

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Києво-Могилянська академія»
Факультет гуманітарних наук
Кафедра культурології



Курсова робота

На тему: «Аукціони як важлива складова сучасного арт-ринку (світовий досвід)»

Виконала:

студент/ка 3-го року навчання,
спеціальності 034 Культурологія
Кириченко Анастасія Анатоліївна

Викладач: Павліченко Н.В, ст. викл.,
к. культурології

Київ 2021

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ І. ІСТОРИЧНІ ВИТОКИ АУКЦІОНІВ	5
1.1 Центри аукціонного ринку	7
1.2 Сучасні аукціони мистецьких виробів	8
РОЗДІЛ ІІ. АУКЦІОН У ПРОСТОРІ АРТ-РИНКУ	11
2.1 Арт-ринок як явище: поняття та функції	11
2.2. Аукціон у просторі арт-ринку	14
2.3. Аукціонні будинки: «Сотбіс», «Крістіс», «Філіпс».....	18
ВИСНОВКИ	24
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	25

ВСТУП

Актуальність. Характер соціальних комунікацій протягом всієї історії визначався особливостями певної історичної епохи: станом економічного розвитку, розвитком технологій, ментальністю людей, а також визначальними подіями в часі. У той же час, стан соціальних комунікацій виступав інколи вирішальним значенням для успіху чи неуспіху певних соціальних інновацій, визнання чи невизнання певних культурних артефактів, а також творців останніх. Так твори мистецтва могли дуже швидко стати популярними та принести художнику за життя популярність на світовому рівні, проте в той же час вони могли бути недооцінені сучасниками через комунікаційних проблеми, що виникали. Варто відмітити, що твори мистецтва на постійній основі є затребувані учасниками товарного ринку, проте збільшення попиту на них має тенденцію протягом останнього часу.

Варто розуміти, що арт-ринок не володіє матеріальним початком під собою. Ринок мистецтва на сучасному етапі оперує символічною продукцією, на ньому провадиться символічний обмін всередині системи, що будується на споживанні символічних благ. Доцільно зауважити, що ціна і художня цінність є прямо залежними від всієї системи як виробництва, так і споживання символічних благ. Суть арт-ринку розкривається не лише у прямих відносинах між виробником та споживачем, оскільки останній – це ще й цикл обов'язкових посередників, які знаходяться безпосередньо поза межами угоди. Кожний з зазначених посередників базується на деяких критеріях при ухваленні рішень – смаки, мода, експертна думка – і без зазначеного арт-ринок на сучасному існувати етапі не може. З огляду на зазначене, продуктом ринку виступає те, що знаходиться в полі символічного обміну. Інші є б'єкти – є виведеними поза систему, що вважаємо виступає комунікаційною особливістю зазначеного ринку.

В найзагальнішому розумінні під аукціоном розуміється публічний продаж товарів, майна підприємств, цінних паперів, творів мистецтва тощо, проведення якого базується на правилах аукціону, що були встановленими завчасно. Тут здійснюється купівля об'єкту переможцем аукціону. Під час проведення аукціону передбачається попередня виставка предметів та видання каталогу; при цьому, покупцем виступає той, хто висловив пропозицію щодо найвищої ціни.

Вивчення аукціонної торгівлі як предметами мистецтва, так антикваріатом становить інтерес для багатьох науковців з різних наукових галузей, у той же час через об'єктивні причин донині не є повністю дослідженим. Аукціонної торгівлі творами мистецтва й антикваріатом протягом останніх років дослідження здійснювались в межах історії мистецтв чи з точки зору економічних аспектів мистецтва, що показує відсутність цілісного підходу, що, власне, і актуалізує потребу у нашому дослідженні в межах цієї роботи.

Об'єкт дослідження – сучасний арт-ринок.

Предмет вивчення – аукціони як важлива складова сучасного арт-ринку.

Основною метою роботи є виявлення особливостей аукціонів на арт-ринках на сучасному етапі.

Завдання дослідження:

1. Розкрити поняття, сутність та історію розвитку аукціонів.
2. Визначити особливості видів аукціонів.
3. Дослідити аукціони як суб'єкти арт-ринку.
4. Розкрити світову аукціонну торгівлю предметами мистецтва.

Структура роботи. Курсова робота складається з вступу, двох розділів, висновків та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ I. ІСТОРИЧНІ ВИТОКИ АУКЦІОНІВ

Історія аукціонів сягає часів Стародавньої Греції, ще в 500 р. до н. е. Перша згадка була записана Геродотом, який розповідав про аукціони, на яких торгували жінками для шлюбу та рабами. Однак найперші згадки мистецьких аукціонів відносяться до римських часів, коли торгівля, як правило, відбувалась або для вирішення випадків неплатоспроможності, або для позбавлення воєнної здобичі та рабів. Аукціони розпочинались з тієї жінки, яку аукціоніст вважав найкрасивішою. Законодавством було заборонено продавати дочку поза цим способом аукціону.

27 р. до н. е. та пізніше - солдати Римської імперії, як правило, продавали на аукціонах свою здобич після повернення з бою. Також вони продавали на аукціоні рабів, яких схопили у полон [1].

Слід зазначити, що ця практика ніколи не користувалася популярністю в Азії. Однак у Європі вона активно використовувалась до Ранняго періоду християнства, але занепала у Середньовіччі.

Лише у XVII столітті аукціони мистецтв були знову представлені на торговій світовій мапі, оскільки поява колекційної бази в торговому середньому класі Фландрії, Голландії та деяких частин Італії спричинило процвітання ринку. Газети почали повідомляти про аукціони творів мистецтв у кав'ярнях і тавернах Лондона та Парижа, а в 1674 р. перший аукціонний будинок Stockholms Auktionsverk відкрив свої двері для бізнесу в Стокгольмі.

У середині 1700-х років завдяки трьом визначним подіям розпочалася сучасна історія аукціонів: продажем на аукціоні великої колекції мистецтва того часу, що належала Едварду Графу Оксфордському, та встановленням у Лондоні тих, які стануть двома найбільші аукційні будинки у світі: Sotheby's у 1744 р., потім Christie's у 1766 р.

У 1742 році перша колекція мистецтв була продана з молотка, і це стало початком постійного розвитку мільярдного бізнесу, який є сьогодні.

У 1771 р. Катерина Велика з Російської імперії придбала твір голландського живописця Жерара Ду для підвищення поваги до своєї держави серед європейських держав. На жаль, робота затонула у фінському порту після того, як вона встановила рекордну ціну на аукціоні. Згідно з легендою, картина і сьогодні залишається в порту, чекаючи порятунку.

Ринок мистецтва у XIX столітті розширився в геометричній прогресії, і на хвилі колоніалізму та глобальної торгівлі, особливо африканських та азійських артефактів, від лаків до порцеляни, продавалося з молотка разом із витворами давніх майстрів, а також роботами живих художників. Більше того, після закінчення Громадянської війни ранні американські промисловці приєдналися до європейських колекціонерів у змаганні за найвищу ціну до спочатку Великої депресії. Однак, Другою світовою війною було ознаменовано кінець епохи, яка мала великий вплив на ринок мистецтва [2].

Період після Другої світової війни змінив місцями світові осередки аукціонної торгівлі. У той час як країни Східної Азії, такі як Китай, Японія та Корея, розвивали важливі місцеві ринки мистецтва після Другої світової війни, європейський ринок повільно відновлювався і залишався переважно з домінуванням приватних дилерів, поки не відбулися серйозні зміни у внутрішніх характеристиках аукціонів мистецтва і загальна зміна смаку.

З одного боку, слідуючи інноваційній маркетинговій стратегії Sotheby - в районі розширення аукціонного дому за океан та диверсифікації предметів колекціонування - художні аукціони, колись досить нудні події для професіоналів, стають блискучими вечірніми заходами, наповненими знаменитостями. Аукціонний зал перетворився на арену для соціального змагання в ритмі так званого "аукціонного співу", шаленого повторення цифр і слів, сказаних аукціоністами. Одночасно Sotheby інвестував у нові технології.

З іншого боку, сучасне мистецтво тріумфувало на ринку, такими іменами як Моне, Ван Гог, Пікассо, а також Поллок та Ворхол почали замінювати Старих Майстрів та встановлювати нові цінові рекорди.

Оскільки аукціонні будинки знову винайшли себе як компанії, що займаються товарами розкоші, у 1980-х мистецтво розвивалось як альтернативна інвестиція, формуючи ринок за тенденціями в більш широкій економіці. Інвестори почали розглядати фінансові вигоди колекціонування мистецтва, а японські покупці, викликані переоцінкою ієни (грошова одиниця Японії) в 1985 р., зіграли фундаментальну роль у підйомі ринку.

У 1990-х роках протекція британського колекціонера Чарльза Саатчі, а потім відкриття Тейт Модерн у 2000 році посилили підйом сучасних художників (досить згадати YBA), задавши стійку тенденцію. Насправді, хоча на сьогоднішній день найдорожчим предметом, що продається на аукціоні, є «Сальватор Мунді» Леонардо да Вінчі, який може похвалитися \$450,3 млн у 2017 році, зростаюча популярність сучасних художників, схоже, не зупиняється [3].

I.1 Центри аукціонного ринку

У середині XIX століття Париж повернув частину своєї первісної популярності як аукціонний центр. Присутність групи феноменально багатих та конкурентоспроможних колекціонерів, таких як барон Джеймс де Ротшильд та Річард Сеймур-Конвей, IV Маркіз Гартфорда, послужило магнітом для продажу мистецтва, як і заснування аукційного будинку, що фінансується державою, Hôtel Drouot, у 1850-х роках.

У Великобританії сукупні наслідки сільськогосподарської депресії 1870-х рр. і прийняття Закону про поселені землі сприяли безлічі аукціонів

аристократичних колекцій, починаючи з продажу Гамільтонського палацу тисяч предметів у 1882 році. Подібні продажі тривали у відповідь на запровадження смертних повинностей у 1894 р. Оскільки ці можливості одночасно відбувалися з присутністю в Лондоні надзвичайно багатих колекціонерів мистецтва, період приблизно з 1880 р. до краху фондового ринку 1929 р. був періодом великого процвітання для британських аукційних будинків [4].

Наступним великим центром слід вважати США. Перший мистецтвоаукціонний будинок у США - Американська асоціація мистецтв - відкритий у 1883 році, однак аукціонний бізнес там розвивався досить повільно. Ринок мистецтв Нью-Йорка отримав користь від єврейського виїзду з Європи під час Другої світової війни, змінивши Париж як найбільш захоплюючий центр сучасного та сучасного мистецтва. Двома важливими торговцями біженцями були П'єр Розенберг і Пеггі Гуггенхайм.

21 липня 2001 р. у Франції було прийнято нове законодавство про аукціони, яке дозволяло міжнародним аукціонним будинкам проводити аукціонні продажі. Ці іноземні фірми з нетерпінням чекали відкриття ринку. Колишній комісований комісар Франсуа де Ріклер став президентом Christie's France і провів один з найбільших продажів за всю історію.

I.2 Сучасні аукціони мистецьких виробів

Хоча основні гравці на ринку розкоші все ще дещо вагаються відмовитися від фізичних подій на користь мережевих каналів продажу, побоюючись розбавити ексклюзивність, ринок - включаючи аукціони мистецтва - все більше і неминуче стає цифровим у всіх аспектах, від природи виставлених на аукціоні творів мистецтва у валютах, якими платили за товари на аукціоні, пропонуючи зрештою сучасний спосіб купівлі та колекціонування мистецтва.

Сьогодні ринок аукціонів складний, і по всьому світу існує безліч аукціонних будинків. Крім того, Інтернет робить цей світ трохи прозорішим, і вся інформація про пропозиції та результати доступна також для початківців.

Ця зміна робить покупку на аукціоні дуже цікавою для молодих колекціонерів будь-якої категорії. Немає нічого, що не можна продати чи придбати на аукціоні. Від старовинних сумок до вина, від меблів до інструментів тортур середніх віків та творів усіх технік всіх епох.

З настанням XXI століття ярмарки мистецтва та антикваріату набували все більшої ваги. Серед найважливіших - Бієнале антикварів у Парижі, ярмарок мистецтв Frize та Ярмарок мистецтв та антикваріату Grosvenor House у Лондоні, Шоу збройної зброї в Нью-Йорку та найбільший у Європі мистецький ярмарок - Європейський ярмарок образотворчого мистецтва в Маастрихті (Нідерланди) [5].

Оскільки ринок мистецтва виріс у багатомільярдну світову індустрію - з річним оборотом близько 60 мільярдів доларів – мистецькі аукціони залишаються одним із його центральних пунктів, настільки, що навіть нинішня глобальна пандемія не перекрила їх.

Будь-який аукціон створює надзвичайно привабливе та напружене середовище продажу, яке в поєднанні з тимчасовим тиском породжує хвилювання та жорстку конкуренцію серед учасників торгів, що в кінцевому підсумку призводить до раптових цін. Науковці навіть задокументували явище, відоме як "лихоманка на аукціоні" типове для наповнених адреналіном світських подій.

Хоча аукціонна модель глибоко вкорінена в традиції, а її сучасна версія поступово адаптується до загального цифрового напрямку XXI століття, дослідження її історії є надзвичайно цікавим, починаючи від давнього

витоку, закінчуючи гламурними подіями сучасності та недавнім проривом в Інтернеті.

РОЗДІЛ II. АУКЦІОН У ПРОСТОРІ АРТ-РИНКУ

II.1. Арт-ринок як явище: поняття та функції

Арт-ринок - являє собою складну неоднорідну структуру. В силу того, що даний ринок має низку унікальних характеристик, які роблять його принципово відмінним від інших ринків товарів і послуг, процеси, що протікають на ньому, мають значний вплив на розвиток світового культурного середовища, суспільну свідомість, рівень культури населення та економічну поведінку суб'єктів інших ринків. Крім того, навіть незначні зміни, що відбуваються на арт-ринку, істотно впливають на імідж певного міста чи країни і на розвиток їх територіальних брендів [1].

Арт-ринок можна розуміти у вузькому і широкому сенсі. У вузькому сенсі - арт-ринок - це виключно економічна категорія, що припускає загальний порядок цін на художні твори того чи іншого автора, його інвестиційну привабливість, посередництво укладання угод з купівлі - продажу творів мистецтва. Однак, арт-ринок не може бути укладений виключно в рамках цих дій. Твір мистецтва містить в собі духовні, нематеріальні цінності, оцінити які в силу унікальності та неповторності творів мистецтва досить складно, тому арт-ринок пов'язаний з різними способами обґрунтування цінності мистецького твору, що лежать поза прагматичних сенсів.

В цілому арт-ринок – є соціально-економічним та культурно-історичним феноменом і механізмом, який представляє собою систему товарного обігу творів мистецтва.

Останнім часом з'являється безліч колекціонерів, які розглядають мистецтво, як економічну категорію, тобто як можливість прибуткової інвестиції. І дійсно, існує безліч факторів, що привертають покупців вкладати гроші в мистецтво:

- надійність вкладень і зростання доходу, які існують на ринку через постійне зростання цін на справжні витвори мистецтва;
- потенціал ринку;
- спосіб легалізації накопичень і зниження податкових виплат;
- низька залежність від інших фінансових показників і зміни в економіці (так, подібні інвестиції рятують від інфляції);
- можливість розширення для інвесторів бізнес контактів (в тому числі і зарубіжних);
- престижність інвестицій (надають респектабельність і створюють престиж інвестора) тощо.

Арт-ринок є полі функціональним явищем. Розглянутий в широкому сенсі він виступає регулятором взаємини художника і публіки, виконуючи синхронно ряд соціальних функцій: інформаційну, посередницьку, ціноутворюючу, стимулюючу, регулюючу, художньо-естетичну [2].

Інформаційна функція. У сучасній світі, одну з найважливіших ролей у функціонуванні арт-ринку відіграють ЗМІ (як електронні, так і друковані). Також дана функція реалізується через такі інструменти як ярмарки, виставки, експозиції, каталоги і т.д. Інформаційна функція має суттєвий вплив на формування ринкових відносин, оскільки без інформаційної підтримки всі суб'єкти даного ринку не змогли б успішно функціонувати. На сьогоднішній момент можна з впевненістю говорити про те, що засоби комунікації охоплюють всі сфери життєдіяльності, вони об'єднують світ в єдиний інформаційний простір, обходячи всі бар'єри для трансляції інформації, в тому числі інформації про арт-об'єкти.

Посередницька функція. На арт-ринку посередництво розуміється як сприяння укладенню угод між художником або власником художнього об'єкта і покупцем. Механізми і технології просування актуальні на арт-ринку з причин суб'єктивістських відносин художника до світу, його «неприспособованості» до повсякденного життя і навіть певною мірою «дитячої примхливості» [2]. Всі ці суб'єктивні чинники здатні нівелювати і знижувати вартість предмета мистецтва, так що послуги професійних менеджерів продажів особливо затребувані на арт-ринках. Посередником може є як приватна особа, так і спеціально створена організація. На арт-ринку такі організації - це, як правило, галереї, аукціони і художні салони. Сутність маркетингу в цій сфері полягає в компетенції дилерів арт-ринку з'єднувати художній продукт і споживача на одному майданчику, задовольняючи при цьому обидві сторони.

Ціноутворююча функція. Тема ціноутворення на арт-ринку досить складна, тому що не піддається загальним ринковим принципам. На ціноутворення в арт-сфері впливають як суб'єктивні, так і об'єктивні чинники. При цьому існують механізми, здатні значно збільшити вартість того чи іншого арт-об'єкта за допомогою комунікаційних та маркетингових технологій.

Стимулююча функція. Як і інші ринки, арт-ринок спонукає виробляти блага з найменшими витратами і отримувати при цьому вигоду. Тому в даній сфері досить жорстка конкуренція. Однак це часто негативно позначається на самому мистецтві, так як стимулюється комерційна конкуренція, а не художня.

Регулююча функція. Як і будь-який ринок, арт-ринок здатний регулювати попит і пропозицію. Відомо, що на цьому ринку існує коло людей (знавців і колекціонерів), фактично формують попит на арт-об'єкти. Саме завдяки цій функції ціни на арт-феномени можуть зростати в повній невідповідності до інфраструктури арт-ринку.

Художньо-естетична функція. Арт-ринок пов'язаний не тільки з реалізацією творів мистецтва, але і з їх духовною і культурною цінністю. Сучасні художники орієнтовані на комерційний успіх, який дозволить їм зайняти свою нішу, проте в умовах сильної конкуренції очевидно, що тільки арт-об'єкти, що відповідають інтересам суспільства і несуть в собі духовну і культурну цінність, можуть розраховувати на довготривалий успіх.

Таким чином, арт-ринок - це складне і багатогранне соціокультурне явище, яке має суттєвий вплив на художнє і культурне життя суспільства. Оскільки твір мистецтва може виступати об'єктом купівлі-продажу, брати участь в товарообміні, на нього може бути попит, і він може конкурувати з іншими творами, то ми також можемо говорити і про ринок творів мистецтва. Просування художника на арт-ринок є необхідним елементом художнього життя суспільства. Існує думка, що немає ніякого сенсу проводити мистецтво, якщо його не виставляти і не продавати: досить тоді внутрішнього споглядання і медитації. Мистецтво орієнтоване на створення цінностей і їх збут.

II.2. Аукціон у просторі арт-ринку

Аукціони - це давня форма торгівлі, жваві ринки в дії, на які припадає величезна економічна активність. Аукціони - це ще один спосіб збуту окремих відмінних за характеристиками предметів, таких як твори мистецтва. Зовсім недавно вони стали зберігатися не в традиційних місцях, а в Інтернет просторі. Основна інформація, яку аукціоніст надає перед аукціоном, - це орієнтовна ціна лота. Теоретична література про аукціони передбачає, що найкраща стратегія аукціоніста - надати правдиву інформацію про вартість продаваних предметів. В іншому випадку покупцям складно прийняти правильне рішення про абсолютну ціну певного товару. Фельдман і Рейнхарт припускають, що розрив між

найвищою ставкою і «істиною» вартістю об'єкта мистецького аукціону зменшується в міру збільшення обсягу доступної інформації. Ключовою особливістю аукціонів творів мистецтва є те, що виставлені на продаж предмети, як правило, унікальні або майже унікальні. В результаті виникає деяка двозначність в побудові єдиного індексу руху цін у часі. [5, стр. 5]

Аукціон можна сприймати як організовану установу, разову аукціонну сесію, гру між потенційними покупцями, оскільки ринковий механізм дозволяє формувати ціни. Варто відзначити, що аукціон є предметом економічного аналізу на основі теорії аукціонів. Аукціонний ринок загалом розглядається як система, тобто набір елементів із заданими властивостями і існуючими відносинами між ними і між їх властивостями, що створює певну ізольовану цілісність. [4, стр. 119]

Складовими елементами арт-аукціону є учасники біржових угод, в тому числі продавці, які пропонують твори мистецтва на продаж і представляють сторону пропозиції на ринку, а також покупці, які сигналізують про необхідність покупки твори мистецтва і представляють сторону попиту на арт ринку. До елементів арт ринку також відносяться об'єкти обміну, а саме відповідні товари або послуги (в даному випадку - твори мистецтва). Останній ідентифікований елемент системи - це інститут аукціону, який діє як агент між продавцями і покупцями при здійсненні операцій купівлі-продажу. Окремі елементи ринкової системи впливають один на одного, створюючи мережу багатосторонніх зв'язків різнопланового характеру. Наступні елементи можуть виступати в якості суб'єктів ринку (продавці і покупці): фізичні особи (художники, арт-дилери), художні галереї, аукціонні будинки, антикварні магазини, музеї, підприємства, банки, компанії, інвестиційні фонди. Аукціон проводиться на договірній основі від імені продавці творів мистецтва. Потенційні покупці можуть брати участь в аукціоні від свого імені або від імені інших осіб. Ті потенційні покупці, які зацікавлені в покупці, можуть також зробити покупку без участі в аукціоні через агентство аукціоніста (їм необхідно заздалегідь заповнити форму заочної заявки,

в якій вказується максимальний рівень цін, за яким вони готові придбати об'єкт). Аукціон, як ще один елемент ринку, виступає в ролі агента при укладанні угод купівлі-продажу, діючи на підставі певних правил здійснення операцій. Останній елемент ринкової системи - це твори мистецтва - об'єкти з неповторним за ціннісною складовою характером, що представляють особливий інтерес для естетики та історії мистецтва. Після визначення набору елементів системи варто відзначити атрибути елементів аукціонного ринку. Атрибути продавців включають, зокрема: профіль (тип продавця: приватний власник, художник, аукціонний будинок, підприємство, установа), мотив продажу (фінансові потреби, зміна смаку, зміна переваг, бажання зібрати кошти на іншу покупку), термін володіння.

В системі аукціонів арт-ринку різні види художніх цінностей взаємопов'язані. Деякі з об'єктивних і, можливо, вимірюваних детермінант цінності мистецтва можна пояснити статистично на основі якісних і кількісних даних. Однак в деяких випадках об'єктивні критерії оцінки мистецтва здаються відсутніми. Тоді як суб'єктивна емоційна обмежена складова, що має безпосередній вплив на детермінанти цін на мистецтво відіграє все більш важливу роль для розглянутого питання. [4, стр. 120]

Є й інші аспекти аукціону, які аукціоніст може формувати, щоб вплинути на результат. По-перше, аукціоніст може встановити правила щодо характеру торгів. Вибір торгів часто дозволяє учасникам торгів спілкуватися в рамках конкурентної структури англійського аукціону. У разі агресивних торгів або стрибків ставок відбувається залякування споживачів, що в свою чергу певною мірою перешкоджає конкуренції. При цьому відкрита заявка на вихід не дозволяє пропонувати стрибок ставки. Тут аукціоніст поступово збільшує ціну. Готовність споживача робити ставки, засновані на оцінці об'єкта, визначає остаточну ціну. По-друге, аукціоніст може спробувати вплинути на кількість учасників торгів. Вільсон стверджує, що чим більше учасників торгів, тим ближче підсумкові ціни

до фактичної вартості товару. По-третє, пропозиції продавців штучно посилюють конкуренцію, приховують фактичну кількість учасників торгів і допомагають використовувати переваги афілійованих торгів. З огляду на це, покупці можуть схилитися до завищення ставок, викликаючи таким чином цінові спотворення, які можуть не забезпечувати точність при прогнозуванні результатів. Надлишкова ставка призведе до того, що ставка буде вище, ніж оцінка споживача, що називається «прокляттям переможця» і може призвести до дисонансу після покупки. [5, стр. 7]

Примітно, що на арт ринку заявки і пропозиції відображають гідність або повагу критиків, мистецтвознавців та знавців мистецтва. Цінність, яку ринок надає творам картин, узгоджується з оцінкою їх естетичної якості, терміном, використовуваним для позначення краси, історичної важливості або будь-якого іншого атрибута, окрім ціни. Естетичні компоненти продукту є потенційним джерелом задоволення для споживача. У міру того, як ринок мистецтва стає більшим, у споживачів з'являється більше вибору. Ряд досліджень показав, що значимість переваг конкретних продуктів або критеріїв прийняття рішень відіграє важливу роль в отриманні інформації, судженнях і виборі споживача. Що спонукає купувати певні картини, поки невідомо, так як багато залежить від відмінностей в предметах; як це сприймається і проявляється майстерність і оригінальність. Можливість зацікавити глядача, ім'я художника, якість візуального сприйняття або естетичні достоїнства - все це диктує різні цінові діапазони. [5, стр. 8]

Вартість найважливіших творів мистецтва встановлюється на публічних торгах або безпосередньо шляхом фактичного продажу або побічно шляхом посилення на інші продажі. Аукціонна система - важливий фактор у визначенні стимулів для художньої роботи і ефективності аукціону. Система є визначальним фактором вартості створення і поширення творів мистецтва. Історично найбільшими аукціоніст мистецтва були англійські будинки Сотбіс і Крісті. Ці

фірми, поряд з іншими невеликими або регіональними компаніями, такими як Філіпс в Англії або Баттерфілдс в Каліфорнії, розробили і уточнили правила того, що стали називатися «англійськими» аукціонами чи аукціонами «по зростаючій ціні». На сьогодні майже всі предмети мистецтва виставляються на аукціон в форматі зростаючої ціни. Торги починаються з низьких цін, і згодом аукціоніст оголошує все більш і більш високі ціни. [6, стр. 912]

Аукціонні будинки розрізняються залежно від того, оголошують вони під час продажу той факт чи товар був «проданий» або просто «збитий» і не проданий. Перед аукціоном зазвичай публікується передпродажний каталог з інформацією про окремі предмети, що надходять на продаж. Аукціонні будинки також публікують оцінку роботи за низькою і високою ціною. Також аукціонні будинки зазвичай дотримуються неписаного правила встановлення секретної резервної ціни на рівні не нижче низької оцінки. Аукціонні будинки отримують дохід в основному за рахунок комісійних, стягнутих з покупців і продавців. Комісія, що стягується з покупців, називається «купівельною премією». повна продаж Таким чином, ціна для покупця є сумою «молоткової ціни» і премії покупця. [6, стр. 913]

II.3. Аукціонні будинки: «Сотбіс», «Крістіс», «Філіпс»

Аукціон Сотбіс

Аукціонний будинок «Крістіс» є одним з найвідоміших та шанованих світових організаторів аукціонів. Свою історію престижний аукціонний будинок розпочав ще в далекому 1766 році, коли Джеймс Крістіс почав організувати перші купівлі і продажі [7].

З перших днів свого існування аукціонний будинок «Крістіс» орієнтувався не на що інше, як на світове лідерство та елітність. Його клієнтами були

титуловані персони, для яких сума не мала великого значення – вони були готові платити ціле багатство за предмети мистецтва та антикваріат.

В якості лотів часто виступали колекції членів королівської сім'ї. Нерідко виставлялися навіть надбання британської національної спадщини, а також полотна відомих європейських художників: модерністів, імпресіоністів, кубістів.

XVIII і XIX століття є часом розквіту аукціонного дому «Крістіс» та його найбільш вдалим часом. Саме в ті часи здійснювалися найбільші світові угоди, розповіді про які ширяться і по сьогоднішній день. До прикладу, Катерина Велика придбала на аукціоні колекцію сера Роберта Уорпола, яка з часом лягла в основу експозиції Ермітажу[7].

В сьогоднішні дні, як і в минулих століттях, аукціонний будинок «Крістіс» віддає перевагу роботі тільки з елітарними товарами. Предмети мистецтва та картини, що виставляються на торгах, є яскравою прикрасою експозицій багатьох світових музеїв. Окрім цього, «Крістіс» може похвалитися бездоганною репутацією, тому що його клієнтами і до цих пір є відоміші люди з усього світу. Окрім предметів мистецтва, тут можуть бути представлені автомобілі, рідкісні книги, сигари, колекційні вина та інші цінності.

Говорячи про «Крістіс», не можна не згадати про найгучніші угодах, скоєних на його аукціонах:

- 1940 р. картина Матісса «Перська сукня» продана за \$ 17 млн. Початкова вартість менше \$ 12 млн.
- 1990 р. картина Вінсента Ван Гога «Портрет доктора Гаше» продана за \$ 80 млн. (Найдорожча картина на аукціонах).
- 2001 р. картина Пабло Пікассо з серії «блакитного періоду» - «Жінка зі схрещеними руками» продана за \$ 55 млн. Удвічі вище за стартову ціну.

Аукціон Сотбіс

1744 рік є роком заснування аукціонного будинку «Сотбіс» (Sotheby's) фундатором Самюелем Бейкером. На сьогоднішній день це один з найстаріших і найвідоміших аукціонних домів світу[8].

Разом з акціонним домом «Крістіс» (Christie's) «Сотбіс» займає близько 90% світового ринку аукціонних продажів предметів мистецтва та антикваріату [8].

Спершу «Сотбіс» засновувався з ідеєю як «клуб для аристократів». До того ж, аристократичне походження вимагалось не тільки від покупців (природне явище, тому що в ті часи здебільшого тільки люди з високим соціальним статусом могли дозволити собі купити за величезні кошти предмети старовини і мистецтва), але і від бажаючих працювати аукціонному будинку.

Часом розквіту аукціонного будинку визначають середину XX століття, а саме 1955 рік, коли було відкрите відділення в Нью-Йорку. З часом відкривалися філії по всьому світу: Париж, Лос-Анджелес, Цюрих, Торонто, Единбург, Флоренція, Мюнхен тощо[8].

Промислова криза 80-х років погано позначилася на роботі аукціонного будинку. «Сотбіс» мало не збанкрутував. У ті нелегкі часи дрова у вогонь підкидав і головний конкурент - «Крістіс». Керівництво конкурентного аукціонного дому в бажанні витіснити суперника знизило свої ставки, в результаті чого дохід «Сотбіс» знизився більш ніж на 50%.

На початку дев'яностих керівництво обидвох аукціонних будинків погодилося на компроміс та домовилося про фіксацію тарифів на послуги. Проте з часом стало відомо, що фіксування ставок є злочином в США, де «Сотбіс» отримував більшу частину своєї виручки. Вибухнув скандал, в результаті якого тодішній генеральний директор «Сотбіс» отримав тюремне ув'язнення.

На сьогоднішні часи, справи в «Сотбіс» йдуть непогано. У 2007 році аукціонний будинок відкрив своє відділення в столиці Російської Федерації - Москві, де було проведено ряд успішних угод з продажу предметів російського мистецтва.

У листопаді 2008 на аукціоні «Сотбіс» був встановлений абсолютний ціновий рекорд на твори російського авангарду - тоді «Супрематична композиція» К. С. Малевича була продана за 60 мільйонів доларів. Ставки на роботи інших російських авангардистів в знаменитому аукціонному домі хоча і не дотягують до рекорду Малевича, але нерідко обчислюються багатозначними сумами.

Вісім з десяти найдорожчих робіт М. Ф. Ларіонова також були продані на торгах «Сотбіс». Серед них - «Натюрморт з глечиком і іконою» і «Лежача оголена», які пішли до нових власників в 2007 і 2008 за 4,4 і 2,1 мільйона доларів відповідно.

Через аукціони «Сотбіс» пройшли і дві найдорожчі роботи А. А. Екстер - мальовнича «Жінка з птахами» в 2008 була куплена за 1,3 мільйона доларів, а через рік масштабне полотно «Венеція» - за 1,7 мільйона доларів. Великі полотна Екстер не так часто потрапляють на торги.

У 2010 році в Нью-Йорку майже за два мільйони доларів на «Сотбіс» була продана колекція відомого мецената Я. А. Перемена, вивезена ним з Одеси в 1919 році в Палестину. Лот склали 86 картин «одеських парижан» (так само називався і каталог, виданий до аукціону), художників ОНХ, таких як І. Е. Малік, П. Н. Мамічева, І. І. Мексін, А. М. Нюренберг, С. С. Олесевіч, Н. Ф. Соболев, Т. Б. Фраерман, Сандро Фазіні і інші. Новим власником колекції став фонд «Український авангард» (Київ).

Аукціон Філіпс

Аукціонний будинок Філіпс є одним із найбільш багатою історією та безумовно може відзначитись впливовістю на світовому арт-ринку. Варто відзначити, що його основний профіль роботи націлений на сучасне мистецтво. Аукціонний будинок Phillips de Pury & Company представляє шедеври сучасного мистецтва, фотографії та унікальні предмети дизайну 20 і 21 століть. Основна його увага сконцентрована на роботи майстрів з 1950-х років минулого століття до наших днів. Творіння, які виставляються на аукціоні даним аукціонним будинком, носять новаторський і концептуальний характер. Багато об'єктів, якщо говорити про направлення «Дизайн», не мають певного стилю, і вони не можуть бути адаптовані в рамках звичних існуючих норм і стандартів. Це може бути світильник з унікальним дизайном, диван з унікальною геометрією або декоративна ваза з незвичайних матеріалів. Але всі ці предмети несуть в собі абсолютно нове бачення світу і дарують неймовірне відчуття краси і новизни. [9]

Філіпс прагне поширювати про себе світовий бренд у якості найбільш динамічного, далекоглядний та перспективний аукціонного будинку у світі. У якості власних переваг даний аукціонний будинок відзначає наступні характеристики: глобальна присутність у різних точках світу, що значно розширює простір для проведення аукціонів; наявний ексклюзивний досвід у сфері аукціонів, оскільки Філіпс має понад 200-річну історію; індивідуальний підхід до кожного клієнта, що допомагає цьому аукціонному будинку виступати у якості важливого фахівця та радника із тенденцій та ідей арт ринку. Команда Філіпс поєднує представників різних аукціонних будинків, різноманітних музеїв, галерей та інших провідних художніх установ. Основні аукціони проводяться даним аукціонним будинком на базі торгових залів у Нью-Йорку, Лондоні, Гонконгу та Женеві. Проте також він проводить приватні продажі за попереднім узгодженням та окрім того займається виставками із можливістю купівлі мистецьких об'єктів по всьому світу. Також аукціонний будинок Філіпс

надає консультації музеям, власникам приватних володінь та корпоративним клієнтам, забезпечую послуги щодо оцінки вартості арт об'єктів та інші фінансові послуги пов'язані із системою аукціонів. Засновником Філіпсу був Гаррі Філіпс, котрий розпочав його роботу у 1796 році в Лондоні. Перші аукціони даного будинку були пов'язані із продажами картин Марії Антуанетти та предметів побуту Наполеона Бонапарта. Аукціонний будинок Філіпс є єдиною установою, яка проводила продаж у Букінгемському палаці. До 1970-х років було розширено коло об'єктів, які могли бути виставлені на аукціон. З того часу Філіпс розширив свої категорії для продажу предмети образотворчого мистецтва, меблі та колекції нерухомості. 2008 року Філіпс був викуплений компанією Mercury Group, яка спеціалізується на роздрібній торгівлі предметами мистецтва, що в свою чергу сприяло подальшому розширенню компанії. За допомогою Mercury Group місцеположення було змінено із Челсі на Нью-Йорк. Наразі штаб-квартира аукціонному будинку Філіпс знаходиться в Лондоні. Окрім цього, аукціонний будинок володіє представництвами регіонального характеру, які мають різноманітне положення по всьому світу. Серед них варто згадати галереї та виставкові зали у Джакарті, Сеулі, Шанхаї, Сінгапурі та Токіо. У листопаді 2014 року компанія запустила Філіпс у співпраці з Bacs & Russo, ставши лідером на світовому ринку колекційних годин кращих колекціонерів на аукціонах. Сьогодні Філіпс є основним напрямком для покупців і продавців сучасних, післявоєнних, сучасних, американських і латиноамериканських творів мистецтва, а також годин, коштовностей, дизайну, фотографій, робіт на папері і видань. [9]

Таким чином, на прикладі «Сотбіс», «Крістіс» та «Філіпс» було проілюстровано ефективну діяльність аукціонних будинків в операціях на арт-ринку. Всі 3 аукціонні будинки слугують прикладами найбільш вдалих фінансових установ що надають послуги з проведення аукціонних операцій та інших фінансових угод.

ВИСНОВОК

Арт-ринок – є соціально-економічним та культурно-історичним феноменом і механізмом, який представляє собою систему товарного обігу творів мистецтва.

Арт-ринок є невід'ємною і вкрай важливою складовою соціально-культурної сфери. Зокрема, саме завдяки попиту і пропозиції, що формується на ринку предметів мистецтва, світова спільнота отримує уявлення про загальні тенденції розвитку культури і здатна виділити окремі нові культурні пласти. Варто також розуміти, що багато творів мистецтва просто б не існували, якби в певний історичний момент на них би був відсутній попит і не було б ні найменшої можливості реалізації на ринку.

Сучасна система аукціонної індустрії є прибутковим бізнесом в просторі арт-ринку в Європі та Сполучених Штатах Америки. Варто відзначити традиційну функцію аукціонних будинків, які виступають у якості чесних, незацікавлених посередників між покупцями та продавцями предметів мистецтва, розкоші та культури.

Досвід останніх десятиліть, прикладом чого слугували аукціонні будинки «Сотбіс», «Крістіс» та «Філіпс» довели, що сучасне становище аукціонних будинків зазнало значної трансформації – від простих постачальників та арт-помічників до прямих акторів арт-ринку, що здатні здійснювати значний вплив на цю сферу в цілому.

Згадані вище 3 аукціонні будинки сприяли формуванню сучасної системи «міжнародного арт-ринку» сприяючи розвитку світового змагання за власність над певними речами розкоші. Аукціонні будинки надають свої послуги різним суб'єктам арт-ринку. В тому числі, об'єктами аукціонів може виступати широке коло мистецьких творінь, що включає в себе картини, меблі, прикраси та різні предмети приватних колекцій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Грачова М. В. Виставки, ярмарки та аукціони в Інтернеті. Інформатика та інформаційні технології, 20 квітня 2015 р.: матер. конф. Одеса, ОНЕУ. С. 56-59.
2. Козак Ю. Г. Міжнародна торгівля: підручник, вид 5-те, переробл. і доповн. Київ-Катовіце-Краков. Центр учбової літератури, 2015. 272 с.
3. Рожко Н. В. Особливості організації та функціонування світового ринку антикваріату. Галицький економічний вісник. 2011. №1(30). С. 24-29.
4. Фінансові новини компанії «Sotheby's». URL: <http://investor.shareholder.com/bid/releases.cfm?ReleasesType=Earnings>
5. Westgarth, Mark. "The Art Market and its Histories." The Art Book 16.2. 2009.
6. McAndrew, Claire. TEFAF Maastricht Art Market Report 2015. European Fine Art Foundation. 2015.
7. Пашкус В.Ю., Булина А.О. Экономика и культура: креативная экономика, государственное регулирование и подходы к оценке бренда территории// Региональная экономика: теория и практика. 2014. №35. С. 39-47.
8. Арт-рынок. URL: <http://www.lomonosov-fund.ru/enc/ru/encyclopedia:01217:article>
9. Ветрова А.А. Структурный анализ субъектов и объектов арт-рынка в контексте современных реалий // Креативная экономика. № 2. 2016. С. 83-88.
10. BIALYNICKA-BIRULA, JOANNA. System Approach to Art Value in the Auction Market. In: *Proceedings of the 4th European Conference of Systems (ECS'13)*. 2013. p. 31.
11. D'SOUZA, Clare; PRENTICE, David. Auctioneer strategy and pricing: evidence from an art auction. *Marketing Intelligence & Planning*, 2002.

12. ASHENFELTER, Orley; GRADDY, Kathryn. Art auctions. *Handbook of the Economics of Art and Culture*, 2006, 1: 909-945.
13. Сайт «Крістіс». URL: <https://www.christies.com/>
14. Сайт «Сотбіс». URL: <https://www.sothebys.com/en/>
15. Сайт «Філіпс». URL: <https://www.phillips.com/about>
16. Павліченко Н. В. Сучасний український арт-ринок: проблеми і рішення Магістеріум. *Культурологія*. 2015. Вип. 59. С. 57-61.
17. Арутюнова А. Арт-ринок в ХХІ веке: пространство художественного эксперимента: Высшая школа экономики Москва; 2015