

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА

Факультет міжнародної економіки і менеджменту
Кафедра міжнародної торгівлі і маркетингу

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА	«МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА»
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	05 Соціальні та поведінкові науки
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	051 Економіка
Форма навчання: заочна	

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему: "Розвиток арт-бізнесу у глобальній креативній економіці"

здобувачки: Андрущенко Валерії Віталіївни

Наукова керівниця: д. е. н., професорка Циганкова Т.М.

Робота допущена до захисту перед екзаменаційною комісією
з атестації здобувачів вищої освіти (ЕК)

В. о. завідувача кафедри: д. е. н., професорка Яценко О. М.

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

Факультет міжнародної економіки і менеджменту

Кафедра міжнародної торгівлі і маркетингу

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

спеціальність

галузь знань

«МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА»

051 Економіка

05 Соціальні та поведінкові науки

ПОГОДЖЕНО

Керівник проектної групи (гарант)

освітньо-професійної програми

_____ Ярослава СТОЛЯРЧУК

«_____» _____ 2026 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

В. о. завідувача кафедри

_____ Ольга ЯЦЕНКО

«_____» _____ 2026 р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

здобувачці вищої освіти **Андрущенко Валерії Віталіївні**

заочної форми навчання

на підготовку кваліфікаційної бакалаврської роботи

на тему: Розвиток арт-бізнесу у глобальній креативній економіці

Тему затверджено наказом ректора Університету від "10" грудня 2025 р. № 1875-ст

Кваліфікаційна бакалаврська робота виконується на матеріалах звітів Art Basel/UBS Art Market Report (2023–2025), ЮНКТАД Creative Economy Outlook (2022, 2024), Deloitte/ArtTactic Art & Finance Report (2023, 2025), аналітичного звіту КШЕ щодо креативних індустрій України (2021), офіційних документів UNESCO, UNIDROIT та інституцій ЄС, а також відкритих даних PinchukArtCentre, Мистецького Арсеналу та міжнародних галерей

План кваліфікаційної магістерської роботи

Розділ 1	Арт-бізнес у системі глобальної креативної економіки: теоретичні та організаційні аспекти
Розділ 2	Динаміка світового арт-ринку та шляхи інтеграції України (2020-2025 рр.)
Об'єкт дослідження:	Процеси формування та розвитку глобальної креативної економіки
Предмет дослідження:	Організаційні форми, механізми функціонування та стратегії розвитку арт-бізнесу в умовах глобалізації, цифровізації і євроінтеграції
Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи	Визначення закономірностей розвитку арт-бізнесу у глобальній креативній економіці та обґрунтування стратегій інтеграції України у світовий арт-ринок

Конкретні завдання, які здобувач повинен виконати для досягнення поставленої мети:

У розділі 1	○ визначити місце арт-індустрії у структурі креативної економіки та порівняти підходи до її класифікації ○ охарактеризувати організаційні форми арт-бізнесу на міжнародному рівні та виявити тенденції їх трансформації під впливом цифровізації ○ дослідити міжнародно-правову систему регулювання торгівлі творами мистецтва і оцінити її ефективність
У розділі 2	○ здійснити порівняльний аналіз американської, європейської та азійської моделей арт-ринку за ключовими параметрами ○ проаналізувати вплив цифровізації та NFT-сегменту на структуру арт-торгівлі у 2020–2025 роках ○ визначити інституційні бар'єри українського арт-експорту і обґрунтувати пріоритетні напрями їх подолання

Завдання підготувала
наукова керівниця

_____ Тетяна ЦИГАНКОВА
«02» лютого 2026 р.

Завдання одержала
здобувачка

_____ Валерія АНДРУЩЕНКО
«02» лютого 2026 р.

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна бакалаврська робота містить 77 сторінок, 6 таблиць, 9 рисунків, список використаних джерел з 50 найменувань, 2 додатки

Розвиток арт-бізнесу у глобальній креативній економіці

Об'єктом дослідження є процеси формування та розвитку глобальної креативної економіки.

Предметом дослідження є організаційні форми, механізми функціонування та стратегії розвитку арт-бізнесу в умовах глобалізації, цифровізації і євроінтеграції.

Метою кваліфікаційної бакалаврської роботи є визначення закономірностей розвитку арт-бізнесу у глобальній креативній економіці та обґрунтування стратегій інтеграції України у світовий арт-ринок.

Завданнями роботи є: визначити місце арт-індустрії у структурі креативної економіки та порівняти підходи до її класифікації; охарактеризувати організаційні форми арт-бізнесу на міжнародному рівні та виявити тенденції їх трансформації під впливом цифровізації; дослідити міжнародно-правову систему регулювання торгівлі творами мистецтва і оцінити її ефективність; здійснити порівняльний аналіз американської, європейської та азійської моделей арт-ринку за ключовими параметрами; проаналізувати вплив цифровізації та NFT-сегменту на структуру арт-торгівлі у 2020–2025 роках; визначити інституційні бар'єри українського арт-експорту і обґрунтувати пріоритетні напрями їх подолання.

Практичне значення полягає у формулюванні рекомендацій щодо пільгового митного режиму для «contemporary art», системи цифрової провенансної документації і програми підтримки участі у міжнародних ярмарках, що можуть бути застосовані Міністерством культури України, Українським культурним фондом і Українським інститутом при розробці відповідних програмних документів.

Рік виконання бакалаврської роботи: 2026 р.

Рік захисту роботи: 2026 р.

Ключові слова: арт-ринок, арт-бізнес, креативна економіка, міжнародна торгівля творами мистецтва, організаційні форми арт-бізнесу, цифровізація арт-торгівлі, NFT, гібридна бізнес-модель, культурна дипломатія, євроінтеграція України.

ABSTRACT

The bachelor's thesis contains 77 pages, 6 tables, 9 figures, a list of references with 50 sources, 2 appendices.

Development of Art Business in the Global Creative Economy

The object of the study is the processes of formation and development of the global creative economy.

The subject of the study is the organizational forms, functioning mechanisms and development strategies of art business under conditions of globalization, digitalization and European integration.

The purpose of the bachelor's thesis is to identify patterns of art business development in the global creative economy and substantiate strategies for Ukraine's integration into the world art market.

The objectives of the study are: to determine the place of the art industry in the structure of the creative economy and compare approaches to its classification; to characterize organizational forms of art business at the international level and identify trends in their transformation under digitalization; to examine the international legal system of art trade regulation and assess its effectiveness; to conduct a comparative analysis of American, European and Asian art market models by key parameters; to analyse the impact of digitalization and the NFT segment on art trade structure in 2020–2025; to identify institutional barriers to Ukrainian art exports and substantiate priority directions for overcoming them.

The practical significance lies in formulating recommendations regarding a preferential customs regime for contemporary art, a digital provenance documentation system and a programme supporting participation in international art fairs, which may be applied by the Ministry of Culture of Ukraine, the Ukrainian Cultural Fund and the Ukrainian Institute in developing relevant policy documents.

Year of completion: 2026.

Year of defence: 2026.

Keywords: art market, art business, creative economy, international trade in works of art, organizational forms of art business, digitalization of art trade, NFT, hybrid business model, cultural diplomacy, European integration of Ukraine.

В і д г у к
на кваліфікаційну бакалаврську роботу
здобувачки факультету Міжнародної економіки і менеджменту
освітньо-професійної програми «Міжнародна економіка»
Андрущенко Валерії Віталіївни

На тему: Розвиток арт-бізнесу у глобальній креативній економіці

- 1. Актуальність теми об'єктивно визначається двома аспектами: глобальною тенденцією до креативізації в умовах безпрецедентного розвитку III та наявністю в Україні значного експортного потенціалу сектору креативних товарів та послуг.*
- 2. Позитивними рисами кваліфікаційної бакалаврської роботи є її цілісність, логічність, конкретність і ясність формулювань, конструктивність рекомендацій, самостійність висновків та обґрунтувань; належна ілюстрованість рисунками та таблицями, використання сучасних джерел наукової інформації також сприяють покращенню загального сприйняття роботи.*
- 3. Наявність самостійних розробок автора: здійснення порівняльної характеристики європейської, американської та азійської моделей арт-ринку; ідентифікація особливостей NFT-сегменту, віртуальних виставок та гібридних бізнес-моделей; український контекст дослідження — бар'єри експорту, стратегії комунікацій, успішні кейси та конкурентні переваги.*
- 4. Цінність теоретичних висновків та практичних рекомендацій полягає у ґрунтовному вивченні та узагальненні теоретичних засад функціонування світового арт-ринку, що дало змогу не тільки сформулювати напрями, а й обґрунтувати конкретні рекомендації щодо гармонійної інтеграції України у світовий ринок креативних товарів і послуг, зокрема його арт-сегмент.*
- 5. Наявність нелоліків: з огляду на нішевий характер міжнародного арт-бізнесу, відсутність великих інформаційних панелей в даному секторі світової економіки, а також заявлену мету дослідження, суттєвих зауважень, які б негативно вплинули на загальну позитивну оцінку роботи немає.*
- 6. Загальна оцінка кваліфікаційної бакалаврської роботи та її допущення до захисту перед ЕК: робота відповідає вимогам до кваліфікаційних бакалаврських робіт та допускається до захисту.*

Наукова керівниця: професорка кафедри міжнародної торгівлі і маркетингу, д. е. н., професорка

Тетяна ЦИГАНКОВА

«29» травня 2026 р.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 АРТ-БІЗНЕС У СИСТЕМІ ГЛОБАЛЬНОЇ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ	6
1.1. Місце арт-індустрії у структурі креативної економіки: класифікація секторів, учасники ринку та механізми ціноутворення.....	6
1.2. Організаційні форми арт-бізнесу на міжнародному рівні: від традиційних галерей до цифрових платформ.....	13
1.3. Міжнародно-правове регулювання торгівлі творами мистецтва: роль ЮНЕСКО, митні режими та боротьба з контрафактом	22
РОЗДІЛ 2 ДИНАМІКА СВІТОВОГО АРТ-РИНКУ ТА ШЛЯХИ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ (2020-2025 РР.)	32
2.1. Американська, європейська та азійська моделі арт-ринку: порівняльна характеристика та конкурентні переваги.....	32
2.2. Посткарантинна цифровізація арт-торгівлі: NFT-сегмент, віртуальні виставки та гібридні бізнес-моделі	42
2.3. Український арт-експорт у контексті євроінтеграції: інституційні бар'єри, успішні кейси та стратегії просування.....	53
ВИСНОВКИ	69
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	72
ДОДАТКИ	78

ВСТУП

Глобальний арт-ринок у 2022 році досяг 67,8 млрд дол. США — і того самого року 72% колекціонерів розглядали мистецтво принаймні частково як фінансову інвестицію [9]. Ця цифра відображає докорінну трансформацію арт-бізнесу: з культурного явища він перетворився на повноцінний сегмент глобальної економіки з власними механізмами ціноутворення, інвестиційними індексами і фінансовими інструментами. Водночас арт-ринок залишається структурно непрозорим — значна частина угод відбувається у приватному каналі без публічної фіксації цін, а ціноутворення визначається репутацією і культурною цінністю, які не піддаються стандартному економічному виміру. Саме ця подвійна природа арт-об'єкта — одночасно культурна цінність фінансовий актив — робить арт-бізнес предметом, що потребує міждисциплінарного підходу на перетині міжнародної економіки, правового регулювання і культурології.

Актуальність теми для України визначається унікальним збігом обставин: після 2022 року країна отримала органічну міжнародну увагу до свого мистецтва — і питання про те, як конвертувати цю увагу у стійкий ринковий попит, є одночасно академічним і практично терміновим в умовах євроінтеграції та післявоєнного відновлення.

Теоретичне підґрунтя дослідження формують праці Девіда Торосбі [1], який розробив концепцію подвійної цінності арт-об'єкта і модель концентричних кіл креативних індустрій, та Олава Велтуйса [7], який дослідив символічні функції ціноутворення на первинному арт-ринку. Кількісний вимір ринку забезпечується щорічними доповідями Art Basel/UBS [5; 12; 21] і ЮНКТАД [2; 3] — єдиними систематизованими джерелами глобальної арт-ринкової статистики. Правовий вимір спирається на Конвенцію ЮНЕСКО 1970 року [14], Конвенцію УНІДРУА 1995 року [15] і Регламент ЄС 2019/880 [16]. Стан українського сегменту аналізується на основі звіту КШЕ [28] і матеріалів Cultural Relations Platform [31]. Невирішеною залишається проблема системного аналізу шляхів інтеграції периферійних арт-ринків — зокрема українського — у глобальну систему арт-

бізнесу в умовах одночасного євроінтеграційного тиску і постконфліктної трансформації.

Метою кваліфікаційної бакалаврської роботи є визначення закономірностей розвитку арт-бізнесу у глобальній креативній економіці та обґрунтування стратегій інтеграції України у світовий арт-ринок.

Для досягнення мети поставлено такі **завдання**:

- визначити місце арт-індустрії у структурі креативної економіки та порівняти підходи до її класифікації;
- охарактеризувати організаційні форми арт-бізнесу на міжнародному рівні та виявити тенденції їх трансформації під впливом цифровізації;
- дослідити міжнародно-правову систему регулювання торгівлі творами мистецтва і оцінити її ефективність;
- здійснити порівняльний аналіз американської, європейської та азійської моделей арт-ринку за ключовими параметрами;
- проаналізувати вплив цифровізації та NFT-сегменту на структуру арт-торгівлі у 2020–2025 роках;
- визначити інституційні бар'єри українського арт-експорту і обґрунтувати пріоритетні напрями їх подолання.

Об'єктом дослідження є процеси формування та розвитку глобальної креативної економіки.

Предметом дослідження є організаційні форми, механізми функціонування та стратегії розвитку арт-бізнесу в умовах глобалізації, цифровізації і євроінтеграції.

У процесі дослідження використано такі **методи**. Системний аналіз — для визначення місця арт-ринку у структурі креативної економіки і розмежування культурної та економічної складових арт-об'єкта. Компаративний метод — для зіставлення американської, європейської та азійської моделей арт-ринку за параметрами регулювання, оподаткування і ролі держави, що дозволило виявити структурні відмінності між моделями і визначити орієнтири для України. Статистичний аналіз — для оцінки динаміки обсягів арт-торгівлі і цінових

тенденцій на основі даних Art Basel/UBS і ЮНКТАД за 2019–2025 роки. Метод case-study — для аналізу конкретних кейсів інтеграції українських галерей і художників у міжнародний ринок, зокрема Voloshyn Gallery і Mriya, що дозволило виявити відтворювані і невідтворювані елементи успішних моделей. SWOT-аналіз — для комплексної оцінки позиції України на глобальному арт-ринку з урахуванням інституційних бар'єрів і зовнішніх можливостей.

Теоретична значущість отриманих результатів полягає у застосуванні двоступеневої методологічної рамки — моделі Торосбі для теоретичного аналізу структури арт-ринку і методології ЮНКТАД для статистичного виміру обсягів міжнародної торгівлі — що може бути використано у подальших дослідженнях периферійних арт-ринків. **Практична значущість** визначається тим, що сформульовані рекомендації щодо пільгового митного режиму для «contemporary art», системи цифрової провенансної документації і програми підтримки участі у міжнародних ярмарках можуть бути застосовані Міністерством культури України, Українським культурним фондом і Українським інститутом при розробці відповідних програмних документів.

Інформаційну базу дослідження становлять: щорічні доповіді Art Basel/UBS Art Market Report (2023–2025) і Deloitte/ArtTactic Art & Finance Report (2023, 2025); звіти ЮНКТАД Creative Economy Outlook (2022, 2024); міжнародно-правові документи — Конвенція ЮНЕСКО 1970 р., Конвенція УНІДРУА 1995 р., Регламент ЄС 2019/880, Директива ЄС 2001/84; законодавство України — Закони «Про вивезення, ввезення та повернення культурних цінностей» і «Про культуру», Угода про асоціацію з ЄС; аналітичні звіти КШЕ і Cultural Relations Platform; монографії Торосбі, Велтуйса, Горовіца, Робертсона; статистичні бази Artprice і Artnet; матеріали преси — The Art Newspaper і Artnet News — щодо конкретних ринкових подій і кейсів.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Робота містить 77 сторінок; 9 рисунків, 6 таблиць; 50 використаних джерел; 2 додатки.

РОЗДІЛ 1

АРТ-БІЗНЕС У СИСТЕМІ ГЛОБАЛЬНОЇ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ

1.1. Місце арт-індустрії у структурі креативної економіки: класифікація секторів, учасники ринку та механізми ціноутворення

Коли на початку 2000-х років Джон Хокінс у праці «The Creative Economy» (2001) запропонував розглядати творчість як самостійний економічний ресурс, що генерує додану вартість, — з'явився термін «креативна економіка». Різні інституції підійшли до визначення індустрій по-різному — залежно від того, чи орієнтувалися вони на державну політику, культурний зміст або міжнародну торгівлю.

Британське Міністерство культури, медіа та спорту (DCMS) у 1998 році вперше виокремило 13 «креативних індустрій» — від реклами до відеоігор — за єдиним критерієм: наявністю індивідуальної творчості як вхідного ресурсу виробництва. Ця класифікація мала переважно прикладний, статистичний характер і була чинником для державної підтримки відповідних секторів.

Австралійський економіст Девід Торосбі розробив більш теоретичну модель «концентричних кіл» [1], згідно з якою культурні та креативні галузі організовані у кілька концентричних шарів навколо ядра — мистецтва. Ядро («чисті» мистецькі форми — музика, театр, танець, образотворче мистецтво, поезія, проза) породжує культурні цінності без комерційної мети. Зовнішні шари поступово додають промислової орієнтації, перетворюючи їх на ринковий продукт. Відповідно, у міру віддалення від ядра вага культурного змісту знижується, натомість зростає частка промислової логіки та комерційної цінності.

ЮНКТАД у своїх доповідях «Creative Economy Outlook» [2; 3] пропонує ще одну систему, де всі креативні індустрії поділено на чотири групи: культурна спадщина, мистецтво, медіа та функціональне творення. На відміну від DCMS, класифікація ЮНКТАД орієнтована на вимірювання міжнародної торгівлі творчими товарами та послугами, що визначає включення до неї таких секторів, як дизайн і нові медіа.

Щодо арт-ринку найбільш обґрунтованою видається модель Торосбі, оскільки вона враховує первинність мистецтва у структурі креативних галузей. Ця модель придатна для аналізу та розробки культурної політики — зокрема, для відповіді на питання, що варте публічної підтримки і чому. Аналіз ґрунтується не на економічній складовій, а на тому чи містить продукт культурний зміст і наскільки глибоко. Основним критерієм за DCMS є частка творчих зайнятих, тобто тут логіка більш адміністративна, а мистецтво — один із секторів серед рівних. Класифікація ЮНКТАД, орієнтована на міжнародну торгівлю, трактує мистецтво як товар з культурною доданою вартістю, що доречно для кількісного аналізу, але не розкриває внутрішньої ієрархії галузей.

За всіма трьома підходами мистецтво у його традиційному розумінні — образотворче мистецтво, скульптура, графіка — посідає місце ядра або першого рівня класифікації. Арт-ринок не є другорядним елементом креативних галузей, а їх центром, від якого похідні решта секторів. Це і є основна логіка моделі Торосбі: культурна цінність з ядра є необхідною умовою існування зовнішніх комерційних шарів — без первинного мистецького походження дизайн, мода чи реклама втрачають сенс, на якому будують власну додану вартість. Між класифікаціями існують розбіжності, що ускладнюють порівняння. Наприклад, дизайн у схемі ЮНКТАД входить до групи «функціональне творення», тоді як у Торосбі він розміщений у зовнішньому комерційному шарі. DCMS же включає рекламу до переліку поряд із ремеслами та антикваріатом. Отже, єдиного арт-ринку у статистичному сенсі не існує.

Таблиця 1.1 — Порівняльна характеристика класифікацій секторів креативної економіки

Критерій	DCMS (Велика Британія, 1998)	Модель «концентричних кіл» Торосбі	ЮНКТАД
Методологічна основа	Наявність індивідуальної творчості як вхідного ресурсу	Ступінь культурного змісту та комерціалізації	Міжнародна торгівля творчими товарами і послугами
Кількість секторів/груп	13 секторів	4 концентричні шари	4 групи, 8 підгруп

Продовження таблиці 1.1

Критерій	DCMS (Велика Британія, 1998)	Модель «концентричних кіл» Торосбі	ЮНКТАД
Місце арт-ринку	Образотворче мистецтво, антикваріат, ремесла	Ядро — чисте мистецтво	Група «Мистецтво»: образотворче та виконавське
Включення дизайну	Так (окремий сектор)	Зовнішній комерційний шар	Група «Функціональне творення»
Включення реклами	Так	Не включено	Не включено
Орієнтація	Державна політика та статистика	Теоретична модель	Статистика зовнішньої торгівлі
Основний недолік	Неоднорідність критеріїв відбору	Складність статистичного виміру	Не враховує внутрішній ринок

Джерело: складено автором на основі [1; 2; 3]

У результаті аналізу даних табл. 1.1., порівняння трьох підходів дозволяє виявити такі відмінності: DCMS оперує критерієм виробничого процесу (творчість як вхідний ресурс), Торосбі — критерієм культурного змісту продукту, а ЮНКТАД — критерієм торговельної придатності.

Для теоретичного аналізу структури арт-ринку та механізмів ціноутворення надалі використовуватиметься саме модель Торосбі, тому що вона враховує подвійну природу арт-об'єкта — економічну і культурну. Проте, оскільки ця модель майже не дає кількісних даних, для статистичного виміру обсягів міжнародної торгівлі використовуватиметься методологія ЮНКТАД. Від того, яку класифікацію покладено в основу аналізу, залежать як обсяг арт-ринку у статистичних підрахунках, так і перелік його учасників. Наприклад, за методологією ЮНКТАД обсяг торгівлі творчими товарами у 2022 році становив 713 млрд дол. США, а частка образотворчого та прикладного мистецтва — близько 12% цього показника — це 85,6 млрд дол. [2], що підкреслює економічну вагу сектору, який зазвичай сприймається як некомерційний. Застосування класифікації DCMS дало б зовсім інші результати через ширше визначення меж сектору.

За структурою арт-ринок поділяється на первинний і вторинний. На первинному ринку твір вперше потрапляє у комерційний обіг — як приклад, через

галерею, яка представляє митця. Вторинний ринок охоплює подальші перепродажі: через аукціонні дома, приватних дилерів або онлайн-платформи. Ціна первинного продажу формується переважно під впливом репутаційних факторів і галерейної стратегії, тоді як ціна вторинного — під впливом аукціонної історії та ринкових умов [4].

У ланцюжку створення цінності на арт-ринку можна виокремити кілька функціональних позицій. Художник створює первинну культурну і потенційну економічну цінність. Галерея виконує функцію відбору, легітимізації та початкового просування: галерейна атрибуція суттєво впливає на ринкову вартість художника, особливо на початку кар'єри. Аукціонні дома — Christie's, Sotheby's, Phillips, Bonhams — домінують на вторинному ринку і забезпечують публічну цінову інформацію, яка є основним орієнтиром для всіх учасників. Арт-дилери та арт-консультанти діють переважно на позабіржовому ринку, обсяг якого, за даними Art Basel/UBS [5], у 2023 році становив близько 40% загального обсягу продажів. Колекціонери — є кінцевими покупцями, але водночас формують попит і репутаційний контекст: публічна колекція визнаного колекціонера підвищує вартість художника.

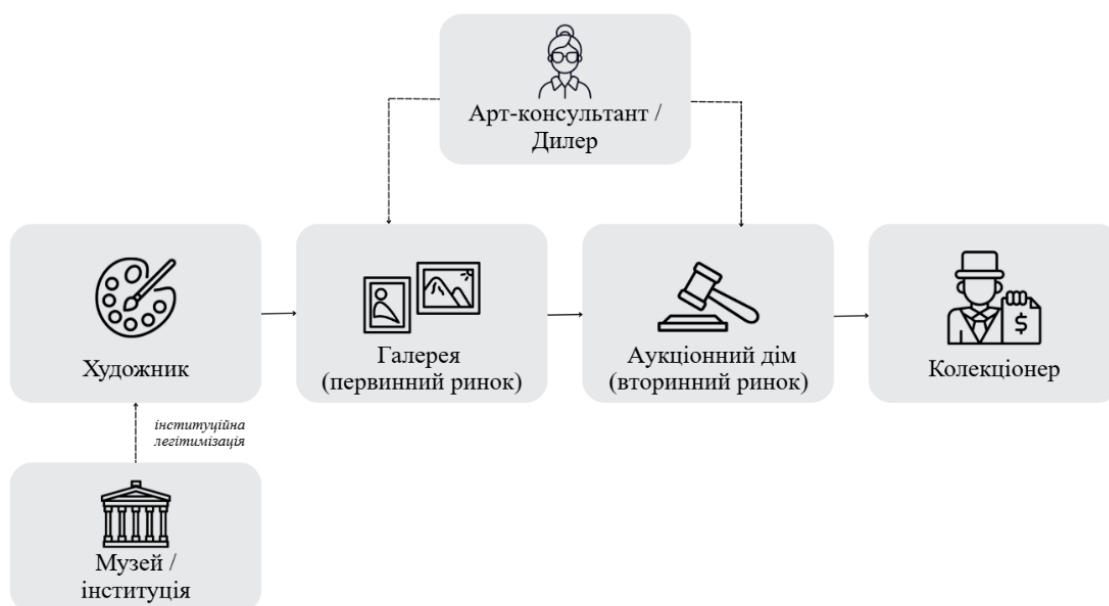


Рисунок 1.1 — Ланцюжок створення цінності на міжнародному арт-ринку

Джерело: розроблено автором на основі [1; 4; 5]

Зараз ця ієрархія учасників вже не є такою чіткою. Підвищити цінність продукту можна навіть через соцмережі. Якщо автор є відомим, має широку аудиторію, то вартість його продукту ростиме разом з кількістю підписників. Тобто, можна стверджувати, що на традиційну схему створення цінності вплинула цифровізація — поява онлайн-платформ, соцмереж, NFT-маркетплейсів. Вона поставила під сумнів необхідність всіх посередніх ланок між автором (художник) та кінцевим споживачем (колекціонером). Митець може продавати свій товар напряму колекціонерам по всьому світу, він бере на себе всі ролі — творець, менеджер, маркетолог. Проте це лише про доступ та можливість, але не завжди про успіх. Традиційний ланцюжок для ринку високого мистецтва залишається живим, тому що його продукт — репутація. Топ-галереї, великі аукціонні дома надають статус у галузі мистецтва. Самостійно автору важко скласти таку ж цінність, як через арт-дилера чи галерею. Він може мати чудовий продукт, але через невдалу маркетингову стратегію або ж невідповідні вміння як перемовника програвати автору, що працює з галереєю.

Окрему позицію у цій структурі займають музеї та публічні інституції. Формально вони не є комерційними гравцями, проте мають вплив на ринок: включення художника до музейної колекції або ретроспективна виставка стабільно співвідноситься зі зростанням цін на його роботи. За дослідженням Реннебуга та Спаснерса [6], інституційна легітимізація є одним із статистично вагомих факторів цінової динаміки на арт-ринку.

Ціноутворення на арт-ринку є предметом окремого напряму досліджень в економіці мистецтва. Результати цих досліджень нерідко суперечать стандартним мікроекономічним моделям. Ціна твору мистецтва не визначається виробничими витратами, не регулюється конкуренцією між взаємозамінними товарами і лише частково відображає попит. Два подібні продукти, на які було витрачено однакову кількість часу, якісні матеріали, вони обидва мають глибину, але ціна абсолютно різна, залежно від автора та історії цього твору.

Торосбі [1] пояснює це через концепцію подвійної цінності: арт-об'єкт має одночасно економічну цінність — ту, яку можна виміряти ринковою ціною, — і

культурну цінність, яка не зводиться до грошового еквівалента. Саме наявність культурної складової пояснює, чому твори художників з високим інституційним визнанням коштують значно більше, ніж технічно зіставні роботи менш відомих авторів. До прикладу мода. Одяг від великих модних домів може коштувати мільйони доларів за одиницю, в той же час, такий же за якістю, унікальністю дизайну, ручної роботи маловідомого модельєра коштуватиме лише кілька сотень. Тут все визначає бренд — ім'я. Ціна залежить не від якості продукту, а від репутації його автора. Тому традиційний ланцюжок творення вартості досі має місце. Він не для всіх, це шлях до становлення імені митця та його позиціонування на ринку.

Велтуйс [7] розвиває думку в концепції «символічного значення ціни»: на первинному ринку ціна виконує інформаційну й статусну функцію. Занадто низька ціна говорить про недостатнє суспільне визнання митця і може зашкодити його кар'єрі більше, ніж відсутність продажів. Це пояснює поведінку галерей, які свідомо утримують ціни на рівні, що відповідає бажаному позиціонуванню художника, а не реальному попиту.

На вторинному ринку механізм ціноутворення дещо прозоріший, оскільки аукціонні результати є публічними. Реннебуг та Спаснерс [6] на основі гедоністичної регресії для масиву аукціонних даних встановили, що ціна залежить від імені художника, розміру полотна, техніки виконання, наявності підпису та провенансу (історії походження та побудування твору). При цьому «ефект імені» є домінуючим фактором: для робіт художників з високим аукціонним рейтингом він пояснює до 60% цінової варіації. Крявль, Ленерт та Мартелін [8] зафіксували, що в окремі періоди — як у 2000-х роках — динаміка цін на топ-сегмент арт-ринку мала ознаки штучно завищеного зростання цін, непропорційного загальним характеристикам робіт. При цьому зазначена динаміка стосувалася переважно топ-сегменту: у середньому ціновому діапазоні зростання було значно помірнішим, що вказує на сегментовану природу спекулятивного перегріву.

Арт-ринок відрізняється від фондового ринку. До моменту продажу ціна твору невідома і це створює умови для маніпуляцій: один і той самий твір може бути проданий між пов'язаними особами кілька разів, кожного разу за більшою

ціною і кожен продаж буде фіксуватися як ринковий орієнтир. Тобто, ринкова вартість буде вже завищена через маніпуляції, оскільки арт-ринок має таку характеристику як непрозорість. Ще одною відмінною характеристикою є відсутність фундаментальної вартості. Значно складніше виявити чи є ціна твору спекулятивно завищеною, часто це стає зрозумілим тільки після корекції. До того ж, на аукціоні перемагає той, хто дасть найвищу ціну, а вже після аукціону ринкова вартість роботи може бути меншою. Тобто, переможці систематично переплачують.

Посилення фінансової орієнтації арт-ринку — тобто розгляд мистецтва як класу інвестиційних активів — є відносно новим явищем. Це змінило структуру попиту. За даними Deloitte / ArtTactic [9], у 2023 році 72% колекціонерів розглядали мистецтво хоча б частково як фінансову інвестицію. Для вимірювання дохідності арт-інвестицій використовуються спеціалізовані індекси — Artprice100 [10] та історичний індекс Mei Moses. Вони відстежують повторні продажі одних і тих самих робіт і таким чином контролюють якісну неоднорідність.

Кожен із методів ціноутворення має чітко окреслену сферу застосування. Гедоністична регресія та аукціонні індекси дають точні цифри, але працюють лише на вторинному ринку, де є публічна цінова історія. Експертна оцінка застосовна ширше, проте два різні експерти можуть оцінити одну роботу по-різному, і жоден не буде «неправий». DCF-підхід виглядає логічно з фінансової точки зору, але на практиці ніхто не може передбачити, скільки коштуватиме картина через десять років — навіть приблизно. Провенанс твору також впливає на ціну, а історію передбачити так само складно, як і ціну. Припустимо, картина може бути втрачена і знайдеться через кілька десятків років, тоді ж її ринкова вартість помітно зросте. Хоча це могла бути і не випадковість, а цілеспрямована спекуляція.

Спільна проблема всіх чотирьох підходів: вони вимірюють те, що піддається вимірюванню, і оминають те, що не піддається. Жоден із них не є універсальним. Доцільно вважати, що поєднання кількох методів є найбільш вдалим, а саме поєднання гедоністичної регресії та аукціонних індексів повторних продажів (Mei Moses, Artprice100). Певні обмеження залишаються, але серед

переваг: чітка статистика, врахування багатьох факторів та контроль якісної неоднорідності ринку, порівняння з фондовими індексами.

Гедоністична регресія фіксує економічну цінність, але не здатна кількісно виміряти культурну. Аукціонні індекси ефективні для інвестиційного аналізу, проте охоплюють лише вторинний ринок і зміщені у бік найдорожчих робіт. Експертна оцінка теоретично враховує обидва виміри цінності, але позбавлена методологічної строгості. Ця неможливість єдиного вимірювального інструменту є відображенням фундаментальної природи арт-об'єкта — того, що Торосбі називає «нередукованістю культурної цінності» до економічного еквівалента [1].

Арт-ринок — це сегмент креативної економіки, де економічна логіка присутня, проте не є визначною. Вартість формується не на основі витрат і не конкуренцією між замінниками, а репутацією, інституційним визнанням. Також тим, що Торосбі називає культурною цінністю, яка не піддається грошовому вимірюванню. Саме ця характеристика робить арт-ринок одночасно привабливим для фінансових інвесторів і вразливим до спекулятивних викривлень. Тому жодна методологія не є комплексною, має обмежене застосування. Наслідком цієї «невимірюваності», зокрема для українських митців є недооцінення їх творчості в порівнянні з роботами авторів з інших країн. Ця тенденція неоднозначна: сучасна українська творчість дедалі частіше звертається до культурної спадщини, що потенційно поглиблює культурний зміст об'єктів і може позначитися на їхній ринковій оцінці. Однак механізм цього зв'язку потребує окремого дослідження, яке представлено у наступному розділі.

1.2. Організаційні форми арт-бізнесу на міжнародному рівні: від традиційних галерей до цифрових платформ

Три форми — галерея, аукціонний дім і арт-ярмарок — основа організаційної структури арт-ринку. Кожна з них виконує чіткі, невзаємозамінні функції.

Галерея є первинним інститутом арт-ринку в обох значеннях цього слова: і як місце першого продажу, і як інституція, що формує репутацію художника. Комерційна галерея працює за моделлю ексклюзивного або напівексклюзивного представництва. Вона бере на себе витрати на виставки, каталоги та просування художника в обмін на комісію з продажів, яка зазвичай становить 50% від ціни роботи [11]. Ця модель має суперечність: галерея інвестує в художника на первинному ринку, але найбільшу фінансову вигоду від зростання його вартості отримують власники робіт на вторинному.

На європейському ринку існує законодавчо закріплений механізм «droit de suite» — це право на частку від перепродажу твору. Художник або ж його спадкоємці мають отримувати частку від кожного перепродажу — 4 % для робіт до 50 тис. євро. Для дорожчих цей відсоток зменшується, загальний ліміт 12,5 тис. євро з одного продажу. Завдяки цим відрахуванням автор також частково у виграві, проте не галерея. Тому деякі галереї намагаються прописувати у контрактах право на частку від перепродажу, але на практиці це рідко виконується.

Ще одним протиріччям є модель ексклюзивності. Якщо художник підписує договір з конкретною галереєю, він не має права продавати свої роботи через інші галереї в тому ж місті чи регіоні. А галерея зобов'язується активно просувати художника. Проте, якщо галерея робить кілька виставок, а далі не просуває автора, він по суті заблокований. Оскільки самотійно не може просуватися, а розірвати договір з галереєю — це ризик для репутації. На думку автора, у довгостроковій перспективі галерейна модель потребує модернізації. Традиційна тримається на репутаційній монополії і цифровізація поступово підриває стійкість цієї моделі.

Для адаптації варто закріпити механізм подібний до «droit de suite» у юрисдикціях, де його немає, наприклад, США. Або ж запровадити подібний аналог договору між галереєю та автором. Також було б доцільно через смарт-контракт на блокчейні між галереєю та художником розподіляти дохід від вторинного ринку. Замість жорсткого ексклюзиву, запровадити ексклюзив на певний період або певний тип продажів, залишаючи автору можливість здійснювати продажі онлайн, до прикладу. Серед напрямів модернізації, які найпростіше запровадити — чіткі

KPI у договорі. Прописувати зобов'язання галереї по мінімальній кількості виставок на рік, участі у ярмарках, чіткій сумі витрат на просування і за умови невиконання пунктів — автоматичне розірвання угоди. Прозора звітність зараз майже не практикується, хоча є необхідною умовою якісних партнерських відносин. Автор матиме більше гарантій та менше репутаційних ризиків, якщо ці пропозиції будуть запроваджені.

Окрім комерційних, існують некомерційні галереї та так звані «artist-run spaces» — простори, якими керують самі художники. Вони функціонують на грантовому або донорському фінансуванні і орієнтовані не на продаж, а на експеримент і інституційну легітимізацію. Для молодого художника виставка в некомерційному мистецькому просторі у Берліні, Відні або Нью-Йорку може привернути увагу кураторів і комерційних галерей — і це є першим кроком до входу у традиційний ланцюжок. Тобто некомерційний і комерційний сектор не конкурують, а утворюють послідовні стадії кар'єри.

Домінуючу позицію на вторинному ринку займають аукціонні дома. Механізм аукціону передбачає попередню оцінку роботи у вигляді «estimate» — діапазону очікуваної ціни, — після чого відбуваються публічні торги. Покупець платить «hammer price» — фінальну ціну молотка, плюс «buyer's premium», який у провідних домів становить від 13% до 26% залежно від суми лоту [5]. Ринок аукціонів є малоконкурентним: Christie's, Sotheby's, Phillips та Bonhams контролюють переважну частку публічних продажів у топ-сегменті. За даними Art Basel/UBS [5], у 2023 році на три найбільші дома припадало понад 80% аукціонного обороту у частці робіт вартістю понад 1 млн дол. США. Це логічно обґрунтовано: довіра до аукціонного результату як ринкового орієнтира прямо залежить від репутації організатора торгів. Christie's і Sotheby's існують понад 250 років і їх репутація є фактично невідтворюваною конкурентною перевагою. Показово, що обидва перебувають у приватній власності, що означає відсутність вимог щодо публічної звітності і прозорості операцій. І це є суперечністю, тому що аукціонні дома — це головне джерело цінової прозорості на арт-ринку. Їхні

публічні результати є єдиним надійним орієнтиром вартості. Але одночасно існують і приватні продажі, що відбуваються поза публічними торгами.

Арт-ярмарки виконують функцію, яку не може замінити ні галерея, ні аукціон: вони створюють концентроване b2b-середовище, де галеристи, колекціонери, куратори та інституційні покупці зустрічаються фізично протягом кількох днів. Art Basel у Базелі, Маямі та Гонконзі, TEFAF у Маастрихті, Frieze у Лондоні та Нью-Йорку — це події, що формують репутаційний контекст для галерей-учасниць. Участь у Art Basel є сигналом якості: відбір галерей здійснює незалежний комітет, і відмова у участі сприймається ринком як оцінний вирок. За даними Art Basel/UBS [12], у 2023 році провідні арт-ярмарки згенерували близько 37% загального обсягу галерейних продажів у топ-сегменті.

Галерея платить за стенд — вартість залежить від ярмарку та розміру стенду. Наприклад, на Art Basel оренда стенду середнього розміру коштує від 30 до 100 тис. швейцарських франків і це без додаткових витрат. При цьому, немає жодних гарантій продажів. Ярмарок — це ризикована інвестиція, яку можуть дозволити собі лише галереї з достатнім оборотним капіталом. Це один із факторів який демонструє нерівність на ринку: великі гравці присутні скрізь, малі — лише на локальних подіях.

Арт-ярмарки також мають ієрархію. Від глобальних, таких як Art Basel та TEFAF, до регіональних та локальних. Локальні орієнтовані переважно на внутрішній ринок. Серед українських подій можна виокремити, такі як Design Hall чи Art Kyiv Contemporary. Проте останній після подій 2014 року зупинився і не відновлювався у повному форматі, але до цього певний час привертав увагу і іноземних галерей. Design Hall проводиться двічі на рік, хоча він має дещо інше позиціонування. Це ярмарок дизайну та декоративного мистецтва, а не сучасного мистецтва у класичному розумінні.

Українські галереї почали брати активно участь у міжнародних ярмарках, проте відсутність власного міжнародного арт-ярмарку є обмеженням для розвитку арт-ринку. Замість того, щоб виїжджати на чужі майданчики наші галереї могли б приймати міжнародних гравців в Україні і формувати власний контекст.

Таблиця 1.2 — Порівняльна характеристика традиційних організаційних форм арт-бізнесу

Критерій	Комерційна галерея	Аукціонний дім	Арт-ярмарок
Сегмент ринку	Первинний	Вторинний	Первинний і вторинний
Модель доходу	Комісія 50% від продажу	Buyer's premium 13–26% + seller's commission	Орендна плата за стенд + вхідні квитки
Функція	Репутаційне формування художника, первинний продаж	Публічне ціноутворення, ліквідність вторинного ринку	Концентрація учасників, мережування, b2b-продажі
Географія	Локальна або мережева (філії)	Глобальна (онлайн + фізичні торги)	Локальна подія з міжнародною аудиторією
Прозорість цін	Низька (приватні угоди)	Висока (публічні результати)	Середня
Бар'єр входу для художника	Середній (відбір галереї)	Високий (репутація і вартість лоту)	Високий (відбір через галерею-учасницю)

Джерело: складено автором на основі [5; 11; 12]

Порівняльні дані, структуровані у табл. 1.2, дозволяють узагальнити: три форми, попри відмінність моделей доходу і функцій, утворюють взаємопов'язану систему. Галерея формує художника і виводить його на первинний ринок, аукціонний дім фіксує ринкову вартість на вторинному, арт-ярмарок забезпечує циркуляцію інформації та контактів між усіма учасниками. Ця система має рамки, зокрема географічну концентрацію. Загалом, всі учасники зосереджені у кількох містах світу, в розвинених країнах. Це також диктує фінансові умови і автори з інших регіонів часто не мають фінансової можливості вийти навіть на первинний ринок.

Музеї та великі публічні інституції формально перебувають поза комерційним контуром, але їхній вплив на ринок є прямим і вимірюваним. Реннебург та Спаєнерс [6] зафіксували статистично значущу кореляцію між включенням художника до музейної колекції або проведенням ретроспективної виставки і зростанням аукціонних цін на його роботи у наступні роки. Музей таким чином виконує роль, яку на звичайних ринках відіграє незалежна сертифікація

якості — з тією різницею, що його рішення мотивовані культурними, а не комерційними міркуваннями.

Цифровізація не замінила традиційні організаційні форми арт-ринку, але створила нові можливості для розвитку та вдосконалення існуючих моделей. Поява онлайн-платформ, NFT-маркетплейсів і гібридних моделей прискорилося не через технологічний прогрес, а через пандемію COVID-19, яка у 2020 році фізично закрила галереї, скасувала ярмарки і змусила ринок шукати альтернативи.

Онлайн-платформи як Artsy, Artnet, Saatchi Art — з'явилися ще в 2000-х роках і працювали переважно як агрегатори. Вони збирали пропозиції від галерей і робили їх доступними для ширшої аудиторії, не беручи на себе функцій відбору чи легітимізації. Ця модель має свої рамки — вона відтворює логіку первинного і вторинного ринку в цифровому середовищі, але не вирішує основної проблеми арт-ринку: відсутності стандартизованої якості та асиметрії інформації між продавцем і покупцем. Цифровізація не зламала традиційну систему, але дещо її перерозподілила. Сьогодні автори мають можливість знайти аудиторію через соцмережі. Це надає можливість спілкування з зацікавленими людьми, отримання відгуків і критики. Але, все ж таки, доступ це не репутація. Без галерейної атрибуції художник залишається поза системою інституційного визнання. Цифровізація допомогла розширити можливості для середнього та нижнього сегменту ринку, але у вищому — домінує традиційна модель.

Ще одна сучасна модель — маркетплейс, де платформа сама здійснює відбір і бере на себе частину репутаційної функції галереї. Saatchi Art і частково Artsy еволюціонували у цей бік, пропонуючи кураторські добірки і персоналізовані рекомендації. За даними Art Basel/UBS [5], обсяг онлайн-продажів на арт-ринку у 2023 році становив 11,8 млрд дол. США, що відповідає приблизно 18% загального ринку — суттєво менше, ніж рекордні 25% у 2021 році, але значно більше, ніж до пандемії.

NFT-маркетплейси — OpenSea, SuperRare, Foundation — інша організаційна форма. Технологія блокчейн вирішує одну з гострих проблем арт-ринку: верифікацію автентичності та провенансу. Смарт-контракт фіксує авторство і може

автоматично нараховувати художнику роялті з кожного наступного перепродажу. Традиційний ринок частіше цього не забезпечує. Пік NFT-ринку припав на перший квартал 2022 року, після чого відбулася різка корекція: за даними Надіні та співавторів [13], торговий обсяг NFT у сфері мистецтва скоротився більш ніж на 90% від піку до кінця 2022 року.

NFT вирішили проблему для цифрових творів. Раніше цифрові художники не могли продати оригінал, оскільки будь-хто міг би просто скопіювати файл і оригіналу у фізичному розумінні не існувало. Блокчейн створив технічне рішення: запис у реєстрі, який підтверджує, що конкретний гаманець є власником конкретного токена. Не файлу, а токена прив'язаного до файлу.

Christie's провів NFT-аукціон, великі галереї почали представляти цифрових художників, Artsy додав NFT до своєї платформи. Цифровізація створила новий вхідний рівень для ринку, але не замінила існуючу ієрархію. Художник який починає з NFT і Instagram має більше шансів потрапити у поле зору галереї ніж десять років тому — але шлях до інституційного визнання залишається тим самим.

Арт-фонди та механізми колективного інвестування в мистецтво є новою організаційною формою, що перебуває на перетині фінансового і арт-ринку. Вони дозволяють інвесторам отримати експозицію до арт-активів без необхідності фізичного зберігання і управління творами. За даними Deloitte/ArtTactic [9], активи під управлінням спеціалізованих арт-фондів у 2023 році оцінювалися приблизно у 2,4 млрд дол. США — порівняно незначна сума на тлі загального ринку, але сегмент зростає. Великі банки — UBS, Deutsche Bank, BNP Paribas — розвивають арт-банкінг як послугу для заможних клієнтів: зберігання, страхування, оцінка і консультування щодо арт-портфеля.

Класифікацію організаційних форм арт-бізнесу наведено на рис. 1.2.

Зі змінами організаційних форм трансформуються і стратегії, за якими арт-бізнес виходить на міжнародний рівень. Для галерей інтернаціоналізація традиційно означала відкриття фізичних філій у ключових арт-хабах — Нью-Йорку, Лондоні, Гонконзі, Парижі. Цією стратегією скористалися провідні мегагалереї: Hauser & Wirth має понад 10 локацій на трьох континентах, Ресе

Gallery відкрила простори в Азії і на Близькому Сході, White Cube розширився з Лондона до Гонконгу і Нью-Йорка. Логіка цієї моделі — фізична присутність у регіоні дозволяє працювати з локальними колекціонерами і брати участь у місцевих арт-тижнях. Але вона доступна лише великим гравцям: витрати на оренду і персонал у топових локаціях є для більшості галерей непосильними.

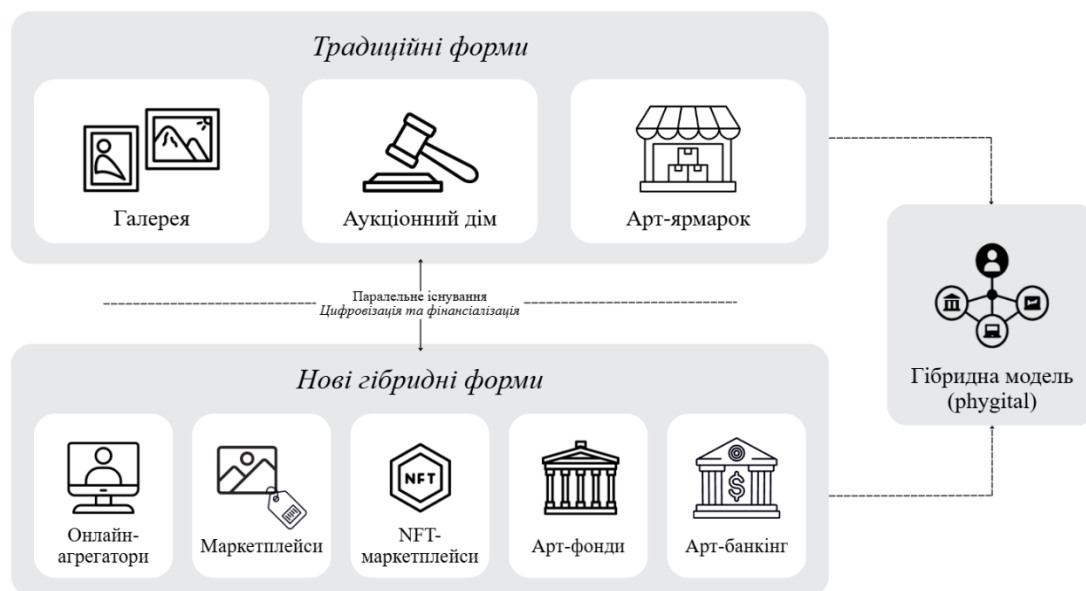


Рисунок 1.2 — Класифікація організаційних форм арт-бізнесу

Джерело: розроблено автором на основі [3; 4; 5; 13]

Для середніх і малих галерей альтернативою стала гібридна модель, яку на ринку позначають терміном «phygital» — поєднання фізичної і цифрової присутності. Галерея зберігає фізичний простір у своєму місті, але паралельно веде онлайн-продажі, підтримує Instagram як виставковий майданчик і бере участь у цифрових «viewing rooms» під час міжнародних ярмарків. David Zwirner одним із перших запровадив власну онлайн-платформу з кураторськими виставками — і тим самим перетворив цифровий канал з допоміжного на рівноправний.

Phygital-модель стала новою формою, не лише тимчасовою адаптацією до постпандемічних умов. Не потрібно повністю змінювати традиційну галерейну модель. Розвивати, модернізувати, залишаючи при цьому первинну функцію.

Соціальні мережі, передусім Instagram, відіграють у цьому контексті роль, яку важко було передбачити ще десять років тому. Для молодих художників акаунт з десятками тисяч підписників фактично замінює галерейне представництво на початковому етапі: він забезпечує видимість, дозволяє продавати роботи напряму і

формує аудиторію до того, як художник потрапляє в комерційний обіг. Це не скасовує роль галереї, але відкладає момент, коли вона стає необхідною. Залежність між масштабом галереї та стратегією інтернаціоналізації унаочнено на рис. 1.3.



Рисунок 1.3 — Стратегії інтернаціоналізації арт-бізнесу залежно від масштабу гравця

Джерело: розроблено автором на основі [4; 5; 11]

За даними Deloitte/ArtTactic [9], у 2023 році 67% галерей з оборотом понад 1 млн дол. використовували CRM-системи — проти 41% у 2019-му. Зростання відбулося саме у постпандемійні роки, коли галереї були змушені підтримувати відносини з колекціонерами дистанційно. Показово, що ця тенденція збереглась і після повернення до фізичної роботи, що свідчить про структурну зміну в тому, як галереї управляють відносинами з клієнтами. CRM у галерейному контексті є не просто операційним інструментом: це інфраструктура для роботи з даними про покупців, яка дозволяє персоналізувати комунікацію і відстежувати поведінку колекціонера в довгостроковій перспективі.

1.3. Міжнародно-правове регулювання торгівлі творами мистецтва: роль ЮНЕСКО, митні режими та боротьба з контрафактом

Правове регулювання торгівлі творами мистецтва формувалося під тиском культурних і гуманітарних проблем — масового вивезення культурних цінностей у колоніальну добу, пограбування окупованих територій під час Другої світової війни і подальшого незаконного обігу артефактів на міжнародному ринку. Ця передісторія пояснює, чому міжнародне регулювання арт-торгівлі є фрагментованим: воно складалося ситуативно, у відповідь на конкретні кризи, а не як єдина системна конструкція.

Особливе значення має ЮНЕСКО — Організація ООН з питань освіти, науки і культури. Її Конвенція 1970 року про заходи, спрямовані на заборону і запобігання незаконному ввезенню, вивезенню та передачі права власності на культурні цінності [14], стала першим обов'язковим міжнародним інструментом у цій сфері. Конвенція зобов'язує держави-підписанти запровадити системи контролю за експортом культурних цінностей, повертати незаконно вивезені об'єкти і не приймати до музейних колекцій предмети без підтвердженого провенансу. Станом на 2024 рік її ратифікували 140 держав, що робить її одним із найширше прийнятих інструментів у сфері культурної спадщини.

Утім, ефективність цієї Конвенції є предметом обґрунтованої критики. Головна її проблема — регулювання переміщення культурних цінностей після 1970 року, а все, що було вивезено до цієї дати, фактично поза її дією. Вона не є релевантною для таких гучних реституційних справ як Бенінські бронзи, мармури Парфенону або ж єгипетські колекції у європейських музеях. І держави, чії цінності знаходяться в іноземних колекціях, не можуть спираючись на цю Конвенцію повернути їх собі.

Іншою проблемою є механізм виконання. Конвенція зобов'язує держави повертати незаконно вивезені об'єкти, але власного судового або арбітражного органу для контролю виконання цих зобов'язань не має. Повернення відбувається через двосторонні переговори і результат залежить лише від політичної волі сторін. Якщо держава-відповідач відмовляє у поверненні — примусити її ніхто не може.

Таким же чином, держави могли ратифікувати цю конвенцію з вужчим трактуванням, що було б їм вигідне. Широке ратифікування Конвенції — 140 держав — відображає радше розмитість її зобов'язань, ніж реальну регуляторну силу: документ не створює механізмів, які обмежували б дії держав-підписантів. Музеї і ринки Великої Британії, США, Швейцарії продовжують оперувати об'єктами з сумнівним провенансом без жодних правових наслідків.

Водночас ця угода мала і позитивні результати. Наприклад, Metropolitan Museum повернув кілька резонансних об'єктів. Але це відбулось через медійний і дипломатичний тиск, а не через автоматичний правовий механізм конвенції. Отже, Конвенція 1970 року є необхідною, вона створила правову рамку і змінила норми. Але справжній захист культурних цінностей вимагає або посилення механізму виконання або переходу до регіональних інструментів з прямою дією — як Регламент ЄС 2019/880.

Саме для заповнення цієї прогалини у 1995 році була прийнята Конвенція УНІДРУА про викрадені або незаконно вивезені культурні об'єкти [15]. Вона встановлює цивільно-правові механізми повернення і, що є визначальним, покладає тягар доказування добросовісності придбання на покупця, а не на державу-позивача. Проте УНІДРУА ратифікували лише 47 держав — значно менше, ніж Конвенцію ЮНЕСКО, — і жодна з провідних арт-ринкових юрисдикцій: ні США, ні Велика Британія, ні Швейцарія до неї не приєдналися. Це робить її інструментом обмеженої дії.

Таблиця 1.3 — Основні міжнародні інструменти регулювання торгівлі культурними цінностями

Інструмент	Рік	Організація	Кількість учасників	Предмет регулювання	Механізм виконання
Конвенція ЮНЕСКО	1970	ЮНЕСКО	140 держав	Незаконний імпорту/експорт культурних цінностей	Двосторонні переговори, без примусового виконання
Конвенція УНІДРУА	1995	УНІДРУА	47 держав	Повернення викрадених об'єктів, цивільно-правові позови	Судовий позов у країні-відповідачі

Продовження таблиці 1.3

Інструмент	Рік	Організація	Кількість учасників	Предмет регулювання	Механізм виконання
Гаазька конвенція	1954	ЮНЕСКО	133 держави	Захист культурних цінностей під час збройного конфлікту	Протоколи до конвенції, кримінальна відповідальність
Регламент ЄС 2019/880	2019	ЄС	27 держав-членів	Ввезення культурних цінностей до ЄС	Ліцензування імпорту, електронна система
Вашингтонські принципи	1998	Міжурядова конференція	44 держави	Реституція нацистських конфіскацій	Політичні зобов'язання, без правового примусу

Джерело: складено автором на основі [14; 15; 16]

Інструменти, наведені у табл. 1.3 різняться не лише предметом регулювання, а й природою зобов'язань, які вони створюють. Конвенції ЮНЕСКО і Гаазька є нормами міжнародного публічного права з усіма їхніми обмеженнями у частині виконання. Регламент ЄС 2019/880 [16] — це акт прямої дії, обов'язковий для всіх держав-членів без ратифікації, що робить його найефективнішим інструментом у межах свого географічного охоплення. Вашингтонські принципи є лише політичною декларацією без будь-якої правової сили, проте саме вони стали основою для сотень реституційних угод щодо творів, конфіскованих нацистською Німеччиною.

Можна стверджувати, що найефективніші механізми — не найжорсткіші юридично. Вашингтонські принципи без будь-якої правової сили дали більше реальних результатів, ніж УНІДРУА з судовим механізмом. Регламент ЄС працює, тому що є прямою нормою без посередників у вигляді національної імплементації, а не завдяки тому, що має санкції. З цього можна зробити практичний висновок для України: домагатись включення до регіональних механізмів прямої дії, тобто адаптації стандартів ЄС. Це ефективніше, ніж покладатися на універсальні конвенції з нечіткими зобов'язаннями.

Міжнародне регулювання арт-ринку є реактивним — воно фіксує порушення після факту і не запобігає їм. Жоден з існуючих інструментів не

створює превентивного захисту. Це можна підтвердити на прикладі України, а саме пограбуванні Херсонського художнього музею імені О. Шовкуненка. До повномасштабного вторгнення у колекції музею було понад 14 тисяч творів мистецтва з різних країн та епох. Після звільнення Херсону у 2022 році — порожні сховища. Досі на окупованих територіях перебувають понад 2,1 млн музейних об'єктів, а зі звільнених територій підтверджено про розкрадання близько 35 тис. предметів. За даними Human Rights Watch, серед вивезених з Херсонського художнього музею творів — роботи Івана Айвазовського, Костянтина Горбатова, Петра Соколова та інших художників XIX–XX століть [17].

Для України це означає, що покладатись лише на універсальні конвенції недостатньо. Одночасно необхідні: цифрова інвентаризація колекцій до будь-яких загроз, двосторонні угоди з конкретними країнами про моніторинг появи українських творів на їхніх ринках, і активна участь у регіональних механізмах ЄС які мають пряму дію і реальний прикордонний контроль.

Поза межами конвенційних механізмів діють Інтерпол і Всесвітня митна організація. Інтерпол веде базу даних викрадених творів мистецтва, яка налічує понад 52 000 об'єктів і є відкритою для перевірки дилерами і аукціонними домами. Всесвітня митна організація забезпечує класифікацію творів мистецтва у Гармонізованій системі опису та кодування товарів — глава 97 [18], — що є основою для митного контролю і статистики міжнародної торгівлі арт-об'єктами. Ці два інститути виконують операційну функцію, яку не можуть виконати конвенції: вони забезпечують щоденний контроль на рівні конкретних угод і перетинів кордону.

Митне регулювання торгівлі творами мистецтва є одним із найбільш значущих аспектів правової архітектури арт-ринку і водночас одним із найменш уніфікованих. На відміну від більшості товарних ринків, де митна політика узгоджується в межах СОТ, арт-ринок регулюється переважно на національному та регіональному рівнях.

У Гармонізованій системі опису та кодування товарів твори мистецтва класифікуються у главі 97 [18], яка охоплює коди 9701–9706: від живопису і

скульптури до предметів колекціонування і антикваріату. Ця класифікація є основою для митного контролю у всіх країнах — членах Всесвітньої митної організації, проте ставки мита і податків, що застосовуються до цих кодів, визначаються кожною юрисдикцією самостійно. Результатом є значна асиметрія умов торгівлі між ключовими арт-ринковими центрами.

США застосовують нульову ставку ввізного мита на оригінальні твори мистецтва — рішення, прийняте ще у 1930-х роках і збережене донині. Це один із факторів, що зробили американський ринок найбільш відкритим для імпорту і сприяли концентрації міжнародних продажів у Нью-Йорку. В ЄС ситуація складніша: мито на ввезення є мінімальним або нульовим, проте ПДВ при імпорті творів мистецтва становить знижену ставку — як правило, 5–5,5% залежно від держави-члена, — що все одно додає до вартості угоди при комерційному ввезенні. Китай застосовує значно вищі ставки — до 12% на окремі категорії, — що є одним із факторів, які стимулюють китайських покупців здійснювати угоди через Гонконг, де діє режим вільної торгівлі без мита і ПДВ на арт-об'єкти [5]. Дані про мита, податки та особливості основних юрисдикцій оформлено у таблицю 1.4.

Таблиця 1.4 — Митні режими для творів мистецтва у ключових юрисдикціях

Юрисдикція	Ввізне мито	ПДВ / податок на імпорт	Особливості
США	0%	Відсутній на федеральному рівні	Найбільш відкритий режим; стимулює імпорт
ЄС	0% (для оригінальних робіт)	5–5,5% (знижена ставка)	Гармонізований ПДВ; Регламент 2019/880
Велика Британія (після Brexit)	5%	5%	Ускладнення після виходу з ЄС
Китай	До 12%	13% ПДВ	Стимулює торгівлю через Гонконг
Гонконг	0%	0%	Режим вільної торгівлі; регіональний хаб
Швейцарія	0%	7,7% (стандартна ставка)	Женевський фріпорт як глобальний склад

Джерело: складено автором на основі [5; 16; 18]

Митна асиметрія між юрисдикціями впливає на географію арт-ринку: торговельні потоки природно тяжіють до центрів з найбільш сприятливими режимами. Гонконг зберігав позицію азійського арт-хабу значною мірою завдяки нульовому митному режиму — і його поступове послаблення після подій 2019–2020 років вже позначилося на перерозподілі угод на користь Сінгапуру і Сеулу. Це свідчить про те, що митна політика є фактором, який визначає конкурентоспроможність цілих міст як арт-ринкових центрів.

В США нульове мито на твори мистецтва існує з 1913 року. Тоді логіка була така: мистецтво має бути доступним для американських музеїв і громадян, а не обкладатись фіскальним тягарем. Тоді не існувало стратегії залучення міжнародного арт-ринку, проте після 1980-х років, коли Нью-Йорк став головним аукціонним центром, нульове мито стало конкурентною перевагою. Практичний висновок для України: митний режим є інструментом конкурентоспроможності арт-ринку, і його формування не обов'язково потребує стратегічного задуму з самого початку.

Фріпорти — спеціальні митні склади, розташовані поза митною територією держави. Найбільші з них — у Женеві, Люксембурзі, Сінгапурі і Делавері — зберігають культурні цінності в умовах митного підвішування: твори технічно не ввезені на територію країни, тому податки і мита не нараховуються. За різними оцінками, у женеvському фріпорті зберігаються твори мистецтва на суму понад 100 млрд дол. США, хоча точні дані є недоступними через відсутність вимог щодо розкриття інформації [9]. Фріпорти вирішують практичну задачу зберігання і дозволяють здійснювати угоди купівлі-продажу без фізичного переміщення робіт — зі зміною документів права власності прямо на складі. Це породжує проблеми з прозорістю: ринок, де значна частина угод відбувається у закритих складах без публічної фіксації ціни, є непрозорим. ЄС у рамках Регламенту 2019/880 [16] і низки директив щодо боротьби з відмиванням грошей зробив кроки до посилення контролю над фріпортами, проте повноцінного міжнародного регулювання цього інституту не існує.

Підробки і сумнівний провенанс є базовою проблемою арт-ринку. Міжнародний фонд дослідження мистецтва IFAR оцінює частку підробок і робіт із спірним походженням на рівні до 20% від загального обсягу ринку — хоча точна статистика є недоступною через відсутність централізованої системи обліку угод [19]. Ця цифра демонструє і масштаби злочинної діяльності, і системну вразливість ринку: відсутність стандартизованої документації, непрозорість угод і залежність від суб'єктивної експертної оцінки створюють умови, за яких підробки можуть роками перебувати в обігу без виявлення.

Провенанс — документальна історія власності твору — це основний інструмент верифікації автентичності на традиційному ринку. Проблема полягає в тому, що вимоги до провенансної документації залишаються неуніфікованими: різні аукціонні дома і юрисдикції застосовують різні стандарти, а для робіт, створених до середини XX століття, повна документальна історія часто немає. Саме тому технологічні рішення для верифікації автентичності викликають дедалі більший інтерес ринку. Компанії Artory і Verisart розробили системи реєстрації провенансу на блокчейні: незмінний цифровий запис про походження і власність твору, доступний для перевірки будь-яким учасником ринку. Паралельно розвиваються методи ДНК-маркування — нанесення унікального біологічного маркера на твір під час його створення, — які роблять підробку фізично верифікованою.

Сучасні технологічні рішення здатні зменшити масштаби проблеми з підробками. Єдина база даних або ж каталог, де буде інформація про твори, їх історію, поточне розташування, колекціонера, допоможе при перевірці автентичності, якщо буде виявлено об'єкт, який видають за оригінал, а він насправді є підробкою. Концептуально такий реєстр є логічним рішенням, однак його практична реалізація пов'язана зі значними операційними витратами: каталогізація всього масиву культурних цінностей — включно з середнім і нижнім сегментами ринку, де підробки найбільш поширені, — є тривалим і ресурсоємним процесом.

Реституція є другою великою проблемою, що перебуває на перетині правового регулювання і ринкової практики. Це повернення неправомірно вилучених творів. Найбільш опрацьованим є питання реституції робіт, конфіскованих нацистською Німеччиною в єврейських родин у 1933–1945 роках. Вашингтонські принципи 1998 року встановили політичну рамку для вирішення таких претензій: держави-підписанти зобов'язалися ідентифікувати роботи нацистської провенансу у своїх музейних колекціях і шукати «справедливі і розумні рішення» з законними власниками або їхніми спадкоємцями. На практиці це призвело до кількох сотень реституційних угод, проте значна частина претензій залишається невирішеною через проблеми з документуванням власності і небажання окремих інституцій розставатися з цінними роботами.

На практиці музеї часто пропонують правовласникам грошову компенсацію замість повернення оригіналу, або довгострокову позику замість передачі права власності. З одного боку, збереження у музейних колекціях забезпечує публічний доступ до творів, тоді як повернення правовласникам нерідко передуює їх переходу у приватне зберігання. З іншого боку, у випадках підтвердженого незаконного вилучення чи розкрадання принцип повного відновлення прав — є визначальним у міжнародній правовій доктрині.

Паралельно розвивається дискурс навколо реституції об'єктів колоніального походження — артефактів, вивезених з африканських, азійських і океанійських культур у колоніальну добу. Бенінські бронзи, що зберігаються у Британському музеї, мармури Парфенону в тому ж музеї, єгипетські артефакти в берлінському Новому музеї — кожен з цих випадків є предметом активних дипломатичних переговорів. На відміну від нацистської реституції, тут немає навіть політичної рамки, порівнянної з Вашингтонськими принципами: міжнародне право не зобов'язує держави повертати об'єкти, вивезені до прийняття Конвенції ЮНЕСКО 1970 року, яка не має зворотної сили. Ряд європейських музеїв — паризький музей Бранлі, берлінські державні музеї — добровільно повернули окремі об'єкти, проте Британський музей і досі посилається на Акт про британські музеї 1963 року, який юридично забороняє відчуження колекційних предметів.

Правова база регулювання обігу культурних цінностей в Україні сформована навколо Закону «Про вивезення, ввезення та повернення культурних цінностей» 1999 року [20]. Закон встановлює категорії культурних цінностей, що підлягають державному контролю при вивезенні, порядок отримання дозволів і режим тимчасового вивезення. Ключова проблема цього інструменту полягає у широті визначення: до культурних цінностей, що потребують дозволу на вивезення, належать предмети, створені більш ніж 50 років тому, що фактично охоплює значну частину сучасного антикваріату і навіть окремі категорії «contemporary art». Це створює регуляторний тягар для легального арт-експорту і водночас не вирішує проблему незаконного вивезення.

Повномасштабне вторгнення росії у 2022 році надало питанням культурної спадщини нового значення. Документування знищення і вивезення культурних цінностей з окупованих територій ведуть одночасно кілька організацій — Міністерство культури України, ЮНЕСКО і низка міжнародних НУО. За даними ЮНЕСКО [14], станом на початок 2024 року задокументовано пошкодження або знищення понад 300 об'єктів культурної спадщини на території України внаслідок збройних дій. Цілеспрямоване вивезення музейних фондів з Херсонської, Луганської і Донецької областей є предметом окремих розслідувань — і потенційно найбільшим випадком незаконного переміщення культурних цінностей з часів Другої світової війни.

Найбільш дієвим інструментом зараз є документування втрат — як для юридичного захисту, так і для майбутньої культурної дипломатії. Реєстри втрат слугують підставою для введення спеціальних митних режимів на перевезення підозрілих об'єктів на міжнародному ринку. Але є і інший вимір: цілеспрямоване розкрадання доводить існування самостійної культурної традиції, яку таким чином прагнуть знищити. Документація втраченого легітимізує Україну як суб'єкт культурної спадщини у міжнародних інституціях і формує запит на українське мистецтво як на те, що потребує збереження і підтримки. Після 2022 року українські художники на міжнародних майданчиках несуть не лише культурне, а й політичне навантаження — міжнародні колекціонери та інституції це розпізнають.

Євроінтеграційний вектор України передбачає поступову адаптацію законодавства до стандартів ЄС, зокрема до Регламенту 2019/880 [16]. Для арт-ринку це означає запровадження електронної системи ліцензування імпорту культурних цінностей і посилення вимог до провенансної документації. Практичний ефект цих змін для українського арт-експорту є неоднозначним: з одного боку, гармонізація зі стандартами ЄС підвищує довіру до українських арт-об'єктів на європейському ринку; з іншого — бюрократичне навантаження на малі галереї і художників, які не мають ресурсів для повноцінного документування, може збільшитися.

Україна опиняється у правовому трикутнику, де кожна з трьох ролей вимагає протилежних інструментів. Як жертва незаконного вивезення — вона потребує жорстких реституційних механізмів і міжнародного тиску на ринки-реципієнти. Як потенційний експортер «contemporary art» — навпаки, спрощеного митного режиму і мінімального регуляторного тягаря для галерей і художників. Як кандидат на адаптацію до стандартів ЄС — посиленої документації і прозорості провенансу, що є бар'єром для малих гравців. Ці три вектори не узгоджуються автоматично. Правовий вимір є критичним саме тому, що від того, який з них стане пріоритетним у національній політиці, залежить і захист спадщини, і конкурентоспроможність українського арт-ринку на міжнародному рівні.

РОЗДІЛ 2

ДИНАМІКА СВІТОВОГО АРТ-РИНКУ ТА ШЛЯХИ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ (2020-2025 РР.)

2.1. Американська, європейська та азійська моделі арт-ринку: порівняльна характеристика та конкурентні переваги

У 2019 році світовий арт-ринок оцінювався у 64,1 млрд дол. США. 2020-й спричинив різке падіння цієї цифри до 50,1 млрд — найнижчого показника за десятиліття. Закриття галерей, скасування ярмарків і повна зупинка живих аукціонів у першому півріччі дали результат, який ринок не бачив з часів кризи 2008–2009 років. Відновлення виявилося швидшим, ніж очікував ринок: 2021 рік показав значне зростання до рівня 65,1 млрд, 2022-й — 67,8 млрд. Інакше кажучи, ринок всього лише за рік відновився, окрім того, показники перевищили навіть докризові. Після цього розпочалося уповільнення: за даними Art Basel/UBS [5], у 2023 році загальний обсяг ринку склав 65 млрд дол., що на 4% менше ніж роком раніше. Слід уточнити, що на рис. 1 значення 2024 року — ~62 млрд. дол. є оцінним.

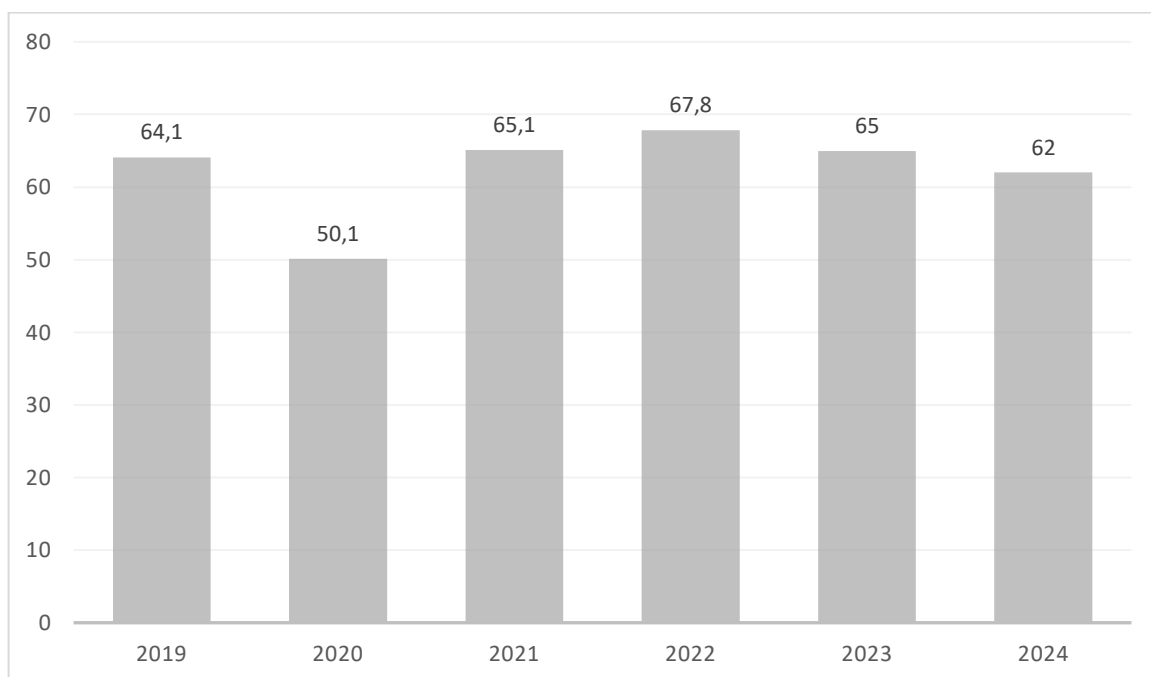


Рисунок 2.1 — Динаміка обсягу світового арт-ринку 2019–2024, млрд дол. США

Джерело: складено автором на основі [5; 12]

Відновлення 2021 року відбулося не завдяки поверненню фізичних продажів — вони ще не досягли довоєнного рівня. Загальний показник підняли різке зростання онлайн-сегменту і підвищений інтерес до NFT, який у 2022 році так само різко спав. Уповільнення 2023–2024 років пов'язане не лише з цією корекцією: паралельно більша частина угод мігрує у приватний канал, де вони не потрапляють у публічну статистику. Реальний ринок може бути більшим, ніж показують аукціонні дані, але перевірити це неможливо саме через ту непрозорість яка є характерною рисою галузі.

У структурі ринку ці відмінності проявляються ще чіткіше. У 2023 році на сегмент робіт вартістю понад 1 млн дол. припадало 48% загального обсягу за вартістю — при тому що кількісно це лише 1% угод [5]. Нижній ціновий сегмент — роботи до 50 000 дол. — становив 93% усіх угод за кількістю, але лише 17% за вартістю. Два числа поряд: 93% угод і 17% грошей. Верхній і нижній сегменти — це фактично різні ринки з різною логікою, різними гравцями і різними механізмами ціноутворення.

Коли 1% угод генерує 48% грошей — це доводить нерівність розподілу ринку. Верхній сегмент функціонує за іншим принципом: там продається не лише мистецтво, а й репутаційний актив. Колекціонер, купуючи роботу за 2 млн доларів, одночасно купує позицію в системі: ім'я художника; галерею, яка його представляє; аукціонний дім, який його легітимізував; музейні виставки, які побудували його інституційний капітал.

Арт-ринок є одним з небагатьох, де якість продукту є необхідною, проте недостатньою умовою для переходу в наступний ціновий сегмент. В цьому і складність для художників з периферійних ринків, що починають у нижньому ціновому сегменті. Наприклад, автори з України. Їм складно вийти з нижнього сегменту, тому що локальні галереї мають обмежений доступ до міжнародних ярмарків, локальні музейні придбання не є знаком для міжнародних колекціонерів. Ще однією перешкодою є те, що критична інфраструктура (рецензії, каталоги, академічна увага) існує переважно на локальній, тобто українській мові. Ось чому

в інших галузях зараз публікації і документацію дублюють також англійською мовою.

Художник з периферії змушений одночасно будувати якість роботи і будувати міжнародний репутаційний капітал, що на центральних ринках розподіляється між художником і галереєю.

Географічна структура ринку залишається стабільно концентрованою. Три юрисдикції — США, Велика Британія і Китай — контролюють понад 80% глобального обсягу [5]. США утримують першість з часткою близько 42–44%. Велика Британія, попри наслідки Brexit, зберігає 17–18%. Китай разом з Гонконгом — 17–20% залежно від року. Решта світу (понад 190 країн) ділить між собою менш ніж 20%.

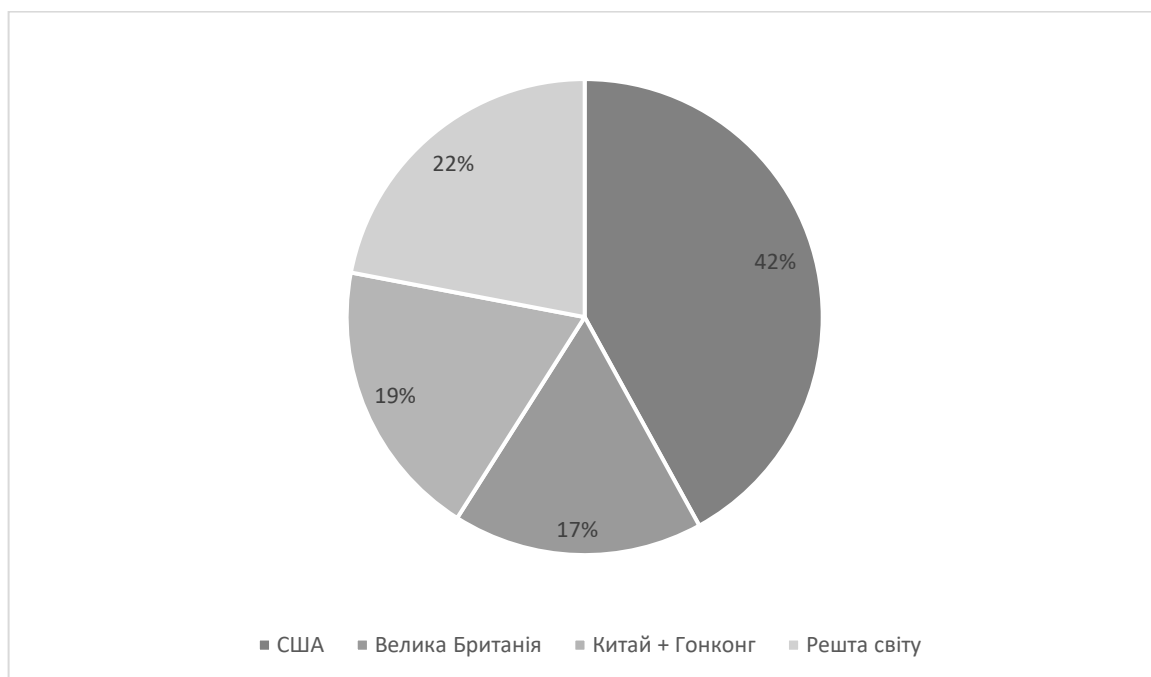


Рисунок 2.2 — Географічна структура світового арт-ринку у 2023 р., % від загального обсягу

Джерело: складено автором на основі [5]

Художник або галерея, яка хоче вийти на глобальний ринок змушені фізично або символічно «прийти» в один з трьох центрів. Нью-Йорк, Лондон, Гонконг — не просто міста, де відбуваються продажі. Це місця, де формується репутація, яка потім конвертується у ціну скрізь. Онлайн-платформи знизили

вартість доступу до аудиторії, але не замінили цей механізм: можна мати мільйон підписників і залишатися поза системою яка визначає вартість у топ-сегменті.

США утримують позицію найбільшого арт-ринку світу з часів переміщення аукціонного центру з Лондона до Нью-Йорка у 1970–80-х роках. За даними Art Basel/UBS [5], частка США у 2023 році становила 42% глобального обсягу, і ця цифра залишається стабільною протягом останнього десятиліття попри конкуренцію з боку азійського ринку.

Домінування США пояснюється комбінацією факторів. Нью-Йорк концентрує штаб-квартири Christie's і Sotheby's, найбільш впливові комерційні галереї — Gagosian, Pace, David Zwirner і два з найважливіших міжнародних ярмарків: Frieze New York і TEFAF New York. Також у місті функціонує потужна система приватних фондів і музеїв — MoMA, Guggenheim, Whitney, яка формує інституційний контекст і легітимізує художників для комерційного ринку. Важливо, що ці інституції не є ізольованими від ринку: директори музеїв входять до консультативних рад галерей, куратори MoMA відвідують Art Basel, а колекціонери, які фінансують фонди, одночасно купують на аукціонах. Репутаційна система замкнена і взаємозалежна — і саме ця щільність зв'язків між інституційним і комерційним сектором є тим, що найважче відтворити в іншому місці.

Американська модель організації культурної економіки базується на принципі непрямого державного фінансування: держава майже не підтримує мистецтво прямо, натомість через податкові стимули заохочує приватну філантропію і корпоративне меценатство. Пожертви на користь некомерційних музеїв і мистецьких фондів є повністю або частково вирахуваними з оподаткованого доходу, що фактично означає непряме державне субсидування культури через податкову систему. Це характерна відмінність з європейською моделлю: рішення про те, що підтримувати, приймає приватний донор, а не бюрократ. Ця модель породжує концентрацію культурних ресурсів у руках найбільш заможних. Критики давно вказують на це, як на структурну проблему,

проте вона також забезпечує ринкову динаміку, якої немає у моделях з прямим державним фінансуванням.

Нульова ставка ввізного мита на твори мистецтва, що існує з 1913 року, є додатковим структурним чинником відкритості ринку для імпорту. Жодного стратегічного задуму у цьому рішенні не було — просто збережена норма, прийнята, коли ніхто не думав про Нью-Йорк, як про світовий арт-хаб. Але після того, як місто стало глобальним аукціонним центром, ця норма перетворилась на конкурентну перевагу, яку арт-індустрія активно захищає через лобіювання. Для порівняння: Велика Британія після Brexit запровадила 5% ПДВ на ввезення мистецтва, що одразу підвищило транзакційні витрати для галерей, які імпортують роботи для продажу лондонським колекціонерам.

Ринок сучасного мистецтва — «contemporary art» — є ключовою конкурентною перевагою американської моделі. Саме у США сформувався найбільший і найліквідніший вторинний ринок для живих художників, що є рідкістю: у більшості інших юрисдикцій активний вторинний ринок існує переважно для робіт художників, що вже померли. Ліквідний вторинний ринок для живих авторів змінює стимули для всіх учасників: колекціонер купує роботу знаючи, що зможе її продати якщо захоче; галерея може обґрунтувати вищу первинну ціну, посиляючись на аукціонну динаміку; а художник бачить пряму залежність між своєю репутацією і ринковою вартістю своїх нових робіт. Проте тут варто також додати роль аукціонного результату, який легітимізує ціну публічно та незворотно. Він є точкою відліку для всіх наступних угод. Це замкнений механізм позитивного зворотного зв'язку, якого немає на ринках, де вторинного обігу для «contemporary art» практично не існує.

Американський механізм позитивного зв'язку є перевагою. Проте він не є відкритим лише через географічний факт продажу на ринку США. Якщо український художник, через діаспорні галереї або онлайн-платформи виходить на цей ринок, механізм залишається для нього структурно закритим до першого інституційного сигналу, який система розпізнає як легітимний. Діаспорний канал може забезпечити транзакцію і ціноутворення у доларах, але не репутаційний

запис. Для входу в механізм потрібна фізична або інституційна присутність в екосистемі — але саме ця присутність є найбільш ресурсоемним і найменш масштабованим кроком.

Щоб колекціонер міг перепродати роботу через аукціон, робота має бути достатньо відома, щоб аукціонний дім погодився її взяти. Christie's або Sotheby's не беруть роботи невідомих художників. Phillips — теж. Навіть менші дома як Swann або Heritage мають поріг впізнаваності. Репутаційна вага галереї також має географію. Галерея в українському культурному центрі Чикаго або навіть у Нью-Йорку, але орієнтована на діаспорну аудиторію, сприймається по-іншому, ніж галерея, яка включена в основний американський арт-світ. Колекціонери, критики і куратори, які формують той самий консенсус читають Chelsea, а не діаспорні простори. Тобто питання не в тому, чи продає художник в США, а в тому, чи хтось всередині системи назвав його ім'я у правильному контексті.

Європейський арт-ринок є найбільш неоднорідним з трьох регіональних моделей. Велика Британія, Франція, Німеччина і Швейцарія мають суттєво різні підходи до регулювання, оподаткування і ролі держави. Ця неоднорідність є і слабкістю, і перевагою одночасно: художник або галерея може обирати юрисдикцію залежно від потреб, але відсутність єдиних правил ускладнює транскордонні операції навіть всередині ЄС.

Велика Британія з часткою 17% [5] залишається другим за розміром арт-ринком світу, хоча Brexit суттєво змінив умови роботи. Вихід з ЄС відновив митний контроль на кордоні і запровадив 5% ПДВ на ввезення мистецтва — чого не існувало раніше. Для галерей, що регулярно перевозять роботи між Лондоном і континентом, це означає додаткові витрати і бюрократію при кожному перетині кордону. Частина галерей відреагувала відкриттям додаткових офісів в Амстердамі, Парижі і Берліні, щоб зберегти безперешкодний доступ до єдиного ринку ЄС. Лондон зберігає позиції завдяки Common Law — правовій системі, яка є звичнішою для міжнародних транзакцій, ніж континентальне право [4]. Перенести ринкову інфраструктуру значно складніше, ніж перенести офіс галереї.

Головна відмінність між американською і європейською моделями — роль держави. У Франції, Німеччині і країнах Скандинавії держава активно фінансує культурні інституції, субсидує галереї і підтримує художників через гранти та резиденції. Французька модель є найбільш централізованою: Міністерство культури безпосередньо керує мережею національних музеїв, а система DRAC — регіональних дирекцій культурних справ — розподіляє субсидії на місцевому рівні. Це породжує іншу структуру ринку: більший некомерційний сектор, сильніші публічні музеї і менша залежність від приватного меценатства порівняно з США. Така модель формує рівний доступ для художників з менш забезпечених середовищ, але може знижувати комерційну динаміку ринку через залежність від бюрократичних рішень щодо того, що гідне підтримки [22].

Ярмаркова модель є ще однією специфічною рисою Європи. Art Basel у Базелі, TEFAF у Маастрихті, Frieze у Лондоні — три події глобального рівня розташовані саме тут. Швейцарія і Нідерланди є нейтральними юрисдикціями з розвиненою фінансовою і логістичною інфраструктурою, де міжнародним гравцям зручно зустрічатися. Женевський фріпорт додає окремий вимір: значна частина творів, що продаються на Art Basel, фізично зберігається там і ніколи не перетинає жодного митного кордону — угода відбувається зі зміною документів права власності прямо на складі. Ця інфраструктура зберігання і логістики є частиною конкурентної переваги Швейцарії як арт-ринкового центру [9].

«Droit de suite» — законодавчо закріплене право художника на відсоток від перепродажу роботи — є ще однією суто європейською характеристикою, якої немає у США. За Регламентом ЄС, ставка становить 4% для робіт до 50 000 євро з лімітом 12 500 євро з одного продажу [23]. Механізм є автоматичним для аукціонних продажів і продажів через галереї, що перевищують встановлений поріг. На практиці це означає, що художник або його спадкоємці отримують відрахування навіть якщо не мають жодного стосунку до конкретної угоди і нічого про неї не знають — система моніторингу покладена на аукціонні дома і дилерів. Це частково вирівнює асиметрію між первинним і вторинним ринком, яка була

розглянута у підрозділі 1.2, але лише для тих художників, чиї роботи активно торгуються на вторинному ринку, що автоматично виключає більшість.

В перспективі євроінтеграції в Україні також можна було б запровадити механізм «*droit de suite*», проте при нинішньому стані вторинного ринку в ньому немає сенсу. Для «*droit de suite*» потрібна інфраструктура. Це публічний аукціонний ринок з обов'язковою звітністю, реєстри угод через галереї, організації колективного управління правами, які моніторять ринок та збирають відрахування, судова практика та механізм примусового виконання. На сьогодні більшість угод в Україні відбуваються у приватному каналі без жодної фіксації.

Але в контексті євроінтеграції є серйозний аргумент на користь запровадження цього механізму, навіть якщо він не матиме практичного ефекту на початку. А саме: Директива 2001/84/ЄС про право перепродажу є частиною *acquis communautaire* [23]. Це обов'язковий законодавчий масив ЄС, який Україна зобов'язалася імплементувати в рамках Угоди про асоціацію [24]. Таким чином, питання про запровадження «*droit de suite*» вже частково вирішене.

До того ж, це додатковий стимул для автора не продавати роботу задешево на первинному ринку, оскільки він знає, що отримає відсоток від кожного наступного перепродажу. Тому він зацікавлений, щоб ціна на вторинному ринку зростала. Але цей ефект працює лише за наявності вторинного ринку.

Реальна цінність запровадження механізму полягає не у прямих виплатах, а у створенні інституційного тиску на прозорість ринку: зобов'язання фіксувати угоди і звітувати поступово формує ту саму інфраструктуру, без якої ні «*droit de suite*», ні будь-який інший інструмент захисту прав художників не може працювати повноцінно.

Китай разом з Гонконгом є третьою за розміром арт-ринковою юрисдикцією — 17–20% глобального обсягу залежно від року [5]. Але він значно відрізняється від американського і європейського, і ці відмінності визначають як його потенціал, так і його рамки. Азійська модель не є єдиною — Китай, Гонконг, Японія, Корея і Індія мають настільки різну логіку, що об'єднання їх в один блок є аналітичним спрощенням, яке виправдане лише для цілей регіонального порівняння.

Внутрішній попит є рушієм китайського ринку, а не міжнародна торгівля. Провідні китайські аукціонні дома — Poly Auction і China Guardian — продають переважно китайським покупцям і переважно китайське мистецтво: традиційний живопис, каліграфію, кераміку і бронзу. Це замкнений контур, який майже не перетинається з тим, що купують колекціонери у Нью-Йорку чи Лондоні. Між китайськими топ-лотами і західним «contemporary art» існує майже нульова кореляція цінової динаміки — вони реагують на різні сигнали і різні економічні цикли. Валютний контроль, обмеження на вивезення капіталу і митні бар'єри при ввезенні іноземного мистецтва додатково ізолюють внутрішній китайський ринок від глобального [11].

Гонконг виконує функцію, яка відрізняється від материкового Китаю. Він є точкою входу для міжнародних гравців у азійський ринок, а не частиною замкненого китайського контуру. Нульове мито, Common Law, відсутність валютного контролю і статус вільного порту зробили його єдиним місцем, де можна вести бізнес з азійськими покупцями без бюрократичних бар'єрів, як в Китаї. Art Basel Hong Kong — найважливіший ярмарок у регіоні — базується саме тут і щороку приваблює галереї з усього світу, які інакше не мали б ефективного способу охопити азійських колекціонерів. Проте після подій 2019–2020 років і введення Закону про національну безпеку частина міжнародних галерей почала переглядати свою присутність у Гонконзі. Невизначеність правового середовища, особливо в питаннях захисту власності і незалежності судової системи є ризиком для ринку, де провенанс і юридична чистота угод є основою довіри. Сінгапур і Сеул активно заповнюють цю нішу: Art SG у Сінгапурі і Frieze Seoul набирають вагу саме на тлі послаблення Гонконгу, як нейтральної точки входу в азійський ринок [5].

Японія, Корея і Індія є окремими зростаючими ринками з власною динамікою. Корейський ринок «contemporary art» розвивається найшвидше серед трьох — частково через культурний вплив К-поп і корейського кіно, який підвищив міжнародну видимість корейської культури загалом і сформував у міжнародній аудиторії інтерес до корейських художників зокрема. За Давимукою і Федуловою [19], цей ефект є прикладом того, як м'яка сила національної культури

конвертується у комерційні переваги на арт-ринку: спочатку зростає впізнаваність культури в цілому, потім попит на її художні прояви і нарешті ціни на роботи конкретних авторів. Цей ланцюжок потребує активної інституційної підтримки — державних культурних центрів, участі у міжнародних ярмарках, програм резиденцій для іноземних кураторів у Сеулі. Саме комбінація органічного культурного впливу і цілеспрямованої інституційної роботи пояснює корейський результат.

Корейський досвід показує, що конвертація культурної уваги у стійкий ринковий попит вимагає двох паралельних процесів: органічної культурної впізнаваності і цілеспрямованої інституційної роботи. Для України після 2022 року перший процес вже запущений — міжнародна увага до українського мистецтва є реальністю. Але природа цієї уваги переважно гуманітарна, а не колекціонерська, і сама по собі вона не генерує стійкого попиту. Проте одночасно відбувається інший процес: українські художники дедалі більше звертаються до власної культурної традиції — не як до фольклорного цитування, а як до джерела сучасної художньої мови. Коли художник перестає орієнтуватися на те, що популярно за кордоном, і починає інтерпретувати українські традиції сучасною мовою — він фактично створює унікальну пропозицію, якої немає у конкурентів з центральних ринків.

Міжнародний колекціонер купує не лише гарну роботу — він купує культурну специфіку, яку не може отримати більше ніде. Японські художники, що працюють з традицією ваби-сабі в сучасному контексті, мають попит саме тому що це не відтворюється. Корейські художники з традицією мінджун — так само. Україна має надзвичайно багатий матеріал: петриківський розпис, різьблення, ткацтво, іконописна традиція, козацький бароко — і все це досі недостатньо інтерпретоване в сучасній мові для міжнародного ринку.

Саме це поєднання — органічна міжнародна увага і розвиток культурно специфічної пропозиції, може стати підґрунтям для переходу від гуманітарної солідарності до стійкого ринкового попиту. Але без інституційної інфраструктури, яку Корея будувала десятиліттями, цей потенціал ризикує залишитися нереалізованим.

Три розглянуті моделі відрізняються за масштабом й внутрішньою логікою: різними механізмами фінансування, різними правовими рамками і різними конкурентними перевагами. Зведену характеристику наведено у додатку А (табл. А.1).

Жодна з трьох моделей не є придатною для прямого копіювання — і не лише через масштаб. Американська модель передбачає розвинений вторинний ринок і потужну приватну філантропію, яких в Україні немає і які не виникнуть швидко. Європейська модель спирається на десятиліття інституційної інфраструктури і правової культури, яка будувалася одночасно з ринком. Азійська — зокрема корейська — є найближчою аналогією за відправною точкою, але її результат є продуктом тривалої і цілеспрямованої державної стратегії, а не органічного ринкового розвитку.

Для України найбільш реалістичним є гібридний орієнтир: європейська правова рамка — як зобов'язання євроінтеграції, корейська модель культурної дипломатії — як стратегія конвертації міжнародної уваги у ринковий попит, і американська логіка репутаційного капіталу — як розуміння того, як насправді формується ціна у топ-сегменті. Це не еkleктика — це визнання того, що Україна входить у глобальний арт-ринок одночасно з кількох точок: як країна, що інтегрується в ЄС, як культура, що отримала органічну міжнародну увагу, і як периферійний ринок, що намагається вибудувати власну репутаційну траєкторію. Відповідно, і інструменти мають відповідати кожному з цих вимірів.

2.2. Посткарантинна цифровізація арт-торгівлі: NFT-сегмент, віртуальні виставки та гібридні бізнес-моделі

У березні 2020 року арт-ринок зупинився фізично — галереї закрились, Art Basel у Базелі скасували вперше за 50 років, аукціонні дома перенесли весь календар. Ринок, який будувався на фізичній присутності і особистих відносинах, за кілька тижнів опинився без свого основного механізму функціонування. Реакція

була вимушеною і швидкою: онлайн-канали, які більшість гравців сприймала як допоміжний інструмент, стали основним.

Онлайн-продажі у 2023 році склали 11,8 млрд дол. США — 18% загального обсягу ринку, що відповідає частці електронної комерції у світовій роздрібній торгівлі загалом. Для розуміння масштабу трансформації показово порівняння з довоєнним рівнем: у 2019 році онлайн-продажі становили лише 13% від загальних продажів дилерів. Пік припав на 2021 рік — 25% від загального ринку, — після чого частка стабілізувалась на рівні 18% у 2023–2024 роках. У 2024 році онлайн-продажі зберегли частку 18% від загального ринку [5; 26].

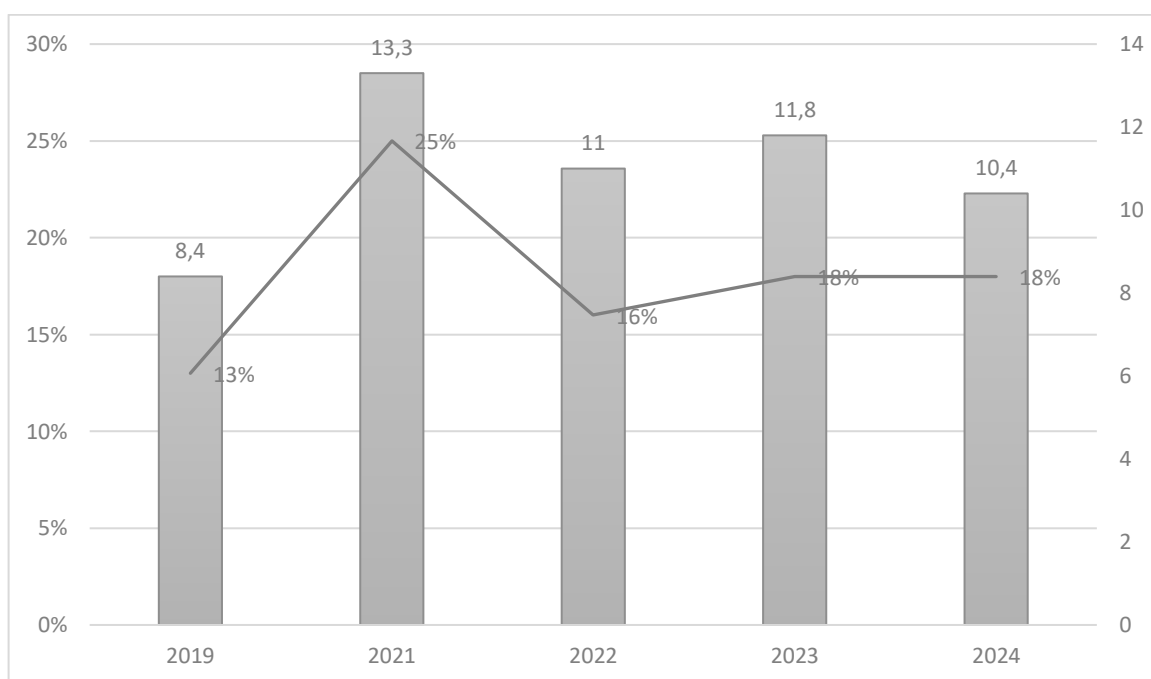


Рисунок 2.3 — Динаміка онлайн-продажів на арт-ринку 2019–2024, млрд дол. США та % від загального обсягу

Джерело: складено автором на основі [5; 21]

Стабілізація на рівні 18% є індикативною. Вона свідчить про те, що онлайн-канал не витіснив фізичний ринок, а зайняв власну структурну нішу. За даними Art Basel/UBS, у 2023 році онлайн-продажі становили 23% від загальних продажів дилерів — зростання на 7% порівняно з 2022 роком, причому найбільше зростання забезпечили власні онлайн-канали галерей і вебсайти, частка яких зросла з 12% до 20%. Це означає, що галереї не просто перенесли продажі на зовнішні платформи — вони вбудували цифровий канал у власну інфраструктуру [12]

Частка онлайн-продажів новим покупцям зросла до 46% у 2024 році порівняно з 35% у 2023-му — це свідчить про те, що цифрові канали стали основною точкою входу на ринок для нових учасників [5; 12]. Онлайн відкрив ринок для аудиторії, яка раніше до нього не мала доступу.

Стабілізація онлайн-частки на рівні 18% є не свідченням зрілості цифрового каналу і не доказом його структурної обмеженості — вона відображає сегментовану природу арт-ринку загалом. У топ-сегменті онлайн справді наштотується на бар'єр: угоди такого масштабу будуються на довірі, яка формується через фізичну присутність і особисті відносини, і жодна платформа цього не замінює. У нижньому і середньому сегментах 18% є скоріше поточним рівнем інтеграції. Примітно, що зростання частки нових покупців через онлайн-канал до 46% у 2024 році відбувається саме там — тобто цифровий канал розширює ринок знизу, а не перерозподіляє його зверху. Для українських художників це означає, що онлайн є реальним інструментом першого контакту з міжнародним покупцем, але не інструментом входу у той сегмент, де формується репутація і ціна.

NFT — non-fungible token — є записом у розподіленому реєстрі блокчейну, який підтверджує право власності на конкретний цифровий об'єкт. На відміну від криптовалюти кожен токен є унікальним і не взаємозамінним з іншим. Смарт-контракт — програмний код вбудований у токен — може автоматично виконувати умови угоди: перераховувати роялті художнику при кожному перепродажі, обмежувати кількість копій, верифікувати автентичність. Технологія вирішила реальну проблему: цифровий художник до появи NFT не міг продати «оригінал», бо будь-хто міг скопіювати файл безкоштовно. Токен не захищає файл від копіювання — він фіксує хто є визнаним власником конкретного запису у реєстрі. Це розмежування, яке більшість покупців у піковий момент не усвідомлювала.

У березні 2021 року аукціонний дім Christie's продав цифровий колаж Beeple «Everydays: The First 5000 Days» за 69,3 млн дол. США — перший в історії продаж суто цифрового NFT-твору великим аукціонним домом. Це змінило сприйняття цифрового мистецтва індустрією. Результат зробив Beeple третім найдорожчим живим художником за аукціонними цінами — після Джеффа Кунса і Девіда Хокні.

Але важливіший не сам рекорд, а де він відбувся. Продаж пройшов через Christie's — не через OpenSea, не через SuperRare, а через 255-річний традиційний аукціонний дім. Це підтверджує тезу, що репутаційна монополія традиційних інституцій не зникла навіть у момент, коли NFT здавались революцією: саме присутність Christie's надала події легітимності і медійного масштабу, якого жодна децентралізована платформа не могла забезпечити.

За даними Art Basel/UBS, глобальний обсяг продажів NFT у сфері мистецтва і колекціонування у 2022 році склав 24,7 млрд дол., після чого у 2023 році впав до 4,5 млрд — скорочення на 82% за один рік [12].

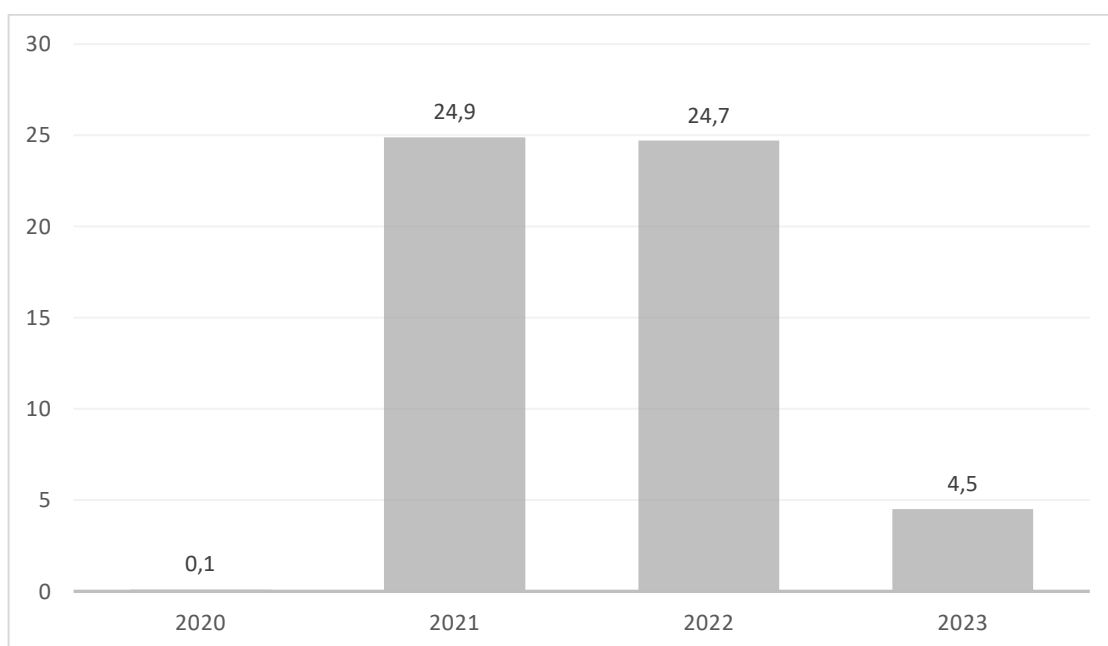


Рисунок 2.4 — Динаміка обсягу продажів NFT у сфері мистецтва і колекціонування, 2020–2023, млрд дол. США

Джерело: складено автором на основі [12; 13]

Механізм цього підйому і падіння є показовим. Онлайн-продажі на арт-ринку зросли з приблизно 8,4 млрд дол. у 2019 році — 13% від загального обсягу — до піку у 2021 році, коли їхня частка сягнула 25%. NFT виникли саме на цьому фоні форсованої цифровізації і отримали аудиторію, яка вже звикла купувати мистецтво онлайн. Після корекції 2022–2023 років частка онлайн-продажів стабілізувалась на рівні 18% — і саме у цей стабілізований ринок NFT-сегмент намагається інтегруватись, як окремий, але вже значно менший канал [12].

Причини такої корекції є не лише кон'юнктурними. Одна з них — відсутність кураторського відбору на масових платформах. На OpenSea у піковий момент розміщувались мільйони токенів без жодного механізму верифікації якості, що робило навігацію для покупця неможливою. Інша причина — спекулятивний характер значної частини попиту: покупці входили на ринок не через інтерес до цифрового мистецтва, а через очікування перепродажу за вищою ціною. Сам покупець роботи Beeple — сингапурський інвестор Вігнеш Сундаресан — зазначав, що проблема буму полягала у спробі «фінансіалізувати все», і повністю зупинив купівлю NFT ще до кінця 2021 року. І остання — скасування обов'язкових роялті: у 2023 році OpenSea зробив роялті необов'язковими під тиском трейдерів, що підірвало одну з ключових обіцянок технології для художників.

OpenSea працював, як відкритий маркетплейс без кураторського відбору — будь-хто міг розмістити токен. Модель монетизації — комісія 2,5% з кожної транзакції. SuperRare і Foundation застосовували кураторський відбір і вищі комісії (до 15%), відтворюючи логіку галереї у цифровому середовищі. Christie's 3.0 запустив власну NFT-платформу після успіху з Beeple — приклад того, як традиційний інститут абсорбував новий формат замість того, щоб йому протистояти.

Принципові відмінності між традиційним арт-ринком і NFT-сегментом виходять за межі технологічного формату і стосуються базових механізмів функціонування ринку, що ілюструє табл. 2.1.

Таблиця 2.1 — Порівняльна характеристика традиційного арт-ринку та NFT-сегменту

Критерій	Традиційний арт-ринок	NFT-сегмент
Природа активу	Фізичний або цифровий об'єкт з документальним провенансом	Токен на блокчейні, прив'язаний до цифрового файлу
Верифікація автентичності	Експертна оцінка, провенансна документація, атрибуція галереї або аукціонного дому	Смарт-контракт на блокчейні; криптографічний запис права власності
Ліквідність	Низька у нижньому сегменті; вища у топ-сегменті через аукціонний механізм	Висока у піковий період (2021–2022); різко знизилась після корекції

Продовження табл. 2.1

Критерій	Традиційний арт-ринок	NFT-сегмент
Прозорість цін	Низька на первинному ринку; висока на публічних аукціонах	Висока — всі транзакції записані у блокчейні і є публічними
Комісія посередника	Галерея: 50% від продажу; аукціон: buyer's premium 13–26% + seller's commission	Платформа: 2,5–15% залежно від маркетплейсу; відсутність традиційних посередників
Роялті художнику від перепродажу	Відсутні у США; droit de suite в ЄС (до 4%) — лише для аукціонних продажів	Технічно до 10% через смарт-контракт; на практиці скасовані більшістю платформ у 2023 р.
Бар'єр входу для художника	Високий: потрібна галерейна атрибуція або репутація	Низький: будь-хто може «мінтити» NFT без відбору
Географічна доступність	Обмежена фізичними центрами (Нью-Йорк, Лондон, Гонконг)	Глобальна: платформа доступна з будь-якої точки світу
Аудиторія покупців	Заможні колекціонери з досвідом; інституційні покупці	Ширша: криптоінвестори, цифрові нативи, спекулянти
Екологічний слід	Мінімальний від самого об'єкта; значний від логістики і зберігання	Значний для блокчейнів Proof-of-Work (Ethereum до 2022 р.); знижений після переходу на Proof-of-Stake
Інституційне визнання	Висока роль музеїв, кураторів, арт-критики	Формується; окремі NFT-художники отримали галерейне представництво
Ризик підробки	Значний: підробки становлять до 20% ринку за оцінками IFAR	Мінімальний для токена; але поширені порушення авторських прав (мінтинг чужих робіт)

Джерело: складено автором на основі [2; 12; 13; 26]

Серед усіх відмінностей, зафіксованих у табл. 2.2, однією з ключових є механізм верифікації автентичності. Саме неможливість дешевої і незалежної перевірки автентичності є тим, що утримує репутаційну монополію традиційних інституцій — галерей, аукціонних домів, експертів. Їхня комісійна модель є, у своїй основі, платою за цю функцію. NFT технічно усунув цю монополію: блокчейн робить верифікацію автоматичною і публічною без будь-якого посередника. Однак, технічне вирішення проблеми автентичності не замінило соціального механізму легітимності — і саме тому NFT не реструктурував традиційний ринок, а утворив паралельний, з іншою аудиторією і іншою логікою цінності. Для художника це означає вибір не між форматами, а між двома різними системами визнання, які поки що майже не перетинаються.

Ethereum до вересня 2022 року використовував механізм «Proof-of-Work», який споживав за різними оцінками стільки ж електроенергії скільки невелика країна. Після переходу на «Proof-of-Stake» споживання знизилось приблизно на 99,95%. Проблема авторських прав виявилась більш стійкою: на OpenSea у піковий момент були поширені випадки мінтингу (створення та реєстрація NFT у блокчейні) чужих робіт без відома і згоди оригінальних авторів. Платформа не мала ефективного механізму верифікації авторства до мінтингу — лише реактивний механізм скарг після. Для художників з периферійних ринків це означало, що їхні роботи могли бути токенизовані і продані кимось іншим без правових наслідків для порушника.

Порівняння з динамікою традиційного арт-ринку у 2003–2008 роках виявляє спільну структурну логіку: обидва епізоди є спекулятивним перегрівом над реальним активом, який має власну цінність незалежно від спекулятивної надбудови. У 2003–2008 роках цим активом були роботи художників з інституційним визнанням; у 2021–2022 — цифрове мистецтво і технологія верифікації авторства. В обох випадках корекція не знищила базовий актив, а лише усунула спекулятивну складову. Однак, є значна відмінність: традиційний ринок після 2008 року повернувся до усталеної інституційної структури з тими самими гравцями і механізмами. NFT-сегмент після 2022 року не має куди повертатися — він або знайде стійку нішу, або зникне як організаційна форма. Наразі ніша формується: цифрове мистецтво як самостійна форма з власною аудиторією, токенизація музичних роялті, колекціонування у геймінг-екосистемах. Це малий і поки що нестабільний сегмент, але з власною внутрішньою логікою, яка не залежить від спекулятивного попиту.

Онлайн-перегляди і віртуальні виставки не є винаходом пандемії — вони існували і раніше як допоміжний формат. Але до 2020 року ніхто не тестував їх як єдиний канал. Першим масштабним тестом стали Online Viewing Rooms Art Basel Hong Kong у березні 2020 року: 235 галерей з 242 запланованих учасників приєдналися до платформи, яка залучила понад 250 000 відвідувачів — порівняно з 88 000 фізичних відвідувачів попереднього року.

Значення є високим, але потребує інтерпретації. Відвідуваність онлайн-перегляду і відвідуваність фізичного ярмарку — різні поняття. Людина, яка 10 хвилин погортала платформу і людина, яка провела три дні на Art Basel Hong Kong — це різні рівні залученості. За даними Art Basel/UBS, у першій половині 2020 року 85% заможних колекціонерів відвідали онлайн-перегляди арт-ярмарків, але лише 40% придбали через них твори. Конверсія у 40% від і так відфільтрованої аудиторії є непоганою — але вона показує, що онлайн-формат добре спрацьовує для підтримки існуючих відносин і гірше для ініціювання нових угод [27].

67% дилерів у 2020 році використовували онлайн-перегляди активніше, ніж у попередні роки, причому серед найбільш цінованих колекціонерами функцій — цінова прозорість: 81% з них вважали наявність ціни при перегляді важливою або обов'язковою умовою. Це розкриває цікавий супутній ефект: перехід в онлайн підштовхнув ринок до більшої прозорості, яку галереї традиційно уникали. Ціна зазвичай є «секретом» фізичного ярмарку — на онлайн-платформах її відсутність просто унеможлиблює угоду.

Після відновлення фізичних ярмарків у 2021–2022 роках онлайн-перегляди не зникли, але змінили функцію. Вони перестали бути заміником і стали доповненням: попередній перегляд до відкриття, розширена документація після закриття, інструмент для покупців, які фізично не можуть відвідати подію. David Zwirner ще у 2020 році розробив цифрову стратегію, яка позиціонувала вебсайт галереї як «восьму локацію» — поряд із сімома фізичними просторами. Це формулювання точно відображає зрілу гібридну логіку: онлайн-канал є рівноправним простором зі своєю аудиторією і своєю динамікою угод [27].

Окремим напрямом є VR і AR у музейному контексті. Google Arts & Culture розвиває 3D-тури музейними колекціями, що дає доступ до творів для аудиторії без фізичної можливості їх відвідати. Rijksmuseum у 2020 році зафіксував найнижчу фізичну відвідуваність з 1964 року — і водночас 23-відсоткове зростання підписників у соціальних мережах і мільйони унікальних відвідувань цифрової колекції. Для музею це означало охоплення аудиторії, яка раніше взагалі не взаємодіяла з інституцією. Для арт-ринку — потенційне розширення бази

майбутніх покупців, що є довгостроковим ефектом цифровізації, який складніше виміряти, ніж поточні продажі.

Питання про те, чи є VR-тури і онлайн-перегляди реальною демократизацією доступу до мистецтва, потребує розмежування двох понять, які часто змішуються: доступу до споглядання і доступу до участі у ринку. Цифровізація суттєво знизила бар'єр першого — мільйони людей отримали можливість переглядати колекції світових музеїв без фізичної присутності. Однак, бар'єр другого залишається практично незмінним: онлайн-перегляд не конвертується автоматично у колекціонерську поведінку, що підтверджує і статистика — лише 40% заможних колекціонерів, які відвідали онлайн-перегляди у 2020 році, здійснили через них покупку, і це вже відфільтрована, платоспроможна аудиторія. Для широкої аудиторії рівень перетворення є значно нижчим. Демократизація доступу до мистецтва як культурного досвіду є реальною, але вона не є демократизацією арт-ринку як економічної системи.

Для українських інституцій — PinchukArtCentre, Мистецького Арсеналу — цифровий канал має інший практичний вимір. В умовах, коли фізичний доступ до України для міжнародних кураторів, колекціонерів і журналістів є обмеженим, онлайн-присутність виконує функцію репутаційного сигналу: міжнародний куратор, який не може приїхати до Києва, може переглянути виставку онлайн — і це може стати підставою для запрошення художника на резиденцію або включення до міжнародного проєкту. Цифровий канал у цьому контексті скорочує не фінансовий бар'єр входу на ринок, а географічний бар'єр видимості — і саме це є його реальною цінністю для периферійних інституцій.

Термін *phygital* — поєднання *physical* і *digital* — є описом реальної структурної зміни в тому, як галереї організують свою діяльність. До 2020 року онлайн-канал був додатком до фізичного; після 2020-го питання перестало бути «онлайн чи офлайн» і стало «як комбінувати обидва».

За даними Art Basel/UBS, у 2023 році онлайн-продажі становили 23% від загальних продажів дилерів, причому найбільше зростання — з 12% до 20% — зафіксовано у власних онлайн-каналах галерей і вебсайтах, а не на зовнішніх

платформах. Це свідчить про те, що галереї не делегували цифровий канал агрегаторам, а вбудували його у власну інфраструктуру. Різниця суттєва: продаж через Artsy означає залежність від платформи і поширення даних про клієнтів; продаж через власний сайт зберігає відносини і дані всередині галереї [12].

Hauser & Wirth є демонстративним кейсом гібридної моделі у виконанні мегагалереї. Мережа з понад 10 фізичних локацій на трьох континентах доповнена власною онлайн-платформою з кураторськими виставками, інтернет-магазином і цифровим архівом художників. При цьому онлайн-продажі є не основним каналом, а інструментом підтримки відносин між фізичними відвідуваннями.

Для малої галереї ця логіка виглядає інакше. Instagram тут виконує функцію, яку велика галерея забезпечує через мережу філій і арт-ярмарки — постійну видимість. Частка онлайн-продажів новим покупцям у 2024 році зросла до 46% — майже половина онлайн-угод дилерів припадає на покупців, які вперше взаємодіють з галереєю саме через цифровий канал [5]. Для малої галереї з обмеженим фізичним охопленням це означає, що інвестиції у цифрову присутність мають вимірюваний ефект у вигляді нових клієнтів — чого раніше можна було досягти лише через участь у ярмарках з їх значними витратами.

У 2024 році 31% дилерів визначили арт-ярмарки як найчастіше використовуване джерело нових покупців, що на 1% більше ніж у 2023 році [5]. Отже, фізичний ярмарок не втратив свої функції попри зростання онлайн-каналів. Гібридна модель є їх паралельним функціонуванням, фізичний канал для відносин і репутації, цифровий для охоплення і доступу.

Для українських галерей гібридна модель є найреалістичнішим шляхом міжнародної інтеграції в умовах, де фізичне відкриття офісу у Лондоні або Нью-Йорку є фінансово недоступним. Онлайн-платформа, активний Instagram, участь у цифрових «viewing rooms» міжнародних ярмарків — це набір інструментів, доступних без значного капіталу. Обмеження цього шляху залишається тим же, що і в підрозділі 2.1: цифровий канал знижує бар'єр доступу до аудиторії, але не замінює репутаційний капітал, який накопичується через фізичну присутність у центрах.



Рисунок 2.5 — Гібридна бізнес модель сучасної галереї (phygital)

Джерело: розроблено автором на основі [5; 9]

Гібридна модель для українських галерей наразі є тактикою, а не стратегією. Тактика вирішує поточне завдання: забезпечити видимість, знайти нових покупців, підтримати відносини з існуючими в умовах обмеженого капіталу і фізичної недоступності центрів. З цим завданням цифровий канал справляється. Але стратегія передбачає накопичення репутаційного капіталу, який конвертується у довгострокове позиціонування на ринку, — і тут гібридна модель сама по собі є недостатньою. Цифровий канал підсилює репутацію, яка вже існує, але не створює її з нуля. Для переходу від тактики до стратегії потрібен хоча б один фізичний якір у міжнародній екосистемі: участь у відборі Art Basel або Frieze, представлення художника міжнародним куратором, публікація в англomовному виданні з репутаційною вагою. Після того, як такий сигнал з'являється, цифровий канал стає інструментом його масштабування — і саме тоді гібридна модель набуває стратегічного виміру. Без цього якоря вона залишається ефективною тактикою виживання, але не механізмом інтеграції у глобальний ринок.

2.3. Український арт-експорт у контексті євроінтеграції: інституційні бар'єри, успішні кейси та стратегії просування

Український арт-ринок до повномасштабного вторгнення перебував у стані структурного становлення — він вже не був радянською інституційною спадщиною, але ще не став повноцінним ринком у міжнародному розумінні. Відсутність надійної зведеної статистики є характеристикою ринку: більшість угод відбувалась у приватному каналі без публічної фіксації цін, реєстр колекціонерів не існував, а аукціонна активність залишалась низькою порівняно з країнами схожого економічного рівня.

За даними КШЕ, у 2019 році креативні індустрії загалом згенерували 3,94% доданої вартості України — 117 млрд грн — і забезпечили роботою 352 тисячі людей, або 3,8% зайнятих. Експорт креативних товарів склав 0,51 млрд дол., натомість експорт креативних послуг — 5,4 млрд дол., що становило 30% загального експорту послуг [28]. Ці цифри відображають структурну особливість української креативної економіки: вона є сервісно орієнтованою, де домінує ІТ, тоді як візуальне мистецтво як товарний сегмент у зовнішній торгівлі є маргінальним. Серед найбільших секторів за доданою вартістю — ІТ, реклама і маркетинг, аудіовізуальний сектор, архітектура і видавнича справа. Візуальне мистецтво і арт-ринок у цій ієрархії не входять до топ-5.

Інституційна структура ринку до 2022 року концентрувалась переважно у Києві. PinchukArtCentre — відкритий у 2006 році — позиціонує себе як міжнародний центр сучасного мистецтва XXI століття і є єдиною українською інституцією з послідовною міжнародною програмою [29]. Мистецький Арсенал — найбільший виставковий простір України площею 60 000 м² — у 2018 році прийняв 173 550 відвідувачів і провів 6 виставок, 2 фестивалі та 52 освітні проекти [30]. Поруч із цими двома флагманами функціонували менші комерційні галереї — «Карась», Bottega Gallery, Voloshyn Gallery, а також ярмарок Art Kyiv Contemporary, який у 2007–2014 роках був єдиною спробою створити міжнародний арт-ярмарок у країні і залучав іноземних учасників.

Аукціонний сегмент залишався нерозвиненим. Аукціонний дім «Дукат» і кілька менших операторів проводили торги переважно для внутрішнього ринку з обмеженим ціновим діапазоном і без міжнародного охоплення. Це критична відмінність від зрілих ринків: відсутність публічних аукціонних результатів означала відсутність цінових орієнтирів, що унеможливлювало формування прозорого вторинного ринку.

За сегментами ринок ділився нерівномірно. Сучасне мистецтво («contemporary art») було найдинамічнішим, але найменш задокументованим сегментом. Ринок народного мистецтва і художніх промислів мав більш сформовану інфраструктуру через систему народних майстрів і регіональних ярмарків, але залишався переважно внутрішнім. Іконопис і антикваріат функціонували у напівтіньовому режимі через законодавчу невизначеність щодо вивезення предметів старовини.

У 2019–2021 роках сектор візуального мистецтва демонстрував зростання на 22% попри карантинні обмеження [31]. Це зростання відображало загальну тенденцію до розширення внутрішнього попиту на «contemporary art» серед молодшої міської аудиторії, яка сформувалась після Революції гідності. Саме ця аудиторія стала основою для нової хвилі галерей і арт-просторів які з'явилися у Києві у 2015–2021 роках — IZONE Creative Community, Closer, галерея 11 Mirrors. Ці простори функціонували не лише як галереї, а як культурні хаби, що поєднували виставки з резиденціями, освітніми програмами і музичними подіями. Така модель є ближчою до «artist-run space», ніж до комерційної галереї і це відображало реальний стан ринку: попит на мистецький досвід зростає швидше, ніж попит на купівлю творів.

Модель культурного хабу, яка домінувала у київському арт-середовищі у 2015–2021 роках, є одночасно ознакою незрілості ринку і органічною відповіддю на реальний попит. Незрілість у тому, що класична комерційна галерея потребує бази платоспроможних колекціонерів, якої на той момент не існувало в достатньому обсязі. Органічна специфіка у тому, що аудиторія після Революції гідності формувала попит не на купівлю творів, а на причетність до культурного

процесу, і хаб відповідав саме цьому запиту. Публічний простір для мистецтва справді став цінністю і це не відхилення від норми, а відображення того, на якому етапі перебувало суспільство. Структурна проблема цієї моделі інша: хаб не генерує цінових орієнтирів і не формує колекціонерської поведінки. Художник отримує аудиторію і впізнаваність, але не ринкову траєкторію. У поствоєнний період це стає викликом: аудиторія, яка звикла споживати мистецтво як досвід, потребує свідомої конвертації у покупців. Це завдання потребує цілеспрямованої роботи галерей з формування колекціонерської культури: прозорого ціноутворення, доступних точок входу і освітньої роботи з новою аудиторією.

Інституційні бар'єри українського арт-ринку є різнорідними за природою — вони одночасно є законодавчими, фінансовими, інформаційними та інфраструктурними. Кожен з них може бути усуненим окремо, у сукупності вони утворюють середовище, яке системно ускладнює як внутрішній розвиток ринку, так і його інтеграцію у міжнародний.

Законодавчі бар'єри

Закон «Про вивезення, ввезення та повернення культурних цінностей» 1999 року є центральним регуляторним документом у сфері арт-експорту — і водночас головним законодавчим бар'єром для нього. Закон регулює відносини, пов'язані з вивезенням, ввезенням та поверненням культурних цінностей, і передбачає обов'язкову державну експертизу та отримання свідоцтва на право вивезення для будь-якого предмета, що підпадає під його дію [20]. Проблема полягає у надширокому визначенні «культурних цінностей»: до них належать предмети, створені більш ніж 50 років тому, що охоплює значну частину сучасного антикваріату і навіть роботи художників середнього покоління.

Для тимчасового вивезення культурних цінностей власник або уповноважена ним особа подає заяву до центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у відповідній сфері [20]. На практиці ця процедура є тривалою і бюрократично обтяжливою: галерея, яка хоче відправити роботи на міжнародний ярмарок змушена проходити державну експертизу, терміни якої можуть перевищувати реальні дедлайни подачі заявок. Для «contemporary art»

процедура спрощена, але не скасована, що продовжує створювати адміністративне навантаження.

Окремою проблемою є невизначеність статусу цифрового мистецтва і NFT у чинному законодавстві: ні Закон 1999 року [20], ні Закон «Про культуру» [32] не містять положень щодо цих форматів, що створює правовий вакуум для художників, які працюють у цифровому середовищі і хочуть виходити на міжнародний ринок через блокчейн-платформи.

Фінансові бар'єри

Ринок арт-кредитування в Україні практично відсутній. У зрілих арт-ринках — насамперед американському і британському — арт-банкінг є розвиненою послугою: колекціонер може отримати кредит під заставу наявної колекції для придбання нових робіт. В Україні жоден з комерційних банків не пропонує такого продукту, що обмежує попит рамками наявної ліквідності покупців.

Страховий ринок для творів мистецтва також є нерозвиненим. Страхування творів мистецтва з України на міжнародних ринках вимагає підвищеного покриття воєнних ризиків і захисту культурної власності, з витратами на рівні 4–6% від вартості щорічно [33]. До 2022 року навіть без воєнної складової, страхування робіт для міжнародних виставок було складним і дорогим через відсутність спеціалізованих страховиків всередині країни — галереям доводилось звертатись до іноземних страхових компаній, що додавало транзакційних витрат і ускладнювало логістику.

Інформаційні бар'єри

Відсутність централізованого реєстру художників, галерей і угод є структурною проблемою, яка ускладнює побудову прозорого ринку. На зрілих ринках бази даних аукціонних результатів — Artnet [34], Artprice [10] — є основою для цінових рішень покупців і продавців. В Україні аналогічної інфраструктури не існує: угоди у приватному каналі не фіксуються, аукціонна активність є мізерною, а інформація про художника і його ринкову вартість розпорошена між галереями без можливості агрегації.

Провенансна документація є ще одним слабким місцем. Більшість робіт на українському ринку не мають повної документальної історії власності — не через зловмисний намір, а через відсутність культури документування. Це є прямим бар'єром для виходу на міжнародний ринок: серйозний іноземний покупець або аукціонний дім вимагатиме провенансну документацію, яку у більшості випадків надати неможливо.

Інфраструктурні бар'єри

Система приватних фондів як механізму підтримки мистецтва є майже відсутньою. PinchukArtCentre є єдиним великим приватним фондом з системною програмою — і він є винятком, а не правилом. У США система приватних фондів налічує тисячі організацій, які фінансують резиденції, стипендії, публікації і міжнародні програми. В Україні цю функцію частково виконували державні структури через Мінкульт і Український інститут, але з обмеженим фінансуванням і бюрократичною логікою розподілу ресурсів.

Арт-освіта як підготовка до роботи в ринковому середовищі є системно слабкою. Художні академії готують художників і дизайнерів, але не арт-менеджерів, галеристів і арт-консультантів. Ринку бракує фахівців, які розуміють одночасно мистецтво і бізнес: без кваліфікованих посередників ринок залишається неорганізованим, а без організованого ринку немає попиту на таких фахівців.

Таблиця 2.2 — SWOT-аналіз позиції України на світовому арт-ринку

	Сильні сторони	Слабкі сторони
Внутрішні фактори	Потужна художня школа і традиція; зростаючий сектор contemporary art; PinchukArtCentre як платформа міжнародної інтеграції; активна діаспора у ключових арт-центрах	Відсутність прозорого вторинного ринку; бюрократичні бар'єри при вивезенні; брак провенансної документації; нерозвинена інфраструктура арт-кредитування і страхування

Продовження таблиці 2.2

Зовнішні фактори	Можливості	Загрози
	Зростання міжнародної уваги до українського мистецтва після 2022 р.; євроінтеграція як рамка для гармонізації регулювання; цифрові канали як доступний шлях виходу на міжнародний ринок; корейський прецедент конвертації культурного впливу у ринковий попит	Руйнування культурної інфраструктури внаслідок війни; відтік художників за кордон; конкуренція з боку ринків з розвинутою інституційною підтримкою; ризик зведення попиту на українське мистецтво до гуманітарної солідарності без довгострокового ринкового виміру

Джерело: складено автором на основі [5; 20; 21; 28; 32]

SWOT-аналіз виявляє характерну асиметрію: сильні сторони України є переважно культурними і репутаційними, тоді як слабкі — інституційними і фінансовими. Це означає, що потенціал існує, але його реалізація потребує цілеспрямованих структурних змін, а не лише органічного розвитку. Серед чотирьох категорій бар'єрів найбільш критичним для першочергового подолання є інформаційний — і саме тому, що він є найменш видимим. Законодавчий бар'єр привертає найбільше уваги через свою очевидність, але він діє на пізньому етапі: коли міжнародний покупець вже ухвалив рішення про купівлю і стикається з процедурою вивезення. Інформаційний бар'єр діє значно раніше — на етапі первинного знайомства з художником або галереєю. Відсутність англomовної документації, провенансних записів і публічної цінової історії унеможливорює формування попиту ще до того, як потенційний покупець дійде до будь-якого законодавчого або фінансового питання. Подолання інформаційного бар'єру є передумовою для того, щоб усі інші бар'єри взагалі стали релевантними, тому воно має пріоритет, попри те що не потребує законодавчих змін, а лише системної і часто непомітної роботи з документацією, перекладом і цифровою присутністю.

Лютий 2022 року став переломним моментом для українського арт-ринку. Очікуваний негативний вимір реалізувався повністю: внутрішній ринок зупинився, галереї закрились або евакуювались, художники розпорошились по всій Європі. Водночас відбулося щось, чого ринок не міг спланувати: міжнародна увага до

українського мистецтва зросла різко і органічно і це стало другим, парадоксальним виміром того самого удару.

Зупинка внутрішнього ринку була майже миттєвою. Галереї, які тільки-но пережили COVID і відновили роботу, знову закрились. Цього разу через повітряні тривоги, відключення електроенергії і масову евакуацію аудиторії. За даними дослідження Portal 11, більш ніж 87% митців постраждали від зриву планів через війну, з яких чверть зіткнулася одночасно з відкладеними і скасованими проектами [35]. Евакуація музейних фондів стала масштабною операцією: фонди Національного художнього музею, музею Ханенків, регіональних колекцій пакувались і переміщались до підвалів і бункерів або перевозились у більш безпечні регіони.

Відтік художників за кордон є втратою, яка не вимірюється у короткостроковій статистиці. Значна частина найактивніших і найвидиміших представників *Ukrainian contemporary art* опинились у Берліні, Варшаві, Лондоні, Нью-Йорку. Для міжнародного ринку це парадоксально підвищило їхню видимість, але для внутрішньої інфраструктури це означало втрату тих, хто будував галереї, проводив виставки і формував місцеву аудиторію.

Проте реакція міжнародних інституцій мала позитивний ефект. Аукціонні дома відреагували швидко і публічно. Christie's у 2022 році організував серію благодійних продажів на підтримку України, де консигнанти жертвували значну частину прибутків, а Christie's — частку своєї комісії. Ініціатива була спрямована на підтримку гуманітарної допомоги і культурного збереження одночасно [36]. Sotheby's провів онлайн-аукціон *Contemporary Discoveries* з 13 по 19 травня 2022 року, де були представлені 15 українських і 13 міжнародних художників. Sotheby's повернув 100% «buyer's premium» українським художникам-донорам, а кошти від продажів направив до Міжнародного комітету порятунку. Серед проданих робіт — твори, які були врятовані з Києва і перевезені до Львова, згорнуті у водостічні труби як найзручніший засіб транспортування [37].

Ці продажі мали подвійне значення. Перше — гуманітарне і фінансове: реальні кошти для підтримки художників і культурних інституцій. Друге —

репутаційне: присутність українських художників на платформах Christie's і Sotheby's є інституційним сигналом якості, який за звичайних обставин вимагає років кар'єрної роботи. Криза прискорила цей процес, але водночас поставила питання: чи буде цей сигнал стійким після того, як гуманітарний імпульс вщухне?

Frieze присвятив значну редакційну і програмну увагу українському мистецтву починаючи з 2022 року: публікації про українських художників, кураторів і інституції стали регулярними, а окремі виставки у рамках ярмарку фокусувались на Voloshyn Gallery і Fridman Gallery як мостах між українським і міжнародним контекстом [38].

Венеціанська бієнале є найбільш системним прикладом інституційної інтеграції. На 60-й Венеціанській бієнале у 2024 році Павільйон України представив груповий проект «Net Making» під кураторством Вікторії Бавикиної і Макса Горбацького, який досліджував досвід війни, еміграції і соціальної інтеграції через метафору колективного плетіння маскувальних сіток [39]. Комісаром Павільйону виступило Міністерство культури і інформаційної політики України в особі заступника міністра з питань євроінтеграції, а публічну програму організував Український інститут у партнерстві з Goethe-Institut Ukraine і ERSTE Foundation [40].

На 61-й Венеціанській бієнале у 2026 році Павільйон України представляє проект «Security Guarantees» художниці Жанни Кадирової — скульптуру «Оригамі-олень», яка була евакуйована з парку у Покровську Донецької області у серпні 2024 року, коли лінія фронту наблизилась до міста. Проект звертається до теми Будапештського меморандуму і порушених гарантій безпеки [41]. Факт, що скульптура фізично пройшла шлях евакуації і тепер представлена у Венеції є не лише художнім жестом — це документ війни, який говорить мовою мистецтва до аудиторії, яка інакше могла б не почути.

Український інститут — державна установа підпорядкована МЗС і Мінкульту — є головним інституційним посередником між українським мистецтвом і міжнародною аудиторією. Тетяна Філевська, Креативний директор Українського інституту, виступала комісаром Павільйону України на кількох

Венеціанських бієнале поспіль [40], що свідчить про послідовність інституційної стратегії, а не ситуативну реакцію.

Проте, між гуманітарною увагою і ринковим попитом існує розрив, який не закривається автоматично. Куратор бієнале Вікторія Бавікіна сформулювала це прямо: «Аудиторія за кордоном втомилась від війни. Дуже важливо бути присутніми на бієнале, бо це ще одне нагадування про нас» [39]. Це чесне визнання того, що присутність на міжнародних майданчиках є роботою проти природного зниження уваги — і ця робота потребує постійних ресурсів і стратегії, а не лише органічного інтересу.

Співвідношення між гуманітарною і ринковою складовою міжнародної уваги до українського мистецтва залишається асиметричним на користь першої — і це асиметрія, яка з часом не вирівнюється сама по собі. Гуманітарна увага є реакцією на подію: вона інтенсивна, але затухає — про що відверто сказала куратор Бавікіна, зафіксувавши втому міжнародної аудиторії вже у 2024 році. Ринковий попит є реакцією на цінність: він повільніший у формуванні, але стійкіший. Проблема полягає в тому, що перше не конвертується в друге автоматично і може йому заважати, якщо єдиним наративом про українське мистецтво залишається воєнний контекст. Художник, якого знають лише як "українця під час війни", не має ринкової траєкторії після війни.

Конвертація потребує кількох паралельних процесів. Перший — формування художнього наративу, незалежного від воєнного контексту: одночасна розповідь про традицію, художню мову і культурну специфіку, яка залишається цінністю поза межами гуманітарного імпульсу. Другий — використання аукціонних результатів Christie's і Sotheby's 2022–2023 років як відправної точки для вторинного ринку: ці публічні цінові записи є унікальним активом, якого до 2022 року не існувало, і їх необхідно розвивати повторними появами на торгах. Третій — системна робота з тими, хто вже купив: колекціонери, які зробили перший крок у 2022–2023 роках, є найціннішою аудиторією, і перетворення разового покупця на системного колекціонера є завданням галерей і інституцій, а не виключно ринку. Часовий проміжок між загасанням гуманітарного імпульсу і

потенційним формуванням стійкого ринкового попиту є обмеженим, що визначає актуальність і терміновість інституційних і ринкових заходів.

Успішні кейси інтеграції українського мистецтва у міжнародний ринок є різними за природою: одні формувались роками до 2022 року, інші виникли безпосередньо внаслідок вторгнення. Важливо розрізняти ці два типи, бо вони мають різну стійкість і різні висновки для майбутньої стратегії.

PinchukArtCentre i Future Generation Art Prize

Future Generation Art Prize є найбільш системним механізмом інтеграції, який Україна створила у сфері «contemporary art». Заснована Фондом Віктора Пінчука у 2009 році, премія є дворічним глобальним конкурсом для художників до 35 років з будь-якої країни світу. Виставки лауреатів проходили у PinchukArtCentre у Києві і як офіційні колатеральні події Венеціанської бієнале у 2011, 2013, 2017 і 2019 роках [42].

Механізм інтеграції тут є двостороннім і це відрізняє FGAP від більшості українських культурних ініціатив. Премія залучає міжнародних художників до Києва — у 7-й «édition» 2024 року з 12 000 заявок з майже 200 країн журі відібрало 21 художника, переможцем стала бангладешська художниця Ашфіка Рахман [43]. До того ж, ця премія виводить українських художників на міжнародний рівень через ту саму платформу: у список відібраних 2024 року увійшли дві українські художниці — Вероніка Гапченко і Дана Кавеліна, остання як переможниця PinchukArtCentre Prize 2022 [29].

Журі премії 2024 року включало Чечілію Алемані — кураторку 59-ї Венеціанської бієнале, Аліс Нок — куратора Центру Помпіду у Парижі, та Хоу Ханру — колишнього художнього директора MAXXI у Римі [29]. Склад журі — це мережа кураторів і директорів інституцій, які бачать українських художників у контексті глобального «contemporary art», а не у контексті кризи чи солідарності. Саме ця різниця сприйняття є ключовою для довгострокової ринкової інтеграції.

Oleksiy Sai i Voloshyn Gallery як модель

Олексій Сай є одним з небагатьох українських художників, чий вихід на міжнародний ринок є задокументованим і відстежуваним. Сай — автор концепції

Excel-Art, працює з електронними таблицями як візуальним ресурсом з 2004 року. Він є учасником PinchukArtCentre Prize (2009) і має виставкову історію у Saatchi Gallery у Лондоні (2013) та низці американських галерей і фестивалів [44].

Після 2022 року його кар'єра набула нового виміру через роботу з Voloshyn Gallery. Voloshyn Gallery представляла Сая і Миколу Рідного на EXPO Chicago 2023: серія Сая «Bombed» отримала увагу міжнародної преси як приклад того, як особистий художній метод природно увібрав у себе мову війни [45]. У 2023 році Voloshyn Gallery відкрила філію у Маямі — першу за межами України. «Ярмарки тривають короткий час але вимагають значних витрат і жодних гарантій результату. З нашим київським простором, який був недоступний і перебував у зоні ризику покриття витрат стало надзвичайно складним», — пояснюють засновники галереї Юлія і Макс Волошині [47]. Маямська філія дозволяє галереї вийти з ярмаркової логіки на постійну присутність, що важливо для побудови відносин з американськими колекціонерами.

Кейс Voloshyn Gallery є прикладом моделі, яка може бути відтворена: українська галерея з сильним складом художників, яка через міжнародні ярмарки формує репутацію і потім конвертує її у постійну присутність у одному з ключових арт-центрів.

Діаспорні галереї як міст

У 2023 році у нью-йоркському районі Трайбека відкрилась галерея Mriya, яку її засновник Артем Яланський позиціонує як першу українську арт-галерею у Нью-Йорку. Галерея відкрилась з інвестицією \$600 000 від Яланського і однодумців з корінням у Запоріжжі. «Люди купують не тому, що це українці і їм потрібна допомога. Вони купують тому, що бачать цінність. Бачать, що це насправді недооцінено відносно ринку», — говорить Яланський. Це чітке позиціонування: не гуманітарна солідарність, а ринкова логіка — воно є умовою сталого попиту. З продажів галерея направляє 5–10% до організації Peace for the Future на гуманітарну і військову допомогу Україні [47].

Також у США функціонує Rukh Art Hub — ініціатива харківських куратора і дизайнерки, які просувають українське мистецтво. Rukh організував кілька

виставок у Mriya, включаючи «Shero» — роботи майже 30 художниць — та виставку дитячих робіт студії Aza Nizi Maza з Харкова, яка продовжує працювати у метро-бомбосховищі [47].

Voloshyn Gallery і Mriya відрізняються від більшості діаспорних ініціатив одним ключовим вибором: обидві свідомо позиціонують себе у комерційній логіці, а не у гуманітарній. Яланський формулює це як умову сталого попиту — покупець має бачити ринкову цінність, а не потребу в допомозі. Voloshyn Gallery через участь у EXPO Chicago і відкриття маямської філії будує постійну присутність у американській комерційній екосистемі, а не залишається у форматі разової ярмаркової участі. Це визначальна відмінність: більшість діаспорних ініціатив функціонують у логіці події — виставка, видимість, повернення до початкової точки — без накопичення репутаційного капіталу між подіями. Питання про масштабованість цієї моделі через державну підтримку потребує об'єктивної оцінки. Фінансовий бар'єр є реальним і державна підтримка може його частково знизити: покриття витрат на міжнародні ярмарки, юридичний і логістичний супровід при відкритті закордонних представництв, фінансування англомовної документації як публічного ресурсу. Але особиста ініціатива, підприємницьке мислення і готовність до ризику, які є в основі обох кейсів, державою не відтворюються. Реалістична роль держави — не створення нових Voloshyn Gallery, а зниження бар'єрів для тих, хто вже має потенціал їх створити.

Стратегія інтеграції українського арт-ринку у глобальний не може бути єдиною і лінійною — надто різні за природою виклики стоять перед різними гравцями: державою, галереями і самими художниками. Проте є кілька напрямів, де зусилля різних рівнів можуть взаємно підсилюватись, а не діяти паралельно без координації.

Угода про асоціацію між Україною та ЄС, що набрала чинності у повному обсязі 1 вересня 2017 року [24], містить Главу 24 «Культура», яка охоплює культурне співробітництво та аудіовізуальну політику. Зокрема, стаття 437 зобов'язує сторони сприяти культурному співробітництву для поглиблення

взаєморозуміння і культурного обміну, а також підвищення мобільності мистецтва і художників з ЄС та України [48].

Україна приєдналась до програми Creative Europe у 2016 році. У грудні 2021 року була підписана нова угода між ЄС і Україною про участь у програмі на 2021–2027 роки [48]. Creative Europe надає пряме фінансування для культурних організацій, тобто це реальний фінансовий інструмент, доступний вже зараз. Проблема полягає у низькому рівні обізнаності українських культурних організацій про можливості програми і у мовному бар'єрі: більшість заявок подається англійською, що ставить у не вигідне становище гравців без міжнародного досвіду.

Адаптація до стандартів ЄС у сфері регулювання арт-ринку — зокрема до Регламенту 2019/880 [16] і Директиви 2001/84 про *droit de suite* [23] — є не вибором, а зобов'язанням євроінтеграційного процесу. Але є стратегічний вибір у тому, як саме проводити цю адаптацію: виконуючи лише формальні вимоги або використовуючи її як привід для побудови інфраструктури прозорості: реєстрів, цифрової провенансної документації, системи ліцензування, яка одночасно відповідає вимогам ЄС і підвищує довіру міжнародних покупців до українського мистецтва.

Для розробки стратегії адаптації доцільно проаналізувати досвід інших країн, зокрема Польщі та країн Балтії. Польща є найбільш релевантним прецедентом для України — не тому що ситуації ідентичні, а тому що стартові умови були схожими: пострадянська країна, яка будувала ринкову культурну економіку з нуля після 1989 року. Інститут Адама Міцкевича є ключовим інструментом польської культурної дипломатії: програма POLSKA 100 передбачала реалізацію понад 400 культурних проєктів за чотири роки з метою зміцнення образу Польщі як країни з багатою традицією і сучасною культурою [49]. Аналог цієї структури в Україні — Український інститут — існує, але з суттєво меншим бюджетом і вузьким мандатом.

Польський досвід полягає в методологічному підході: держава взяла на себе роль не виробника культурного продукту, а інфраструктурного забезпечення —

фінансуючи мобільність художників, переклади, участь у міжнародних ярмарках і резиденції для іноземних кураторів. Під час президентства Польщі в Раді ЄС у 2025 році культурна програма «Culture Sparks Unity» охопила понад 350 000 учасників у подіях по всьому світу і понад 4 мільйони реципієнтів онлайн-кампаній [49].

Країни Балтії демонструють інше — відсутність художників у топових рейтингах Artprice не означає відсутності ринкової присутності. Присутність галерей країн Балтії на європейських ярмарках відповідає або перевищує присутність скандинавських галерей, що є результатом послідовної роботи невеликих галерей, а не масштабних державних програм [50]. Це свідчить про те, що послідовність і орієнтація на правильні майданчики визначає репутацію на міжнародному ринку.

На основі проведеного аналізу можна окреслити кілька напрямів, реалізація яких є найбільш пріоритетною.

На рівні ринкової інфраструктури пріоритетною є державна програма підтримки участі українських галерей у міжнародних ярмарках другого рівня: Art Cologne, Artissima, Vienna Contemporary, NADA. Участь у Art Basel є фінансово недоступною для більшості, але ярмарки другого рівня є реалістичним кроком, який забезпечує видимість без витрат у 150 000+ дол. Механізм підтримки може бути аналогічним до польської моделі: часткове покриття витрат на стенд через конкурсний відбір від Українського культурного фонду або Українського інституту.

Рівноцінним пріоритетом є система цифрової провенансної документації для «contemporary art». Це одночасно відповідає вимогам євроінтеграції і вирішує практичну проблему відсутності документів, яка блокує продажі на міжнародному ринку. Технічно це реалізується через реєстрацію на блокчейн-платформах типу Artory або через централізований державний реєстр при Міністерстві культури.

На законодавчому рівні — пільговий митний режим для тимчасового вивезення «contemporary art». Чинний Закон 1999 року [20] створює непропорційне регуляторне навантаження саме на той сегмент, який найбільш активно виходить на міжнародний ринок. Внесення змін до переліку об'єктів, що потребують

спрощеної або нульової процедури для робіт сучасних авторів є технічно нескладною законодавчою зміною з суттєвим практичним ефектом.

Довгостроковим, але критично важливим напрямом є програма резиденцій для іноземних кураторів в Україні. Куратор, який провів тиждень у Києві і побачив місто інакше сприймає українське мистецтво, ніж той хто бачить його лише на ярмарку. Польща і Корея будували свою міжнародну репутацію саме через цей механізм. В умовах воєнного часу Львів, Івано-Франківськ, частково Одеса залишаються доступними локаціями.

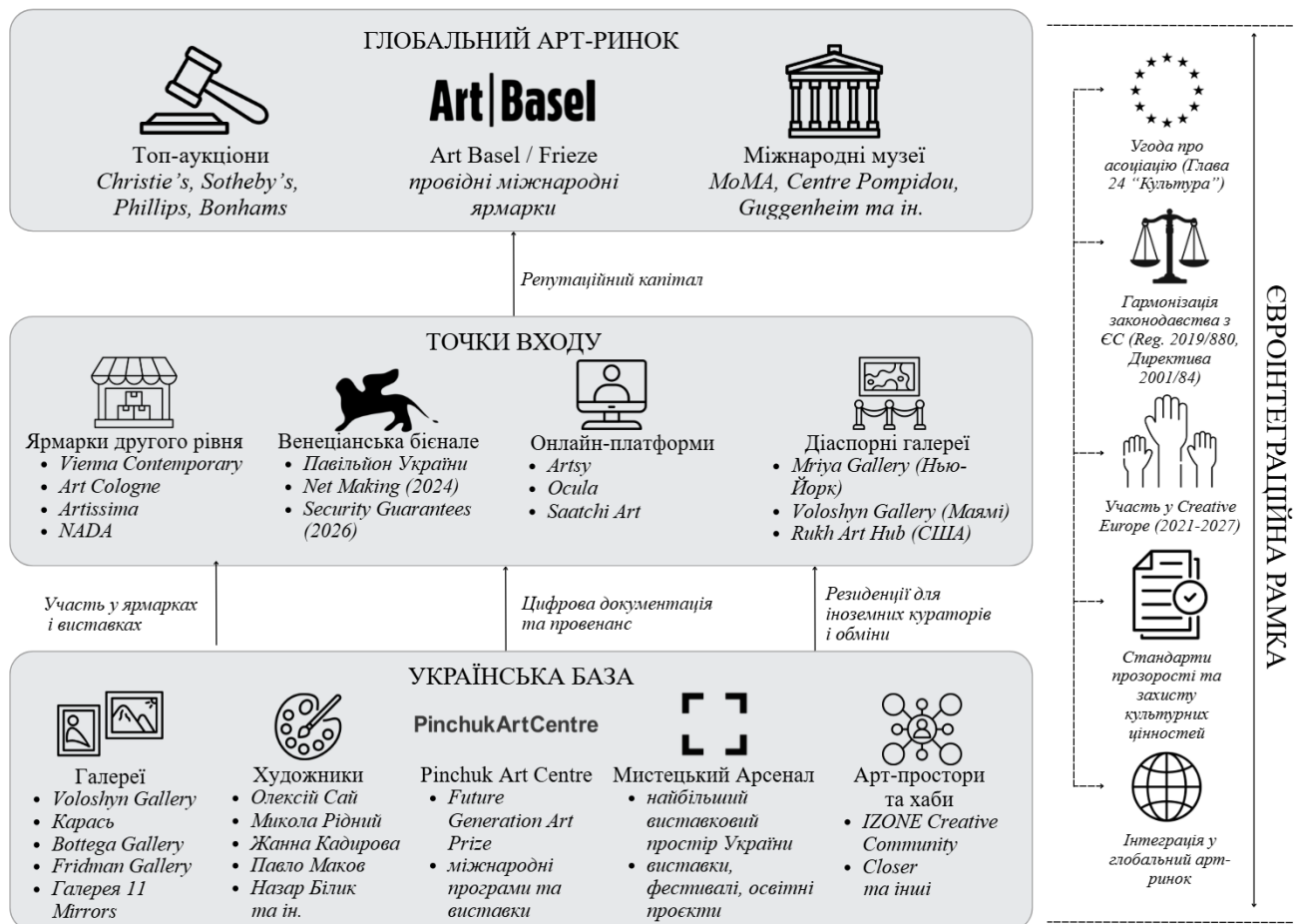


Рисунок 2.6 — Модель інтеграції українського арт-ринку у глобальний

Джерело: розроблено автором на основі [5; 20; 21; 24; 28]

З чотирьох запропонованих напрямів найбільш реалістичним до реалізації у найближчі 2–3 роки є законодавча зміна митного режиму для тимчасового вивезення «contemporary art». Попри те, що законодавчі зміни традиційно сприймаються як повільні, саме тут збігаються три необхідні умови: технічна нескладність поправок, наявний євроінтеграційний тиск як зовнішній мотиватор і

відсутність додаткового фінансового навантаження на бюджет. Це рішення, яке не потребує нових ресурсів — воно потребує лише політичної волі.

Для кожного напрямку існують різні перешкоди. Для митної реформи — політична воля в умовах конкуренції культурних пріоритетів з воєнними. Для провенансної документації — не фінансування і не законодавство, а брак кваліфікованих людей з операційною спроможністю будувати і підтримувати реєстр: це дефіцит, який не вирішується бюджетним рядком. Для програми підтримки ярмарків — фінансування, яке є обмеженим, але не відсутнім, якщо використовувати вже існуючі інструменти УКФ і Українського інституту. Програма резиденцій для кураторів є реалістичною лише у післявоєнному горизонті: безпековий контекст є бар'єром, який не долається ні фінансуванням, ні законодавством. Визнання цієї різниці є важливим для розстановки пріоритетів: не всі рекомендації є рівновіддаленими від реалізації, і змішування короткострокових і довгострокових інструментів в одному переліку без розмежування знижує практичну цінність стратегії.

ВИСНОВКИ

Арт-ринок посідає місце ядра у структурі креативної економіки за всіма трьома розглянутими класифікаціями — DCMS, Торосбі і ЮНКТАД, — проте кожна з них описує його через різний критерій: виробничий процес, культурний зміст або торговельну придатність. Для цілей дослідження застосовано двоступеневу методологічну рамку: модель Торосбі — для теоретичного аналізу структури ринку і механізмів ціноутворення, методологія ЮНКТАД — для статистичного виміру обсягів міжнародної торгівлі. За даними ЮНКТАД, обсяг торгівлі творчими товарами у 2022 році становив 713 млрд дол., з яких частка образотворчого мистецтва — близько 12%. Ця комбінована рамка є методологічним внеском роботи і може бути використана у подальших дослідженнях периферійних арт-ринків.

Організаційна структура арт-ринку базується на трьох традиційних формах — галерея, аукціонний дім, арт-ярмарок, — які утворюють взаємопов'язану репутаційну систему. Цифровізація не замінила цю систему, а розширила її периферію: онлайн-платформи і NFT-маркетплейси створили новий вхідний рівень для художників і покупців, але репутаційна монополія традиційних інституцій у топ-сегменті збереглась. Галерейна модель потребує модернізації через закріплення чітких контрактних зобов'язань, механізмів розподілу доходу від вторинного ринку і гнучких форм представництва замість жорсткого ексклюзиву.

Міжнародна правова система регулювання арт-торгівлі є реактивною: вона фіксує порушення після факту, але не запобігає їм. Конвенція ЮНЕСКО 1970 року при широкому ратифікуванні (140 держав) є слабкою за механізмом виконання — повернення об'єктів відбувається через дипломатичний тиск, а не через автоматичний правовий механізм. Регламент ЄС 2019/880 є найефективнішим наявним інструментом у своїй географії завдяки прямій дії без посередників у вигляді національної імплементації. Для України, яка є одночасно жертвою незаконного вивезення, потенційним експортером «contemporary art» і кандидатом на адаптацію до стандартів ЄС, ці три ролі вимагають різних правових інструментів, що не узгоджуються автоматично.

Порівняльний аналіз трьох регіональних моделей виявив їх суттєві відмінності за механізмами фінансування, правовими рамками і конкурентними перевагами. США контролюють 42% глобального ринку завдяки ліквідному вторинному ринку для живих художників, нульовому митному режиму і щільній репутаційній екосистемі Нью-Йорка. Європейська модель вирізняється ярмарковою інфраструктурою, законодавчим механізмом «droit de suite» і нейтральними юрисдикціями. Азійська — замкненим внутрішнім ринком Китаю і Гонконгом як регіональним хабом, який поступово втрачає позиції на користь Сінгапуру і Сеулу. Жодна з моделей не є придатною для прямого копіювання Україною: оптимальним орієнтиром є гібридна комбінація — європейська правова рамка як зобов'язання євроінтеграції, корейська модель культурної дипломатії як стратегія конвертації уваги у попит, американська логіка репутаційного капіталу як розуміння механізмів формування ціни.

Цифровізація арт-торгівлі є системною, а не тимчасовою зміною: онлайн-продажі стабілізувались на рівні 18% від загального обсягу ринку у 2023–2024 роках — вдвічі більше ніж до пандемії. NFT-сегмент після піку 24,9 млрд дол. у 2021 році скоротився до 4,5 млрд у 2023-му, що є корекцією, а не зникненням: спекулятивна надбудова усунена, але базовий актив — верифікація авторства і роялті від перепродажу через смарт-контракт — зберігає потенціал. Гібридна *phygital*-модель стала новою нормою організації галерейного бізнесу, де цифровий канал забезпечує охоплення і доступ до нових покупців, а фізичний — репутацію і довгострокові відносини.

Український арт-ринок до 2022 року перебував у стані інституційного формування з домінуванням моделі культурного хабу над класичною комерційною галереєю, відсутністю публічного вторинного ринку і нерозвиненою провенансною інфраструктурою. SWOT-аналіз виявив характерну асиметрію: сильні сторони є переважно культурними і репутаційними, слабкі — інституційними і фінансовими. Найбільш критичним для першочергового подолання є інформаційний бар'єр — відсутність англomовної документації і провенансних записів, який діє на етапі

первинного знайомства міжнародного покупця з художником і є передумовою для того, щоб усі інші бар'єри взагалі стали релевантними.

Після 2022 року Україна отримала органічну міжнародну увагу до свого мистецтва через продажі Christie's і Sotheby's на підтримку України, участь у Венеціанській бієнале 2024 і 2026 років, присутність Voloshyn Gallery і Mriya у американській комерційній екосистемі. Проте гуманітарна увага і ринковий попит є різними явищами: перша спадає, друга формується повільно і потребує цілеспрямованої роботи. Художник, якого знають лише як представника країни під час війни, не має ринкової траєкторії після неї — і це визначає терміновість інституційних заходів.

На основі проведеного дослідження обґрунтовано чотири пріоритетні напрями інтеграції українського арт-ринку у глобальний. Найбільш реалістичним на 2–3 років є законодавча зміна митного режиму для тимчасового вивезення «contemporary art» — технічно нескладна поправка до Закону 1999 року [20], яка не потребує додаткового фінансування. Рівноцінним пріоритетом є система цифрової провенансної документації, яка одночасно відповідає вимогам євроінтеграції і вирішує практичну проблему відсутності документів при виході на міжнародний ринок. Програма підтримки участі українських галерей у ярмарках другого рівня — Vienna Contemporary, Art Cologne, NADA — може бути реалізована через існуючі інструменти Українського культурного фонду і Українського інституту. Програма резиденцій для іноземних кураторів в Україні є важливою, але реалістична лише у післявоєнному періоді. Реалістична роль держави полягає не у створенні нових ринкових гравців, а у зниженні бар'єрів для тих, хто вже має потенціал їх створити.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Throsby D. Economics and Culture. Cambridge : Cambridge University Press, 2001. 224 p.
2. UNCTAD. Creative Economy Outlook 2024. New York : United Nations, 2024. 145 p. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2024d2_en.pdf (дата звернення: 17.03.2026).
3. UNCTAD. Creative Economy Outlook 2022: Trends in International Trade in Creative Industries. New York : United Nations, 2022. 157 p. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1_en.pdf (дата звернення: 17.03.2026).
4. Horowitz N. Art of the Deal: Contemporary Art in a Global Financial Market. Princeton : Princeton University Press, 2011. 280 p.
5. McAndrew C. The Art Basel and UBS Art Market Report 2024. Basel : Art Basel ; Zurich : UBS, 2024. URL: <https://theartmarket.artbasel.com/the-art-market-2024> (дата звернення: 18.03.2026)
6. Renneboog L., Spaenjers C. Buying Beauty: On Prices and Returns in the Art Market. Management Science. 2013. Vol. 59, № 1. P. 36–53. DOI: <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1352363>
7. Velthuis O. Talking Prices: Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art. Princeton : Princeton University Press, 2005. 264 p
8. Kräussl R., Lehnert T., Martelin N. Is there a bubble in the art market? Journal of Empirical Finance. 2016. Vol. 35. P. 99–109. DOI: <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2433597>
9. Picinati di Torcello A., Petterson A. Deloitte Private and ArtTactic Art & Finance Report 2023. 8th ed. Luxembourg : Deloitte, 2023. URL: <https://www.deloitte.com/lu/en/services/consulting-financial/research/art-finance-report.html> (дата звернення: 18.03.2025)
10. Artprice. Artprice100© Index 2024. URL: <https://www.artprice.com/artmarketinsight/artprice100> (дата звернення: 17.03.2026)

11. Robertson I. (ed.). Understanding International Art Markets and Management. London : Routledge, 2005. 288 p.
12. McAndrew C. The Art Basel and UBS Art Market Report 2023. Basel : Art Basel ; Zurich : UBS, 2023. URL: <https://theartmarket.artbasel.com/the-art-market-2023> (дата звернення: 05.04.2026)
13. Nadini M., Alessandretti L., Di Giacinto F., Martino M., Aiello L. M., Baronchelli A. Mapping the NFT revolution: market trends, trade networks, and visual features. Scientific Reports. 2021. Vol. 11. Art. 20902. DOI: <https://doi.org/10.1038/s41598-021-00053-8>
14. Convention on the Means of Prohibiting and Preventing the Illicit Import, Export and Transfer of Ownership of Cultural Property / UNESCO. Paris, 14 November 1970. URL: <https://en.unesco.org/about-us/legal-affairs/convention-means-prohibiting-and-preventing-illicit-import-export-and> (дата звернення: 01.05.2026)
15. UNIDROIT Convention on Stolen or Illegally Exported Cultural Objects. Rome, 24 June 1995. URL: <https://www.unidroit.org/instruments/cultural-property/1995-convention> (дата звернення: 01.05.2026)
16. Regulation (EU) 2019/880 of the European Parliament and of the Council on the Introduction and the Import of Cultural Goods, 17 April 2019. Official Journal of the European Union. L 151. P. 1–14. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32019R0880> (дата звернення: 01.05.2026)
17. Human Rights Watch. Ukraine: Russians Pillage Kherson Cultural Institutions. December 20, 2022. URL: <https://www.hrw.org/news/2022/12/20/ukraine-russians-pillage-kherson-cultural-institutions> (дата звернення: 01.05.2026)
18. World Customs Organization. Harmonized System — Chapter 97: Works of Art, Collectors' Pieces and Antiques. URL: <http://www.wcoomd.org/en/topics/nomenclature/instrument-and-tools/hs-nomenclature-2022-edition.aspx> (дата звернення: 01.05.2026)
19. Давимука С. А., Федулова Л. І. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови : монографія. Львів : ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М. І. Долишнього НАН України», 2017. 528 с.

20. Про вивезення, ввезення та повернення культурних цінностей : Закон України від 21.09.1999 № 1068-XIV. Відомості Верховної Ради України. 1999. № 48. Ст. 405. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1068-14> (дата звернення: 02.05.2026)
21. McAndrew C. The Art Basel and UBS Art Market Report 2025. Basel : Art Basel ; Zurich : UBS, 2025. URL: <https://theartmarket.artbasel.com> (дата звернення: 02.05.2026)
22. Flew T. The Creative Industries: Culture and Policy. London : SAGE, 2012. 256 p.
23. Directive 2001/84/EC of the European Parliament and of the Council of 27 September 2001 on the resale right for the benefit of the author of an original work of art // Official Journal of the European Communities. — 2001. — L 272. — P. 32–36. — URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32001L0084> (дата звернення: 02.05.2026)
24. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони : від 27 черв. 2014 р. // Офіційний вісник України. — 2014. — № 75. — Ст. 2125. — URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011 (дата звернення: 02.05.2026)
25. Council Regulation (EC) No 116/2009 of 18 December 2008 on the Export of Cultural Goods. Official Journal of the European Union. L 39. 10.02.2009. P. 1–7. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32009R0116> (дата звернення: 02.05.2026)
26. Wilson K. B., Karg A., Ghaderi H. Prospecting non-fungible tokens in the digital economy: Stakeholders and ecosystem, risk and opportunity. Business Horizons. 2022. Vol. 65, № 5. P. 657–670. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2021.10.007>
27. Art Basel. Art Basel Hong Kong Online Viewing Rooms, March 2020. URL: <https://www.artbasel.com/stories/art-basel-s-online-viewing-rooms> (дата звернення: 04.05.2026)
28. Яворський П., Ніколаєва О., Таран С., Онопрієнко А., Шоломицький Ю. Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України : аналіт. звіт / Центр

- аналізу міжнародної торгівлі Trade+ при КШЕ ; на замовлення МКІП України. Київ : КШЕ, 2021. 111 с. URL: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi-Zvit.pdf> (дата звернення: 06.05.2026)
29. PinchukArtCentre. About. URL: <https://pinchukartcentre.org/en/about> (дата звернення: 07.05.2026)
30. Мистецький Арсенал. Річна звітність. Київ : Мистецький Арсенал. URL: <https://artarsenal.in.ua/pro-nas/zvitnist/> (дата звернення: 07.05.2026)
31. Культура та креативні індустрії в Україні: стійкість, відновлення, інтеграція з ЄС : звіт / Cultural Relations Platform ; за дорученням ГД ЄК з питань освіти, молоді, спорту та культури. Брюссель, 2024. URL: <https://www.cultureinexternalrelations.eu/wp-content/uploads/2024/07/DGEAC-CRP-UA-Report-July-2024-UA.pdf> (дата звернення: 07.05.2026)
32. Про культуру : Закон України від 14.12.2010 № 2778-VI. Відомості Верховної Ради України. 2011. № 24. Ст. 168. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17> (дата звернення: 07.05.2026)
33. Deloitte Private and ArtTactic Art & Finance Report 2025. 9th ed. Luxembourg : Deloitte, 2025. URL: <https://www.deloitte.com/lu/en/services/consulting-financial/research/art-finance-report.html> (дата звернення: 08.05.2026)
34. Artnet. Price Database. URL: <https://www.artnet.com/price-database> (дата звернення: 08.05.2026)
35. The Art Industry in Ukraine During the War / Portal 11 Gallery. Cambridge Journal of Law, Politics and Art. 2022. URL: <https://www.cjlpa.org/post/the-art-industry-in-ukraine-during-the-war> (дата звернення: 08.05.2026)
36. Christie's aims to raise \$1m for Ukraine in string of benefit sales. The Art Newspaper. 25 April 2022. URL: <https://www.theartnewspaper.com/2022/04/25/christies-aims-to-raise-dollar1m-for-ukraine-in-string-of-benefit-sales> (дата звернення: 09.05.2026)
37. Paintings rescued from Ukraine offered in Sotheby's humanitarian fundraising sale. The Art Newspaper. 10 May 2022. URL:

- <https://www.theartnewspaper.com/2022/05/10/sothebys-ukraine-sale> (дата звернення: 09.05.2026)
- 38.Ukraine. Frieze. URL: <https://www.frieze.com/tags/ukraine> (дата звернення: 09.05.2026)
- 39.Biennale Arte 2024. Ukraine / La Biennale di Venezia. URL: <https://www.labiennale.org/en/art/2024/ukraine> (дата звернення: 09.05.2026)
- 40.Ukrainian Pavilion Public Programme at the 60th La Biennale di Venezia / Ukrainian Institute. URL: <https://ui.org.ua/en/sectors-en/en-projects/ukrainian-pavilion-public-programme-at-the-60th-international-art-exhibition-la-biennale-di-venezia-2> (дата звернення: 09.05.2026)
- 41.Security Guarantees / Ukrainian Pavilion at the 61st Venice Biennale. URL: <https://www.ukrainianpavilion.org> (дата звернення: 09.05.2026)
- 42.Future Generation Art Prize / PinchukArtCentre. URL: <https://futuregenerationartprize.org/en/home-page-fgap> (дата звернення: 10.05.2026)
- 43.Bangladeshi artist Ashfika Rahman wins PinchukArtCentre's Future Generation Art Prize. Euronews. 5 November 2024. URL: <https://www.euronews.com/culture/2024/11/05/bangladeshi-artist-ashfika-rahman-wins-pinchukartcentres-future-generation-art-prize> (дата звернення: 10.05.2026).
- 44.Oleksiy Sai / Voloshyn Gallery. URL: <https://voloshyngallery.art/artists/44-oleksiy-sai> (дата звернення: 10.05.2026)
- 45.Ukrainian artists reflect on Russia's war at Expo Chicago. The Art Newspaper. 13 April 2023. URL: <https://www.theartnewspaper.com/2023/04/13/expo-chicago-fair-ukraine-voloshyn-gallery> (дата звернення: 10.05.2026)
- 46.Ukraine's Voloshyn Gallery Is Headed to Miami. Artnet News. 25 September 2023. URL: <https://news.artnet.com/market/ukraine-voloshyn-gallery-new-miami-branch-2367361> (дата звернення: 10.05.2026)
- 47.New York City's first Ukrainian art gallery highlights artists living in the war zone. The Art Newspaper. 2 August 2024. URL:

<https://www.theartnewspaper.com/2024/08/02/mriya-ukrainian-art-gallery-new-york>

(дата звернення: 10.05.2026)

48. Місія України при Європейському Союзі. Культурне співробітництво. Програма «Креативна Європа». URL: <https://ukraine-eu.mfa.gov.ua/en/2633-relations/galuzeve-spivrobitnictvo/kulturne-spivrobitnictvo-kreativna-yevropa> (дата звернення: 11.05.2026)

49. Culture Sparks Unity – International Cultural Programme of the Polish Presidency of the Council of the EU. URL: <https://polish-presidency.consilium.europa.eu/en/news/culture-sparks-unity-international-cultural-programme-of-the-polish-presidency-of-the-council-of-the-eu> (дата звернення: 11.05.2026)

50. Why Is Baltic Art So Little Represented On The International Scene? NOBA Nordic Baltic Contemporary Art Platform. URL: <https://noba.ac/en/why-is-baltic-art-so-little-represented-on-the-international-scene> (дата звернення: 11.05.2026)

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця А.1 — Порівняльна характеристика регіональних моделей арт-ринку

Критерій	Американська модель	Європейська модель	Азійська модель
Частка світового ринку (2023)	42%	~30% (Велика Британія 17%, Франція 7%, інші)	19% (Китай з Гонконгом)
Провідні аукціонні дома	Christie's, Sotheby's, Phillips (штаб-квартири у Нью-Йорку)	Bonhams (Лондон); філії Christie's і Sotheby's	Poly Auction, China Guardian (Пекін); Christie's Hong Kong
Провідні арт-ярмарки	Frieze New York, TEFAF New York	Art Basel (Базель), TEFAF (Маастрихт), Frieze (Лондон)	Art Basel Hong Kong, Art SG (Сінгапур), Frieze Seoul
Роль держави	Мінімальна; непряме фінансування через податкові стимули для меценатів	Активна; прямі субсидії, гранти, державні музеї	Різна: Китай — висока, Гонконг і Сінгапур — мінімальна
Митний режим	0% мита; відсутність ПДВ на федеральному рівні	0% мита + знижений ПДВ 5–5,5%; Велика Британія після Brexit — 5% ПДВ	Гонконг — 0%; Китай — до 12% мита + 13% ПДВ; Сінгапур — мінімальний
Droit de suite	Відсутній	Обов'язковий у межах ЄС (4% до 50 000 євро)	Відсутній у більшості юрисдикцій
Домінуючий сегмент	Contemporary art; ліквідний вторинний ринок для живих художників	Старі майстри, модернізм; розвинений ярмарковий сектор	Традиційне китайське мистецтво; зростаючий contemporary у Кореї
Джерело фінансування культури	Приватна філантропія, корпоративне меценатство	Державні субсидії + приватний сектор	Державна підтримка (Китай); приватний сектор (Гонконг, Корея)
Прозорість ринку	Середня; розвинені публічні аукціони, але значний приватний канал	Середня; фріпорти знижують прозорість	Низька у Китаї; вища у Гонконзі через Common Law
Правова система	Common Law (США)	Continental Law (ЄС) + Common Law (Велика Британія)	Common Law (Гонконг, Сінгапур); Civil Law (Китай, Японія, Корея)

Продовження табл. А.1

Критерій	Американська модель	Європейська модель	Азійська модель
Ключова конкурентна перевага	Ліквідний ринок contemporary art; репутаційна концентрація у Нью-Йорку	Ярмаркова інфраструктура; droit de suite; нейтральні юрисдикції	Швидко зростаючий попит; Гонконг як нейтральний хаб для Азії
Основний виклик	Концентрація у топ-сегменті; нерівний доступ для периферійних гравців	Неоднорідність регулювання всередині регіону; наслідки Brexit	Ізольованість китайського ринку; геополітична нестабільність Гонконгу

Джерело: складено автором на основі [5; 8; 12; 16; 18; 25]

Короткий звіт подібності



Звіт не був оцінений

Метадані

ДОКУМЕНТ

Заголовок

Розвиток арт-бізнесу у глобальній креативній економіці

Автор

Андрущенко Валерія Віталіївна

Науковий керівник / Експерт

Циганкова Т.М.

ІД документу

334016637

ОРГАНІЗАЦІЯ

Назва організації

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman
KNEU

підрозділ

кафедра міжнародної торгівлі і маркетингу

ЗВІТ

Дата звіту

5/25/2026

Дата редагування

Обсяг знайдених подібностей

Коефіцієнт подібності визначає, який відсоток тексту по відношенню до загального обсягу тексту було знайдено в різних джерелах. Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.

0.54%

0.54%

КП 1

25

Довжина фрази для коефіцієнта подібності 2

0%

0%

КП 2

18232

Кількість слів

1.4%

1.4%

КЦ

134873

Кількість символів

Тривога

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про МОЖЛИВІ маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв



0

Інтервали



0

Мікропробіли



1

Білі знаки



0

Парафрази (SmartMarks)



4

Джерела

Нижче наведений список джерел. В цьому списку є джерела із різних баз даних. Копію тексту означає в якому джерелі він був знайдений. Ці джерела і значення Коефіцієнту Подібності не відображають прямого плагіату. Необхідно відкрити кожне джерело і проаналізувати зміст і правильність оформлення джерела.

10 найдовших фраз

Копію тексту

НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ)

КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ
(ФРАГМЕНТІВ)1 https://stud.knuct.edu.ua/bitstream/123456789/23738/1/INORKKI_2023_P050-051.pdf

20 (0.11 %)

2	https://zakon.rada.gov.ua/go/995_717	17 (0.09 %)
3	https://infopedia.su/7x7560.html	12 (0.07 %)
4	Гуляков_стаття.docx 9/2/2020 Publishing House "Helvetica" (Видавничий дім "Гельветика")	10 (0.05 %)
5	НОВІТНІ МОДЕЛІ ПРОСУВАННЯ ТВОРЧОСТІ МОЛОДОГО ХУДОЖНИКА НА СУЧАСНОМУ АРТ-РИНКУ (на прикладі студентів і випускників ЛНАМ) 2/18/2019 Lviv National Academy of Arts (Кафедра менеджменту мистецтва)	10 (0.05 %)
6	Овчар П.А., Савченко Л.А._Логістика на транспорті_Навч.пос._190с..doc 11/13/2018 National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine (Naukova_biblioteka)	9 (0.05 %)
7	Гуляков_стаття.docx 9/2/2020 Publishing House "Helvetica" (Видавничий дім "Гельветика")	9 (0.05 %)
8	https://zakon.rada.gov.ua/go/995_717	6 (0.03 %)
9	Овчар П.А., Савченко Л.А._Логістика на транспорті_Навч.пос._190с..doc 11/13/2018 National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine (Naukova_biblioteka)	6 (0.03 %)

База даних RefBooks

#	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
---	-----------	--

Домашня база даних

#	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
---	-----------	--

Програма обміну базами даних (0.24 %)

#	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
---	-----------	--

1	Гуляков_стаття.docx 9/2/2020 Publishing House "Helvetica" (Видавничий дім "Гельветика")	19 (2) (0.1 %)
2	Овчар П.А., Савченко Л.А._Логістика на транспорті_Навч.пос._190с..doc 11/13/2018 National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine (Naukova_biblioteka)	15 (2) (0.08 %)
3	НОВІТНІ МОДЕЛІ ПРОСУВАННЯ ТВОРЧОСТІ МОЛОДОГО ХУДОЖНИКА НА СУЧАСНОМУ АРТ-РИНКУ (на прикладі студентів і випускників ЛНАМ) 2/18/2019 Lviv National Academy of Arts (Кафедра менеджменту мистецтва)	10 (1) (0.05 %)

Інтернет (0.3 %)

#	ДЖЕРЕЛО URL	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
4	https://zakon.rada.gov.ua/go/995_717	23 (2) (0.13 %)

5

https://stud.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/23738/1/INORKKI_2023_P050-051.pdf

20 (1) (0.11 %)

6

<https://infopedia.su/7x7560.html>

12 (1) (0.07 %)



Список прийнятих фрагментів

#

ЗМІСТ

КІЛЬКІСТЬ ОДНАКОВИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)