

УДК  
659.152:[658.6 + 7.012]

ОВЧАРЕК В.Є.  
Київський національний університет технологій та дизайну

## ВИСТАВКА ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ СПІЛЬНОЇ ПРЕЗЕНТАЦІЇ ПРОМИСЛОВИХ ТОВАРІВ І МИСТЕЦЬКИХ ТВОРІВ

**Мета.** Теоретичне дослідження підвищення ефективності презентації промислових товарів і мистецьких творів за допомогою виставкових заходів.

**Методика.** В процесі дослідження використано загальнонаукові методи аналізу, синтезу, аналогії, історичний метод.

**Результати.** У статті доведено, що виставка є ефективним засобом презентації промислових товарів і мистецьких творів, експозиції яких об'єднані спільною тематикою.

**Наукова новизна.** Запропонований принцип створення на торгово-промислових виставках мистецьких експозицій.

**Практична значимість.** Розроблені рекомендації щодо підвищення ефективності торгово-промислових виставок і мистецьких експозицій певних тематик.

**Ключові слова:** виставка, дизайн, реклама, експозиція.

**Вступ.** Історія розвитку виставкової діяльності свідчить про те, що торгово-промислові виставки (ярмарки) сприяли не тільки розвитку економіки, але й культури, мистецтва, соціальних відносин, політичних рухів [1]. А становлення деяких видів мистецтва, таких, наприклад, як фотографія, відбувалось, в основному, завдяки виставкам [2]. У теперішній час виставки залишаються надзвичайно ефективним інструментом підприємницької діяльності, а також одним із основних напрямів роботи музеїв, художніх галерей, культурних центрів, тощо. Разом з тим, слід визнати, що представники перелічених вище галузей використовують виставкові технології переважно незалежно одна від одної. Серед причин такої роз'єднаності: - відсутність на українському виставковому ринку єдиної термінології, що ускладнює створення спільних виставкових проектів.

**Постановка задачі.** Одним із головних напрямів розвитку сучасної виставкової діяльності як за змістом (тематикою), так і за формою (дизайном) є поєднання експозицій. При цьому нова, об'єднана виставкова експозиція може або доповнювати існуючу тематику виставки, або створювати якісно новий тематичний розділ. В обох випадках необхідно проводити узгодження характеристик експозицій. За відсутності затвердженої єдиної виставкової термінології, слід звернутися до тієї, яка найбільше розвинута, універсальна з точки зору її застосування в інших галузях і найбільше використовуються серед споживачів виставкового продукту (учасників і відвідувачів виставок).

**Результати дослідження.** Виставкові технології настільки широко, активно й успішно використовуються у багатьох видах діяльності, представниками практично всіх галузей, що призвело до існування різних визначень, характеристик, класифікацій, за якими описуються виставкові заходи та їх складові елементи.

Експозиції творів мистецтва: картин, фотографій, скульптур, гобеленів і т. інш. розглядаються як важлива частина оформлення виставкового простору, одночасно поєднуючи в собі авторський задум, особливості архітектурного середовища, специфіку світлення й озвучення, застосування інсталяцій з використанням інноваційних технологій і т. інше. Такі експозиції часто представляють собою унікальний, складний механізм впливу на емоційну сферу відвідувача, на його почуття, на його сприйняття виставлених творів.

Експозиції торгово-промислових виставок здебільшого спрямовані на привертання уваги відвідувачів до підприємства-експонента, його товарів, послуг, ідей, тощо. Такі експозиції використовують дизайнерські рішення, які покликані сприяти основній меті - просуванню на виставкових заходах продукції, послуг, брендів, подій за допомогою сучасних засобів комунікації (фото-, відео-, аудіо-, а також мобільних, комп'ютерних, інтернет технологій).

Експерти з організації та аналізу ефективності обох типів виставок: і мистецьких [3, 4], і торгово-промислових [5, 6] вважають, що їх оформлення, створення відповідного виставкового простору відіграє важливу роль у досягненні тих цілей і вирішенні тих задач, які ставлять перед собою організатори виставкових експозицій.

Ще одним аргументом на користь можливості створення представниками обох типів виставок спільних проектів є результат аналізу поняття «виставка». Загальноприйняте визначення: «виставка — публічна демонстрація досягнень в галузі економіки, науки, техніки, культури, мистецтва та інших галузях суспільного життя» [7] переконливо свідчить про універсальність виставкових технологій. У документі, який регламентує виставкову діяльність в Україні, відмічається: «виставка – це захід, пов'язаний з демонстрацією продукції, товарів та послуг, який сприяє просуванню їх на внутрішній та зовнішній ринок з урахуванням його кон'юнктури, створенню умов для проведення ділових переговорів з метою укладення договорів про постачання або протоколів про наміри, утворення спільних підприємств, отримання інвестицій [9].

Характерно, що в жодному визначенні не наголошується на галузевих особливостях виставкових технологій або відмінностях, пов'язаних з різними видами діяльності, де застосовуються ці технології. Це означає, що процес підготовки, проведення та аналізу результатів виставкової діяльності має певні закономірності незалежно від того, до яких об'єктів застосовуються виставкові технології.

При цьому експерти з торгово-промислових виставок [5, 8] однак у думці щодо необхідності комплексного підходу до дослідження виставок, як до складної цілісної системи, яка включає у себе соціальну, економічну, інформаційно-культурну, етичнута інші складові.

Організаційною основою для розробки, створення і проведення спільних презентацій промислових товарів і мистецьких творів могла б стати рекомендована вітчизняним учасникам виставкового ринку термінологія і класифікація [9].

Для торгово-промислових виставок, наприклад, унормованим є їх поділ за тематикою. Такий підхід дозволяє не пов'язувати класифікацію виставок з технологічними особливостями їх проведення. Одночасно це дає змогу на термінологічному, формальному рівні знайти спільні теми, змістовні точки дотику між мистецькими та торгово-промисловими виставками.

Як приклад успішної реалізації запропонованого підходу до створення спільних презентацій промислових товарів і мистецьких творів можна навести застосування на виставках в якості елементів дизайну або реклами фотографічних творів і експозицій, сюжет яких співпадає з тематичною спрямованістю виставок [10].

Перспективним і ефективним могло б стати поєднання меблевих виставок і експозицій картин або гобеленів, ювелірних виставок і експозицій графічних робіт, на яких зображені орнаменти, представники флори та фауни, виставок будівельної тематики і експозицій скульптур або ландшафтного дизайну.

Якщо для торгово-промислових виставок експозиція мистецьких творів виступає в ролі елементів дизайну, то для авторів творів мистецтва торгово-промислова виставка є засобом ознайомлення з широкою цільовою аудиторією потенційних покупців, якими є відвідувачі, а також з потенційними роботодавцями, в ролі яких знаходяться учасники виставки.

Таким чином, існують об'єктивні підстави перспективи для створення спільних виставкових проєктів, які за притаманними виставкам синергетичними властивостями, сприятимуть підвищенню ефективності і розвитку виставкової діяльності вцілому.

#### Список використаних джерел

1. Овчарек В.Є. Виставкова діяльність в Україні: історичний аспект.
2. Каталог Салона Художественной Светописи от Общества Фотографов-Любителей. К. : Дагерр. 1911, - 38 с.
3. Торопова Е.О. Выставка произведений декоративно-прикладного искусства :История и специфика экспонирования. Автореф. канд. дис.СПб.: МаргИнфо, 2003. - 44с.
4. Панченко А. С. Основные тенденции современной выставочной деятельности художественного музея (на материале музеев Санкт-Петербурга рубежа XX-XXI вв.): Автореф. канд. дис. – СПб., 2012.
5. Критсотакис Я.Г. Торговые выставки и ярмарки. Техника участия и коммуникации. – М. : Ось-89, 1977. – 224 С.
6. Александрова Н.В., Сорокина Е.В., Филоненко И.К. Участие в выставке: формула успеха. – М. : РИА «ПРОЭКСПО», 2006. – 142 с.
7. Вікіпедія. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%B2%D0%BA%D0%B0>
8. Пекар В.О. Основи виставкової діяльності : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. ВНЗ «Ін-т реклами»; Вища школа виставкового менеджменту. – К. : Євроіндекс, 2009. – 348 с.
9. Концепція розвитку виставково-ярмаркової діяльності : затв. Постановою Кабінету Міністрів України від 22 серпня 2007 р. № 1065. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1065-2007-%EF>
10. Каталог 3-й Всероссийской выставки-конкурса проектов эксклюзивных выставочных стендов «Стенд и проект». – М. : Трайдент, 2003. – 80 с.

## References

1. Ovcharek V. E. (2014). Vistavkova diyalnist v Ukrayini: istorichniy aspekt: navch. posibnik. [Exhibition activities in Ukraine: the historical aspect] - K.: KNUTD, - 86 p. [in Ukrainian].
2. Katalog salona hudozhestvennoy svetopisi ot Obshchestva fotografov-lyubiteley. (1911). [The catalog of a salon of art photography from the Society of amateur photographers] - K.: Dagerr, - 38 p.
3. Toropova E.O. Vyistavka proizvedennyi dekorativno-prikladnogo iskusstva: Istoriya i spetsifika eksponirovaniya. Aftoref. kand. dis. (2003). [The exhibition of art and craft works] - SPb.: MargInfo, - 44 p.
4. Panchenko A. S.(2012). Osnovniye tendentsii sovremennoy vyistavochnoy deyatel'nosti hudozhestvennogo muzeya (na material muzeyev Sankt-Peterburga rubezha XX-XXI vv.): Aftoref. kand. dis. [The main trends of modern exhibition activity of art museum (on the material of museums in St. Petersburg at the turn of XX-XXI centuries)] – SPb.
5. Kritsotakis Ya. G. (1977). Torgovyie vyistavki i yarmarki. Tehnika uchastiya i kommunikatsii. [Trade shows and fairs. Technology of participation and communication] - M.: Os-89, – 224 p.
6. Aleksandrova N.V., Sorokina E. V., Filonenko I. K.(2006). Uchastiye v vyistavke: formula uspeha. [The exhibition participation: a formula for success] – M.: RIA «PROEKSP», – 142 p.
7. Vikipediya. [Elektronniy resurs] Rezhim dostupu: <http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%B2%D0%BA%D0%B0>
8. Pekar V. O. (2009). Osnovi vistavkovoyi diyalnosti: navch. posib. dlya stud. vishch. navch. zakl. VNZ «In-t reklami»; Vishcha shkola vistavkovogo menedzhmentu. [Fundamentals of exhibiting] – K.: Euroindeks, – 348 p. [in Ukrainian].
9. Kontsepsiya rozvitku vistavkovo-yarmarkovoyi diyalnosti: zatv. Postanovoyu Kabinetu Ministriv Ukrayini vid 22 serpnya 2007 r. № 1065. [The concept of exhibition and fair activities]. [Elektronniy resurs] Rezhim dostupu: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1065-2007-%EF>
10. Katalog 3-ey Vserossiyskoy vyistavki-konkursa proektov eksklyuzivnyih vyistavochnyih stendov «Stend I proekt». (2003). [Catalog of the 3rd All-Russian exhibition-competition of exclusive exhibiting stands] – M.: Traydent, – 80 p.

## **ВЫСТАВКА КАК ЭФФЕКТИВНОЕ СРЕДСТВО СОВМЕСТНОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ТОВАРОВ И ПРОИЗВЕДЕНИЙ ИСКУССТВА**

ОВЧАРЕК В. Е.

*Киевский национальный университет технологий и дизайна*

**Цель.** Теоретическое исследование повышения эффективности презентации промышленных товаров и произведений искусства с помощью выставочных мероприятий.

**Методика.** В процессе исследования использованы общенаучные методы анализа, синтеза, аналогии, исторический метод.

**Результаты.** В статье доказано, что выставка является эффективным средством презентации промышленных товаров и произведений искусства, экспозиции которых объединены общей тематикой.

**Научная новизна.** Предложен принцип создания на торгово-промышленных выставках экспозиций произведений искусства.

**Практическая значимость.** Разработаны рекомендации по повышению эффективности торгово-промышленных выставок и экспозиций произведений искусства определенных тематик.

**Ключевые слова:** выставка, дизайн, реклама, экспозиция.

## **EXHIBITION AS AN EFFECTIVE INSTRUMENT OF SIMULTANEOUS PRESENTATION OF INDUSTRIAL PRODUCTS AND WORKS OF ART**

OVCHAREK V. E.

*Kyiv National University of Technologies and Design*

**Purpose.** The theoretical study for improving the presentation effectiveness of industrial products and works of art by means of exhibition events.

**Methodology.** The study used general scientific methods of analysis, synthesis, analogy and the historical method.

**Findings.** The article proves that the exhibition is an effective instrument of presentation of industrial products and works of art, its expositions are combined a simultaneous theme.

**Scientific originality.** The suggested method of creating art expositions at industrial trade shows.

**Practical significance.** Recommendations for improving the efficiency of industrial trade shows and art expositions of certain subjects are developed.

**Key words:** exhibition, design, promotion, exposition.