

проблем, пошуку нових орієнтирів, засобів подолання кризових явищ. Повноваження та роль держави в регулюванні туристичного ринку формує основні умови функціонування суб'єктів туристичної діяльності як і на національному, так і на міжнародному ринку.

Туристична галузь в Україні - це великий скарб, який на жаль, не можуть підняти, адже країна має всі пріоритети - географічне розташування в центрі Європи, але для цього необхідно налагодити інфраструктури. Місцевим органам необхідно направляти свою діяльність на пошук інвесторів та реставрувати готельні, санаторні, курортні підприємства, які б відповідали міжнародним стандартам.

Література

1. Економіка України в глобальному і внутрішньому вимірі : монографія / [В. Г. Федоренко, І. М. Грищенко, О. Ф. Новікова, ін.] ; за ред. В. Г. Федоренка, І. М. Грищенко, Т. Є. Воронкової. – Київ : ТОВ «ДКС центр», 2017. – 344 с.
2. Мельник А.О., Чапліч І.А. Перспективи розвитку вітчизняного туризму в умовах євроантлантичної інтеграції // Вісник ХНУ. – 2009. – №1. – С. 76–81.
3. Мельник А.А. Диагностика экономических аспектов рекреационно-туристических систем /А.А. Мельник, Е.Ю. Будякова, И. Маммадов // Известия педагогического университета Азербайджана. Серия математических и естественных наук, 2019, С.67, № 3. – С. 123-145.
4. Melnyk A. Diagnostics of recreational and tourist systems / A. Melnyk, O. Budiakova, I. Mammadov // Transactions of pedagogical university. Series of mathematical and natural sciences, 2019. С.67, № 3. – С. 123-145.
5. Безносок В. Куди зник турист-2 // Голос України. - 2005. - 15 червня.
6. Цибух В.. Туризм в Україні // "Економіст", № 6 (june) 2000., ст. 34 - 35.
7. Прейгер Д., Малярчук І. Розвиток іноземного туризму в Україні в контексті розбудови міжнародних транспортних кордонів // Економіка України, № 6 (червень) 2001, с. 20-28.

УДК 338.012

Момот Д.Т., аспірант
Харківський національний університет
міського господарства імені О.М. Бекетова

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ СТАРТАПІВ ЯК ПЕРЕДУМОВА РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНОГО РИНКУ АРТ-ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ (НА ПРИКЛАДІ АВТОРСЬКОГО СТАРТАПУ СІТТАРТ)

За результатами аналізу глобального ринку арт-індустрії встановлено, що продажі на світовому ринку мистецтв у 2018 році склали приблизно 70 млрд.

доларів, доля продажів онлайн - близько 5 млрд. доларів або 7% від загального обсягу продажів. Прогнозується щорічне зростання продажів онлайн на 15%, що складе близько 10 млрд. до 2024 року. Проте, відповідно до звіту Deloitte & Touche: понад 75% опитаних колекціонерів заявили, що вважають відсутність прозорості головною загрозою репутації та зростанню арт-ринку.

В умовах, що склалися для інтеграції українського мистецтва у світовий арт-ринок в умовах збільшення прозорості актуальним та своєчасним є впровадження різноманітних онлайн-платформ (аналітичних, арт-критичних ресурсів, а також засобів самостійного медіа-просування митців тощо).

Відтак перспективним є впровадження інноваційних стартапів для створення передумов розвитку конкурентного ринку арт-індустрії в Україні. У цьому контексті автором запропоновано інноваційний стартап Cittart, який є першим маркетплейсом, що розкриває бекграунд (провенанс) кожного арт-об'єкту, що з'являється у вигляді окремих постів у стрічці новин, через які користувачі можуть переходити у профіль арт-об'єкту і бачити усі публікації пов'язані з ним, а також матимуть можливість його придбати. Мета Cittart полягає у забезпеченні розумних продаж картин та арт-об'єктів як вже існуючим покупцям мистецтва, так і новим - поколінням Міленіалів та Y, які надають перевагу онлайн-каналам і наразі стають активними учасниками арт-ринку. Відповідно до опитувань Hiscox online art trade Report 93% колекціонерів-міленіалів зробили принаймні одну покупку онлайн у 2018 році.

Cittart дозволяє успішно поєднати C2C систему продажів та оновлення у реальному часі. Суть інновації стартапу – це поєднання стрічки новин з магазином, що дозволяє у режимі реального часу отримувати арт-об'єкти (картини, скульптури, тощо), інформацію про які додається у стрічку новин (наприклад, картина бере участь у міжнародній виставці, або хтось сфотографувався з нею, або процес створення, фрагменти, цікаві роздуми автора про ідею твору). Будь-яке оновлення у стрічці новин пов'язане з лотом, що виставлений на продаж. Таким чином, у один клік, користувач може перейти зі стрічки новин у профіль арт-об'єкту (до якого ця новина прив'язана) та подивитися усю історію цього об'єкта та придбати його.

Таким чином, запропонований стартап Cittart є інноваційним інструментом для забезпечення промоції арт-об'єктів за рахунок якісного контенту та можливості постійної популяризації та розкриття контексту певного арт-об'єкту. Для користувачів подібна інформація стане додатковим фактором довіри до ціни, адже непрозоре ціноутворення - це одна з найголовніших проблем з якою стикаються маркетплейси для арт-об'єктів.

Література

1. Deloitte Art & Finance Report 2019. Available from: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/lu/Documents/financial-services/artandfinance/lu-art-and-finance-report-2019.pdf>

УДК 330.3

Олексин І. І., к.е.н., доцент
Львівський торговельно-економічний університет

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ВЗАЄМОДІЇ СТАРТАПІВ І ІНВЕТОРІВ У ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРИ

Підвищити ефективність рішень багатьох економічних проблем можливо завдяки використанню результатів технічного прогресу. Тому в сучасному середовищі для динамічного розвитку економіки необхідна розробка проєктів в сфері інноваційного бізнесу, одним із таких венчурних проєктів є стартап.

Однією з основних причин створення, успішного розвитку та подальшого існування стартапів вважають відсутність гнучкості та повільність великого бізнесу стосовно створення інноваційного продукту. Тому стартапи, завдяки своїй мобільності в плані генерування нових ідей становлять конкуренцію суб'єктам середнього та великого бізнесу. Процес реалізації інноваційного продукту пов'язаний із високим ступенем невизначеності в результатах та складається з декількох основних етапів: генерація ідей, екранування ідей, розробка концепції та тестування, маркетингова стратегія, бізнес-аналіз, розробка продукту, маркетингові дослідження і комерціалізація.

Інвестиції у розвиток та функціонування стартапів здійснюють так звані бізнес-ангели, венчурні фонди та держава. Слід відзначити, що венчурні підприємці, як правило розпоряджаються долями пайових інвестиційних фондів, які вкладають кошти в інноваційні та перспективні ідеї спартапів. Бізнес-ангели – це приватні інвестори, які самостійно визначають об'єкт інвестування та вкладають у нього власні гроші [1]. У країнах заходу більшу частину інвестування в ці проєкти здійснюють приватні інвестори (близько 80 %) і лише 20 % – за рахунок державного фінансування.

На думку автора, ключова роль у цих процесах відводиться інтернет-ресурсам – спеціалізованим порталам (табл. 1). Безпосередньо спеціалізовані інтернет-ресурси повинні допомагати стартапам і інвесторам розвивати вітчизняний бізнес, завдяки зміцнення взаємодії на основі: залучення інвестицій та партнерів в Україні та за кордоном; консультування, навчання і тренінгу; сприяння у формуванні проєктів та їх експертизи.