

Ладонько Л.С.
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри мистецьких дисциплін,
Національний університет «Чернігівський колегіум»
імені Т.Г.Шевченка
м. Чернігів, Україна

ВИСТАВКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ЗАСІБ АКТИВІЗАЦІЇ РОБОТИ КРЕАТИВНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Культурні та креативні індустрії – швидко зростаюча сфера як світової, так і Української економіки. Вона досить динамічна щодо отримання доходів, створення робочих місць, експортного потенціалу, оскільки є менше залежить від матеріальних ресурсів. Крім економічних вигід креативний сектор створює нематеріальні цінності, забезпечуючи сталий культурний розвиток, орієнтований на всебічний розвиток особистості. Креативні індустрії розвиваються у мейнстрімі зі світовими трендами, серед яких: посилення впливу цифровізації та технологій; трансформація ринків зайнятості та фінансових бізнес-моделей; підвищення частки креативності у виробництві товарів та послуг, торгівлі і сфері розваг, посилюючи тим самим середовище, адекватне суспільним запитам.

Досліджуючи представлені експертні звіти, загалом можна стверджувати, що виробництво креативних товарів і послуг у нашій країні має тенденцію до зростання [1, 2, 3].

Незважаючи на виклики воєнного часу, посилення цифровізації та розвиток технологій призводить сьогодні до появи нових напрямків і способів просування результатів діяльності креативних індустрій, серед яких: доповнена реальність, штучний інтелект, блокчейн, віртуальна реальність, цифровий маркетинг, інтернет-реклама. Їх вплив охоплює практично всі креативні індустрії: мистецтво, дизайн, моду, архітектуру, цифровий контент, медіа, рекламу, відеоігри, кіноіндустрію та інші творчі напрямки [4].

Зазначені тенденції і інструменти у повному обсязі характерні виставковій діяльності, яка інтегруючи увесь арсенал маркетингових технологій може стати потужним засобом активізації роботи креативного підприємництва. Розглянемо ключові аспекти виставкової діяльності, спрямовані на підвищення продуктивності та конкурентоспроможності креативного підприємництва:

1. Популяризація бренду, товарів чи послуг – виставки дають змогу представникам креативних індустрій продемонструвати свої товари, послуги чи проекти широкій аудиторії, залучаючи потенційних клієнтів і партнерів. Участь у престижних міжнародних або галузевих виставках значно підвищує впізнаваність бренду та його авторитет. Крім того, креативні компанії, які активно беруть участь у виставкових заходах, демонструють свою відкритість до нових ідей, готовність до співпраці та комунікацій. Це особливо важливо для брендів, які прагнуть бути асоційованими з інноваційністю та унікальністю.

Виставки часто привертають увагу журналістів, блогерів, лідерів думок та впливових осіб. Бренди можуть використовувати цей фактор для поширення інформації про себе через публікації, відеоогляди, інтерв'ю та репортажі, тестування своєї продукції у реальному часі.

Популяризація бренду на виставках значно ефективніша, якщо вона супроводжується яскравими маркетинговими рішеннями, такими як: інсталяції та перформанси, мерчандайзинг, віртуальні експозиції, спеціальні онлайн-кампанії та хештеги, живе спілкування.

2. Нетворкінг, залучення інвесторів та встановлення партнерств – такі заходи створюють ідеальні умови для встановлення та розвитку професійних та особистих контактів, знайомства з колегами і конкурентами, інвесторами, представниками державних структур та міжнародних організацій. Виставкові заходи створюють можливість для прямих переговорів, демонстрації професіоналізму та отримання зворотного зв'язку від ключових стейкхолдерів.

3. Обмін досвідом та трендами – атмосфера виставки створює сприятливе середовище для обміну досвідом та ознайомлення з актуальними трендами в різних сферах креативної економіки. Виставки часто стають платформами для демонстрації передових розробок у сфері дизайну, медіа, цифрового мистецтва, геймдизайну, моди тощо. На виставках, зазвичай, проводяться панельні дискусії, круглі столи, лекції та воркшопи, де експерти галузі обговорюють сучасні виклики та майбутні тенденції.

4. Розширення ринків збуту та комерціалізація творчого продукту – виставки дозволяють виходити на нові ринки, укладати угоди з іноземними партнерами та розвивати експорт; слугують ефективним майданчиком для презентації, просування та продажу креативних товарів і послуг

5. Навчання та підвищення кваліфікації – виставкові заходи часто супроводжуються конференціями, семінарами та майстер-класами, які дають змогу вдосконалювати навички й отримувати нові знання. Сучасні виставки дедалі частіше інтегрують мультимедійні технології, доповнену та віртуальну реальність, що дозволяє глибше занурити відвідувачів у контент. Це особливо актуально для кіноіндустрії, геймдизайну, цифрового мистецтва та рекламного продукту.

6. Промоція національної культури та ідентичності – креативні індустрії можуть використовувати виставки для популяризації культурної спадщини, традиційного мистецтва, дизайну та ремесел, сучасної творчості. Це сприяє зміцненню культурного іміджу країни, особливо на міжнародному рівні.

7. Формування спільноти та залучення громадськості – креативні індустрії мають потужний соціальний вимір, оскільки вони не лише створюють економічну цінність, а й об'єднують людей навколо ідей, культури та творчості. Виставкова діяльність є інструментом формування професійних спільнот, залучення громадськості та розвитку культурного діалогу: виставкові майданчики дають простір для демонстрації робіт незалежних художників, дизайнерів, музикантів та підприємців, які не мають доступу до великих комерційних платформ; допомагає підтримувати регіональні культурні ініціативи та зміцнювати локальну творчу спільноту

Висновки. Виставкова діяльність є важливим інструментом розвитку та популяризації креативних індустрій в Україні. Вона сприяє не лише економічному зростанню даної сфери, а й формуванню культурного іміджу країни на міжнародному рівні. Завдяки виставкам українські митці, дизайнери, видавці, IT-шники, музиканти, кінематографісти та інші представники креативного сектору отримують можливості для масштабування свого бізнесу, пошуку партнерів, залучення інвестицій та виходу на нові ринки. Інвестиції у виставкову діяльність сприятимуть не лише економічному зростанню, а й зміцненню культурної дипломатії та міжнародного іміджу України як країни з потужним креативним потенціалом.

Література:

1. Ніколаєва О., Онопрієнко А., Таран С., Шоломицький Ю., Яворський П. Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України. Аналітична доповідь. <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi-Zvit.pdf>

2. Економічна привабливість української культури. Аналітична доповідь. К.: ФОП Лопатіна О.О., 2019. 112с.

http://www.ier.com.ua/files/publications/Special_research/2019_UCF_report_full.pdf

3. МКСК. Креативні індустрії: їх роль та місце у сучасному українському суспільстві. <https://mcsc.gov.ua/news/kreatyvni-industriyi-yih-rol-ta-misce-u-suchasnomu-ukrayinskomu-suspilstvi/>.

4. Капінос, Г., & Ларіонова, К. Роль та значення креативної економіки для формування стратегічного розвитку бізнесу. Development Service Industry Management, (1), 88–96. [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5\(12\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5(12))