volkova N., Golovko L., & Makedon V. The world is on the verge of change: monograph. Publisher Bila K.O. 2021. 275p. URL: <https://philpapers.org/rec/KRATWI> (дата звернення: 26.02.2023).
2. Краснікова Н.О., Красніков П.Д. Драйвери четвертого енергетичного переходу в контексті вирішення світових екологічних проблем. *Ефективна економіка*. 2021. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8972> (дата звернення: 28.02.2023).
3. Джусов, О.А., Краснікова, Н.О., & Бененсон, О.О. (2021). Дослідження інвестиційного потенціалу акцій компаній циркулярного бізнесу. *Економічний простір*, (172), 29-34. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/172-5> (дата звернення: 25.02.2023)

Батир О. О., канд. екон. наук Скрипник Н. Є.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ФАКТОРИ ТА ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ

СВІТОВОГО АРТ-РИНКУ

Сучасний арт-ринок є доволі складним феноменом, який ще не досить детально досліджувався культурологами та іншими науковцями. Арт-ринок – це соціально-економічний та культурно-історичний механізм, що являє собою систему товарного обігу творів мистецтва [1]. Зараз дослідники заявляють про те, що ринок образотворчого мистецтва є невід’ємною частиною світової торгівлі.

Формування художнього ринку почалось у середині XIX ст., коли митці перейшли від системи замовлень до вільного акту купівлі-продажу. Переломний момент стався у 1997 році, коли на торгах Sotheby’s витвір П. Пікассо «Мрія» продали за 49 млн. дол. США. Вирішальну роль на ринку тоді відігравали великі промисловці та інші заможні люди, які ставали колекціонерами картин.

У XXI ст. розпочалася цифрова трансформація арт-ринку, що супроводжувалася впровадженням сучасних технологій в усіх сферах арт-ринку. Таким чином найбільшими колекціонерами стали ІТ-мільйонери, які розглядали мистецтво в першу чергу як хороший інвестиційний капітал [2].

Світовий арт-ринок – це складна та багатоаспектна система, яка залежить від багатьох факторів та передумов. Основні фактори та передумови розвитку

світового арт-ринку можна умовно поділити на наступні категорії: економічні, культурні, політичні, соціальні.

Стан економіки світу впливає на фінансові можливості потенційних покупців та інвесторів, що в свою чергу впливає на ціни на арт-об'єкти. Розвиток арт-ринку безпосередньо пов'язаний зі станом економіки в країнах, де він розвивається. Зростання доходів населення, збільшення інвестицій, підвищення рівня життя – все це позитивно впливає на стан арт-ринку.

За даними «The Art Market» – щорічного аналізу міжнародного ринку мистецтва від Art Basel та UBS Global, у період з 2016 по 2019 рік продажі творів мистецтва непинно зростали. У 2020 році спостерігався значний спад, у зв'язку з кризою пандемії COVID-19, проте обсяг продажів відновився вже у 2021 році, збільшившись на 17% і склавши, за оцінками, 36,7 млн. транзакцій. Серед країн, лідерами у продажі мистецтва стали США, Китай та Великобританія. У 2021 році сукупна частка цих країн становила 80% від загального обсягу продажів [3].

Культурні фактори, такі як мистецькі традиції та культурні звичаї різних народів, можуть впливати на те, яке мистецтво стає популярним у світі. Крім того, культурні відмінності можуть також впливати на стиль та формат мистецтва, що стає популярним в різних регіонах світу. У сучасному суспільстві, що пронизане глобалізаційними тенденціями, культурологічна концепція арт-ринку може набути нового пізнавального характеру, адже дає змогу вивчити широке коло культурологічних питань, серед яких стиль життя, культурне споживання, художнє виробництво, оцінка та ін. Крім того, культурні передумови сприяють актуалізації вивчення смислових аспектів творчості художника та глядачів, які взаємодіють з мистецькими творами в різноманітних світоглядно-ціннісних контекстах, які часто лежать за межею комерційних інтересів і оснований на культурі участі, співтворчості й орієнтації на глядачів [4].

Політичні передумови, такі як політичні режими, співпраця, або конфлікти між країнами, можуть впливати на те, яке мистецтво стає популярним в різних регіонах світу. Наприклад, ембарго на імпорт або експорт мистецтва може значно обмежити торгівлю арт-об'єктами між країнами. Також варто

зауважити, що податкові ставки на мистецтво можуть впливати на попит та ціни на арт-об'єкти. Важлива також і державна підтримка мистецтва та культурних проєктів – вона може сприяти збільшенню популярності на різноманітні мистецькі вироби. Крім того, культурна політика може впливати на відношення до різних форм мистецтва в певній країні.

Зміна соціальних цінностей також може сильно впливати на зміну попиту на різні види мистецтва та стилі. Наприклад, зростаюча свідомість про екологію може призвести до збільшення попиту на мистецтво, що створене з природних матеріалів.

Таким чином, можемо зробити висновок, що розвиток світового арт-ринку залежить від багатьох факторів та передумов. Технологічний прогрес, масова глобалізація, міжнародні економічні відносини стимулюють розвиток мистецтва та арт-ринку. Крім того, культурні та соціальні фактори також впливають на розвиток арт-ринку. Зростаюча популярність арт-інвестицій, тобто інвестицій у мистецтво, також стимулює розвиток художнього ринку. Багаті інвестори та колекціонери купують твори мистецтва як інвестиційний інструмент, зберігаючи їх на протязі десятиліть та отримуючи прибуток від продажу на аукціонах. Загалом, розвиток світового арт-ринку є комплексним процесом, що потребує уважного аналізу та дослідження і є дуже актуальною темою сьогодення.

Список використаних джерел:

1. Бурнашов І. Сучасне образотворче мистецтво та арт-ринок в Україні. *ДЗК*. 2013. № 5/3. URL: https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematich_ogliadi/2013/Art13.1.Pdf (дата звернення: 20.03.2023)
2. Melnyk Y. V. Transformation of the global art market in the conditions of the fourth industrial revolution. *Economy and Society*. 2018. № 18. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-18-8> (дата звернення: 20.03.2023).
3. McAndrew C. *The Art Market 2022*. 279 p.
4. Rusakov S. The Phenomenon of Art Market as a Problem of Modern Cultural Studies. *The Culturology Ideas*. 2019. No. 16 (2'2019). P. 175-183. <https://doi.org/10.37627/2311-9489-16-2019-2.175-183> (дата звернення: 20.03.2023).