

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
ІНСТИТУТ ПРАКТИЧНОЇ КУЛЬТУРОЛОГІЇ ТА АРТ-МЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА АРТ-МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ІВЕНТ-ТЕХНОЛОГІЙ**

На правах рукопису

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістр

на тему:

Організація виставкової діяльності

Виконала:

студентка II курсу магістратури,

група МКД-11-22з

спеціальності 028 «Менеджмент
соціокультурної діяльності»

Варава Єлизавета Богданівна

Науковий керівник:

кандидат економічних наук, доцент

Бортяна Єлена Ярославівна

Рецензент:

доктор економічних наук, професор

Мартинишин Ярослав Миколайович

Допущено до захисту:

протокол засідання кафедри

№5 від 22 листопада 2023р.

в.о. завідувача кафедри арт-менеджменту

та івент-технологій

_____ **Вікторія ДОБРОВОЛЬСЬКА**

Київ - 2023

АНОТАЦІЯ

Варава Є.Б. Організація виставкової діяльності. – Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Об'єкт дослідження: виставкова діяльність як явище культурно-економічного характеру, що включає організацію та проведення виставок різних тематик.

Предмет дослідження: теоретичні, методичні та практичні аспекти організації виставкової діяльності в Україні та світі, еволюція цієї галузі, а також роль видатної художниці Марії Примаченко в контексті виставкової діяльності.

Мета дослідження: теоретичне осмислення організації виставкової діяльності як феномену, що має великий культурний, економічний та соціальний потенціал, а також вивчення типології виставкової справи й аналіз еволюції виставкової діяльності на теренах України та світу.

У кваліфікаційній роботі проаналізований вплив гібридних загроз на виставкову діяльність; досліджено етапи розвитку виставкової діяльності на території України та з'ясовані фактори, що впливають на її ефективність та розвиток; досліджено життя та творчість видатної художниці Марії Примаченко як об'єкта виставкової діяльності. Автор окреслив проблеми гібридних загроз та запропонував ефективні заходи та стратегії для їх виявлення і протидії. Визначено, що потребує подальшого дослідження організація та перспективи розвитку виставкової діяльності з урахуванням аспекту сучасності. Автор наголошує, що дослідження виставково-ярмаркової діяльності в Україні охоплює аналіз не лише економічного аспекту виставкових заходів, але й підкреслює їх соціально-культурну роль, що дозволяє розкрити повний спектр впливу виставок та ярмарків на суспільство.

Ключові слова: виставково-ярмаркова діяльність, творчість, туризм, культура, мистецтво, наука, технології, підприємництво.

Varava Y.B. Exhibition activity organisation – Qualification work on the rights of a manuscript.

Object of research: exhibition activity as a phenomenon of cultural and economic nature, including the organization and holding of exhibitions on various topics.

Subject of research: theoretical, methodological and practical aspects of the organization of exhibition activities in Ukraine and the world, the evolution of this industry, as well as the role of the outstanding artist Maria Primachenko in the context of exhibition activities.

The purpose of the study: theoretical understanding of the organization of exhibition activities as a phenomenon with great cultural, economic and social potential, as well as studying the typology of exhibition business and analyzing the evolution of exhibition activities in Ukraine and around the world.

In the qualification work, the influence of hybrid threats on exhibition activity is analyzed; the stages of development of exhibition activity on the territory of Ukraine are studied and the factors influencing its effectiveness and development are clarified; the life and work of the outstanding artist Maria Primachenko as an object of exhibition activity is studied. The author outlined the problems of hybrid threats and proposed effective measures and strategies for detecting and countering them. It is determined that the organization and prospects for the development of exhibition activities require further research, taking into account the aspect of modernity. The author notes that the study of exhibition and fair activities in Ukraine covers the analysis of not only the economic aspect of exhibition events, but also emphasizes their socio-cultural role, which allows us to reveal the full range of impact of exhibitions and fairs on society.

Keywords: exhibition and fair activities, creativity, tourism, culture, art, science, technology, entrepreneurship.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ I. ВИСТАВКОВА ЯК ПРЕДМЕТ ТЕОРЕТИЧНОГО ОСМИСЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ	7
1.1. Теоретична тематизація виставкової діяльності.....	7
1.2. Типологія виставкової справи в Україні.....	17
Висновок до першого розділу.....	25
РОЗДІЛ II. ЕВОЛЮЦІЯ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ ТА СВІТ	27
2.1. Становлення та розвиток ринку виставкових послуг у світі.....	27
2.2. Вплив гібридних загроз.....	35
2.3. Розвиток виставкової діяльності на території України.....	42
Висновок до другого розділу	52
РОЗДІЛ III. ТВОРЧИСТЬ МАРІЇ ПРИМАЧЕНКО ЯК ОБ'ЄКТ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	55
3.1. Життя та творчість Марії Примаченко.....	55
3.2. Роль картинної творчості Марії Примаченко у виставковій діяльності.....	68
Висновок до третього розділу	75
ВИСНОВКИ	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	82
ДОДАТКИ	89

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасна виставково-ярмаркова діяльність в Україні перетворилася на справжнє джерело натхнення та інноваційного розвитку для митців, персичних громадян та підприємств. Цілеспрямована робота з організації виставкової діяльності сприяє популяризації українських брендів як на внутрішньому ринку, так і на міжнародній арені. Виставки стають своєрідною візитівкою країни, де відображаються її досягнення, культурні особливості та потенціал. Це сприяє залученню іноземних інвесторів, туристів та партнерів, що сприяє зростанню економічного розвитку країни. Щорічно, українські виставки та ярмарки здивовують гостей та учасників своєю розмаїтістю і креативністю. Вони не лише пропонують унікальні товари і послуги, а й стають ареною для культурного обміну, спілкування та навчання. Такі заходи допомагають укріплювати соціокультурні зв'язки між людьми, сприяючи розумінню та повазі до різних культур та традицій.

Однак, разом з розвитком виставкової діяльності, виникають нові виклики та завдання, пов'язані з організацією подій відповідно до міжнародних стандартів, захистом прав інтелектуальної власності, а також забезпеченням стабільності та безпеки. Важливо забезпечити ефективний контроль за якістю заходів та їх адаптацію до змінних ринкових умов.

Можемо казати що виставково-ярмаркова діяльність в Україні знаходиться на перехресті економічних, соціальних та культурних викликів. Її постійний розвиток сприятиме підтримці динамічного росту країни, приверненню уваги глобального співтовариства та сприяє розширенню можливостей для успішної реалізації власного потенціалу на міжнародному ринку.

Організація виставкової діяльності в Україні та світі має значущий вплив на різноманітні сфери громадського життя, такі як культура, мистецтво, наука,

технології, туризм, підприємництво та багато інших. У сучасному глобалізованому світі, де інформаційні технології розвиваються зі швидкістю світла, виставки стають важливим засобом залучення уваги громадськості та забезпечення ефективного комунікаційного простору.

Мета дослідження. Метою роботи є теоретичне осмислення організації виставкової діяльності як феномену, що має великий культурний, економічний та соціальний потенціал, а також вивчення типології виставкової справи й аналіз еволюції виставкової діяльності на теренах України та світу.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати наступні **завдання:**

- вивчити теоретичні засади виставкової діяльності та її тематизацію;
- проаналізувати існуючі типології виставкової справи в Україні та визначити їх особливості та роль у розвитку культурного та економічного потенціалу країни;
- вивчити становлення та розвиток ринку виставкових послуг у світі, зосереджуючись на головних тенденціях та викликах цієї галузі;
- проаналізувати вплив гібридних загроз на виставкову діяльність;
- дослідити етапи розвитку виставкової діяльності на території України та з'ясувати фактори, що впливають на її ефективність та розвиток;
- проаналізувати життя та творчість видатної української художниці Марії Примаченко та встановити зв'язок її творчої діяльності з організацією виставкових заходів;
- визначити роль картинної творчості Марії Примаченко у виставковій діяльності та її вплив на розвиток мистецького середовища.

Об'єктом дослідження є виставкова діяльність як явище культурно-економічного характеру, що включає організацію та проведення виставок різних тематик.

Предмет дослідження – теоретичні, методичні та практичні аспекти організації виставкової діяльності в Україні та світі, еволюція цієї галузі, а

також роль видатної художниці Марії Примаченко в контексті виставкової діяльності.

Методи дослідження. Теоретичною та методологічною основою дослідження стали монографії, наукові статті вітчизняних і зарубіжних вчених. У роботі використано як загальнонаукові, так і спеціальні методи, що використані в комплексі для виконання поставлених завдань та досягнення мети дослідження. У процесі висвітлення теоретичного змісту, характерних особливостей та структуризації управління людськими ресурсами, а також процесу формування та реалізації людських стратегій використовувались такі методи пізнання як порівняльний аналіз, систематизація, узагальнення, синтез та системно-структурний аналіз.

Джерельна база та стан наукової розробленості теми. Науково методологічними аспектами виставкової діяльності присвячували свої праці Богатирьова Г.А., Родіонова О.В., Новицкий В.Е., Кузенко П., Доліна Т.В., Волинець Т., Казьмирова А., Костиця А., Ростока М., Луговий В., Клівак В., та інші. Незважаючи на значну кількість наукових праць та досягнень в теорії та практиці дослідження організації та перспектив розвитку виставкової діяльності потребує нових наукових дискусій з урахуванням аспекту сучасності.

Наукова новизна одержаних результатів. Наукова новизна дослідження полягає у глибокому та комплексному аналізі виставково-ярмаркової діяльності в Україні, який ще не був проведений настільки всебічно та з урахуванням сучасних тенденцій. Дослідження охоплює аналіз не лише економічного аспекту виставкових заходів, але й їх соціально-культурну роль, що дозволяє розкрити повний спектр впливу виставок та ярмарків на суспільство. Дослідження життя та творчості видатної художниці Марії Примаченко як об'єкта виставкової діяльності є непересічним, оскільки такий глибокий зв'язок творчого спадку з організацією виставкових заходів в Україні ще не був об'єктом наукових досліджень. Вивчення ролі картинної творчості Марії Примаченко виставковій діяльності відкриває нові

можливості для розуміння важливості мистецької спадщини у виробленні унікального образу країни на міжнародній арені.

Практичне значення отриманих результатів Отримані у ході дослідження результати стануть важливим джерелом інформації для розуміння та аналізу організаційних аспектів виставкової діяльності в Україні та світі. Вони можуть бути корисними для вироблення ефективних стратегій розвитку виставкової галузі, залучення інвестицій, розвитку культурного та туристичного потенціалу країни. Крім того, результати дослідження можуть бути використані викладачами, студентами та іншими зацікавленими особами для поглибленого вивчення цієї проблематики.

Загальний підхід до організації виставкової діяльності може сприяти підвищенню якості організації виставок, збільшенню культурного обміну та сприянню розвитку культурної спадщини. Результати дослідження можуть бути корисними для кураторів, організаторів виставок, культурних та туристичних агентств, а також для всіх, хто зацікавлений у розвитку виставкової сфери.

Апробація результатів магістерської роботи. Результати дослідження оприлюднені на VII Всеукраїнській конференції молодих вчених, аспірантів та магістрантів «Культура і мистецтво: сучасний науковий вимір» (2 листопада 2023 р., м. Київ), тема доповіді «Організація виставкової діяльності».

Структура та обсяг магістерської роботи. Структура та обсяг магістерського дослідження обумовлені метою та його завданнями. Робота складається зі вступу, трьох розділів, що включають у себе 7 підрозділів, висновків, списку використаних джерел (59 од.) та додатків (5 од.). Загальний обсяг магістерського дослідження становить 89 сторінок.

РОЗДІЛ I. ВИСТАВКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ПРЕДМЕТ ТЕОРЕТИЧНОГО ОСМИСЛЕННЯ

1.1. Теоретична тематизація виставкової діяльності

У сучасному світі публічні заходи з виставковою демонстрацією досягнень у галузі економіки, науки, техніки, культури та мистецтва стають все більш поширеними і втілюються не лише у столиці та обласних центрах України, але й у маленьких містах та селах. Такі виставки входять до культурних програм наукових заходів, міських свят, фестивалів та різноманітних інших подій, що додає їм нових сприятливих контекстів.

Виставки не тільки збагачують інтелектуальну та культурну ауру міст, але й сприяють зміцненню комунікативних зв'язків між їх організаторами, учасниками та надзвичайно зацікавленими відвідувачами. Це створює особливий атмосферний відтінок і збільшує популярність заходів. І саме такі заходи, як своєрідні майданчики для культурного дозвілля, дозволяють кожному відвідувачеві зануритися в світ творчості, що є неодмінною частиною будь-якої сфери людської діяльності. Активна участь у таких заходах відкриває нові горизонти, стимулює інтелектуальний ріст та розвиток креативних здібностей.

Визначення поняття виставки суттєво змінилось з плином часу, де воно обмежувалося демонстрацією продукції певної категорії для спеціалістів та широкого загалу. Процес еволюції виставкового бізнесу привів до удосконалення термінології, що призвело до з'явлення нових понять, пов'язаних з організацією, проведенням та участю у виставках. Зараз заходи в сфері виставкової діяльності поділяються на три види: виставку, ярмарок та виставку-ярмарок.

Сьогодні виставки та ярмарки стали не лише місцем здійснення торгівлі та продажу, але й потужним інструментом комунікацій і обміну інформацією.

Участь у цих заходах дозволяє експонентам впроваджувати одночасно комунікативну, цінову, розподільчу та товарну політику свого підприємства.

Виставка представляє показ продукції та послуг промислового та споживчого призначення з метою інформування, комунікації й укладання контрактів. Ярмарок, зі свого боку, означає показ продукції та послуг промислового та споживчого призначення з метою безпосередньої реалізації.

Проте, не зважаючи на ці визначення, варто зазначити, що на будь-якій промисловій виставці все ж існують акти продажу. Поняття виставок та ярмарків сьогодні має мінімальну різницю, адже вони близькі за змістом і розглядаються як єдиний засіб маркетингових комунікацій [6].

Теоретична тематизація виставкової діяльності - це цікава та важлива тема, яка вивчає теоретичні аспекти організації та проведення виставок. Богатирьова Г. А. зазначає “Отже, можна стверджувати, що виставка – це захід, який проходить у спеціально підготовленому місці, предметом є товари чи послуги одного напрямку, основна мета полягає в наданні інформації та рекламі предмету виставки для залучення інвестицій” [3, с. 54].

Суб'єктами виставково-ярмаркової діяльності є:

1. Органи виконавчої влади, які мають повноваження здійснювати державну політику у сфері виставково-ярмаркової діяльності.

2. Підприємства, установи та організації усіх форм власності, які можуть бути виставковими центрами, виставковими фірмами, організаторами, розпорядниками, агентами, підрядниками або учасниками виставок. Виставкові центри - підприємства, головною діяльністю яких є організація та проведення виставок та надання послуг у цій сфері. Вони мають відповідні матеріально-технічні ресурси, які можуть також надаватися іншим організаторам для проведення виставок. Виставкові центри можуть бути різних форм власності і здійснювати свою діяльність на міжрегіональному чи регіональному рівні [40, с. 141].

3. Виставкові фірми - професійні організатори, суборганізатори, розпорядники, упорядники, підрядники виставок або їх агенти. Вони

здійснюють організаційні аспекти виставок і виконують різноманітні функції у цьому процесі.

4. Учасники виставок - підприємства, установи та організації, що уклали договір з організатором виставки на участь у ній [36, с. 67].

Виставково-ярмаркова діяльність залучає різні підприємства та організації різних форм власності, що сприяє багатогранності та успішному розвитку цього сектору.

Для розуміння теоретичних основ організації виставок необхідно здійснити огляд історичного розвитку цієї галузі. Розкриваючи перші прояви виставкової діяльності у світі, від виставок середньовіччя до появи сучасних виставкових центрів, цей аспект допомагає зрозуміти основні принципи та етапи розвитку виставкової сфери.

У XIX столітті на території України почали зароджуватися музеї як публічні установи, завдяки інтелігенції, що об'єдналася навколо Київського та Харківського університетів. Викладачі разом зі студентами розпочали збирати українські старожитності.

У другій половині XIX та на початку XX століття розвитку музейної справи сприяли різні культурно-історичні товариства та небайдужі до історії українського народу промисловці, наприклад, сім'ї Терещенкі, Ханенки та інші. Вони активно сприяли розвитку музейних колекцій, рятували унікальні пам'ятки історії та культури.

Великий внесок у розвиток музейної справи здійснив український релігійний діяч, меценат і митрополит УГКЦ Андрей Шептицький. У 1905 році він заснував у Львові "Церковний музей", що пізніше став відомий як "Національний музей. Ювілейна наукова фундація галицького Митрополита Андрея Шептицького". Музей отримав унікальну колекцію, передану А. Шептицьким, включаючи стародруки, рукописи XV – XVIII століть, архівні матеріали XVI – XVIII століть, ікони, твори графіки та живопис, предмети культового призначення. Він також спорудив великий будинок для зберігання цих цінностей та забезпечив подальше фінансування музею.

Також на початку ХХ століття в Україні з'явилося багато інших мистецьких музеїв на основі приватних колекцій художніх творів. Наприклад, у Києві був створений Міський музей старовини і мистецтв, у Харкові – перший міський художній музей, у Одесі – Міський музей красних мистецтв, а також Феодосійська картинна галерея творів І. Айвазовського, заснована самим митцем. За кілька десятиліть в Україні з'явилося близько 150 музеїв, які стали осередками культурно-просвітницького виховання населення [23, с. 116].

Розглянемо декілька ключових аспектів теми організації виставкової діяльності для розширення загального розуміння про виставкову діяльність:

- Концептуалізація виставкової діяльності.

Дослідження та розробка концепцій є важливим етапом у підготовці виставки. Це включає визначення цілей, повідомлення, тематики, цільової аудиторії та інших ключових аспектів виставкового проекту [15, с. 178].

Цей процес передбачає розробку концепції виставки, що включає визначення її цілей, повідомлення, тематики, цільової аудиторії та інших ключових аспектів. Концептуалізація дозволяє організаторам виставок створити цілісний та привабливий проект, який відповідає потребам відвідувачів та сприяє досягненню поставлених цілей.

На початку процесу концептуалізації виставки необхідно чітко визначити концепцію, яка визначає загальну ідею та спрямованість події. Концепція виставки повинна відповідати цілям організаторів та відображати їхню унікальність та позицію на ринку. Наприклад, виставка мистецтва може мати концепцію, що промовляє про сучасні течії та новаторство, тоді як промислова виставка може підкреслювати інноваційні технології та виробничі досягнення.

Одним із ключових етапів концептуалізації виставкової діяльності є дослідження цільової аудиторії. Це включає вивчення потреб, очікувань та інтересів відвідувачів, аналіз їхнього поведінки та попередніх досвідів участі в подібних заходах. Дані отримані з дослідження допомагають встановити

спрямованість виставки, визначити цільові групи та розробити зручні та привабливі формати взаємодії з відвідувачами. Доліна Т. В. пише наступне: «Представником тієї чи іншої цільової аудиторії можуть стати люди, які відповідають кільком критеріям, а саме: вони повинні бути зацікавлені в продукті. Наприклад, у компанії, яка торгує м'ясними продуктами, не буде покупців серед вегетаріанців; вони повинні бути спроможними купити продукт і вони повинні бути сприйнятливі до реклами» [56, с. 172-182].

Окрім дослідження цільової аудиторії, важливим аспектом концептуалізації є аналіз ринку та конкурентів. Це передбачає огляд подібних виставок, які вже проводяться або плануються, а також вивчення ринкових тенденцій, потенційних співробітників та партнерів. Аналіз ринку та конкурентів допомагає визначити особливості та переваги виставки, щоб забезпечити її конкурентоспроможність та унікальність.

На основі отриманих даних та результатів досліджень здійснюється розробка концептуальної основи виставки. Це включає вибір тематики, створення загального наративу, визначення основних елементів організації виставки (таких як архітектурний дизайн, використання технологій, інтерактивність тощо), а також розробку стратегій приваблення та залучення відвідувачів. Концептуальна основа виставки має відображати цілі та спрямованість події, виражати унікальність та створювати незабутнє враження у відвідувачів.

Концептуалізація виставкової діяльності є важливим етапом у підготовці та реалізації виставок. Розробка концепції виставки, дослідження цільової аудиторії, аналіз ринку та конкурентів, а також розробка концептуальної основи є ключовими етапами цього процесу. Всі ці аспекти мають на меті створення виставки, яка відповідає потребам відвідувачів, приваблива та успішна з точки зору досягнення поставлених цілей.

- Теоретичні основи організації виставок.

Виставкова діяльність базується на різних теоретичних підходах, таких як теорія комунікації, маркетингу, психології споживача та інші. Дослідження

цих основ допомагає краще зрозуміти, як створити ефективну та привабливу виставку для відвідувачів. Виставковий дизайн та викладка. Виставковий дизайн включає в себе вибір архітектурного стилю, колірної палітри, освітлення, дизайну стендів та інших елементів, що створюють атмосферу виставки. Добре організована викладка експонатів допомагає ефективно комунікувати повідомлення від організаторів виставки до відвідувачів.

Організація виставок є складним та багатогранним процесом, який вимагає глибокого розуміння теоретичних основ. Вивчення цих основ допомагає організаторам ефективно планувати, реалізовувати та оцінювати виставки з метою досягнення їхніх цілей та успіху.

Треба розглянути різні теоретичні підходи до виставкової діяльності. Вони включають такі аспекти, як концепція виставкової комунікації, роль виставок у розвитку культури та економіки, психологічні аспекти сприйняття виставок, а також соціокультурні виміри виставкової діяльності. Вивчення цих теоретичних підходів дозволяє зрозуміти складну природу виставкової сфери та використовувати їх у практичній роботі з організації виставок.

Організація виставок включає безліч аспектів, які потребують ретельного аналізу та планування, такі як вибір локації та простору для виставки, організація виставкового простору, розстановка експозицій та стендів, забезпечення безпеки та логістики, питання маркетингу та просування виставки. Детальний аналіз цих аспектів допомагає побудувати ефективну та успішну організацію виставки.

Одним з важливих аспектів організації виставок є взаємодія з відвідувачами. Це питання залучення цільової аудиторії, створення зручного та привабливого середовища для сприйняття експонатів, використання інтерактивних технологій та взаємодії, а також забезпечення якісного обслуговування відвідувачів. Розуміння теоретичних основ ефективної комунікації та взаємодії допомагає створити незабутні враження та задоволення для відвідувачів. «Виставки сьогодні – це ефективний інструмент

розвитку бізнесу, який надає унікальні можливості прямого спілкування з потенційними клієнтами та партнерами.” зазначає Волинець Т. [8, с. 289].

Ключовим етапом організації виставки є оцінка та аналіз її результатів. Розглянути методи оцінки успішності виставки, аналіз поведінки відвідувачів, провести збір та аналіз даних, зробити звітність та підготовку висновків. Це дозволяє організаторам зрозуміти ефективність витрат, виявити потенційні покращення та удосконалення, а також використовувати ці дані для майбутніх виставок.

Розуміння теоретичних основ організації виставок є важливим для успішної реалізації цієї форми комунікації та презентації. Враховуючи історичний огляд, теорії, організаційні аспекти, взаємодію з відвідувачами та методи оцінки результатів, організатори можуть створити виставку, яка відповідає поставленим цілям, забезпечує враження та задоволення відвідувачів та сприяє розвитку відповідних галузей.

- Залучення цільової аудиторії.

Важливим аспектом виставкової діяльності є залучення цільової аудиторії. Це можна зробити за допомогою рекламних кампаній, використання соціальних медіа, співпраці з партнерами та іншими стратегіями маркетингу.

Ефективна комунікація та взаємодія зі специфічною аудиторією має вирішальне значення для досягнення поставлених цілей виставки. У даному розділі будуть розглянуті основні стратегії та методи залучення цільової аудиторії до виставкової події.

Перед розпочатком організації виставки необхідно чітко визначити цільову аудиторію. Це означає розуміння характеристик та потреб цільової групи, таких як вікова категорія, професійні інтереси, демографічні дані та інші фактори. Чітке визначення цільової аудиторії допомагає сконцентрувати зусилля на належному залученні цільової групи до виставки.

Ефективні маркетингові стратегії є необхідною складовою залучення цільової аудиторії. Це включає в себе використання різноманітних каналів комунікації, таких як соціальні медіа, електронні розсилки, рекламні кампанії,

прес-релізи та інші засоби просування. Маркетингові стратегії повинні бути націлені на привернення уваги цільової аудиторії, створення цікавості та бажання відвідати виставку.

Персоналізація та інтерактивність є важливими елементами залучення цільової аудиторії. Створення персонального досвіду для кожного відвідувача, наприклад, шляхом індивідуального підходу, інтерактивних дій, віртуальної реальності або взаємодії з експонатами, може значно підвищити зацікавленість та залученість аудиторії до виставки.

Співпраця з партнерами та впливовими особистостями може бути ефективним способом залучення цільової аудиторії. Це можуть бути співробітники, експерти, відомі люди або організації, які мають авторитет та вплив на цільову аудиторію. Співпраця з такими партнерами допомагає створити додаткові мотиваційні фактори для відвідувачів та залучити більше уваги до виставки.

Оцінка ефективності залучення цільової аудиторії є важливим етапом виставкової діяльності. Вимірювання кількості відвідувачів, їхнього задоволення, поведінки та зворотного зв'язку допомагає зрозуміти, наскільки успішно було залучено цільову аудиторію та які покращення можна внести в майбутніх заходах.

Залучення цільової аудиторії є важливим аспектом виставкової діяльності, оскільки вона визначає успіх та ефективність виставки. Використання стратегій маркетингу, персоналізації, співпраці з партнерами та оцінка результатів допомагають створити залучувальну та захоплюючу виставкову подію, яка задовольняє потреби цільової аудиторії та досягає поставлених цілей. Казьмірова, А. С. зазначає: “Для України, особливо в умовах воєнного стану, виставки відіграють надзвичайно важливу роль у піднятті економіки на державному рівні. Сьогодні добре простежується тенденція проведення виставок із запровадженням ринкової економіки. Така організація заходу спрямована на попит зацікавленої цільової аудиторії і базується на зарубіжному досвіді, традиціях та правилах”. [17, с. 195].

- Оцінка ефективності виставки.

Для визначення успішності виставки необхідно проводити оцінку результатів. Це включає аналіз відвідувачів, їхньої відгуків, обсягу продажів (якщо виставка має комерційний аспект) та інших показників ефективності.

Оцінка ефективності виставки є важливим етапом виставкової діяльності, який дозволяє зрозуміти, наскільки успішно були досягнуті поставлені цілі та які покращення можна внести в майбутніх заходах. Нижче зазначені основні аспекти оцінки ефективності виставки, методи збору даних, аналіз результатів та підготовка звіту.

Один із найпростіших способів оцінки ефективності виставки - вимірювання кількості відвідувачів. Це можна здійснити за допомогою електронних лічильників або ручного підрахунку. Важливо врахувати не тільки загальну кількість відвідувачів, але й їх розподіл за різними днями, годинами та зонами виставки. Це дозволяє зрозуміти, які моменти були найбільш популярними та які зони привертала найбільше уваги.

Важливим показником ефективності виставки є задоволення відвідувачів. Це можна виміряти за допомогою анкетування або збору відгуків. Анкети можуть містити запитання про загальне задоволення, якість експонатів, організацію виставкового простору, роботу персоналу та інші аспекти. Отримані дані дозволяють оцінити рівень задоволення відвідувачів та виявити можливі напрямки покращень.

Аналіз поведінки відвідувачів є ще одним способом оцінки ефективності виставки. Це можна здійснити за допомогою систем відстеження руху відвідувачів або за допомогою вивчення даних з електронних квитків. Аналіз поведінки дозволяє виявити популярні маршрути, зони з найбільшою концентрацією відвідувачів, час, проведений на виставці, та інші фактори. Ці дані допомагають зрозуміти, як відвідувачі взаємодіють з виставкою та як можна покращити їх досвід [59, с. 425].

Зворотний зв'язок від учасників, таких як експоненти, спонсори та інші сторони, також має велике значення для оцінки ефективності виставки. Збір

відгуків, пропозицій та зауважень дозволяє з'ясувати їхнє задоволення від участі, виявити можливі проблеми та вдосконалення.

Зворотний зв'язок також може служити основою для майбутнього планування та вдосконалення виставкової діяльності.

Після збору та аналізу даних необхідно підготувати звіт з оцінки ефективності виставки. Звіт повинен містити загальний огляд результатів, включаючи кількість відвідувачів, рівень задоволення, аналіз поведінки та зворотний зв'язок від учасників. Важливо виділити сильні сторони та можливі напрямки покращень, які можуть бути використані для подальшого розвитку виставкової діяльності.

Оцінка ефективності виставки є ключовим етапом, який допомагає зрозуміти, наскільки успішно були досягнуті поставлені цілі та які аспекти можна вдосконалити. Вимірювання кількості відвідувачів, задоволення відвідувачів, аналіз поведінки та зворотний зв'язок від учасників є важливими джерелами інформації для оцінки ефективності. Підготовка звіту дозволяє систематизувати та представити отримані результати. Враховуючи ці аспекти, організатори виставки зможуть покращити свою діяльність та забезпечити більш успішну та задоволену аудиторію виставкову подію. Костиря А. рекомендує: «Для досягнення високої ефективності виставки, оргкомітет, повинен визначити освітньо-культурну, естетико-художню функції (тема, мета, завдання, форма, вікова категорія учасників та відвідувачів, інформація про виставку).» [21, с.57].

Загалом, організація виставок потребує глибокого розуміння теоретичних основ, таких як комунікація, маркетинг, та психологія споживача, що допомагає створювати привабливі та ефективні заходи. Оцінка ефективності виставок включає збір та аналіз даних, що допомагає зрозуміти, наскільки успішно були досягнуті поставлені цілі та виявити можливі покращення для подальшого розвитку виставкової діяльності.

1.2. Типологія виставкової справи в Україні

Типологія виставкової справи в Україні відображає різноманітність та специфіку виставкових заходів, які проводяться в країні. Розуміння цієї типології є важливим для аналізу та розробки стратегій виставкової діяльності. У цьому розділі розглянуто основні типи виставок, їх характеристики та роль в розвитку культурно-економічного простору України.

Одним із способів класифікації виставок є їх поділ за тематикою. В Україні проводяться виставки різних тематик, таких як художня, промислова, науково-технічна, аграрна, туристична, медична та багато інших. Кожен тип виставки має свою специфіку, спрямованість та цільову аудиторію. Наприклад, художні виставки сприяють презентації творчості митців, виставки в сфері медицини пропагують новітні методи лікування, а промислові виставки сприяють розвитку бізнесу та просуванню продукції [41, с. 124].

Тематична типологія виставок є одним із способів класифікації виставкової діяльності. Цей підхід базується на групуванні виставок за спільними тематичними аспектами. Нижче наведено різні типи тематичних виставок, їх характеристики та значення у розвитку виставкової справи.

- Художня виставка.

Художні виставки є одним із найпоширеніших типів тематичних виставок. Вони присвячені презентації творчості художників та майстрів різних художніх напрямків. Ці виставки можуть включати картини, скульптури, фотографії, мультимедійні твори та інші форми мистецтва. Художні виставки є місцем зустрічі творців та шанувальників мистецтва, сприяють взаємодії між художниками.

- Промислова виставка.

Промислові виставки є спеціалізованими заходами, на яких представляється продукція промислових підприємств та компаній. Ці виставки охоплюють різні галузі промисловості, такі як машинобудування,

електроніка, текстиль, харчова промисловість та інші. Вони сприяють просуванню продукції, залученню клієнтів та партнерів, обміну технологіями та інноваціями. Промислові виставки є важливим інструментом для розвитку бізнесу та стимулювання економічного зростання. «Результати досліджень новітніх виставкових трендів MesseTrend 2019, проведених асоціацією виставкової індустрії AUMA, показали що 83% респондентів називають промислові виставки найважливішим способом представлення себе на ринках», зазначає Наумік - Гладка К. [9, с.214].

- Науково-технічна виставка.

Науково-технічні виставки присвячені демонстрації досягнень у галузі науки, технологій та інженерії. Ці виставки включають новітні розробки, винаходи, наукові дослідження та технологічні рішення. Вони надають можливість науковцям, винахідникам та інженерам продемонструвати свої досягнення, залучити інвесторів та співробітників, а також сприяють обміну знаннями та створенню нових партнерських зв'язків.

- Аграрна виставка.

Аграрні виставки є спеціалізованими заходами, на яких представляється продукція та досягнення сільського господарства. Вони включають сільськогосподарську техніку, насіння, добрива, сільськогосподарські продукти, а також новітні агротехнології та розробки. Аграрні виставки сприяють покращенню ефективності сільського господарства, впровадженню інноваційних підходів, обміну досвідом та партнерству між аграрними підприємствами.

- Туристична виставка.

Туристичні виставки присвячені презентації туристичних пропозицій та послуг. На цих виставках представлені туристичні агентства, готелі, туристичні об'єкти, транспортні компанії та інші учасники туристичного ринку. Вони надають можливість відвідувачам ознайомитись з різноманітністю туристичних пропозицій, отримати інформацію про маршрути, пакети та актуальні пропозиції. Туристичні виставки сприяють

розвитку туризму, просуванню туристичних напрямків та залученню міжнародних туристів.

Тематична типологія виставок в Україні розширює можливості для організації та участі в різноманітних заходах. Вона дозволяє відповідати на потреби та інтереси різних груп учасників та відвідувачів, сприяє розвитку різних галузей, викликає інновації та сприяє розбудові бізнес-та культурного співтовариства. Розуміння тематичної типології виставок є важливим для успішної організації та участі в цих подіях, а також для сприяння розвитку виставкової справи в Україні.

Ще одним критерієм типології виставкової справи є їх розмір та масштаб. В Україні проводяться виставки різних розмірів - від місцевих виставок у невеликих населених пунктах до великих міжнародних виставок, які залучають учасників та відвідувачів з усього світу. Масштабні виставки, такі як міжнародні виставки, допомагають привернути увагу до України як до важливого гравця на міжнародній арені та сприяють розвитку туризму та бізнесу. Розмір та масштаб виставок є важливими аспектами виставкової діяльності. Вони визначаються обсягом території, кількістю учасників та відвідувачів, а також різноманітністю представлених продуктів і послуг.

Нижче розглянуто різні розміри та масштаби виставок, їх особливості та вплив на результативність заходу.

- Малий розмір виставки.

Малі виставки характеризуються невеликим обсягом території та невеликою кількістю учасників. Вони зазвичай орієнтовані на певну тематику або групу товарів і послуг. Малі виставки можуть відбуватись в спеціально орендованих приміщеннях, готелях, конференц-центрах або інших невеликих майданчиках. Вони можуть бути спрямовані на регіональну або місцеву аудиторію, а також на конкретний сегмент ринку. Малі виставки мають свої переваги, такі як більш особистий інтерактив з відвідувачами, зниження витрат на участь та організацію, більші можливості для побудови глибоких взаємин з учасниками та відвідувачами.

- Середній розмір виставки.

Середні виставки є поширеними і зазвичай проводяться в спеціальних виставкових комплексах або виставкових центрах. Вони можуть бути національного або міжнародного масштабу і представляти різні галузі промисловості, культури, науки, туризму та інші сфери. Середні виставки залучають значну кількість учасників і відвідувачів, що забезпечує широкі можливості для бізнес-зв'язків, обміну досвідом та презентації нових продуктів і послуг. Вони сприяють підвищенню престижу брендів, розвитку туристичного та бізнес-потoku в місто або регіоні.

- Великий розмір виставки.

Великі виставки є найбільшими за розмірами та масштабами подіями виставкової справи. Вони проводяться в спеціальних виставкових комплексах або великих виставкових центрах, які мають значну площу та інфраструктуру для організації великих заходів. Великі виставки залучають сотні або навіть тисячі учасників з різних країн світу. Вони представляють широкий спектр галузей та секторів економіки. Великі виставки є платформою для встановлення бізнес-контактів, укладання угод, презентації технологій та інновацій, а також для просування брендів на міжнародному рівні.

Розмір та масштаб виставок є важливими факторами, які впливають на їх результативність та ефективність. Вибір оптимального розміру виставки залежить від мети та цілей заходу, цільової аудиторії, фінансових можливостей та ресурсів організаторів. Малі виставки можуть бути корисними для регіонального розвитку та побудови глибоких взаємин з учасниками, середні виставки сприяють бізнес-зв'язкам та обміну досвідом, а великі виставки надають можливості для глобального просування та розвитку бізнесу. Організаторам важливо уважно планувати та адаптувати розмір та масштаб виставки до потреб та очікувань учасників та відвідувачів, щоб забезпечити максимальну ефективність та задоволення всіх сторін.

Формат виставки також є важливим елементом типології. В Україні можна виділити різні формати виставок, такі як виставки вітчизняних

виробників, міжнародні виставки, тематичні ярмарки, бізнес-форуми та інші. Кожен формат виставки має свої особливості та цільову аудиторію. Наприклад, бізнес-форуми залучають фахівців та представників бізнесу для обміну досвідом та розширення бізнес-контактів, тоді як тематичні ярмарки сприяють продажу та просуванню конкретних товарів та послуг.

Формат виставок є ключовим елементом виставкової діяльності, оскільки він визначає структуру, організацію та характер події. Нижче розглянуто різні формати виставок, їх особливості та переваги, а також вплив на взаємодію між учасниками та відвідувачами. Клівак В. С., та Вежбовська Л. Р зазначають наступне: «В умовах сьогодення, важливим фактором, який здійснює вплив на ефективність участі певної компанії у виставкових заходах є саме організація виставкового простору.

Досягнення позитивного впливу можливе не тільки завдяки відповідності до сучасних норм і стандартів галузі, але і завдяки вмінню адекватно відповісти на очікування відвідувачів (потенційних клієнтів).» [19, с. 54].

- Традиційний виставковий формат.

Традиційний виставковий формат включає створення виставкового простору з використанням стендів, експозиційних площ та інших зон для представлення продуктів, послуг або ідей. Учасники розташовуються на своїх стендах і представляють свою продукцію або презентують свої послуги. Відвідувачі мають можливість проходити між стендами, спілкуватись з представниками компаній та отримувати інформацію про продукцію чи послуги. Традиційний формат виставок є широко використовуваним і має свої переваги, такі як зручність для учасників та відвідувачів, можливість особистого контакту та обміну ідеями.

- Інтерактивні виставки.

Інтерактивні виставки спрямовані на активну участь відвідувачів. Вони включають інтерактивні стенди, демонстраційні зони, віртуальну реальність, ігри, вікторини та інші елементи, що стимулюють взаємодію та залучення відвідувачів. Інтерактивні виставки сприяють активному вивченню продукції,

випробуванню нових технологій, отриманню практичних навичок та незабутньому враженню. Цей формат дозволяє учасникам презентувати свою продукцію або послуги більш ефективно, а відвідувачам - отримати глибше розуміння того, що пропонується.

- Тематичні виставки.

Тематичні виставки фокусуються на конкретній тематиці або галузі. Вони збирають учасників, які спеціалізуються у певній сфері, що дозволяє створити спеціалізовану та спрямовану аудиторію. Тематичні виставки можуть бути присвячені окремим галузям промисловості, мистецтву, науці, спорту, туризму та багатьом іншим темам. Цей формат дає можливість учасникам презентувати свої досягнення та експертизу у вузькому спектрі діяльності, а відвідувачам - знайти конкретну інформацію та рішення, що відповідають їхнім інтересам [24, с. 149].

- Віртуальні та онлайн-виставки.

Віртуальні та онлайн-виставки стають все більш популярними, особливо у контексті глобальної діджиталізації. Ці формати дозволяють проводити виставки у віртуальному середовищі, де учасники та відвідувачі можуть брати участь у події без фізичного присутності. Віртуальні виставки надають можливість представляти продукцію, проводити презентації, укладати угоди та спілкуватись зі знайомими та новими контактами онлайн. Вони забезпечують географічну доступність та зниження витрат на участь у виставках.

Формат виставок має велике значення для досягнення поставлених цілей та ефективної взаємодії між учасниками та відвідувачами. Традиційний формат виставок є широко використовуваним та забезпечує зручність та особистий контакт. Інтерактивні виставки та віртуальні формати розширюють можливості взаємодії та сприяють активному залученню відвідувачів. Тематичні виставки надають можливість спеціалізації та залучення цільової аудиторії. Вибір формату виставки повинен базуватись на меті заходу, цільовій аудиторії та специфіці галузі діяльності, забезпечуючи оптимальну

взаємодію та успіх події. «Виставково-експозиційна діяльність реалізується на основі синтезу когнітивних та спеціальних практичних компетентностей з рисунку, живопису, кольорознавства, композиції, декоративно-прикладного мистецтва, історії мистецтв та дизайну. Застосування фахових компетентностей у виставковій діяльності забезпечує можливість визначати конструктивну побудову та композиційне рішення експозиції, забезпечувати її художньо-функціональну мету» [41, с. 4].

Україна має різноманітні регіони, і кожен з них володіє своїми особливостями виставкової діяльності. Тому географічне розташування виставок є важливим аспектом типології. Виставки можуть проводитися у столиці - Києві, в крупних містах, таких як Львів, Одеса, Харків, а також у регіональних центрах та містах-курортах. Розміщення виставки в певному регіоні може вплинути на аудиторію, рівень участі та успішність заходу. Географічне розташування виставок відіграє важливу роль у виставковій діяльності. Вибір місця проведення виставки має прямий вплив на досягнення її цілей, привабливість для учасників та відвідувачів, а також на успіх події в цілому.

Один з ключових факторів при виборі місця проведення виставки - це географічне положення. Розташування виставки може бути визначено на різних рівнях - міжнародному, національному, регіональному або локальному. Кожен рівень має свої переваги та особливості.

- Міжнародні виставки.

Міжнародні виставки часто проводяться в ключових міжнародних центрах, мегаполісах або великих експоцентрах. Такі події привертають увагу учасників та відвідувачів з усього світу. Географічне розташування міжнародної виставки може мати велике значення для доступності та зручності для міжнародних учасників, забезпечуючи можливість міжнародного спілкування та бізнес-зв'язків.

- Національні виставки.

Національні виставки зазвичай проводяться в крупних містах країни, що є центрами торгівлі та бізнесу. Вони привертають увагу національних учасників та відвідувачів, а також забезпечують можливість для національного промоційного та економічного розвитку. Географічне розташування національної виставки може відображати престиж та розвиток країни.

- Регіональні виставки.

Регіональні виставки проводяться в конкретних регіонах або містах, що мають певну галузеву спеціалізацію або економічний потенціал. Вони сприяють розвитку місцевого бізнесу, стимулюють обмін ідеями та співпрацю між підприємствами у даному регіоні.

- Локальні виставки.

Локальні виставки проводяться на місцевому рівні, часто в місті або невеликому регіоні. Вони мають вузьку спеціалізацію і спрямовані на задоволення потреб місцевої аудиторії. Локальне географічне розташування виставки може забезпечити зручність та доступність для місцевих учасників та відвідувачів.

При виборі географічного розташування виставки необхідно враховувати такі фактори, як розмір ринку, конкуренція, потенційна аудиторія, інфраструктура, доступність транспорту та інші. Оптимальне географічне розташування допомагає максимізувати участь учасників та відвідувачів, забезпечує успішну комунікацію та співпрацю між усіма зацікавленими сторонами [55, с. 4358]

Таким чином, географічне розташування виставок відіграє важливу роль у виставковій діяльності. Вибір правильного місця проведення виставки залежить від багатьох факторів, і його важливо здійснювати з урахуванням мети заходу, цільової аудиторії та специфіки галузі діяльності. Врахування географічного контексту сприятиме успішній організації та реалізації виставки.

Висновок до першого розділу

У першому розділі роботи було розглянуто виставкову діяльність як предмет теоретичного осмислення. Здійснено аналіз та систематизацію основних аспектів виставкової діяльності, що сприяє розумінню її сутності та значення. Типологія виставкової справи в Україні є різноманітною та включає різні типи виставок, їх розміри, формати та географічне розташування. Розуміння цієї типології допомагає організаторам виставок, учасникам та іншим зацікавленим сторонам розробляти ефективні стратегії, залучати цільову аудиторію та досягати успіху в організації та проведенні виставок в Україні. Крім того, розуміння типології виставок сприяє розвитку культурно-економічного простору країни, підвищенню її престижу та міжнародної впливовості.

Можна зробити висновок, що виставкова діяльність є складним та багатограним явищем, що поєднує в собі елементи маркетингу, культури, комунікації та інших сфер. Вона виконує важливі функції, такі як презентація продукції, розвиток бізнес-контактів, розширення ринків збуту, обмін досвідом та інноваційними ідеями.

Основні теоретичні аспекти виставкової діяльності включають концептуалізацію, організацію, залучення цільової аудиторії, оцінку ефективності, типологію та формати виставок. Кожен з цих аспектів має свої особливості та впливає на успішність проведення виставок.

Важливим аспектом виставкової діяльності є також залучення цільової аудиторії. Це вимагає ретельного вивчення потреб та очікувань учасників та відвідувачів, а також розробки ефективних стратегій привертання уваги та створення комфортного середовища для спілкування та обміну інформацією.

Оцінка ефективності виставки є важливим етапом виставкової діяльності. Вона дозволяє оцінити досягнення поставлених цілей, визначити переваги та недоліки, а також зробити висновки для подальшого вдосконалення організації та проведення виставок.

Типологія виставкової справи та формати виставок визначають різноманітність і специфіку подій. Розуміння різних типів виставок дозволяє вибрати найбільш відповідний формат для конкретного заходу, враховуючи цілі, аудиторію та особливості галузі діяльності.

Наприкінці можна зазначити що виставкова діяльність є складним і важливим аспектом сучасного бізнесу та культурного життя. Вона вимагає теоретичного осмислення та систематичного дослідження для досягнення успіху та ефективності в організації та проведенні виставок.

РОЗДІЛ II. ЕВОЛЮЦІЯ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

2.1. Становлення та розвиток ринку виставкових послуг у світі

Виставково-ярмаркова діяльність в світі є феноменом, який привертає увагу суспільства та має велике значення для економіки. Ця незвичайна галузь знаходиться під контролем і підтримкою державних структур, професійних асоціацій та інших організацій, що активно сприяють її розвитку.

Виставкова галузь є сферою особливої уваги держави і динамічно розвивається. Визнання виставкових компаній у світі та створення виставкових центрів міжнародного рівня відкривають нові можливості, але також вимагають належної професійної підготовки та оцінки виставкових заходів.

Проведення виставок і ярмарків має довгу та цікаву історію, яка сягає багатовікового минулого. Уже в давнину люди усвідомлювали важливість демонстрації своїх товарів та послуг, аби привернути увагу й залучити нових клієнтів. Перші ярмарки з'явилися великих містах Близького Сходу в першій половині XII століття, і вони швидко стали популярними торговими подіями.

Поступово традиція ярмарків поширилася й на інші регіони Європи, де вона почала активно розвиватися. У XVII столітті у Франції з'явилися перші виставкові заходи, які влаштовували учні монастирських шкіл та ремісничі майстерні. Ці демонстрації найкращих робіт мали на меті не лише показати майстерність, але й привернути увагу потенційних клієнтів та замовників. Ці виставки тривали кілька тижнів і збирали велику кількість людей, що виявляли інтерес до продукції та послуг, що пропонувалися.

З початком зростання мануфактурного виробництва виставки набували все більшого значення. Зокрема, починаючи з середини XVIII століття, наддержави Європи стали використовувати національні виставки як засіб

демонстрації своєї економічної потужності. Це було особливо помітно перед промисловою революцією. Такі виставки відбулися у Лондоні (1756 р.), Парижі (1763 р.), Дрездені (1765 р.), Берліні (1786 р.) та інших містах. Вони стали платформою для демонстрації досягнень у різних галузях, включаючи промисловість, науку, мистецтво та технології. [8]

Промислова революція, яка змінила обличчя Західної Європи, також вплинула на розвиток виставкової сфери. Після завершення цього періоду передові європейські країни ввели традицію регулярного проведення виставок. Ці виставки виконували не лише роль демонстрації товарів та послуг, але також виступали як своєрідні товарні біржі. Наприклад, Франція вперше впровадила пересувні виробничо-комерційні виставки в 1817 році, і незабаром ця ідея була підхоплена Німеччиною у 1818 році [8].

Особливий розквіт виставкової сфери спостерігався в середині XIX століття в Великобританії. Вона стала центром "всесвітньої майстерні", оскільки потребувала доступу до широких світових ринків. У 1851 році в Лондоні була організована перша міжнародна виставка, яка відома як "Велика індустріальна виставка всіх народів" або "Виставка Кришталевого Палацу". Ця виставка вражала своїм масштабом та різноманіттям представлених продуктів і досягнень. Вона зібрала учасників з різних країн та стала символом нових технологій, інновацій та промислового прогресу [7].

Таким чином, проведення виставок і ярмарків стало не просто торговою традицією, але й платформою для сприяння економічному розвитку, обміну ідеями та культурного взаємодії. Вони продовжують відігравати важливу роль у сучасному світі, пропонуючи можливості презентувати нові продукти, встановлювати бізнес-контакти та поглиблювати знання у різних сферах.

Виставкова діяльність є невід'ємною складовою розвитку ринкових процесів. Вона стимулює позитивні структурні зміни в економіці, сприяє науково-технічному та технологічному оновленню вітчизняного виробництва. Виставки-ярмарки виступають ефективним інструментом впливу комерційних підприємств на споживачів на ринку товарів та послуг, допомагають

отримувати достовірну інформацію, формувати імідж і отримувати прибуток у конкурентному середовищі.

Розвиток виставкової діяльності має важливе значення для таких секторів економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів широкого вжитку, а також є перспективним напрямком для розвитку міжнародного туризму [1].

У багатьох країнах виставкова сфера отримує державну підтримку у формі дотацій, податкових пільг для підприємств-учасників та організаторів заходів, а також стимулюється інвестиційне фінансування. Міжнародний виставковий бізнес стає інструментом макроекономічної та інвестиційної політики, сприяє розвитку ринку, формує інформаційне поле, забезпечує фінансові потоки та приносить додатковий дохід до бюджетів. Виставки є важливою ланкою між внутрішніми і міжнародними ринками, сприяють залученню іноземних інвестицій для реалізації перспективних проєктів у туристичній галузі [18].

В країнах з розвиненою економікою виставкова індустрія має значний вплив на економіку, і вона є однією з найбільших галузей. Аналізуючи закордонний досвід правового регулювання виставково-ярмаркової діяльності, можна побачити, що в економічно розвинених країнах вже розроблені та успішно діють відповідні правові акти. Наприклад, у Сполучених Штатах діє закон "Про участь Сполучених Штатів у міжнародних виставках", який регулює участь уряду США в міжнародних виставках, що проводяться на їхній території. Цей закон встановлює порядок надання урядової підтримки виставково-ярмарковим заходам. Закон "Про торгівлю ярмарки" також діє з 1959 року і встановлює правила імпорту експонатів, обладнання та будівельних матеріалів для проведення виставок і ярмарків на території США. Крім того, існують закони, які передбачають фінансування окремих виставок і ярмарків для федеральних органів та інших організацій США.

На міжнародному ринку ярмарків та виставок Німеччина має провідну позицію зі своїми відомими виставковими та ярмарковими комплексами у містах, таких як Ганновер, Берлін, Лейпциг, Мюнхен, Франкфурт-на-Майні та інших. Дві третини найбільш відомих міжнародних галузевих ярмарків та виставок у світі проводяться саме в Німеччині. Там діє велика виставкова індустрія, яка протягом десятиліть формувала свій неповторний стиль та традиції. Виставково-ярмаркова діяльність охоплює 23 міста Німеччини. Тільки 20% великих виставкових заходів організовується щороку, а більшість проводиться через рік або навіть рідше, залежно від тривалості інноваційного циклу відповідних галузей. В Німеччині існує чітка градація галузевих виставок для спеціалістів та регіональних заходів для споживачів. Кожного року німецький уряд виділяє до 150 мільйонів євро на виставкову діяльність.

У світовій економіці виставкова діяльність стає все більш важливою, оскільки вона виконує різноманітні функції і сприяє розвитку бізнесу та побудові партнерських відносин. За прогнозами Всесвітньої асоціації виставкової діяльності, цей сектор продовжуватиме динамічно рости. Збільшується кількість виставкових заходів та їхніх учасників, розбудовується інфраструктура, а також розвивається ринок виставок по всьому світу [4].

У системі організації аудиту країн Західної Європи, таких як Німеччина, Австрія, Швейцарія та Франція, відзначається створення незалежних спеціалізованих асоціацій або бюро, які зосереджені на проведенні аудиту даних з виставкової статистики. У Сполучених Штатах Америки, Бельгії та Нідерландах практикується інший підхід, де організатори виставок замовляють аудит незалежним аудиторським компаніям. Щодо Італії, там аудит проводиться державним органом статистики. Усі ці підходи мають свої особливості, але головними принципами аудиту є єдність стандартів, можливість порівняння і незалежність.

Світова спільнота не має єдиного підходу до регулювання та підтримки виставково-ярмаркової діяльності. В Європейському Союзі, наприклад, існує Пояснювальне Повідомлення, яке визначає виставково-ярмаркову діяльність

як окремий сектор підприємницької діяльності, підкорений ринковим правилам, проте вимагає дотримання певних вимог [7].

У Німеччині державне регулювання виставково-ярмаркової сфери є обмеженим. Тут в дії "Самодисциплінуючі правила" (Добровільний Кодекс професійної етики), які встановлюють стандарти для проведення виставок та ярмарків. Крім того, в цій країні функціонує Комітет німецької економіки у справах торговельних ярмарок та виставок (AUMA), який розробляє підходи до класифікації виставок та збирає статистичні дані про цю галузь. Фінансування та розвиток виставкових центрів у Німеччині реалізується за допомогою субсидій з податку на готельні послуги, оскільки виставкові центри розглядаються як важливий інструмент економічного розвитку [7].

Управління виставками в Італії має свою особливу структуру, яка розділена між областями та центральним урядом. Області мають повноваження видавати дозволи на проведення виставок, щоб уникнути надмірної конкуренції між ними. Центральний уряд здійснює контроль якості міжнародних виставок та керує трьома основними виставковими структурами у Мілані, Вероні та Барі. Рішення про участь підприємств у закордонних виставках приймається на регіональному рівні регіональним урядом, а на національному рівні - Інститутом зовнішньої торгівлі Італії. Для регулювання виставково-ярмаркової діяльності в Італії було прийнято Рамковий закон про виставкову галузь, який встановлює умови видачі дозволів на проведення виставок, порядок присвоєння статусу виставковим заходам та складання щорічного офіційного календаря виставок, а також регулює формування Консультативного Комітету з виставкової діяльності та інші важливі аспекти цієї галузі.

У Франції виставково-ярмаркова діяльність регулюється вже століттями та має багату історію, яка вплинула на розвиток культури та економіки країни. Однак, необхідність адаптації до сучасних вимог та змін у правовому середовищі привела до прийняття різних урядових постанов із змістовними

доповненнями до оригінального ордонансу № 45-2088 від 11 вересня 1945 року "Про виставково-ярмаркові заходи".

Серед них варто виділити постанову № 69-948 від 10 жовтня 1969 року, яка здійснила значне переосмислення положень ордонансу. Ця постанова регламентувала новий порядок проведення виставок та ярмарків, а також увівала додаткові механізми контролю та підтримки для організаторів та учасників. Таким чином, держава демонструвала свою здатність адаптуватися до змін у галузі виставкового бізнесу та створювала сприятливі умови для розвитку цього важливого сектора економіки [7].

У Франції існує яскравий приклад гармонійної співпраці між державними структурами та приватними фірмами у сфері виставкової діяльності. Зокрема, головні виставкові центри у Парижі та Ліоні можуть бути як у власності державних органів, так і приватних власників. Це сприяє різноманітності та конкуренції на ринку виставок, а також сприяє привабливості Франції як місця для проведення міжнародних заходів.

Успішне планування та організація ярмарків та салонів забезпечується за участю приватних фірм та їх об'єднань, які діють під наглядом державних органів. Серед них варто зазначити Державний секретаріат у справах дрібних та середніх підприємств, торгівлі та ремесел, а також префектів відповідних міст та регіонів. Така система нагляду забезпечує якість та професіоналізм виставкових заходів та сприяє розвитку бізнесу.

Головною координуючою структурою виставкового процесу в Франції є Асоціація "Ярмарки та салони Франції", яка має особливий статус, еквівалентний державному. Ця асоціація виконує важливі функції з підтримки та розвитку виставкового бізнесу, координує діяльність організаторів та учасників заходів, а також сприяє співпраці з міжнародними партнерами. Завдяки такому співробітництву Франція успішно зберігає свої позиції у світовому виставковому просторі та привертає увагу бізнесу та туристів з усього світу.

Подібна модель співпраці між державою та приватним сектором спостерігається і в інших країнах. У Іспанії, наприклад, контроль за

виставковою діяльністю розподіляється між центральним урядом та місцевими адміністраціями. Головні виставкові структури у Барселоні та Мадриді належать державним органам або приватним власникам, які діють самостійно або у складі консорціумів. У цій країні також існує Закон "Про упорядкування виставкової діяльності Автономної області Мадрид", який стимулює якість та участь економічних секторів у виставках.

У Великобританії підтримка виставкового бізнесу надається Trade Partners UK, представником уряду. Ця організація активно сприяє підприємствам, які мають бажання брати участь у виставкових заходах або відвідувати міжнародні семінари. Trade Partners UK спрямовує свої зусилля на підтримку молодих експортерів та допомогу досвідченим експортерам у входженні на нові ринки. Великобританія також підтримує розвиток місцевих програм підтримки виставкового бізнесу в окремих штатах.

У Сполучених Штатах діють спеціальні закони, що регулюють участь уряду США у міжнародних виставках, проведених на їхній території. Закон "Про торговельні ярмарки" та інші регулюють ввезення експонатів та матеріалів для виставок, а також забезпечують фінансування окремих виставок та ярмарків федеральними органами та організаціями США. Міністерство торгівлі США активно підтримує участь приватних компаній у виставках та ярмарках, а також заохочує іноземних імпортерів до участі у міжнародних заходах, що проводяться на їхній території. Крім того, в окремих штатах США існують місцеві програми підтримки виставкового бізнесу.

Наприклад, в Сполучених Штатах Америки існують спеціальні закони, що регулюють участь уряду в міжнародних виставках, які проводяться на їх території. Ці закони встановлюють порядок урядової підтримки виставок і ярмарків, а також режим ввезення експонатів і устаткування для цих заходів.

США є лідером у світі за кількістю виставочної площі, яка становить 50 мільйонів квадратних метрів. Країна щороку проводить понад 12 тисяч регіональних, національних і міжнародних виставок, в яких беруть участь близько 50 тисяч експонентів та майже 60 мільйонів відвідувачів. Понад 40%

виставок у США вважаються великими, з привабливістю для близько 27 тисяч відвідувачів кожна. Проте, характерною рисою американської виставкової діяльності є спрямованість на конгресну спеціалізацію, коли виставковий та конгресний бізнеси взаємодоповнюють один одного. У Європейському Союзі однією з провідних країн у сфері виставкової діяльності є Італія. У ній був прийнятий спеціальний закон, відомий як "Рамковий закон про виставкову галузь", який регулює цю галузь. Закон визначає терміни, умови, дозволи та процедури, пов'язані з проведенням виставок, формуванням календаря виставок, умовами для виставкових комплексів та іншими аспектами виставкової діяльності.

Сполучені Штати Америки є лідером у світі виставкової діяльності зі своїм вражаючим обсягом виставочної площі, який становить 50 мільйонів квадратних метрів. Кожен рік у країні проводиться понад 12 тисяч регіональних, національних і міжнародних виставок, на яких беруть участь близько 50 тисяч експонентів та майже 60 мільйонів відвідувачів. Це свідчить про значну масштабність виставок у США.

Більше 40% виставок у США вважаються великими, привертаючи увагу близько 27 тисяч відвідувачів кожна. Проте, чимала особливість американської виставкової діяльності полягає в її спрямованості на конгресну спеціалізацію. Відмінність цієї стратегії полягає у поєднанні виставкового та конгресного бізнесу, що створює взаємодоповнюючі сфери діяльності.

Американська виставкова еліта раніше, ніж європейська, зрозуміла потребу у взаємодії виставкового та конгресного секторів, тому вони почали впроваджувати нові будівельні рішення, що дозволяють ефективно поєднувати функції виставкових та конгресних просторів. Це сприяє розвитку туристичного та бізнес-секторів, залученню інвестицій та сприяє загальному економічному зростанню.

У Європейському Союзі однією з провідних країн у сфері виставкової діяльності є Італія. У ній був прийнятий спеціальний закон, відомий як "Рамковий закон про виставкову галузь", який регулює цю галузь. Закон

визначає терміни, умови, дозволи та процедури, пов'язані з проведенням виставок, формуванням календаря виставок, умовами для виставкових комплексів та іншими аспектами виставкової діяльності.

Франція, зокрема Париж, відома своїм найбільшим виставковим комплексом "Paris expo/Portes de Versailles". Цей комплекс функціонує на основі спеціального закону та довгострокового контракту між приватними власниками і міською адміністрацією. Прибутки від діяльності комплексу забезпечують його самофінансування. Крім того, власники комплексу, вкладаючи інвестиції в його розвиток, передають нові павільйони та споруди у власність міста. Це призводить до створення нових робочих місць та сприяє економічному зростанню регіону.

В цілому, виставкова діяльність є важливим елементом економіки країн, сприяє розвитку туризму, залученню інвестицій, створенню робочих місць та сприяє обміну знаннями та інноваціями.

Ці приклади демонструють, що в країнах з розвинутою виставковою індустрією встановлені ефективні механізми співпраці між державою та приватним сектором для підтримки та розвитку виставкового бізнесу. Така співпраця сприяє привабливості країни для проведення міжнародних виставок, сприяє економічному розвитку, обміну знаннями та підтримці бізнесу.

2.2. Вплив гібридних загроз

У сучасному світі, де національна та глобальна безпека стають предметом постійного виклику, поняття гібридних загроз стає дедалі актуальнішим і важливішим для розуміння складних ситуацій, що виникають на політичній та соціальній арені.

Гібридні загрози, в своїй суті, представляють собою складне явище, яке об'єднує в собі різні методи та стратегії для досягнення стратегічних цілей без

відкритого застосування військової сили. Ця складність визначається комбінуванням різних аспектів, таких як інформаційні, економічні, кібернетичні, політичні та інші впливи на об'єкти і суб'єкти впливу.

Основними елементами гібридних загроз є:

1. Інформаційні аспекти: Гібридні загрози активно використовують дезінформацію, пропаганду та маніпуляцію інформацією для створення конфузів та впливу на громадську думку. Це може призвести до подриву довіри до інститутів та сприяти соціальним напруженням.

2. Економічні впливи: Гібридні загрози можуть включати в себе економічний тиск, санкції, корупцію та інші економічні засоби впливу. Це може призвести до втрат в економіці та змін у розподілі ресурсів.

3. Кібератаки: Гібридні загрози активно використовують кібератаки для злому інформаційних систем, крадіжки конфіденційних даних або впливу на критичну інфраструктуру. Це може призвести до серйозних технологічних порушень.

4. Політичні дії: Гібридні загрози можуть спрямовуватися на дестабілізацію політичного процесу, подрив демократичних інститутів та втручання в політичні справи інших країн.

Гібридні загрози не є новим явищем. Вони мають свої коріння в історичних подіях, таких як холодна війна, де інформаційна пропаганда та економічний тиск були активно використані для досягнення стратегічних цілей. Також, гібридні методи були виявлені в сучасних конфліктах, зокрема в Україні та Сирії [25, с. 45-55].

Гібридні загрози важко обмежити територіально. Вони можуть мати міжнародний характер, коли актори впливають на декілька країн або регіонів одночасно. Це робить їхнє виявлення та протидію більш складними завданнями для міжнародного співтовариства.

Гібридні загрози стають дедалі більшим викликом для сучасного світу. Розуміння їхньої суті та теоретичних аспектів є ключовим для розв'язання проблем, які вони створюють у політиці, економіці та суспільстві. Подолання

гібридних загроз вимагає комплексного та координованого підходу, що базується на аналізі та розумінні їхньої природи та основних аспектів.

Історія світових конфліктів і напружених відносин вказує на те, що гібридні загрози не новий явище. Уже в античні часи імперії використовували різні стратегії, включаючи інформаційну пропаганду, дипломатичний тиск, а також військову силу, для досягнення своїх цілей. Проте сучасні технології і зв'язана з ними зростаюча глобалізація зробили ці загрози більш доступними та складними.

Другим фактором історичного контексту є криза міжнародних відносин та конфлікти між великими державами. Після закінчення Холодної війни, багато держав вважали, що загроза великих війн іноземними державами відсутня, і це призвело до покращення міжнародного співробітництва та зменшення військової активності. Однак останні події, такі як анексія Криму Росією та конфлікт на Сході України, а також зростання геополітичної напруженості між США, Китаєм та іншими країнами, свідчать про те, що гібридні загрози можуть виникати навіть у відносно стабільному світі [10, с. 142].

Третім ключовим аспектом є розвиток інформаційних технологій та засобів масової комунікації. З поширенням Інтернету та соціальних мереж стало легше і швидше впливати на суспільство та масову свідомість. Інформаційні операції, дезінформація і маніпуляція громадською думкою стали важливою складовою гібридних загроз. З цього погляду, історія Інтернету та розвиток цифрової технології є невід'ємною частиною історичного контексту гібридних загроз.

Для боротьби з гібридними загрозами необхідно розвивати нові стратегії та міжнародні норми. Забезпечення кібербезпеки, підвищення обізнаності громадськості щодо дезінформації та маніпуляції, а також підтримка міжнародних організацій і діалогу між державами - це лише деякі зі способів боротьби з гібридними загрозами.

Історичний контекст гібридних загроз демонструє, що цей феномен має коріння в давніх конфліктах, але його сучасне виявлення і зростання пов'язані

зі змінами у глобальних відносинах, технологічному прогресі та інших факторах. Розуміння цього контексту є важливим для розробки ефективних стратегій та заходів для протидії гібридним загрозам і забезпечення стабільності та безпеки в сучасному світі.

Гібридні загрози стали неодмінною складовою глобальної політики та безпеки. Їхнє поширення та ефективність в значній мірі залежать від численних факторів, які створюють сприятливе середовище для їхнього виникнення та поширення [22, с. 11-115].

1. Зміна міжнародного контексту

Сучасний міжнародний контекст характеризується геополітичними напруженнями, конкуренцією між великими державами, а також розпадом більшість міжнародних угод і домовленостей. Це створює умови для здійснення гібридних загроз, оскільки держави можуть використовувати ці методи як засіб досягнення своїх цілей в умовах відсутності стабільних міжнародних договорів.

2. Розвиток інформаційних технологій

З поширенням інтернету та соціальних медіа збільшилася доступність інформації, а також зросла її швидкість поширення. Це робить інформаційні аспекти гібридних загроз більш доступними та ефективними. Дезінформація, фейкові новини та інші інструменти інформаційної війни можуть швидко впливати на громадську думку та створювати плівку невизначеності.

3. Економічні інтереси та вплив

Гібридні загрози часто мають економічну складову. Економічний тиск, санкції, корупція та інші економічні засоби можуть бути використані для впливу на країни та організації. Розподіл ресурсів, доступ до ринків та контроль над фінансовими потоками можуть бути використані як інструменти гібридних атак.

4. Політична нестабільність та конфлікти

Політична нестабільність та конфлікти в різних регіонах світу створюють готовність для гібридних загроз. Дестабілізація політичного

середовища може сприяти поширенню гібридних методів впливу, оскільки вони можуть використовувати цю нестабільність для досягнення своїх цілей.

5. Забруднення кордонів між гібридними методами та традиційною військовою силою

Західні доктрини та стратегії безпеки дедалі більше визнають важливість гібридних загроз. З цього результату, гібридні методи можуть змішуватися з традиційними військовими діями, що ускладнює розрізнення інтервенції та відсічу гібридних загроз.

Фактори, що сприяють гібридним загрозам, є складними і взаємозв'язаними. Зростаюча геополітична напруга, розвиток інформаційних технологій, економічні інтереси та політична нестабільність створюють сприятливе середовище для виникнення та поширення цих загроз. Розуміння цих факторів є важливим для розробки ефективних стратегій протидії гібридним загрозам та збереження міжнародної безпеки.

Вплив гібридних загроз на суспільство та політику надзвичайно важливий та значущий, і він вимагає серйозного аналізу та реакції.

Гібридні загрози впливають на суспільство в різних аспектах. Один із основних ефектів - це створення невизначеності та втрати довіри. Дезінформація та пропаганда можуть викликати паніку, розділення суспільства та навіть вплинути на демократичні процеси. Громадяни стають більш схильними вірити у фейкові новини та розповсюджувати їх, що сприяє розпаду довіри до медіа та інститутів.

Крім того, гібридні загрози можуть мати економічні наслідки. Економічний тиск та санкції можуть призвести до зниження економічної стабільності та зростання безробіття. Кібератаки можуть завдати шкоди корпоративним структурам та критичній інфраструктурі, що може мати серйозний вплив на економіку.

Загрози для суспільства також можуть включати психологічний тиск та соціальну маніпуляцію. Застосування гібридних методів може створити

загрозу для психічного здоров'я громадян, особливо тих, які стають жертвами дезінформації та маніпуляції [27, с. 73-76].

Гібридні загрози мають значний вплив на політику як національному, так і міжнародному рівнях. Вони можуть викликати дестабілізацію політичних систем, підривати демократичні процеси та втручатися у внутрішні справи інших країн.

Гібридні загрози можуть бути використані для дискредитації політичних опонентів, підкупу політичних лідерів та втручання у вибори. Інформаційна пропаганда може впливати на голосування та виборчі рішення громадян.

На міжнародному рівні гібридні загрози можуть призвести до міжнародних конфліктів та напруги між державами. Вони можуть стати фактором дестабілізації регіонів та загрожувати міжнародній безпеці.

Вплив гібридних загроз на суспільство та політику є суттєвим і потенційно небезпечним. Вони можуть руйнувати довіру, викликати економічний та соціальний тиск, а також домагатися політичних цілей через різні методи маніпуляції. Боротьба з гібридними загрозами вимагає комплексного підходу, який включає в себе як внутрішні, так і міжнародні заходи для забезпечення стабільності, безпеки та демократії.

Для протидії гібридним загрозам потрібні ефективні заходи та стратегії [14, с. 121-122].

1. Підвищення інформаційної грамотності та критичного мислення суспільства

Однією з ключових стратегій для боротьби з гібридними загрозами є підвищення рівня інформаційної грамотності серед населення. Люди повинні бути здатні відрізнити правдиву інформацію від фейкової та розуміти методи маніпуляції інформацією. Це може бути досягнуто шляхом освіти та масової інформаційної кампанії.

2. Зміцнення кібербезпеки

Кібератаки є однією з найпоширеніших гібридних загроз. Для протидії їм необхідно зміцнювати кібербезпеку національних інфраструктур та

інформаційних систем. Це включає в себе розвиток міцних кіберзахистних стратегій, співпрацю з приватними секторами та іншими країнами, а також навчання персоналу для виявлення та відповіді на кіберзагрози.

3. Зміцнення політичних інститутів та демократії

Гібридні загрози можуть спрямовуватися на дестабілізацію політичних систем та підрив демократичних процесів. Для протидії цьому необхідно зміцнювати політичні інституції, підвищувати прозорість та відкритість у владних структурах, і забезпечувати незалежність судової системи.

4. Міжнародна співпраця

Гібридні загрози часто мають міжнародний характер, і їх протидія вимагає співпраці між країнами. Міжнародні організації, такі як ООН та НАТО, можуть відігравати важливу роль у координації зусиль для боротьби з гібридними загрозами.

5. Зміцнення кіберрозвідки та контррозвідки

Збільшення зусиль у сфері кіберрозвідки та контррозвідки допоможе виявляти та аналізувати дії гібридних загроз. Важливо мати можливість вчасно виявляти та відповідати на загрози, що надходять через кіберпростір та інші канали [38, с. 5].

Гібридні загрози становлять складну та багатоаспектну проблему, і їхнє виявлення та протидія вимагають комплексних стратегій та співпраці на різних рівнях. Забезпечення безпеки та стабільності у сучасному світі вимагає спільних зусиль і підходів для захисту суспільства та політичних інститутів від цих загроз.

2.3. Розвиток виставкової діяльності на території України

Як ми вже розглянули, у світовій економіці виставкова діяльність постійно збільшує свою роль і значимість. Цей феномен підкріплюється прогнозами Всесвітньої асоціації виставкової діяльності (UFI), до складу якої

входить Виставкова федерація України (ВФУ), що прогнозує подальший динамічний розвиток виставкового бізнесу [58]. Цей прогноз знаходить своє підтвердження у тенденціях, що спостерігаються на світовому виставковому ринку, де постійно розбудовується сучасна інфраструктура виставок, збільшується кількість проведених виставкових заходів та кількість учасників. Аналогічні тенденції спостерігаються і на українському виставковому ринку.

Зростання обсягів закордонних поїздок і розширення кордонів туризму стимулюють розвиток виставкової діяльності як на державному, так і на міждержавному рівні. Виставковий бізнес впливає на формування туристичних напрямків на території України і є інструментом туристичного маркетингу [43].

Історія вітчизняної виставкової справи є довготривалою і багатоаспектною. За понад тисячу років розвитку вона починалася зі стихійних ярмарків, які спочатку не мали чіткого плану або організації та відбувалися за потребами місцевих жителів. Перші документальні згадки про цей вид подій датуються першою половиною XII століття і зв'язані з традиційними щорічними святкуваннями в Київській Русі [58].

У початковій епохі прототипи великих ярмарків проводилися в рамках храмових свят, зокрема при монастирях. Ці події відбувалися в укріплених поселеннях у містах Ніжин, Київ, Чернігів та Суми. З часом практика ярмарків почала розвиватися. У XV-XVI століттях ці щорічні ярмарки стали місцем активної торгівлі: виробники продавали різноманітні товари, такі як кримська сіль, віск, селітра, вироби зі скла. Основними учасниками ярмарків були купці, але також здійснювалася торгівля і між звичайними людьми. Так само, як і на західній частині Європи, ярмарки на території сучасної України відіграли значну роль у формуванні загальнонаціонального ринку [44].

Виставково-ярмаркова діяльність в Україні є пріоритетною галуззю, яка відіграє важливу роль у нарощуванні експортного потенціалу країни, просуванні продукції вітчизняних виробників на міжнародні ринки та залученні передових фірм до розвитку економіки. Виставкова діяльність в

Україні має глибокі традиції, що сягають XVI століття, коли ярмаркова діяльність набула значного поширення. Серед найвідоміших ярмарків того часу варто згадати Хрещенський ярмарок у Харкові, Іллінський ярмарок у Полтаві, Воздвиженський ярмарок у Кролівці та Контрактовий ярмарок у Києві.

З другої половини XIX століття організація сільськогосподарських та промислових виставок в Україні набула регулярного характеру. Ці виставки, хоч і називалися всеросійськими, відкривали двері для участі західних країн, таких як Німеччина, Австрія, Бельгія, Франція та інші. Вони стали платформою для обміну досвідом, новітніми технологіями та просуванням товарів. Однією з перших виставок в Україні була виставка в Одесі, яка відбулася у 1820 році. Подібні заходи проходили у багатьох великих містах, таких як Москва, Петербург, Київ, Харків, Нижній Новгород, Херсон, Катеринослав та інші [4].

Це стало важливим моментом у розвитку виставкової діяльності країни, що сприяло зміцненню зв'язків між виробниками, споживачами та партнерами. Виставки стали платформою для обміну ідеями, технологіями та новими ринковими можливостями, сприяючи підвищенню економічного потенціалу України. Однією з перших виставок в Україні була виставка в Одесі, яка відбулася у 1820 році. Подібні заходи проходили у багатьох великих містах, таких як Москва, Петербург, Київ, Харків, Нижній Новгород, Херсон, Катеринослав та інші.

Виставкова діяльність в Україні мала свої особливі риси та місця проведення в різні періоди історії. Одними з основних міст проведення виставок були Київ, Львів, Харків, Катеринослав (сучасний Дніпро), Одеса та Херсон. У 1898 році відбулась величезна Київська сільськогосподарська виставка, яка за своїми розмірами була вражаючою для того часу - її площа становила понад 13 тисяч квадратних метрів, а було представлено понад 1700 учасників. Ще більш вражаючою була Всеросійська промислова виставка, яка відбулась у Києві в 1913 році і тривала з травня по жовтень [37]. Ця виставка

складалась з 24 відділів і привернула увагу великої кількості відвідувачів. Виставка мала непересічний вигляд, оскільки її павільйони були зведені у давньоруському стилі. Експозиція включала чотири основних відділи: сільськогосподарський, промисловий, кустарно-промисловий та науковий. Під час виставки в різних районах Києва відбувалися засідання акціонерних товариств з усіх галузей. Площа виставки складала понад 3000 квадратних сажнів (близько 13 тисяч квадратних метрів) і була розташована на різних рівнях, гармонійно вписуючись у рельєф місцевості. Близько 1700 учасників брали участь у цій виставці [45].

Таким чином, ці виставки не лише сприяли розвитку торгівлі та просуванню виробів, але й виконували функцію культурного обміну та зближення між різними країнами та регіонами. Вони створювали унікальну атмосферу, де можна було ознайомитися з новітніми досягненнями та здобутками, а також здійснити важливі бізнес-контакти.

Одним з особливих видів виставково-ярмаркової діяльності був контрактний ярмарок. На цьому ярмарку укладалися угоди та контракти щодо гуртової купівлі-продажу різних товарів, продуктів, а також щодо оренди приміщень та здійснення кредитних операцій. Протягом XVII століття найбільше значення мав контрактний ярмарок у Львові, а пізніше він був перенесений до міста Дубно, а з 1797 року - до Києва. У другій половині XIX століття він поступово перетворився на звичайний торговий ярмарок, який функціонував до 1927 року.

За радянських часів, в умовах планової економіки, пряму функцію налагодження контактів між виробниками та споживачами регламентували директивні органи, зокрема Державний комітет постачання. Ця система контролю забезпечувала строгий розподіл товарів та послуг у суспільстві.

Міжнародні відносини між західними країнами та СРСР у ці роки дозволяли участь у міжнародних виставках, хоча вони переважно мали локальний характер. На таких виставках представлялися видатні твори в області архітектури, зокрема павільйон СРСР на Всесвітній виставці у Франції

(Париж, 1937 р.) та павільйон СРСР на Всесвітній виставці у США (Нью-Йорк, 1939 р.).

Після Другої світової війни, коли країни Європи та СРСР почали відбудовувати економіку, з'явилася можливість організації нових міжнародних виставок. Але лише у середині 1950-х років виникла необхідність і можливість проведення таких заходів.

Національні виставки, включаючи районні, обласні, республіканські та всесоюзні, були способом демонстрації досягнень народного господарства. У 1958 році в Києві було відкрито Виставку досягнень народного господарства УРСР, на якій було побудовано величезний комплекс на площі 337 гектарів. У 33 павільйонах представлялися досягнення промисловості, будівництва, транспорту, сільського господарства, науки, культури та охорони здоров'я. Виставка стала важливим подією, що відображала успіхи радянського соціалістичного господарства.

Після розпаду Радянського Союзу відбулося відродження виставково-ярмаркової діяльності в Україні та інших пострадянських країнах. Цей процес розпочався в середині 90-х років і був сконцентрований переважно у таких містах, як Київ, Харків, Дніпропетровськ, Львів та Одеса. Розвиток виставково-ярмаркової діяльності можна розглядати у двох етапах: початкове становлення і подальше зростання активності. Протягом цих етапів виставки стали платформою для залучення іноземних партнерів, просування виробів вітчизняних виробників на міжнародні ринки та збільшення економічного потенціалу країни.

Стадія початкового становлення виставково-ярмаркової діяльності (1992-2003 рр.) була періодом, коли на ринку з'явилася значна кількість компаній, які спеціалізувалися на організації виставок та ярмарків. Більшість з цих компаній були невеликими або середніми і надавали супутні послуги, такі як поліграфія, видавнича діяльність, реклама, PR-послуги та інші. Завдяки високому рівню рентабельності виставково-ярмаркової діяльності, цей сегмент бізнесу став дуже привабливим для підприємців.

У цей період також відбулося становлення якісних стандартів і підходів до організації та проведення виставково-ярмаркових заходів. Використання цих стандартів сприяло покращенню якості виставок і підвищенню професійного рівня учасників та організаторів. Проте, кінець цієї стадії характеризувався практично повним вичерпанням ресурсу виставкових площ, які не відповідали європейським стандартам. Це стимулювало бажання перейти на новий якісний рівень і будувати сучасні виставкові центри.

Протягом цієї стадії в суб'єктів виставкового ринку поступово формувалася організаційно-управлінський та фінансовий потенціал для розвитку. У цьому часі були визначені наміри будувати нові сучасні виставкові центри, які відповідали міжнародним стандартам. Це свідчило про зростання інтересу до виставково-ярмаркової діяльності як важливого інструменту для розвитку економіки та підвищення престижу країни.

Стадія активного розвитку виставково-ярмаркової діяльності, яка розпочалася з 2003 року, характеризувалася значним зростанням кількості виставок та площ виставкових заходів, а також підвищенням якісних стандартів. У цьому періоді на тлі багатьох організаторів виставок, що спостерігалось і в інших країнах Центральної та Східної Європи, виділялися кілька лідерів ринку. Вони почали контролювати значний сектор виставкового ринку, який продовжував розширюватися. Орієнтація на впровадження міжнародних стандартів стала основним методом конкурентної боротьби, зокрема шляхом формування виставок як інструменту регіонального розвитку і забезпечення економічного ефекту від їх проведення.

На цій стадії лідери ринку вже сформували певну спеціалізацію, кожна компанія виділялася декількома тематичними напрямками, на яких вона займала провідне місце на ринку виставкових послуг. Ці виставки мали чітко визначену періодичність проведення і формували виставковий бренд як компанії, так і ринку в цілому.

Особливу увагу на цьому етапі приділено створенню сучасних виставкових центрів, які відповідають світовим стандартам і здатні проводити

значні міжнародні виставки. Україна стала членом Всесвітньої асоціації виставкової індустрії, що свідчить про зростання її ролі в цій галузі.

Особливе місце в розвитку виставково-ярмаркової індустрії в Україні належить Києву. Розміри виставкової діяльності в місті стійко зростають. Це не зовсім типово для європейських країн, де найбільші виставкові центри не завжди розташовані у політичних столицях. Найбільшими центрами виставкової діяльності у Європі є такі міста, як Ганновер, Мілан, Валенсія, Бірмінгем, Базель, Брно, Познань, Утрехт. Київ же є одним з небагатьох центрів виставкової індустрії в Європі, що відрізняється надзвичайно високим рівнем динамізму розвитку.

Участь у торгових виставках та ярмарках стала важливою складовою підприємницької діяльності, вона органічно вписується в комплекс маркетингу і обіцяє українським бізнесменам реальні результати. Однак для досягнення успіху на виставках та ярмарках необхідно гармонійно поєднати мотивацію підприємства взяти участь у події з його глобальними маркетинговими та комунікаційними стратегіями.

Організація участі у виставках і ярмарках вимагає високого рівня професіоналізму персоналу та тісної співпраці всього колективу підприємства. Це особливо важливо в сучасному динамічному світі, де інформаційні технології широко використовуються в усіх сферах життя і грають важливу роль в економіці країни та окремих підприємств.

Організатори виставок та ярмарків також використовують різноманітні види інформаційних технологій, що допомагають підвищити ефективність управління заходами. Вони збирають, зберігають і структурують інформацію, що надходить від учасників та організаторів, що дозволяє знизити витрати на проведення виставкових заходів.

Концепція Інтернет-виставок передбачає поєднання ІТ-технологій та Інтернет-маркетингу для створення масштабного інформаційно-виставкового інтерактивного простору. Метою Інтернет-виставок є надання підприємствам можливості здійснювати онлайн-торгівлю та експонувати свої нові товари. Це

сприяє розширенню географії збуту, залученню нових клієнтів та підвищенню конкурентоспроможності підприємства.

Таким чином, використання інформаційних технологій та організація Інтернет-виставок відкривають широкі можливості для підприємств у плані просування своїх продуктів і послуг, залучення нових клієнтів і розширення ринків збуту. При цьому, успіх на виставках і ярмарках залежить від професіоналізму персоналу та здатності підприємства працювати в команді, спрямовуючи свої зусилля на досягнення спільних цілей.

В Україні також спостерігається позитивна динаміка розвитку виставкового бізнесу. Великі виставкові оператори в Києві, Львові, Дніпропетровську та інших містах створюють унікальні виставкові комплекси та організовують заходи з різних сфер. Історично, виставкова діяльність в Україні почалася зВДНГ і виконувала ідеологічну функцію. Проте, з набуттям незалежності та переходом до ринкових відносин, вона отримала комерційний характер і стала важливим інструментом маркетингу та комунікацій для бізнесу.

Виставки в Україні відображають сучасний стан економіки країни та сприяють вивченню ринку та формуванню партнерських зв'язків. Вони надають унікальну можливість виробникам, посередникам та споживачам зустрітися безпосередньо, встановити контакти та продемонструвати свою продукцію. Крім того, виставки є місцем, де збирається активна громада представників певних галузей та відбувається обмін досвідом і новими технологіями.

Також виставки мають велике значення для розвитку міст, регіонів та країн, де вони проводяться, оскільки вони сприяють підвищенню іміджу та привертають увагу як внутрішніх, так і зовнішніх учасників. Виставкова діяльність в Україні не тільки органічно вписується в ринкову економіку, але й стає важливим інструментом для підтримки та розвитку бізнесу у всіх його сферах.

Виставкова діяльність в Україні дійсно органічно вписується в розбудову ринкової економіки і має значний вплив на розвиток бізнесу та господарську активність. Якщо ми будемо казати про переваги виставкової жіяльності, можемо виокремити наступне:

1. Виставки є важливим інструментом маркетингових та комерційних комунікацій для учасників. Вони дозволяють підприємствам просувати свої товари та послуги, залучати нових клієнтів та встановлювати партнерські відносини.

2. Виставки надають унікальну можливість позиціонувати підприємства на ринку шляхом демонстрації їх продукції та послуг безпосередньо на виставці. Це дозволяє споживачам ознайомитись з продуктом, його якістю та функціональністю.

3. Виставки є важливим джерелом інформації про товари, послуги, виробників, постачальників, посередників та конкурентів. Вони допомагають підприємствам здобувати необхідні знання про ринок, аналізувати кон'юнктуру та прогнозувати зміни.

4. Виставки забезпечують безпосередні контакти між виробниками (продавцями) та споживачами, що сприяє налагодженню ділових зв'язків та укладанню угод. Це ефективний спосіб встановити особистий контакт та заручитись довірою.

5. Участь у виставках дозволяє підприємствам швидко вивчити ринок і зібрати необхідну інформацію за короткий термін. Це допомагає зробити обґрунтовані рішення щодо розвитку бізнесу та адаптації до змін.

6. Виставки є місцем зустрічі активних учасників певної галузі, що сприяє обміну досвідом, ідеями та новими технологіями. Вони стимулюють інновації та розвиток галузей науки, техніки та технологій.

7. Участь у виставках також має велике значення для міст, регіонів та країн, де вони проводяться. Вони сприяють підвищенню іміджу та привертають увагу як внутрішніх, так і зовнішніх учасників, сприяючи туристичному та економічному розвитку.

У сфері виставково-ярмаркової діяльності Україна може похвалитись рядом значних досягнень, але, несумнівно, є проблеми, які потребують уваги. Одна з них полягає в необхідності створення ефективної системи державної підтримки цієї галузі. Українське законодавство та методики, розроблені згідно з Концепцією виставково-ярмаркової діяльності, є основою для державного регулювання в цій сфері.

Варто відзначити, що виставково-ярмаркова діяльність є однією з найдинамічніших галузей сучасної світової економіки. Вона не тільки зміцнює міжнародні зв'язки та сприяє розвитку внутрішньої та зовнішньої торгівлі, але й виконує важливу роль у пропаганді передових технологій та нових видів продукції. Такий підхід до виставково-ярмаркової діяльності підкреслюється в самій Концепції.

Непересічна унікальність виставково-ярмаркової діяльності полягає в тому, що вона створює сприятливу платформу для зустрічі бізнес-спільноти, фахівців та споживачів з усього світу. Це місце, де відбуваються важливі переговори, укладаються угоди, обмінюються досвідом та інноваційними ідеями. Виставки є справжнім економічним і культурним подією, яка привертає увагу та забезпечує величезні можливості для розвитку різних галузей та економічного зростання.

Крім того, виставки є прекрасною нагодою для підприємств показати свої досягнення, привернути увагу потенційних партнерів та клієнтів, побудувати співпрацю та зміцнити свою позицію на ринку. Вони дозволяють вивчити конкурентне середовище, провести аналіз та прогнозування, а також отримати іміджеві, рекламні та фінансові переваги.

Україна має значний потенціал у сфері виставково-ярмаркової діяльності, але додаткові зусилля та ефективна державна підтримка будуть сприяти її подальшому розвитку та підвищенню привабливості для внутрішніх та зарубіжних учасників.

Виставкова діяльність в Україні є невід'ємною частиною розвитку ринкових процесів і сприяє стимулюванню позитивних змін в економіці, а

також науково-технічному та технологічному оновленню вітчизняного виробництва.

Основні принципи виставкової діяльності, які закріплені в Концепції розвитку виставково-ярмаркової діяльності, включають:

1. Створення рівних умов для суб'єктів виставкової діяльності різних форм власності.
2. Реалізація єдиної державної політики в галузі виставкової діяльності та координація дій державних органів та органів місцевого самоврядування.
3. Забезпечення свободи доступу суб'єктів господарювання до виставкової діяльності та добросовісної конкуренції між ними.
4. Захист вітчизняної виставкової діяльності від експансії зарубіжних організаторів виставок та ярмарків.
5. Використання різних підходів до вирішення основних проблем розвитку виставкової діяльності [39].

Учасниками виставково-ярмаркової діяльності в Україні є різні суб'єкти, такі як: державні органи, що здійснюють державну політику в цій галузі; рада з питань виставково-ярмаркової діяльності; Національний науково-дослідний інститут дизайну; Національний виставковий центр і регіональні виставкові центри; міністерства і відомства; Торгово-промислова палата України та її регіональні відділення; організатори та розпорядники виставок; агенти та спонсори; учасники виставок.

З метою забезпечення моніторингу та оцінки ефективності виставкової діяльності в Україні, Державна служба статистики України щорічно проводить державне статистичне спостереження за формою № 1-виставки "Звіт про виставкову діяльність". Це дозволяє зібрати дані від організаторів виставок та виставкових центрів України шляхом подання звітів до регіональних органів статистики. Варто зазначити, що у звіті не враховуються мистецькі виставки та постійно діючі виставки.

Державна служба статистики України публікує узагальнену інформацію у Статистичному щорічнику України та тематичному статистичному бюлетені

"Виставкова діяльність в Україні". Ці дані також розміщуються на офіційному веб-сайті. Вищезгаданий бюлетень, який містить інформацію за регіонами, спрямовується до зацікавлених органів державного управління та регіональних органів статистики для використання.

У жовтні 2021 року Україна подала заявку на проведення Всесвітньої виставки "Експо - 2030" у м. Одеса [52]. Ця виставка, з темою "Відродження. Технології. Майбутнє", спрямована на досягнення Цілей сталого розвитку ООН. Рішення про місце проведення виставки буде прийняте Міжнародним бюро виставок після голосування у 2023 році, де Україна змагатиметься з Південною Кореєю, Італією та Росією. Проведення Всесвітньої виставки в Україні має великий потенціал для економічного зростання та просування країни на міжнародній арені. А станом на зараз, незважаючи на війну, ведеться планування даного заходу, зокрема зараз відомо що будівництво прходитиме без використання цементу, планується побудова об'їзної дороги, з ціллю збееження дорожнього покриття, тощо.

Висновок до другого розділу

Становлення та розвиток ринку виставкових послуг у світі є важливим явищем, що має значний вплив на економіку та суспільство. За допомогою державної підтримки та сприяння професійних асоціацій і організацій, виставкова галузь може ефективно розвиватися, функціонуючи як платформа для презентації досягнень різних галузей, обміну ідеями та культурного взаємодії.

Сучасні виставки та ярмарки продовжують виконувати важливу роль у сучасному світі, сприяючи розвитку ринкових процесів, науково-технічному прогресу та культурному обміну. Країни, такі як Сполучені Штати, Німеччина, Франція, Великобританія та Іспанія, вже розробили моделі співпраці між державою та приватним сектором у виставковій галузі, що сприяє розвитку

цього сектора та має позитивний вплив на економіку та туризм цих країн. Усе більше країн посилюють свою участь у виставково-ярмарковій сфері, що свідчить про динамічний ріст і значення цього сектора у світовій економіці.

Гібридні загрози стають дедалі більшим викликом для сучасного світу. Розуміння їхньої суті та теоретичних аспектів є ключовим для розв'язання проблем, які вони створюють у політиці, економіці та суспільстві. Подолання гібридних загроз вимагає комплексного та координованого підходу, що базується на аналізі та розумінні їхньої природи та основних аспектів.

Розвиток виставкової діяльності на території України є надзвичайно важливим з економічної та туристичної перспектив. Виставки в Україні мають глибокі традиції, які сягають XVI століття, і розширюються з часом, стаючи платформою для обміну досвідом та новітніми технологіями. Виставкова діяльність в Україні відіграла важливу роль у розвитку країни, сприяючи зміцненню зв'язків між виробниками, споживачами та партнерами. Ці виставки стали платформою для обміну ідеями, технологіями та новими ринковими можливостями, що підвищило економічний потенціал України. Виставки також сприяли культурному обміну та зближенню між різними країнами та регіонами, створюючи унікальну атмосферу для ознайомлення з досягненнями та здійснення важливих бізнес-контактів. З розвитком виставково-ярмаркової діяльності в Україні з'явилася можливість проведення міжнародних виставок, що відображали успіхи національного господарства та сприяли залученню іноземних партнерів.

Стадія активного розвитку виставково-ярмаркової діяльності в Україні, яка почалася з 2003 року, сприяла формуванню організаційно-управлінського та фінансового потенціалу для розвитку цієї галузі. В цей період було виявлено наміри будувати нові сучасні виставкові центри, що відповідали міжнародним стандартам. Це свідчило про зростання інтересу до виставково-ярмаркової діяльності як важливого інструменту для розвитку економіки та підвищення престижу країни. Україна активно займається моніторингом і оцінкою ефективності виставкової діяльності через проведення державного

статистичного спостереження. Це дає змогу збирати дані від організаторів виставок та виставкових центрів через подання звітів до регіональних органів статистики. Однак у звітах не враховуються мистецькі виставки та постійно діючі виставки.

Отримана інформація узагальнюється та публікується Державною службою статистики в Статистичному щорічнику України та спеціальному статистичному бюлетені "Виставкова діяльність в Україні". Заявка на проведення Всесвітньої виставки "Експо - 2030" у м. Одеса була подана, і проведення цього заходу може стати важливим фактором для економічного зростання та просування України на міжнародній арені. Незважаючи на війну, планування даного заходу вже розпочалося, і відомо, що будівництво буде здійснене без використання цементу, планується побудова об'їзної дороги для збереження дорожнього покриття та інші заходи.

РОЗДІЛ III. ТВОРЧІСТЬ МАРІЇ ПРИМАЧЕНКО ЯК ОБ'ЄКТ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

3.1. Життя та творчість Марії Примаченко

Марія Оксентіївна народилася у 1908 році в селі Болотня на Київщині у родині талановитих майстрів. Її батько майстрував дерев'яні огорожі з давньослов'янськими зображеннями, мати виконувала вишивку, а бабуся займалася розписом писанок. Від матері Марія успадкувала навички створення характерних для українських майстринь орнаментів, описаних Гоголем як "птахи схожі на квіти, а квіти - на птахів" [5].

Що стосується прізвища миткині, до сьогоднішнього дня немає жодних точних даних щодо правильного варіанта прізвища видатної художниці. Спірним є питання Примаченко чи Приймаченко. Більше того, сама Марія Оксентіївна була невпевнена стосовно цього питання і не звертала до нього особливої уваги. За словами режисера Леся Танюка, який досліджував цю тему, вона надавала різні відповіді на запитання про своє прізвище.

У одному випадку вона стверджувала, що правильне прізвище - "Приймаченко", оскільки її родина належить до "приймаків", і її батька Оксентія Григоровича усиновили, записавши прізвище по-руськомому, що призвело до його спотворення.

У інших випадках, Марія Оксентіївна стверджувала, що її прізвище - "Примаченко", зазначаючи, що саме таким чином називали її у селі, де вона виростала.

Однак, в офіційному документі - указі Президента України Віктора Ющенка "Про відзначення 100-річчя від дня народження Марії Приймаченко" - було використано варіант прізвища "Приймаченко" [6].

Дитинство Марії було складним через поліомієліт, який сильно вплинув на її характер і спричинив розвиток надзвичайної спостережливості, а також

загострення слуху і зору. Для дівчинки всі предмети навколо ставали учасниками живої, захоплюючої гри, яка мала яскравий і святковий відтінок. Через обмежену можливість працювати в полі через хворобу, Марія звернула свою енергію до мистецтва, мріючи приносити радість людям і ділитися своїми творіннями з іншими [33, с. 9].

Перші кроки у мистецтві розпочалися під час пасіння гусей біля хати на квітучому лузі біля річки. Марія малювала на піску різні квіти, які бачила, а потім помітила синюватий глей. За допомогою цього матеріалу, вона розмалювала хату. Цей акт творчості вразив місцевих мешканців, які хвалили її здібності та радили продовжувати розвиватися.

У 1936 році Марію вперше помітила широка аудиторія, коли її запросили до експериментальних майстерень, які були відкриті в Києві при Музеї українського мистецтва. Ці студії були створені для українських талановитих художників з метою продемонструвати їхні таланти та допомогти вдосконалити їхню майстерність. Так Марія Приймаченко опинилася в Києві [34].

Серед багатьох талановитих майстрів Марія дуже вирізнялася. Вона тоді розпочала вивчення нових мистецьких напрямків, малювала, вишивала та захоплювалася керамікою. Із того періоду у музеї зберігаються численні її роботи - тарілки, глечики, що прикрашені химерними орнаментами. Марія отримала диплом першого ступеня на виставці народного мистецтва. Після цього її твори були представлені на виставках в європейських столицях, що дозволило їй здобути визнання талановитої української художниці далеко за межами Батьківщини.

У міру зростання Марії, її художній талант ставав все виразнішим. Її творчість здивовувала і захоплювала усіх навколо. Але щоб відкрити всі можливості свого дару, їй знадобився вчителю-наставник. Вона зустріла свою душевну родину у Києві, де талановита майстриня-ткаля і вишивальниця Тетяна Флору помітила у Марії неповторний потенціал. Вона запропонувала молодій художниці поїхати до Києва, де були організовані Центральні експериментальні майстерні народного мистецтва [28].

Вступивши до Школи народних майстрів, Марія Приймаченко буквально захопилася мистецтвом і творчістю. Вона експериментувала з різними матеріалами і техніками, створювала видатні акварельні малюнки з фантастичними звірами та птахами, ілюструвала українські байки. Найбільше до душі їй припала гуаш - яскрава та чиста фарба, що здатна створювати чарівні образи на білому ватмані. В її творах втілено унікальне поєднання наївного мистецтва з тонкими художніми деталями.

Зусилля Марії не залишилися непоміченими - її роботи отримали визнання на багатьох виставках із числа яких Всесоюзна виставка народного мистецтва у Москві та міжнародна виставка в Парижі. Завдяки своїм оригінальним творінням, Марія Приймаченко стала популярною у СРСР та за його межами. Її роботи розглядали великі митці своєї епохи, такі як Пабло Пікассо, Марк Шагал, Луї Арагон.

Є чутки, що Пабло Пікассо, побачивши картини Марії Приймаченко, назвав їх "шедеврами геніальної жінки". Під впливом творчості Приймаченко Марк Шагал створив низку картин, що дуже схожі на чудернацьких звірів Марії. На паризькій виставці Марія отримала золоту медаль. Цю відзнаку вона дізналася, перебуваючи в лікарні після операції, і ця звістка допомогла їй забути біль із-за втручання [31].

У своєму особистому житті, Марія Примаченко зустріла Василя Маринчука, свого земляка з Іванкова, з яким одружилася. Цей шлюб виявився щасливим, хоча чоловік пішов на війну і, на жаль, не повернувся. Марія виховала їхнього сина Федора, який став її найближчим другом і також художником, який поділяв її талант у стилі наївного мистецтва.

Під час німецько-радянської війни мисткиня повернулася до свого рідного села, де пережила всі труднощі воєнного та післявоєнного періоду. Незважаючи на відсутність вістей про свого чоловіка Василя Маринчука із фронту, вона до самого кінця своїх днів надіялась на його повернення [53].

Марія зуміла зберегти свою неповторну творчу індивідуальність. Тоді вона відкрила свою студію та почала навчати інших молодих талантів, які

згодом стали слідувати за нею і розвиватися як художники. Її роботи стали не лише справжньою окрасою України, а й пам'яткою світової культури, що прославляла українське народне мистецтво.

В період з 1960 по 1965 роки художниця відзначилась натхненною роботою над новим циклом, названим "Людам на радість". В рамках цього циклу представлені такі твори, як "Сонях", "Синій вазон з квітами", "Голуб на калині", "Пава у квітах" та "Лев".

За цей цикл Марії Приймаченко було нагороджено звання лауреата Державної премії України імені Т.Г. Шевченка. Самобутня художниця говорила про себе, що створює сонячні квіти, бо любить людей і творить на радість та щастя їм, мріючи про взаємне кохання між народами всієї землі.

Життя Марії Примаченко закінчилося у 1997 або 1998 році, і вона померла в рідному селі Болотня. Світ втратив видатного майстра наївного мистецтва, чия творчість продовжує зачаровувати і надихати людей і нині.

Син Федір також помер у 2008 році і був похований поруч із матір'ю, але їхні твори та спадок лишаються з нами назавжди, переносячи красу та унікальний світ художниці на наступні покоління.

Визнання та слава Марії Примаченко були беззаперечними, і її твори отримали високу оцінку як в Україні, так і за її межами. Її незвичайний стиль та унікальний підхід до мистецтва надихнули багатьох і відзначені Національною премією України імені Тараса Шевченка. Марія Примаченко була не тільки талановитою художницею, але й надзвичайно вразливою душею. Вона була справжньою спостережливою та проникливою особистістю, яка завжди охоче приймала нові інформації зі світу природи і поточних подій. Її творчість була сповнена магії, і у кожному її полотні можна відчутти безмежну любов до життя та елементів української культури.

Марія Примаченко розвивала свій художній талант без формальної художньої освіти, вона була самоуком і натхненною художницею. Вона знайшла власний стиль, який відповідав її унікальному сприйняттю світу. У її

творах виразно відбивалося любов до рідного краю, до природи, до звірів та птахів.

Для зручності розуміння подаємо короткий огляд життя Марії Примаченко у вигляді таблиці (табл. 3.1.).

Табл. 3.1. Хронологія подій у житті та творчості Марії Примаченко

Рік	Подія
1909 р. 12 січня	Народження Марії Примаченко у селі Болотня Іванківського району на Київщині. Вона успадкувала талант до вишивання від матері та мала батька з художньою натурою, який створював знамениті дерев'яні голови за старою язичницькою традицією. У семирічному віці перехворіла на поліомієліт, після чого стала нездатною нормально ходити.
1935-1937 рр.	Навчання Марії Примаченко в Школі народних майстрів у Києві.
1935-1941 рр.	Створення "Звіриної серії" Марії Примаченко, яка стала унікальним явищем в українському та світовому мистецтві.
1937 р.	Виставка картин Примаченко на Всесвітній виставці в Парижі.
1941 р.	Народження сина Федора. Його нащадки, Петро і Іван, разом із онуками, проживають в Іванкові.
1959 р.	Прийняття Марії Примаченко до Спілки художників України.
1961 р.	За допомогою районної влади побудовано новий будинок художниці в Болотні.
1966 р.	Вручення Марії Примаченко Шевченківської премії за цикл картин "Людя на радість" (з авторською назвою "Квіти - радість життя").
1997 р. 18 серпня	Смерть Марії Примаченко, поховання в Болотні.

Джерело: розроблено на основі [5, 28]

Марія Примаченко здатна була передати свої спостереження та почуття через яскраві кольори, простоту форм і деталей. Вона створювала велику

кількість картин, на яких зображувала квіти, тварин та селянський побут. Її роботи були повні життєрадісності, емоцій та невимушеності. Українська народна художниця Марія Примаченко стала символом національної культури, її твори донині залишаються популярними і вражають своєю неповторністю та глибиною. Вона не тільки продемонструвала світові високий рівень українського наївного мистецтва, а й надихнула інших художників розвивати цей жанр. Творчість Марії Примаченко є цінним духовним надбанням України, яке допомагає зберегти й передати наступним поколінням унікальну культурну спадщину [35].

Творчість Марії Примаченко не можна звести до простих схем, адже вона переносила на полотно складні та глибокі відчуття світу. В її картинах відображались яскраві контрасти між добром і злом, між мрією та реальністю. Її вміння портретувати епоху з дуальністю надавало її творам особливий характер. Наприклад, її полотно "Звіриний суд" вражало дивними образами, такими як чорна мавпа за столом, що веде протокол, та два вовки, що стоять перед нею навшпиньки.

Марія Примаченко не лише здобула національне визнання, але й була нагороджена званням Заслуженої діячки мистецтв Української Радянської Соціалістичної Республіки, що підкреслює її великий внесок у культурне життя країни. Вона також носила звання "Народниця художниця України", що свідчить про високу оцінку її творчості з боку народу.

Своїми роботами Марія Примаченко продемонструвала, що мистецтво не знає меж та стандартних шаблонів, воно може бути неповторним, яскравим і запам'ятовуваним. Її творчість є надзвичайно цінним надбанням, яке не лише зберігає національну спадщину, але й надихає на подальші творчі пошуки та розвиток мистецтва взагалі. В її картинах можна побачити невичерпний запас народної мудрості, глибинну сприйнятливість до природи, та сильний зв'язок з коріннями української культури.

Для Марії Примаченко мистецтво було засобом вираження своєї душі, способом передати свої емоції та почуття. Її твори - це не просто полотна, а

справжні твори мистецтва, які змушують задуматися, переосмислити своє ставлення до навколишнього світу і збагатити власне життя через сприйняття краси. Завдяки Марії Примаченко наївне мистецтво здобуло нові відтінки та стало однією із найцікавіших галузей художнього творчості [29].

Марія Примаченко залишила свій слід у світі мистецтва, створивши унікальні та неповторні твори, які донині зачаровують і надихають покоління за поколінням. Її креативність та енергія ще довго будуть жити у її картиннах, нагадуючи нам про велику силу мистецтва та його здатність пробуджувати у нас внутрішню казку та незвичайність.

Марія Примаченко була художницею, яка надихалася народним мистецтвом та культурою свого народу. Вона знаходила джерела свого творчого натхнення в народних хатніх розписах, орнаментальних візерунках та народних піснях, які з дитинства звучали в її колискові. Її творчість вбирає в себе багатогранну школу народного мистецтва, враховуючи багатовікову культуру українського народу.

У своїх роботах Марія Примаченко поєднувала різноманітні елементи народного мистецтва, такі як медяники з фантастичними звірами, вироби з тіста, старовинні тканини, килими, вишивки та вибійки. Вона переосмислювала традиційні символи та елементи народного мистецтва, надавала їм новий зміст, що робило її творчість унікальною та незвичайною.

Стиль Марії Примаченко був синтезом давніх образів та форм, що знайшли відображення у слов'янській міфології та палеолітичному мистецтві. Вона унікально поєднувала малюнок і живопис, створюючи живописні графічні композиції. Технічно Марія не використовувала складних методів та матеріалів, працюючи звичайними фабричними гуашевими фарбами та аквареллю на звичайному ватмані. Вона з великою майстерністю використовувала гуаш для створення насичених кольорових плям з чітким силуетом.

Художниця часто використовувала ритм у своїх роботах, створюючи композиції з динамічними мазками та добре узгодженими формами. Колір в її творах відігравав особливу роль, організовуючи площину та створюючи

настрій. Тло у картині Марії завжди було живим, орнаментальним, що надавало її творам додаткову колірну та композиційну міцність.

Марія Примаченко була правою, але писала лівою рукою. Це, можливо, сприяло її оригінальному підходу до малювання, її рух руки був незвичайним та динамічним, що додавало її творам експресивності та унікальності.

Завдяки своїм новаторським прийомам та оригінальному образному мисленню, Марія Примаченко стала видатним представником наївного мистецтва. Її роботи дотепер зачаровують та залишаються цінним надбанням української художньої культури.

Творчість Марії Примаченко може бути розділена за типологією на три основні категорії: сюжетні (фігурні), знакові та ритміко-орнаментальні роботи. Починаючи з середини 1960-х років, на виставках її творчість представлялася переважно квітково-пташиними композиціями. Але до 1967 року у її творчості почали з'являтися побутові сцени, які додали різноманіття та глибину її мистецтву. Однак особливий розквіт її сюжетної творчості припав на початок 1970-х років, коли з'явилися такі відомі твори, як "Весілля", "Катерина співає пісню", "Роман і Оксана", "Галя на весілля запрошує", "Сватання", "Після весілля хрещеного батька та матку хрещену везуть до магазину" [47].

Примаченко також створювала роботи, присвячені різним подіям та темам. Вона з великою любов'ю творила "квіти-роздуми" та "квіти-присвяти", які були присвячені людям, які працюють на землі та люблять свою Батьківщину, а також молодим матерям, які народили дітей. Крім того, вона створювала фантастичні композиції, де зображувала персоніфіковані квіти, які жили своїм життям, а також реалістичні зображення соняшників, бузків та рожевих троянд.

Особливими творами Примаченко є її "звірячі композиції", які є унікальним явищем у світовому мистецтві. Вона змальовувала фантастичних звірів, які були чистим витвором її уяви. Звірі на її полотнах вражають своєю величчю та неповторністю, а їх колір і орнаментальна розробка тулуба роблять їх емоційно потужними образами, які здійснено здаються оживаючими. Звірі

Примаченко несуть у собі глибокі етичні категорії та філософію життєствердження, вони символізують боротьбу добра і зла, але завжди підкреслюють, що добро перемагає.

Також, Марія Примаченко відома своєю співпрацею з письменником Михайлом Стельмахом, для якого ілюструвала дитячі книжки "Журавель" та "Чорногуз приймає душ". Її ілюстрації до українських народних дитячих пісень, наприклад, "Ой коники-сиваші", також є чудовим прикладом її майстерності.

Однією з центральних тем у творчості Примаченко є боротьба добра і зла. Ця тема перетворена у неї на величезний органічний мікрокосм, де добрі птахи і звірі виразно зображені яскравими та сяючими фарбами, в той час як злі персонажі використовуються темними та приглушеними відтінками, що надає їм загадковості. Її роботи наближені до народного живопису та поезії, що підсилює їх народну аутентичність та збільшує ефект унікальності.

Ще однією характерною рисою творчості Марії Примаченко є "багатосценові" картини, де казкові елементи зміщені в несподівані масштаби. Величезні риби, літаючі птахи, хатки з квітами та гігантські яблука у деревах створюють казковий та бувальщинний світ, що переплітається з реальністю. Ідея єдності природного світу йде вздовж усіх її творів, а масштабні композиційні зміщення допомагають показати складні й нерозривні зв'язки між усіма живими істотами (дод. 1).

Примаченко здатна втілити навіть найскладніші теми у своїх творах. Вона відтворила радісний бік буття у своїй найвідомішій серії "Людам на радість", але також змогла передати смуток у роботах, які зображують уквітчані могили в рушниках.

Однією з важливих робіт художниці є серія картин, присвячена Чорнобильській катастрофі. Особлива увага приділяється серії, де зображена Болотня, що розташована у майже 30-кілометровій зоні навколо Чорнобильської АЕС, що відзначається її соціальною активністю та відповідальністю як митці.

Примаченко також здатна досягти конкретно-чуттєвого образу у своїх роботах, зокрема у власному автопортреті "Літа мої молодії, прийдіть до мене у гості". Її здібності передати деталі та почуття роблять її мистецтво багатограним та емоційно насиченим.

Сутність стилю Марії Примаченко полягає у її унікальному поєднанні народних мотивів, фантастичних елементів та глибокого філософського підґрунтя. Творчість Примаченко уособлює в собі не лише художній талант, а й здатність передати глибокі моральні й етичні принципи, що залишає її мистецтво неповторним та цінним для сучасності.

Марія Примаченко, як художниця, не обмежувалася лише малюнками, вона також виявила себе як поетеса, створюючи унікальні та запам'ятовуючі віршовані підписи до своїх картин. Її підписи були справжніми мініатюрними віршами, що доповнювали та поглиблювали художні образи на полотнах.

Навіть у простих та веселих картин Примаченко вміла передати моральні цінності та народні мудрості. Наприклад, у роботі "Три буслики у горосі живуть у нас і досі" (дод. 2) можна відчутти глибину народної моралі, де головна думка полягає в тому, що добро завжди залишається з нами, що хоча час йде, пройдуть десятиліття, але народні мудрості та цінності залишаються актуальними й досі.

Примаченко також не боялася використовувати гумор та іронію в своїх віршованих підписах. У роботі "Свинарка виростила тисячу сімдесят поросят", вона з глибоким гумором передала ситуацію, де свинарка щиро годує своїх поросят, демонструючи свою рекордну кількість, і ніби багато що досягла. Але під цим гумористичним зображенням ховається дещо більше — радість і гордість простого народу за свою працьовитість та здатність доглядати за своїми тваринами.

Примаченко також майстерно вплітала газетний репортаж та документальні події у свої віршовані підписи, як у роботі "Галя свиней у колгоспі годувала. Виростила поросят тисячу і сімдесят". Таким чином, вона

поєднувала реальні факти та сюжети з фантастичним світом наївного мистецтва, створюючи унікальний і незабутній контент.

Примаченко володіла не лише живописними мистецтвом, а й майстерною вербальною експресією, що підкреслювало її талановитий універсалізм та здатність виразити свої ідеї в різних формах. Такі підписи робили її картини ще більш унікальними та запам'ятовуваними, даруючи глядачам емоційне зв'язок із творами. Її підписи-вірші стали не просто додатковими елементами до картин, а справжніми маленькими шедеврами, що розширювали світ наївного мистецтва.

Марія Примаченко, окрім своїх відомих картин, також проявила свій талант у якості ілюстраторки. Від кінця 1960-х до 1980-х років вона створила ілюстрації для кількох книг, виданих у видавництві "Веселка".

Одна з цих книг — "Ой коники сиваші. Українські народні дитячі пісеньки" — вийшла в 1968 році з ілюстраціями Примаченко. Ця книга відзначалася чудовим поєднанням малюнків та народних дитячих пісень, що зробило її популярною серед дітей та дорослих. Така сполучення фольклорних творів і живопису Примаченко зробило цю книгу неповторною та унікальною.

Крім того, Примаченко ілюструвала книги українського письменника Михайла Стельмаха. Одна з таких книг — "Журавель" — була видана у 1970 році. Ця книга, як і інші, була прикрашена чудовими ілюстраціями Примаченко, що створювали унікальну атмосферу й доповнювали текст.

У своїх ілюстраціях до книг Примаченко переповідала українські народні приповідки та створювала нові версії цих народних творів. Її варіанти приповідок відзначалися її художнім баченням та оригінальним підходом до ілюстрацій.

Книги з ілюстраціями Примаченко викликали багато захоплення серед критиків та читачів. Мистецтвознавець Григорій Островський у своїй книзі "Добрий лев Марии Примаченко" (1990) охарактеризував її книжки як "яскраві, барвисті" і "єдиною і неподільною імпровізацією селянської казки і художниці". Ця характеристика підкреслювала унікальність та

оригінальність ілюстрацій Примаченко, що робило її внесок у книжкове мистецтво ще більш цінним.

Марія Примаченко, завдяки своїм неперевершеним творам, не тільки знайшла визнання в своєму житті, але й залишила свій слід у сучасному мистецтві, ставши натхненням для багатьох художників. Свою багаторічну роботу присвятили їй відомі художники, такі як Ада Рибачук і Володимир Мельниченко, які створили серії панно для інтер'єрів палацу дітей та юнацтва, у яких використали мотиви і образи Марії Примаченко. Їхні твори, такі як «Діти світу», «Чарівна скрипочка», «Сонце та золоті пташки», «Вершники» та інші, були невід'ємною частиною інтер'єру та створювали атмосферу радості та краси.

Вплив Марії Примаченко на художників сучасного мистецтва важко переоцінити. Представники Нової української хвилі, такі як Лариса Піша, Олена Голуб, Григорій Столбченко та інші, були надихнуті високою креативністю творів Примаченко. Їхні твори охоплюють різні жанри та стилі, проте їх спільним елементом є відтворення яскравості та емоційної насиченості, які так характерні для картин Марії Примаченко.

Сучасний художник Арсен Савадов у своїх роботах також вшановував спадщину Примаченко. У 2017 році він цитував її твори у своїх роботах, підкреслюючи важливість її мистецтва та його вплив на його власний творчий шлях [42].

Також український художник Степан Рябченко звернув свою увагу на творчість Марії Примаченко і присвятив їй свою роботу "Джерело" (дод. 3). У цій масштабній панорамі, що знаходиться в Києві, він поєднав образи Марії Примаченко зі своїми героями, створивши унікальний образ, який вражає своєю красою та силою виразності [32].

Також скульптори збагатили Київ артмайданчиками, де за мотивами картин Примаченко були створені тривимірні персонажі. Наприклад, статуя Сонячного лева зображала одного з персонажів її картини "Молоде левиня", а також були представлені інші її унікальні образи, такі як Кінь зі скрипкою і

скульптура бика. Ці артмайданчики стали улюбленими місцями для відпочинку та фотосесій для місцевих жителів та туристів (дод. 4) [54].

Марія Примаченко не тільки стала зіркою свого часу, але й залишила свій незабутній слід у сучасному мистецтві. Її твори надихають і вразливіх нового покоління художників, створюють платформу для творчості, яка об'єднує сучасну мистецьку спадщину з багатовіковими українськими традиціями. Це свідчить про безсмертність її мистецтва та його значущість для національної культури [46].

Під час повномасштабного російського вторгнення в Україну, страшна трагедія сталася у селищі міського типу Іванків Київської області, де згорів історико-краєзнавчий музей, що містив безцінні роботи видатної художниці Марії Примаченко. Це стало непоправною втратою для культурного надбання України, оскільки музей зберігав близько двох з половиною десятків унікальних картин, які втратились назавжди.

Щасливо, частина цінних картин вдалася врятувати, завдяки небайдужості та жертвності місцевих жителів, які тимчасово зберігають їх у своїх оселях, доки не буде відновлено відповідні умови для їхнього повернення відповідним мистецьким інституціям [13].

Підсумовуючи, Марія Примаченко зуміла реалізуватися як талановитий художник і в ілюстраціях до книг, даруючи світові свої унікальні твори, що об'єднували в собі поезію, народний фольклор та живописний майстерність. Її ілюстрації стали не лише окрасою книг, а й справжнім мистецьким доробком, що збагатив світ української культури та мистецтва.

3.2. Роль картинної творчості Марії Примаченко у виставковій діяльності

Картинна творчість Марії Примаченко займає особливе місце у виставковій практиці. Її твори характеризуються художньою оригінальністю,

багатством кольорів, експресивними лініями та зображенням фольклорних мотивів. Важливим фактором, що зумовило успішну участь Марії Примаченко у виставках, є її вміння поєднувати українську народну традицію з власним митцевим баченням, що викликало захоплення та інтерес вітчизняних та зарубіжних глядачів.

Марія Примаченко - майстер унікальних картин, які зблищують своєю неперевершеною красою та проникливою емоційністю. Її непересічний талант виявляється в понад 800 творах, з яких 650 надзвичайних полотен зберігаються у Національному музеї українського народного декоративного мистецтва в Києві. Цей музей відтворює унікальну спадщину національної культури, і лише тут можна по-справжньому зануритися у всю магію та неперевершений творчий світ Марії Примаченко. Її полотна розкривають перед глядачами візію художниці, її талановите бачення світу та вміння утілити природу та народні мотиви з неймовірною майстерністю та енергією [53].

Важливим аспектом виставкової діяльності Марії Примаченко була популяризація українського народного мистецтва. Її твори були ефективним засобом підтримки національної культури в період радянської епохи, коли національна ідентичність та культурна спадщина піддавались пригніченню. Творчість Марії Примаченко привертала увагу до унікальності народних традицій, спонукала до їх дослідження та збереження.

Марія Примаченко була видатною художницею, її талант не обмежувався лише Україною. Вже в 1936 році, її твори вразили публіку на I Республіканській виставці народної творчості, де вона займала цілий зал. Це велике визнання було підтверджено дипломом першого ступеня. Після цього, картини Марії експонувалися з успіхом в різних містах світу, таких як Париж, Варшава, Софія, Монреаль, Прага. Завдяки цьому, її твори дісталися до широкої міжнародної аудиторії, а сама художниця стала дуже популярною.

Участь Марії Примаченко у виставках мала значний вплив на інші напрямки картинного мистецтва. Її роботи стали джерелом навчання та

натхнення для багатьох художників, які наважилися відтворити унікальний дух української народної культури у своїх творах.

Для того щоб описати у повній мірі, яку важливу частину займає творчість Марії Примаченко у виставковій діяльності України та світу, розглянемо кілька актуальних виставок, які проходять влітку 2023 року.

У Києві відкрилася довгоочікувана виставка під назвою "Марія Малює", на якій представлені 100 раніше неекспонованих картин Марії Примаченко. Експозиція, розташована в приміщенні Національного центру "Український Дім", стала можливою завдяки приватній колекції мистецтвознавця Едуарда Димшиця, який збирав ці шедеври протягом 30 років [49].

Виставка "Марія Малює" демонструє сто творів Марії Примаченко, що відрізняються різним тематичним спрямуванням. Едуард Димшиц, який організував виставку, підкреслює, що творчість Примаченко має особливе значення для української нації, оскільки художниця була глибоко пов'язана з рідною землею та відображала життя людей на цій землі. Вона була символом незламності, незважаючи на складні життєві обставини. Примаченко стикалася з великими втратами та хворобою, проте завжди залишалася сильною і стійкою людиною.

Експозиція привертає увагу публіки, особливо в контексті воєнних подій, оскільки творчість Примаченко втілює символ незламності та оптимізму. Едуард Димшиц наголошує, що твори художниці надихають і додають сил всім відвідувачам, щоб зігнути перешкоди на своєму шляху.

Сама назва виставки, "Марія Малює", має альтруїстичний зміст та спрямована на відображення стійкості та відданості художниці своєму мистецтву. Слоган виставки - "Я хочу, щоб люди жили, як квіти цвіли" - відзначає прекрасні слова Марії Примаченко, які стають прагненням бачити красу та гармонію в житті і боротися за мир і процвітання.

Відвідати цю унікальну виставку можна з 7 липня до 27 серпня 2023 року в Українському Домі за адресою вулиця Хрещатик, 2. Вона супроводжується публічною освітньою програмою, яка включає лекції, обговорення та майстер-

класи, створені спеціально для цього проєкту. Проєкт реалізований у співпраці з Фондом родини Марії Примаченко, що додає йому особливий художній зміст і важливість. Роль картинної творчості Марії Примаченко у виставковій діяльності.

Національний музей у Львові імені Андрея Шептицького оголосив про проведення нового виставкового проєкту під назвою "Дарую Україні!". В рамках цього проєкту будуть представлені близько ста творів відомої представниці "наївного" мистецтва Марії Примаченко (1908 (1909) - 1997) з колекції київського мистецтвознавця та академіка Едуарда Димшица. Останні тридцять років дослідник збирав ці твори, більшість з яких було придбано у родини художниці, а також у її батьківській оселі у селі Болотня [30].

Експозиція включатиме переважну частину композицій, які репрезентують пізній період творчості Марії Примаченко, останнє десятиріччя її життя. Відвідувачі музею матимуть унікальну можливість зануритися у фантастичний світ дивовижних істот, звірят, птахів та квітів, що створеною творчістю художниці. Проєкт "Дарую Україні!" покликаний підкреслити важливу роль Марії Примаченко як представниці українського народного мистецтва та пропагувати її неперевершений талант серед громадськості.

В Національному музеї українського народно-декоративного мистецтва, що розташований на території Києво-Печерської Лаври, буде представлена виставка творів Марії Примаченко, де відзначиться роль її картинної творчості. Зазначено на сторінці музею, що експозиція буде включати ранні картини художниці, створені нею протягом 1936-1937 років у Експериментальних майстернях при Київському музеї українського мистецтва. Відвідувачі матимуть змогу ознайомитися з цими творами з 1 липня і до кінця літа.

На виставці будуть представлені не тільки картини Марії Примаченко, але й збірка експериментальних керамічних виробів. Художниця використовувала керамічну форму як поверхню для своїх композицій, досягаючи єдності об'єму та розпису [50].

У творчості Марії Оксентіївни був створений цілий світ фантастичних істот, звірів, птахів, який вперше з'явився на виставці 1936 року в Києві і пізніше був представлений в інших містах України. Крім того, у 1937 році деякі малюнки з цієї серії були експоновані на Міжнародній виставці в Парижі.

У Музеї сучасного та новітнього мистецтва Тренто та Роверето (Mart) в Італії представлена виставка творів відомої української художниці Марії Примаченко. Про це інформує Укрінформ з посиланням на повідомлення від міністра культури та інформаційної політики Олександра Ткаченка в Телеграмі.

На виставці під назвою "Українські соняшники" експонуються 60 робіт Марії Примаченко. Подія відбувається в приміщенні Палаццо делле Альбере в місті Тренто та триватиме до 4 червня 2023 року. Експозиція презентує творчість художниці з колекції Національного музею Тараса Шевченка у Києві [51].

У минулому знайомство Європи та світу з українською культурою було обмежене культурою імперії, що експортувала тільки ті культурні набутки, які пасували у загальноімперський контекст. Однак нині Україна зробила кроки до повернення в європейський культурний ландшафт і починає формувати своє культурне обличчя для світу.

Раніше в Парижі, у галереї Гранд Пале, відбулася імерсивна виставка під назвою "Україна: рік стійкості, культура опору". На цій виставці були представлені шедеври великого українського поета Тараса Шевченка, а також роботи Марії Примаченко. Крім того, в експозиції були показані кадри журналістських фотографій, пов'язаних з подіями воєнного конфлікту в Україні [12].

Серед нещасних обставин, які сталися через війну, відбулися благодійні аукціони, які стали своєрідним спасінням для української культури та мистецтва. Унікальна картина Марії Примаченко "Моя хата, моя правда", створена у 1989 році, була продана на благодійному аукціоні "Benefit for Ukraine's People & Culture" у Венеції за 110 000 євро, при стартовій ціні в 1 000 євро. Виручені кошти планують передати до благодійних організацій,

включаючи "Фонд сім'ї Марії Примаченко", який має намір витратити ці гроші на будівництво власного музею [11].

Інший благодійний аукціон був організований Благодійним фондом Сергія Притули та аукціонним домом "Дукат". Картина Марії Примаченко "Квітки вирости коло четвертого блока", створена у 1990 році, була продана за 500 000 доларів, при стартовій ціні в 5 000 доларів. Гроші, отримані від аукціону, надійдуть на підтримку Збройних сил України та будуть використані для придбання 125 мікроавтобусів Volkswagen T5 для переднього краю фронту.

Із жертовності та патріотизму українського народу, одна з картин Марії Примаченко, присвячена Чорнобильській катастрофі, була передана Благодійному фонду Сергія Притули генеральною директоркою музею "Духовні скарби України", разом із чоловіком. Сім'я Примаченко дала свою згоду на продаж цієї цінної картини для підтримки Збройних сил України.

Кожен з цих благодійних аукціонів є не тільки способом підтримки української культури, але й символом національного єднання та солідарності. Мистецтво Марії Примаченко, яке завжди носило в собі дух українського народу, стає засобом відстоювання національної ідентичності та протистояння агресору. За допомогою цих благодійних заходів, втілені патріотизм та любов до своєї Батьківщини допомагають у відновленні її потенціалу та культурних надбань, що зазнали уражень через війну.

Виставковий проект "Таємничий світ Марії Примаченко" в Музеї історії та сучасного мистецтва Фінляндії протягом більш ніж чотирьох місяців привернув увагу і захопив жителів далекої скандинавської країни. У цій експозиції було представлено 135 творів, які стали перлинами золотого фонду Національного музею українського народного декоративного мистецтва [46].

Картини Марії Примаченко вразили та зачарували глядачів, і успіх цієї виставки був настільки великим, що посол України в Фінляндії навіть запропонував продовжити виставку в столиці скандинавської країни. Виставка була надзвичайно оформлена, експозицію розділили на кілька секцій, кожна з

яких підкреслили різними кольорами, щоб якнайкраще підкреслити і представити твори художниці.

Картинна творчість Марії Примаченко грала важливу роль у виставковій діяльності світу, зокрема в контексті виставки "Звір війни, Пташка надії" в США, організованої Аспен Інститутом та Аспен Інститутом Київ [48].

Експозиція включала роботи 11 сучасних українських митців, в тому числі дві роботи Марії Примаченко - "Звір війни" та "Пташка". Ці твори допомагали представити унікальний стиль українського народного декоративного мистецтва та погляд українських художників на війну. Оскільки Україна стикалася з російською агресією, твори Марії Примаченко та інших українських митців передавали велику силу і пристрасть, які виявлялися в образах тварин та символах, що стали метафорами більшої боротьби. Мистецька мова і рефлексивні процеси: Мистецтво завжди відображало контекст людського існування. Твори Марії Примаченко сприяли розумінню більш і глибокому роздуму про страждання і надію, які присутні у житті українців, допомагаючи зберегти мужність і віру у майбутнє.

Виставка робіт Марії Примаченко, яка відбулася в Saatchi Gallery в Лондоні, відіграла важливу роль у виставковій діяльності Британії та сприяла популяризації творчості видатної української художниці (див. Дод. 5) [51].

Експозиція представила понад 20 робіт Марії Примаченко, що дозволило залучити увагу лондонської аудиторії та мистецької спільноти до унікального стилю українського народного декоративного мистецтва. Ініціатива про створення музейного комплексу Марії Примаченко та артрезиденції в Іванкові та Болотні сприяє збереженню культурної спадщини художниці та створенню інноваційних просторів для художників та культурних подій. Виставка в Saatchi Gallery дозволила привернути увагу світової публіки до творчості Марії Примаченко, роблячи її відомою за межами України. Твори Марії Примаченко передавали глибокі роздуми про страждання та надію українського народу, що стало особливо актуальним у контексті тяжких часів і екзистенційної загрози.

Загалом, можемо сказати що виставки українських митців за кордоном сприяючи популяризації українського мистецтва, привертанню уваги до культурних проєктів та піднесенню духу українського народу.

Таким чином роль Марії Примаченко у виставковій діяльності полягала у наступному:

1. Популяризація українського народного мистецтва (Марія Примаченко втілювала в своїх роботах елементи українського народного мистецтва, а саме, наївного живопису. Її картини були натхненні українською природою, культурою, фольклором та етнографією. Такі роботи сприяли збереженню традиційного образотворчого мистецтва в сучасному контексті).

2. Визнання на міжнародному рівні (творчість Марії Примаченко стала відомою за межами України, її картини виставлялися на численних виставках як в Україні, так і за кордоном. Її яскравий та оригінальний стиль привертав увагу мистецтвознавців та глядачів з різних країн).

3. Розвиток наївного мистецтва (Марія Примаченко стала зразком для інших митців наївного живопису. Вона відкрила новий шлях для розвитку цього мистецтва в Україні, стала своєрідним символом національного мистецтва, що сприяло популяризації наївного стилю серед інших художників).

4. Збагачення колекцій музеїв (Творчість Марії Примаченко стала окремою частиною художніх колекцій багатьох музеїв України та світу. Її картини стали окремими експонатами, які привертають багатьох відвідувачів та допомагають зберегти та популяризувати цей вид мистецтва).

Висновок до третього розділу

Українська художниця Марія Примаченко була видатною представницею наївного мистецтва, її життя та творчість заповітали цілу епоху. Вона здатна була передати свої спостереження та почуття через яскраві кольори, простоту форм і деталей, створивши унікальні твори, що вражали

емоційністю та невимушеністю. Примаченко стала символом української культури та надихнула інших художників розвивати наївне мистецтво. Її творчість залишається цінним духовним надбанням України, сприяючи збереженню та передачі унікальної культурної спадщини. Примаченко залишилась в серцях людей завдяки своїм творам, які переносили на полотно глибокі відчуття світу та неповторну красу.

Картинна творчість Марії Примаченко займає особливе місце у виставковій діяльності, її неперевершені твори привертають увагу своєю художньою оригінальністю та багатством кольорів. Виставки з картинами Марії набирають популярності в Україні та за кордоном. Прямо щараз проводиться ряд виставок які є важливими під час війни. Твори Примаченко продаються на аукціонах що зараз є важливим для збору коштів для допомоги постраждалим від війни чи для військових які сміливо захищають Україну. Її унікальний талант і вміння поєднувати українську народну традицію з особистим митцевим баченням зумовили успішну участь у виставках та привернули захоплення як вітчизняних, так і зарубіжних глядачів. Творчість Марії Примаченко стала важливим інструментом популяризації українського народного мистецтва, а її твори залишаються надзвичайно цінним духовним надбанням, яке привертає до себе увагу на протязі років та надихає нові покоління митців.

ВИСНОВКИ

За результатами проведеного дослідження теоретично узагальнено і запропоновано нове вирішення питань стосовно організації виставкової діяльності.

1. Вивчивши теоретичні засади виставкової діяльності можна зробити висновок, що застосування виставок в культурній та інтелектуальній сфері міст має значний вплив на сприяння комунікативних зв'язків між організаторами, учасниками та відвідувачами. Виставки допомагають збагачувати культурну ауру міст, створюють атмосферу культурного дозвілля та надають можливість кожному відвідувачеві зануритися в світ творчості. Ці заходи стимулюють інтелектуальний ріст та розвиток креативних здібностей. Організація виставок вимагає концептуалізації, яка включає визначення цілей, тематики, цільової аудиторії та інших ключових аспектів проекту.

Концептуальна основа повинна відображати цілі та спрямованість події, створювати незабутнє враження у відвідувачів та приваблювати їхню увагу. Одним із найважливіших аспектів успішної виставкової діяльності є залучення цільової аудиторії. Ефективна комунікація та використання різноманітних маркетингових стратегій, персоналізація та інтерактивність допомагають залучити увагу та зацікавленість відвідувачів. Оцінка ефективності виставки включає аналіз кількості відвідувачів, їхньої поведінки, зворотного зв'язку від учасників та інших показників. Ці дані дозволяють зрозуміти, наскільки успішно було залучено цільову аудиторію та як покращити організацію майбутніх заходів.

2. Проаналізувавши існуючі типології виставкової справи в Україні, можна сказати те, що типологія виставкової справи в Україні базується на кількох ключових критеріях, таких як тематика, розмір та масштаб, формат і географічне розташування виставок. Розподіл виставок за тематикою дозволяє виділити різні типи виставок, спрямованих на презентацію творчості, розвиток бізнесу, просування продукції, а також пропаганду науково-технічних і

медичних досягнень, аграрних і туристичних можливостей. Кожен тип виставки має свою унікальну специфіку та привертає свою цільову аудиторію.

Одним із важливих критеріїв типології є розмір та масштаб виставок. Великі масштабні виставки, зокрема міжнародні, сприяють привертанню уваги до країни та її розвитку, а також сприяють розвитку туризму та бізнесу. Малі виставки сприяють регіональному розвитку та взаєминам з учасниками, а середні виставки сприяють обміну досвідом та бізнес-зв'язкам. Формат виставки також грає важливу роль у типології виставкової діяльності. Традиційний формат, інтерактивні виставки, тематичні виставки та віртуальні формати мають свої особливості та спрямовані на різні цільові групи. Кожен формат надає можливості для досягнення конкретних цілей та забезпечення ефективної взаємодії з учасниками та відвідувачами. Також географічне розташування виставок в Україні є важливим аспектом типології. Міжнародні, національні, регіональні та локальні виставки мають свої переваги та спрямовані на різні аудиторії. Врахування географічного контексту допомагає максимізувати успішність та ефективність виставкової діяльності.

3. Вивчивши становлення та розвиток ринку виставкових послуг у світі, можна обозначити, що становлення та розвиток глобального ринку виставкових послуг є важливою тенденцією, яка має вплив на економіку та суспільство. Завдяки державній підтримці та сприянню професійних асоціацій і організацій, виставкова галузь стає ефективною платформою для презентації досягнень різних галузей, обміну ідеями та культурного взаємодії. Сучасні виставки та ярмарки відіграють ключову роль у сучасному світі, сприяючи розвитку ринкових процесів, науково-технічного прогресу та культурних обмінів. Країни, такі як Сполучені Штати, Німеччина, Франція, Великобританія та Іспанія, вже успішно реалізували моделі співпраці між державою та приватним сектором у виставковій галузі, що допомагає забезпечити стійкий розвиток цього сектора та позитивний вплив на економіку та туризм цих країн. Ряд держав збільшують свою участь у виставково-

ярмарковій сфері, що свідчить про динамічний ріст і значення цього сектора у глобальній економіці.

4. Проаналізувши вплив гібридних загроз на виставкову діяльність зробимо висновок, що вплив гібридних загроз на виставкову діяльність може бути значним і вимагає комплексного підходу та ретельного аналізу. Гібридні загрози включають в себе поєднання різних видів загроз, таких як кібератаки, фізичні напади, дезінформація, а також політичний тиск та інші методи впливу.

Гібридні загрози можуть підвищити рівень вразливості виставкових заходів. Наприклад, кібератаки на інфраструктуру виставки можуть спричинити збої у роботі, крадіжку конфіденційних даних або втрату електронних квитків.

Виставкові діяльності зазвичай містять велику кількість конфіденційної інформації про компанії, продукти та інновації. Гібридні загрози можуть використовувати кібератаки для доступу до цієї інформації, що може мати серйозні наслідки для компаній та їх клієнтів.

Дезінформація та інші методи гібридних загроз можуть призвести до зниження довіри до виставкових заходів та учасників. Відвідувачі та учасники можуть стурбовано реагувати на можливість маніпуляції інформацією та сприймати заходи з обережністю.

Виставкові організатори та учасники повинні бути готові до реагування на гібридні загрози. Це може включати в себе підвищення кібербезпеки, впровадження систем виявлення та запобігання атакам, а також тренування персоналу на випадок кризових ситуацій.

Гібридні загрози можуть бути пов'язані з політичними аспектами, такими як спроби впливу на міжнародні виставки або використання виставок як майданчика для політичних дійств. Важливо бути свідомим цього впливу та реагувати на нього адекватно.

Загалом, гібридні загрози можуть становити серйозну загрозу для виставкової діяльності і вимагають уважного аналізу, планування та заходів забезпечення безпеки для зменшення їхнього впливу.

5. Дослідивши етапи розвитку виставкової діяльності в Україні, зробив висновок, що розвиток виставкової діяльності в Україні має велике значення як з економічної, так і туристичної перспективи. Виставки в країні вже мають довгу історію, яка сягає XVI століття, і з часом вони стали справжньою платформою для обміну досвідом та передовими технологіями. Виставкова діяльність в Україні має важливий внесок у розвиток країни, сприяючи зміцненню зв'язків між виробниками, споживачами та партнерами. Ці виставки стали відмінною платформою для обміну ідеями, технологіями та ринковими можливостями, що сприяло збільшенню економічного потенціалу України. Крім того, вони також сприяли культурному обміну та співпраці між різними країнами та регіонами, створюючи унікальну атмосферу для знайомства з досягненнями та встановлення важливих бізнес-контактів.

З розвитком виставково-ярмаркової діяльності в Україні з'явилися можливості для проведення міжнародних виставок, які відображали успіхи національного господарства та сприяли залученню іноземних партнерів. Період з 2003 року відзначився стадією активного розвитку виставкової діяльності в країні, що виражається у формуванні організаційно-управлінського та фінансового потенціалу для подальшого розвитку цього сектора. В цей час були виявлені наміри будувати нові сучасні виставкові центри, що відповідають міжнародним стандартам. Це свідчить про зростання інтересу до виставково-ярмаркової діяльності як важливого інструменту для розвитку економіки та підвищення престижу України. Україна також активно займається моніторингом та оцінкою ефективності виставкової діяльності, збираючи дані від організаторів виставок та виставкових центрів. Отримана інформація узагальнюється та публікується Державною службою статистики в Статистичному щорічнику України та спеціальному статистичному бюлетені "Виставкова діяльність в Україні".

Заявка на проведення Всесвітньої виставки "Експо - 2030" у м. Одеса була подана, і проведення цього заходу може стати важливим чинником для економічного зростання та просування України на міжнародному рівні. Незважаючи на умови війни, планування даного заходу вже розпочалося, і відомо, що будівництво буде здійснене без використання цементу, а також планується побудова об'їзної дороги для збереження дорожнього покриття та інші заходи.

6. Проаналізувавши життя та творчість Марії Примаченко, можна сказати, що Марія Примаченко - українська народна художниця, яка своїм талантом та творчістю залишила невимовний вплив на українську культуру та мистецтво. Її живописні твори вражають оригінальністю, глибиною та емоційною насиченістю, здатністю передати красу української природи та народних традицій. Творчість Марії Примаченко має велике значення для національної культури, оскільки вона стала символом народних цінностей, мудрості та українського фольклору. Її картини ілюструють різні аспекти життя українських селян, відтворюють барвистий світ квітів та тварин, а також зображують силу добра у боротьбі зі злом. Її мистецтво переносить глядачів у світ краси, мудрості та фантазії українського народу.

Завдяки своїй творчості Марія Примаченко стала натхненником для багатьох інших художників, які продовжують розвивати та переосмислювати наївне мистецтво. Її вплив можна бачити у творчості сучасних митців, які знаходять натхнення у її унікальних образах та кольорах. Також варто відзначити, що творчість Марії Примаченко виявилася в різних форматах мистецтва - від живопису до ілюстрацій до дитячих книжок. Її ілюстрації доповнювали та збагачували текст, даруючи читачам унікальний та запам'ятовуючий контент. Незважаючи на важке життя через поліомієліт у дитинстві, Марія Примаченко зуміла знайти силу розвивати свій талант та створити неповторний світ своїх картин. Вона стала видатною постаттю у світовому мистецтві, її творчість надихає та залишається важливою складовою культурної спадщини нації.

7. Визначивши роль картинної творчості Марії Примаченко у виставковій діяльності, обзначимо, що картинна творчість Марії Примаченко займає важливу роль у виставковій діяльності, сприяючи популяризації українського народного мистецтва, збереженню культурної спадщини та залученню уваги до творчості видатної української художниці. Зібрані понад 800 творів Марії Примаченко, які викликають неймовірну енергію та емоційність, підтверджують її непересічний талант та майстерність. Одним із важливих аспектів її виставкової діяльності була популяризація українського народного мистецтва. Її твори ставали символом підтримки та збереження національної культури в часи пригнічення національної ідентичності, а також впливали на усвідомлення унікальності народних традицій. Участь Марії Примаченко у виставках сприяла розширенню географії визнання її таланту, залучаючи увагу глядачів з різних країн. Її творчість стала джерелом натхнення для багатьох художників, що сприяло розвитку наївного живопису та збагаченню художніх колекцій музеїв.

Таким чином, картинна творчість Марії Примаченко грає важливу роль у виставковій діяльності, допомагаючи зберегти та популяризувати цінну культурну спадщину України, привертаючи увагу до українського мистецтва та символіки, що стали виразом сил і пристрастей українського народу. Її творчість продовжує надихати художників та спонукає глядачів до роздумів про значення традицій та національної ідентичності. Виставки та експозиції з творами Марії Примаченко мають велике значення для розвитку українського мистецтва та привертання уваги світової публіки до багатства культурних проектів в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонів О. М. Виставково-ярмаркова діяльність як ефективний засіб маркетингової політики підприємства // Вісник Хмельницького національного університету. 2011. № 6, Т.2. С. 28–31.
2. Богатирьова Г. А. Організація ділового туризму та виставкової діяльності: методичні рекомендації. Кривий Ріг, 2022. 54 с.
3. Бондарчук О. Сучасний стан виставково-ярмаркової діяльності в Україні // Порівняльно-аналітичне право. 2020. № 1. С. 230–233.
4. Велігоцька Н. Марія Приймаченко. Київ, 1994. 131 с.
5. Виставки та ярмарки. Маркетингові комунікації. URL: <https://posibniki.com.ua/post-vistavki-ta-yarmarki> (дата звернення: 05.08.2023).
6. Виставково-ярмаркова діяльність світу, та її регулювання іноземними державами. URL: https://vuzlit.com/247953/vistavkovo_yarmarkova_diyalnist_svitu_regulyuvannya_inozemnimi_derzhavami (дата звернення: 02.07.2023).
7. Волинець Т. Історія розвитку виставкової діяльності: типологія та дизайн рекламного простору / Т. Волинець, В. Овчарек, Н. Остапенко, К. Пашкевич // Актуальні проблеми сучасного дизайну : збірник матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 27 квітня 2022 року: в 2-х т. Т. 2. Київ : КНУТД, 2022. С. 278–281.
8. Галушко Н.А. Організація виставкової діяльності КВНЗ «Харківська академія неперервної освіти» на засадах партнерства // Джерело педагогічних інновацій. Педагогіка партнерства в практичній діяльності закладів освіти: науково-методичний журнал. Харків: Харківська академія неперервної освіти, 2021. Вип.2(34). С. 82–89.
9. Гладка К. Подієвий туризм як спосіб ефективного просування національного продукту на міжнародні ринки // Європейський науковий

журнал економічних та фінансових інновацій. 2020. Т.2. №.6. 249–258 с.

10. Головань С., Рахманіна І. Гібридні загрози: сучасний вимір. Київ: КНУ ім. Шевченко, 2020. 142 с.

11. Горлач П. Картину Марії Примаченко продали з аукціону у Венеції за €110 тисяч. URL: <https://suspilne.media/232322-kartinu-marii-primacenko-prodali-z-aukcionu-u-venecii-za-110-tisac/> (дата звернення: 27.07.2023).

12. Горлач П. У Парижі провели імерсивну виставку з полотнами Тараса Шевченка та Марії Примаченко. URL: <https://suspilne.media/392168-u-parizi-vidkrili-imersivnu-vistavku-z-polotnami-tarasa-sevcenka-ta-marii-primacenko/> (дата звернення: 27.07.2023).

13. Гринько О. Під час атаки росіян під Києвом згорів музей з роботами Марії Примаченко. URL: https://zaxid.net/rosiyski_viyska_spalili_na_kiyivshhini_muzei_z_robotami_mariyi_priymachenko_n1537096 (дата звернення: 06.08.2023).

14. Губський Ю. Гібридна загроза: Україна на фронті інформаційної війни. Київ: Видавництво Старого Лева, 2016. 122 с.

15. Доліна Т.В. Впровадження інноваційного менеджменту в виставковій діяльності в країні ЄС. Чернігів: НУ Чернігівська Політехніка, 2021. 77 с.

16. Заколюдажна Ю. Виставки та ярмарки як одна із форм міжнародного співробітництва. URL: <https://naurok.com.ua/vistavki-ta-yarmarki-yak-odna-iz-form-mizhnarodnogo-spivrobitnictva-235166.html> (дата звернення: 02.07.2023).

17. Казьмірова А.С. Організація та планування ярмарково-виставкової діяльності підприємства. Вінниця: ВТЕУ, 2023. 195 с.

18. Карась О. Міжнародний виставковий бізнес. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/23086/1/148-151.pdf> (дата звернення: 05.08.2023).

19. Клівак В.С., Вежбовська Л.Р. Дизайн виставкового простору у віртуальній реальності. Київ: КНУКіМ. 2022. 54 с.

20. Комунікаційний відділ Аспен Інституту. Дві роботи Марії Примаченко вперше експонують у США на виставці «Звір війни, Пташка надії». Київ. URL: <https://www.prostir.ua/?news=dvi-roboty-mariji-prymachenko-vpershe-eksponuyut-u-ssha-na-vystavtsi-zvir-vijny-ptashka-nadiji> (дата звернення: 06.08.2023).
21. Костиря А. Розширення освітньо-виховного середовища дітей та молоді шляхом залучення до виставкової діяльності. Київ. 2021. 57 с.
22. Крись І. Гібридна війна і Україна: між реальністю і міфами / Інститут політичних і етнонаціональних досліджень імені Ігоря Покровського. Київ: ІПиЭНИ НАНУ, 2015. 115 с.
23. Кузенкою П. Ознайомлення з музейно-галерейною справою та організацією виставкової діяльності як важлива складова професійної підготовки майбутніх митців // Освітні обрії. 2021. Т.52. №.1. 115–118 с.
24. Литвиненко Р., Богданівна К., Горупаха В. Організація виставкових комплексів на базі ботанічних садів // Теорія та практика дизайну. 2021. Вип. 24. С. 148–153.
25. Лісніков А. Гібридна війна: теорія і практика в Україні. Київ: НИСИ, 2017. 55 с.
26. Малиновська Т. Гібридні загрози інформаційної безпеці України: аналіз сучасних викликів та загроз. URL: http://library.da.mfa.gov.ua/cgi-bin/irbis64r_11/cgiirbis_64.exe?LNG=&I21DBN=DB (дата звернення: 06.08.2023).
27. Марія Примаченко - життєвий шлях видатної художниці | Діти in UA. URL: <https://dity.in.ua/statti/cikavi-istorii/mariya-primachenko-zhitteviy-shlyakh-vidatnoi-khudozhnici> (дата звернення: 06.08.2023).
28. Марія Примаченко. «Барви Марії Примаченко». URL: <https://msmb.org.ua/biblioasuresi/bibliografiya/osobistosti/mariya-primachenko-barvi-marii-primachenko/> (дата звернення: 06.08.2023).
29. Марія Примаченко. «Дарую Україні!». URL: <https://lviv.vgorode.ua/event/vystavky/a1212818-marija-primachenko-daruju-ukrajini> (дата звернення: 03.08.2023).
30. Марія Примаченко. Народна художниця, яка вразила Пікассо.

URL: <https://forpost.lviv.ua/history/5323-mariya-primachenko-narodna-khudozhnitsya-yakavrazila-pikasso> (дата звернення: 06.08.2023).

31. Маценко Н. Ukraine Artnews Степан Рябченко присвятив роботу видатній українській художниці Марії Примаченко. URL: <https://ukraineartnews.com/news/events/stepan-rjabchenko-prisvjativ-robotu-vidatnij-ukrajinskij-hudozhnitsi-mariji-primachenko> (дата звернення: 03.08.2023).

32. Михайлова Р.Д. Примаченко Марія Авксентіївна // Енциклопедія історії України: у 10 т. / Інститут історії України НАН України. Київ: Наукова думка, 2012. С. 9.

33. Найден О.С. Марія Приймаченко. Орнамент простору і простір орнаменту. Київ: Стилос, 2011. 238 с.

34. Національна легенда України Марія Оксентіївна Примаченко. URL: <https://naoma.edu.ua/news/naczialna-legenda-ukrayiny-mariya-oksentiyivna-prymachenko/> (дата звернення: 03.08.2023).

35. Новицький В.Є. Зовнішньоекономічна діяльність та міжнародний маркетинг. Київ : Либра, 1994. 67 с.

36. Пекар В. Виставкова індустрія України: історія, тенденції, проблеми і перспективи. Київ, 2020.

37. Попов О. Гібридна війна: Український вимір. Київ: Видавництво Києво-Могилянської академії, 2017. 5 с.

38. Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні: Постанова Кабінету Міністрів України від 22.08.2007 р. № 1065. 14 листоп. 2019 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1065-2007-%D0%BF#Text> (дата звернення: 03.08.2023).

39. Родіонова О.В. Книгорозповсюдження та виставкова діяльність: навчально-методичний комплекс. 2022. 141 с.

40. Ростока М., Кушнір В. Виставкова діяльність у контексті інформаційно-аналітичного супроводу модернізації національної освіти // Науковий вісник Ужгородського університету. Сер.: Педагогіка. Соціальна робота. 2022. №. 2(51). С. 122-126.

41. Савадов А.: «Марія Примаченко – зірка...
URL: https://www.facebook.com/rodovidbooks/photos/a.304825489675531/835781019913306/?type=3&paipv=0&eav=Afahbd0aJn3JQkxCIOGwO0M3rQYLdEu5oyVKcBFMRYIvT4bQXjoSoyDTp1EE0sg9NCI&_rdr (дата звернення: 03.08.2023).
42. Северин В. Генеза виставкової діяльності в Україні // Новий Колегіум. 2018. № 3. С. 38–42.
43. Софонов В. Перші всесвітні промислові виставки кінця XIX — початку XX ст. 1998. URL: http://ni.biz.ua/3/3_14/3_147754_promishlennie-vistavki-XIX-v-i-ih-vklad-v-razvitie-dizayna.html (дата звернення: 03.08.2023).
44. Становлення та розвиток виставкової діяльності в Україні. URL: <http://referat-ok.com.ua/work/stanovlennja-ta-rozvitok-vistavkovo/> (дата звернення: 03.08.2023).
45. Таємничий світ Марії Примаченко. URL: <https://day.kyiv.ua/article/kultura/tayemnychyj-svit-mariyi-prymachenko> (дата звернення: 06.08.2023).
46. Твори Марії Примаченко в колекції запорізького обласного художнього музею. URL: <https://doi.org/10.36074/logos-14.10.2022.55> (дата звернення: 03.08.2023).
47. Творчість Марії Примаченко. URL: <http://www.bondarev.com.ua/pages/view/445> (дата звернення: 06.08.2023).
48. Ткаченко О. В Італії проходить виставка робіт Марії Примаченко. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3675980-v-italii-prohodit-vistavka-robit-marii-primachenko-tkachenko.html> (дата звернення: 03.08.2023).
49. У Києві відкрилася виставка картин Марії Примаченко. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3732473-u-kievi-vidkrilasa-vistavka-kartin-marii-primachenko.html> (дата звернення: 03.08.2023).
50. У Лаврі відбудеться виставка ранніх робіт Марії Примаченко. URL: <https://nashkiev.ua/news/u-lavri-vidbudetsya-vistavka-rannih-robit-marii-primachenko> (дата звернення: 06.08.2023).
51. У Saatchi Gallery в Лондоні відкрилась виставка Марії

Примаченко. URL: <https://vogue.ua/article/culture/art/v-saatchi-gallery-v-londoni-vpershe-vidkrilas-vistavka-mariji-primachenko-52922.html> (дата звернення: 06.08.2023).

52. Україна подала заявку Міжнародному бюро виставок на участь України у відборі країни - кандидата на проведення Всесвітньої виставки “Експо – 2030” в Україні (м. Одеса). URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=85866403-8667-410b-9085-c4596a6ab972&title=UkrainaPodalaZaiavkuMizhnarodnomuBiuroVistavokNaUchastUkrainiUVidboriKrainiKandidataNaProvedenniaVsesvitnoiVistavkiekspo2030-VUkraini-m-Odesa-> (дата звернення: 02.07.2023).

53. Учасники проєктів Вікімедіа. Примаченко Марія Оксентіївна. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Примаченко_Марія_Оксентіївна (дата звернення: 03.08.2023).

54. Фестиваль авторських робіт на Пейзажній алеї. URL: <https://moemisto.ua/kyiv/festival-avtorskih-robit-na-peyzazhniy-aleyi-10844.html> (дата звернення: 03.08.2023).

55. García-Muiña, Fernando E., et al. Understanding open innovation in small and medium-sized museums and exhibition halls: An analysis model // International Journal of Contemporary Hospitality Management. 2019. № 31. P. 4357–4379.

56. Li Xi, Xinwei Su, Yunqian Du. The environmental sustainability of an exhibition in visitors' eyes: Scale development and validation // Journal of Hospitality and Tourism Management. 2021. № 46. P. 172–182.

57. The Village Україна. Виставку робіт Марії Примаченко «Людяма на радість» відкрили в Музеї декоративного мистецтва. Київ. URL: <https://www.the-village.com.ua/village/city/city-news/338043-vistavku-robit-mariyi-primachenko-lyudyam-na-radist-vidkrili-v-muzeyi-dekorativnogo-mistetstva> (дата звернення: 06.08.2023).

58. UFI The Global Association of the Exhibition Industry. URL: <https://www.ufi.org/> (дата звернення: 02.07.2023).

59. Vaníčková Radka, Katarzyna Szczepańska-Woszczyna. Innovation of business and marketing plan of growth strategy and competitive advantage in exhibition industry // Polish Journal of Management Studies. 2020. № 21. P. 425–445.

ДОДАТКИ

Додаток 1

Примаченко М. Дружба журавля з лисицею. 1979

Додаток 2

Додаток 2. Примаченко М. Три буслики у горосі живуть у нас і досі.

Додаток 3

С. Рябченко. Джерело

Додаток 4

Пейзажна алея. Київ



Виставка робіт Марії Примаченко у Лондоні у Saatchi Gallery