

VINNYTSIA JAZZFEST and opera festival «Operafest-Tulchyn» have strong international bonds and serve as communication links between regional and world creative elites. Their creative activity has become the driving force of art development in the modern cultural sphere of the Vinnytsia region. By developing intercultural dialogue, the festival has become both an artistic event and a powerful social phenomenon.

Novelty. The tendencies of the music festivals development in the socio-cultural space of the Vinnytsia region at the present stage are studied thoroughly. Their influence on the modern artistic «face» of the Vinnytsia region has been outlined.

The practical significance. The results presented in the article will be useful for further research of art historians on regional cultural and art processes as well as festival-competition movement.

Key words: festivals, Vinnytsia region, festival-competition movement, cultural and artistic projects.

Надійшла до редакції 29.10.2017 р.

УДК 687:658.84

МІЖНАРОДНИЙ ВИСТАВКОВИЙ ПРОЕКТ «KYIV FASHION» ЯК ОДНА З ФОРМ ПОШИРЕННЯ МОДНИХ ІННОВАЦІЙ ВІТЧИЗНЯНОЇ ФЕШН-ІНДУСТРІЇ

Ясинська Олена Георгіївна, старший викладач кафедри шоу-бізнесу і індустрії моди, Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ
elena@homeland.com.ua

Статтю присвячено дослідженню сучасного стану, напрямів діяльності та динаміки розвитку міжнародного виставкового проекту «Kyiv Fashion». Проаналізовано історіографію проблеми, розглянуто історію розвитку демонстраційних форумів у сфері вітчизняної фешн-індустрії, досліджено напрями роботи та цільові завдання, які виконує «Kyiv Fashion» як платформа для поширення модних інновацій, вивчено методи організації й проведення заходу. Наголошено, що основною метою форуму є популяризація товарів та послуг вітчизняної легкої промисловості і текстилю, розповсюдження відомостей про українські дизайнерські школи.

Ключові слова: «Kyiv Fashion», виставкова діяльність, індустрія моди, модний асортимент.

Постановка проблеми. Сучасна виставкова діяльність у сфері легкої і текстильної промисловості в Україні посідає одне з найважливіших місць не лише у галузі вітчизняної економіки, а й є важливою культурно-мистецькою подією у житті української індустрії моди. Демонстраційні форуми позитивно впливають на вітчизняне виробництво, активізують внутрішню торгівлю, в умовах безвізового режиму привертають увагу іноземних компаній до продукції українського виробника, сприяючи зміцненню міжнародних культурних та комерційних зв'язків. Одним із найавторитетніших форумів у царині легкої і текстильної промисловості України є міжнародний виставковий проект із багаторічним досвідом проведення – «Kyiv Fashion».

Необхідність вирішення проблем, пов'язаних із прогнозуванням попиту на модний асортимент, його оновлення і поширення шляхом взаємодії підприємств легкої промисловості та індустрії моди, важливість виявлення талановитої мистецької молоді серед сучасних дизайнерів-початківців зумовлює *актуальність* публікації.

Метою статті є дослідження стану, напрямів діяльності та динаміки розвитку «Kyiv Fashion» як ацени для професійного спілкування вітчизняних та зарубіжних виробників легкої і текстильної промисловості, представників дизайнерських шкіл.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить, що стан, проблеми та прогнози розвитку виставкової діяльності в Україні неодноразово обговорювалися фахівцями різних галузей суспільних наук. Зокрема, такими вітчизняними експертами-економістами як Антоненком І., Дупляк Т. [1; 74–78], Підгрушним Г., Пекарем В., Денисенком О. [4], [5; 41–49], Хінціцькою А., Коваль О. [7; 182–188]. Утім, науковці розглянули лише актуальні економічні складові зазначеної теми, залишаючи поза увагою питання розвитку виставкової діяльності у сфері індустрії моди.

Мистецький та культурологічний аспекти проблеми порушено у публікаціях Лагоди О. [2; 20–26], Овчарека В., Омельченка Г. [3; 157–162], Сьомкіна В. [6; 32–37] Водночас науковий аналіз роботи міжнародного виставкового проекту «Kyiv Fashion» залишився поза увагою дослідників і представлений нами у публікації вперше.

Виклад основного матеріалу. Організація та проведення в Україні виставкових заходів має багаторічну історію. Ще з XVI ст. вагомим поширення набула ярмаркова діяльність. Найважливіші з ярмарків проводилися у Києві (Контрактовий), Харкові (Хрещенський), Полтаві (Іллінський), Кролівці (Воздвиженський). З другої пол. XIX ст. влаштування сільськогосподарських та промислових

виставок набуло в Україні сталого характеру і масштабів. Як приклад, у цьому контексті можна згадати Всеросійську фабрично-заводську, сільськогосподарську, торгівельно-промислову і науково-художню виставку, організовану у Києві в 1913 р. [7; 46].

За часів радянської планової економіки налагодження контактів між виробниками та споживачами відбувалося завдяки Державному Комітету постачання, який відповідав за організацію районних, обласних, республіканських та всесоюзних виставок. У Києві постійно діючим майданчиком для демонстрації успіхів в економічній й виробничій сфері СРСР була Виставка досягнень народного господарства (відкрита 1958 р.). Саме на її підмостках можна було побачити перші радянські (помпезні і нерідко надмірно ідеологізовані) покази модного одягу та взуття. Традицій транснаціональних виставок в їх сучасному розумінні УРСР була практично позбавлена, оскільки всі міжнародні виставки того часу відбувалися виключно у Москві чи Ленінграді. Згодом цей факт негативно позначився на становленні вітчизняного виставкового бізнесу загалом – його розбудова була досить повільною і складною. Тож увесь український виставковий бізнес (у т.ч. й сфері моди) сформувався виключно у сучасний період [4].

Перший фестиваль моди «Kyiv Fashion» відбувся у 2003 р., а вже у 2007 р. його офіційно визнано Всесвітньою організацією виставкової індустрії (UFA). Причетними до організації проекту стали Київський міжнародний контрактний ярмарок та Українська асоціація підприємств легкої промисловості «Укрлегпром» (за підтримки Кабінету Міністрів України). Упродовж свого існування захід традиційно проводився двічі на рік: у вересні і лютому, стаючи однією з головних очікуваних подій українського виставкового бізнесу. За своєю значимістю «Kyiv Fashion» відіграє роль базової платформи у контактах між учасниками й відвідувачами форуму з обміну досвідом та ідеями. Такий підхід дозволяє обом сторонам за короткий час отримати максимум корисної інформації і встановити перспективне співробітництво.

Якщо говорити про структуру «Kyiv Fashion», то слід наголосити, що в межах єдиного форуму працюють кілька спеціалізованих виставок, на яких учасники та відвідувачі мають змогу ознайомитися з повним асортиментом товарів та послуг вітчизняної і зарубіжної легкої й текстильної промисловості. Серед них: «Київ Експо Стил» (чоловічий і жіночий одяг), «Салон шкіри та хутра» (шкіргалантерея, одяг із шкіри та хутра, головні убори тощо), «Салон білизни» (жіноча, чоловіча, дитяча, постільна та столова білизна, купальні костюми й аксесуари, комплекти для сну і відпочинку тощо), «Київ-текстиль» (тканини, трикотаж, швейна фурнітура, нитки, пряжа тощо), «Експотехмаш» (промислове й побутове швейне, розкрійне та в'язальне обладнання, програмне забезпечення для розробки сучасних технологій тощо), «Handmade Fashion», «Kyiv Fashion Kids» (одяг й взуття для дітей і підлітків, карнавальні костюми, одяг і аксесуари для немовлят та майбутніх мам).

Підкреслимо, що окремі з виставок посідають провідні позиції в Україні серед експозицій подібної тематики й мають репутацію заходів із високою комерційною віддачею, що, у свою чергу, рік від року збільшує кількість експонентів та професійних відвідувачів «Kyiv Fashion». Виставки надають торгівельним маркам можливість максимально вигідно і об'ємно представити власну продукцію, збільшити обсяги продажів і розширити її збут [8].

Важливе місце в рамках виставкового проекту «Kyiv Fashion» відводиться різноманітним фаховим конкурсам. Так, у першому півріччі (в лютому) відбувається конкурс ескізів одягу «Золотий розчерк», мета якого полягає у демонстрації та популяризації сучасних досягнень молодих модельєрів серед широкого глядацького загалу, фахівців підприємств легкої промисловості, ЗМІ. Конкурсні роботи розглядаються у двох номінаціях «Street fashion» – колекція ескізів одягу Pret-a-Porter і «Sun Fashion» – колекція ескізів пляжного одягу. Щорічно у мистецькому заході беруть участь чимало молодих дизайнерів, для яких креативне змагання – це можливість заявити про себе і зацікавити власною творчістю вітчизняних та зарубіжних виробників, які у подальшому можуть запропонувати взаємовигідні контракти.

У вересні щорічно проводиться професійний конкурс модного одягу «Автограф», що складається з кількох різних за змістом номінацій: «Fantasy» (конкурс однієї сукні), «Neo» (колекції жіночого, чоловічого та дитячого одягу pret-a-porte від молодих дизайнерів, студентів ВНЗ і випускників), «Neo-профі» (колекції професійних індивідуальних модельєрів та дизайнерів торгівельних марок), «Neo-Юніор» (одяг від студентів коледжів).

Упродовж останніх років у модних показах у межах проекту «Kyiv Fashion» відбулися покази одягу таких українських брендів, як Ariadna, Azuri, Dasti, Liardi, Victoria Bloom, Origa Satin, VAM, SL-fashion, Odis, Samange, Raslov, Anabel Arto, Angor, VGF, Milanova, Наш стиль, Monleo, Ricco та ін., а також дизайнерів Т. Васіної, І. Никитенко, Н. Город, О. Чурилової, О. Горбачової, Л. Тесленко, М. Матрофайло, Я. Гунди тощо [8].

Додатковою рекламою для молодих модельєрів слугує подіумний показ колекцій одягу. В цьому сенсі варто згадати шоу молодих дизайнерів «Young Fashion Line». Умови для участі в ньому є достатньо демократичними: поряд із молодими власниками та засновниками вже зареєстрованих торговельних брендів одягу, ательє, студій, у модному показі беруть участь юніори – учні студій, шкіл моди, студенти середніх та вищих спеціальних закладів галузі технологій легкої промисловості й дизайну. На тлі зростаючого зацікавлення громадськості останніми тенденціями моди та продукцією вітчизняних дизайнерів одягу, значення даного заходу важко переоцінити.

Особливої вартості для відвідувачів «Kyiv Fashion» набувають освітні програми, що реалізуються шляхом організації різноманітних тренінгів, семінарів й навчальних бізнес-програм. На них аналізуються тенденції сучасного ринка, пропонується прикладна інформація щодо вирішення актуальних проблем модного бізнесу, відбуваються лекції з історії розвитку моди (аналізуються світові конкурси, робота дизайнерських шкіл, творчість окремих модельєрів минулого у контексті сучасних фешн-традицій тощо). У заходах беруть участь теоретики і практики різноманітних напрямів легкої промисловості та індустрії моди (приміром, упродовж останніх років постійним учасником проекту є О. Калашнікова – керівник програми MBA Fashion Industries&Luxury Goods, офіційний представник Паризького інституту Mod'Art International; Л. Білякович – проф. кафедри дизайну одягу КНУКіМ, аналітик і прогнозіст моди, дизайнер одягу). У форматі дискусій і презентацій досвідченими експертами, операторами ринку обговорюються актуальні проблеми вітчизняної фешн-індустрії та пропонуються шляхи їх вирішення, розкриваються перспективні можливості для розвитку виробництва й просування продукції як в Україні, так і за її межами.

Аналізуючи обсяги маркетингових завдань, що їх виконує міжнародний виставковий проект «Kyiv Fashion», не можна залишити поза увагою певні підсумкові характеристики фестивалю. Приміром, останній, 33-й форум, що відбувся 6-8.09 2017 р., охопив 13 країн-учасників, понад 300 компаній (33 із них – закордонні) та 600 торговельних марок. Виставку (загальною площею у 10 000 м²) відвідало майже 10 000 осіб [8].

У межах програми «Kyiv Fashion» відвідувачі і учасники можуть не лише започаткувати комерційно успішні бізнес-проекти, а й придбати власний бізнес. Кілька останніх років поспіль організатори модного форуму влаштовують спеціалізовану виставку франчайзінга «Придбай Fashion-бізнес». Актуальність її проведення зумовлена, з одного боку, зростанням числа заможних покупців, з іншого – значною кількістю різних пропозицій та варіантів франшиз, готових запропонувати широкий асортимент купівлі реалізованого бізнесу: від діючого магазину (одягу, взуття, білизни, аксесуарів тощо) до можливості використання успішного модного бренду. Цікаво, що виставку доповнює програма заходів, покликана допомогти покупцям визначитися у виборі бізнес-пропозиції. Зокрема, у межах франчайзінга «Придбай Fashion-бізнес» відбуваються семінари, на яких експерти комерційної сфери діляться особистим досвідом, розкривають аналітичне підґрунтя ринкових відносин у галузі модної індустрії, аналізують основні аспекти функціонування підприємств на прикладі успішних компаній в Україні та за кордоном.

«Kyiv Fashion» став першим в Україні форумом, де реалізований всеукраїнський проект, присвячений шкільному одягу («Шкільна країна – Україна»), представлений у трьох номінаціях: «Шкільний стиль», «Святковий настрій», «Випускний бал». Основну програму виставки складає конкурсне дефіле, мета якого – демонстрація зразків шкільної форми для дітей та підлітків. Найкращі з них рекомендуються фахівцями навчальним закладам Міністерства освіти і науки України. Завдяки даному заходу дизайнери не лише презентують свої колекції широкому загалу, а й отримують можливість сформувати попередній «портфель» замовлень від відвідувачів.

Підсумовуючи, наголосимо на наступних висновках:

1. Незважаючи на те, що аналітичне обґрунтування виставкової діяльності в Україні представлено роботами фахівців із різних площин суспільних наук – економістами (І. Антоненко, Т. Дупляк, Г. Підгрушний, В. Пекар, О. Денисенко, А. Хінціцька, О. Коваль), мистецтвознавцями (О. Лагода, В. Овчарек, Г. Омельченко, В. Сьомкін), науковий аналіз діяльності міжнародного виставкового проекту «Kyiv Fashion» представлений у публікації вперше.

2. Український виставковий бізнес, пов'язаний з розвитком вітчизняних технологій легкої промисловості та дизайну, сформувався виключно за роки незалежності України. Одним із перших проектів у цій галузі став міжнародний форум «Kyiv Fashion».

3. Метою «Kyiv Fashion» є популяризація українського виробника та вітчизняної дизайнерської школи. В межах єдиного форуму працюють кілька спеціалізованих виставок («Київ Експо Стилль», «Салон шкіри та хутра», «Салон білизни», «Київ-текстиль» тощо), в рамках яких

учасники й відвідувачі отримують повноцінне уявлення про асортимент товарів, послуг вітчизняної й зарубіжної легкої і текстильної промисловості.

4. Серед методів організації та проведення виставкового проекту «Kyiv Fashion» назвемо різноманітні фахові конкурси («Автограф», «Золотий розчерк»), подіумну демонстрацію колекцій одягу («Young Fashion Line»), програму заходів, спрямовану на допомогу у виборі бізнес-пропозицій («Придбай Fashion-бізнес»), освітні фахові тренінги, семінари, лекції, диспути тощо.

Безперечно, дослідження динаміки розвитку виставкової діяльності у сфері вітчизняної фешн-індустрії не може обмежуватися виключно даною аналітикою й вимагає ретельнішого вивчення проблематики з подальшим викладенням здобутих результатів у монографіях з теорії та практики вітчизняної індустрії моди.

Список використаної літератури

1. *Антоненко І.* Виставкова діяльність в Україні: стан, проблеми та шляхи їх розв'язання / І. Антоненко, Т. Дупляк // Економічний часопис – XXI. – 2013. – № 11–12. – С. 74–78.
2. *Лагода О.* Мода і мистецтво: взаємодія в контексті репрезентацій / О. Лагода // Вісник Харків. держ. акад. дизайну і мистецтва. – 2014. – № 1. – С. 20–26.
3. *Овчарек В.* Виставковий дизайн: визначення, структура, сфера застосування / В. Овчарек, Г. Омельченко // Вісник Київ. нац. ун-ту технологій і дизайну. – Вип. 2. Серія: «Технічні науки». – 2015. – С. 157–162.
4. *Пекар В.* Выставочная индустрия Украины: история, тенденции, проблемы и перспективы / В. Пекар // Eurindex [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.euroindex.ua/index.php?ide=77> (останнє звернення 22.12.2017).
5. *Підгрушній Г.* Виставкова діяльність та її значення як інструменту регіонального розвитку / Г. Підгрушній, В. Пекар, О. Денисенко // Укр. географ. журн. – 2009. – № 1. – С. 41–49.
6. *Сьомкін В.* Проблеми виставок та ярмарок в Україні у культурному та соціально-економічному аспектах / В. Сьомкін // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. – 2012. – Вип. 28. – С. 32–37.
7. *Хінціцька А.* Розвиток виставково-ярмаркової діяльності в Україні на сучасному етапі / А. Хінціцька, О. Коваль // Вісник Київ. нац. ун-ту технологій і дизайну. – 2013. – № 2. – С. 182–188.
8. *Kyiv Fashion* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kyivfashion.kiev.ua/ru/kyiv-fashion.html> (останнє звернення 22.12.2017).

References

1. *Antonenko I.* Vystavkova diialnist v Ukraini: stan, problemy ta shliakhy yikh rozv'iazannia / I. Antonenko, T. Dupliak // Ekonomichnyi chasopys. – KhKhI. – 2013. – № 11–12. – S. 74–78.
2. *Lahoda O.* Moda i mystetstvo: vzaiemodiia v konteksti reprezentatsii / O. Lahoda // Visnyk Kharkiv/derzhavnoi akademii dyzainu i mystetstva. – 2014. – № 1. – S. 20–26.
3. *Ovcharek V.* Vystavkovyi dyzain: vyznachennia, struktura, sfera zastosuvannia / V. Ovcharek, H. Omelchenko // Visnyk Kyiv. natsionalnoho universytetu tekhnolohii i dyzainu. – Vyp. 2. Seriiia : «Tekhnichni nauky». – 2015. – S. 157–162.
4. *Pekar V.* Vystavochnaia yndustryia Ukrayny: ystoryia, tendentsyy, problemy y perspektyvy / V. Pekar // Eurindex [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.euroindex.ua/index.php?ide=77> (ostannie zvernennia 22.12.2017).
5. *Pidhrushnyi H.* Vystavkova diialnist ta yii znachennia yak instrumentu rehionalnoho rozvytku / H. Pidhrushnyi, V. Pekar, O. Denysenko // Ukrainyskyi heohrafichnyi zhurnal. – 2009. – № 1. – S. 41–49.
6. *Somkin V.* Probemy vystavok ta yarmarok v Ukraini u kulturnomu ta sotsialno-ekonomichnomu aspektakh / V. Somkin // Aktualni problemy istorii, teorii ta praktyky khudozhnoi kultury. – 2012. – Vyp. 28. – S. 32–37.
7. *Khintsitska A.* Rozvytok vystavkovo-yarmarkovoi diialnosti v Ukraini na suchasnomu etapi / A. Khintsitska, O. Koval // Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu tekhnolohii i dyzainu. – 2013. – № 2. – S. 182–188.
8. *Kyiv Fashion* [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.kyivfashion.kiev.ua/ru/kyiv-fashion.html> (ostannie zvernennia 22.12.2017).

«KYIV FASHION» INTERNATIONAL EXHIBITION PROJECT AS ONE OF THE FORMS OF DISTRIBUTION OF FASHION INNOVATIONS OF THE DOMESTIC FASHION INDUSTRY

Yasinskaya Olena, Senior Lecturer Department of show business and fashion industry Kyiv National University culture and arts

The article is devoted to the research of the current state, directions of activity and dynamics of the «Kyiv Fashion» international exhibition project development. The historiography of the problem has been analyzed in the article; the history of the demonstration forums development in the field of national fashion industry has been examined; the directions of work and target tasks performed by «Kyiv Fashion» project have been studied; event organization and execution methods have been observed. According to the scientific research, the popularization of the

goods and services of the national light and textile industries, dissemination of information about Ukrainian design schools are the main purposes of the forum.

Key words: «Kyiv Fashion», exhibition activity, fashion industry, fashion range.

UDC 687:658.84

**«KYIV FASHION» INTERNATIONAL EXHIBITION PROJECT AS ONE OF THE FORMS OF
DISTRIBUTION OF FASHION INNOVATIONS OF THE DOMESTIC FASHION INDUSTRY**

Yasinskaya Olena, Senior Lecturer Department of show business
and fashion industry Kyiv National University culture and arts, Kyiv

The aim of the article is to study the status, trends and dynamics of the «Kyiv Fashion» project as an arena for professional communication between national and foreign manufacturers of light and textile industries and design schools.

Research methodology. Scientific works of such modern scholars as I. Antonenko, T. Duplyak, V. Pekar, O. Denisenko, O. Laburtseva and other scientists have been reviewed and used as theoretical basis of the article.

Results. The analysis of sources has shown that Ukrainian exhibition business which is directly connected with the development of national light industry and design technologies has been formed only during the years of Ukraine's independence. One of the first projects in this field was the «Kyiv Fashion» international forum. The main aim of the «Kyiv Fashion» project is the popularization of the Ukrainian manufacturer and the national design school. There are several specialized exhibitions («Kiev Expo Style», «Salon of leather and fur», «Salon of linen», «Kiev-textiles» etc.) within the single forum; participants and visitors of these exhibitions can receive a complete picture of the range of the goods and services of the national and foreign light and textile industries.

Various professional competitions (Autograph, Gold Stroke), podium demonstration of clothing collections («Young Fashion Line»), a program of actions aimed to help in choice of business proposals («Buy Fashion-Business»), educational professional trainings, seminars, lectures, debates, etc. should be named among the exhibition organization and execution methods of the «Kyiv Fashion» project.

The practical significance. The information contained in this article can be useful for better understanding and further development of the research of the current state, directions of activity and dynamics of development of the «Kyiv Fashion» project as an important international forum of designers of clothing, manufacturers of national and foreign light and textile industries.

Key words: Kyiv Fashion, exhibition activity, fashion industry, fashion range.

Надійшла до редакції 9.11.2017 р.