



УДК 745.52

## ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЯ В ДИЗАЙН-ПРОЄКТУВАННІ КОРПОРАТИВНОГО ОДЯГУ ДЛЯ ЗВО

МАЗНЄВ Євген, ЗАЯРНЮК Інна  
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля  
[maznev@snu.edu.ua](mailto:maznev@snu.edu.ua)

*Розглянуто один із шляхів підходу до створення корпоративного стилю закладів вищої освіти – дизайн корпоративного одягу. Розглядаються методи надання індивідуальності корпоративному одягу шляхом поєднання принципів кастомізації та брендування.*

**Ключові слова:** корпоративний стиль, корпоративний одяг, кастомізація, персоналізація, брендинг.

### ВСТУП

Створення фірмового (корпоративного) стилю має велике значення для будь-якої організації, включаючи заклади вищої освіти (ЗВО). Фірмовий стиль стає важливим елементом впізнаваності, який включає в себе різні компоненти, такі як логотипи, корпоративні кольори, фірмові шрифти, а також фірмовий одяг, приміщення, рекламна та сувенірна продукція тощо. Фірмовий (корпоративний) одяг – важливий елемент фірмового (корпоративного) стилю

### ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Дизайн і використання корпоративного (фірмового) одягу для закладів вищої освіти має важливе значення, оскільки він не лише відображає ідентичність та стиль ЗВО, а й забезпечує єдність, професіоналізм та впізнаваність у всьому колективі та серед студентів. Однак важливо розглянути стратегії кастомізації одягу як інструмент «персоналізації», які можуть підвищити ефективність корпоративного одягу для ЗВО

### РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Фірмовий одяг може мати важливу роль у формуванні корпоративної культури в ЗВО. Він може стати символом єдності та згуртувати колектив. Одяг, який носить на роботі, може відображати корпоративні цінності, місію та імідж компанії. Крім того, корпоративний одяг може мати позитивний вплив на імідж компанії в очах клієнтів та партнерів. Якщо його дизайн відповідає корпоративному стилю, то він робить враження професійності та надійності [1, 2].

При цьому, враховуючи специфіку «корпорації» (ЗВО), виникає питання персоналізації фірмового одягу при одночасному створенні і дотриманні єдиного корпоративного стилю.



Один із шляхів цього – поєднання брендування одягу з принципами масової кастомізації.

Розгляд основних принципів масової кастомізації (гнучкість, швидкість, персоналізація, доступність тощо) дозволяє виділити чотири основні види масової кастомізації, які ми маємо можливість використовувати при дизайн-проектванні корпоративного одягу для ЗВО:

- косметична кастомізація – використання індивідуальних елементів (персональні фото, надписи тощо);
- експертна кастомізація – створення фірмового одягу спеціального призначення;
- модульна кастомізація – створення комплекту одягу, аксесуарів тощо;
- адаптивна кастомізація – використання інноваційних напрямів (наприклад використання смарт-текстилю) [3-6].

Крім використання видів кастомізації, для надання індивідуальності корпоративному одягу, розглядається поєднання брендування з деякими способами кастомізації одягу: розпис тканин, вишивка, аплікація, оздоблення, аксесуари тощо.

При поєднанні брендування одягу зі способами кастомізації можливо розглядати два варіанта:

- не змінюється елемент брендування (наприклад логотип) – змінюється спосіб кастомізації;
- не змінюється спосіб – змінюється елемент брендування.

Другий варіант дозволяє або вносити (додавати) елементи персоналізації (косметична кастомізація), або «змінювати» сам елемент брендування (наприклад, логотип).

При внесенні змін враховуються два фактори: джерело натхнення та необхідність не виходити за рамки корпоративного (фірмового) стилю. В якості джерела натхнення може виступати будь який фактор – національний одяг, національний символ, історична подія, природне явище, рослини, свята тощо. Вибір джерела натхнення дозволяє «індивідуалізувати» елемент брендування фірмового одягу.

Як приклад змін елементу брендування, розглядається в якості джерела натхнення таке явище, як сезонність. Це в свою чергу дозволяє розробити «колекції» елементів брендування, де основним елементом дизайн-проекту виступають явища, що асоціюються зі зміною сезонів – кольори (білий, зелений, жовтий, багряний), природні явища (сніг, веселка тощо) тощо.

## **ВИСНОВКИ**

У сучасних умовах корпоративний стиль ЗВО є одним з ключових елементів, що вирішує низку актуальних завдань: формування позитивного сприйняття ЗВО як цілісної установи та його окремих підрозділів; відображення цінностей та ідентичності ЗВО; підвищення впізнаваності та іміджу. В сучасних умовах найбільш доцільним напрямом дизайну корпоративного одягу для ЗВО є брендування в поєднанні з принципами масової кастомізації. Кастомізація, як метод надання індивідуальності формовому одягу ЗВО, дозволяє: підкреслити ідентичність (використання



брендових елементів у дизайні одягу для наголошення на приналежності до ЗВО); стимулювати командний дух (можливість вибору деяких елементів одягу, додаткових аксесуарів або варіантів дизайну для підтримки єдності та ідентифікації); забезпечити індивідуальний підхід (врахування потреб та уподобань співробітників та студентів). Ці стратегії сприяють не лише створенню позитивного іміджу та впізнаваності ЗВО, але й формуванню сприятливого та єдиного робочого середовища.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Мазнев Є. О., Очкуренко В. І. Дизайн-проекування одягу як елемент фірмового стилю. Збірник наукових праць: інноваційні технології для промисловості. СНУ ім. В. Даля, Сєверодонецьк, 2021 р., № 1. С. 252-255.
2. Мазнев Є. Дизайн-проекування фірмового стилю закладу вищої освіти. Актуальні проблеми сучасного дизайну. Київський національний університет технологій та дизайну, 2022. С. 117 – 119. URL: [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/21119/1/APSD\\_2022\\_V2\\_P117-119.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/21119/1/APSD_2022_V2_P117-119.pdf)
3. Лагода, О. М.; Гурдіна, В. В.; Пасічник, В. О. Масова кастомізація одягу як концепція індивідуалізації в сучасних дизайн-практиках. *Art and Design*, 2021, 2: 129-140. DOI:10.30857/2617-
4. Мусієнко В. О., Киричова М. С., Пашкевич, К. Л. Особливості використання принципів масової кастомізації в дизайн-проекуванні одягу. *Вісник Хмельницького національного університету. Технічні науки*, 2018, 6 (2): 74-79. DOI 10.31891/2307-5732-2018-267-6(2)-74-79
5. Щербань Л.О., Костогриз Ю.О., Керсновська В.В., Кривенька Н.В., Іваницька В.О. Інноваційні технології дизайн-проекування сучасного одягу. *Технології та дизайн*. 2018. № 1 (26). URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/td\\_2018\\_1\\_2](http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2018_1_2).
6. Мазнев Є., Телушкіна О., Светлічна К. Тенденції дизайну корпоративного одягу для закладів вищої освіти. *Актуальні проблеми сучасного дизайну*. Київський національний університет технологій та дизайну, 2023. С. 229-232. URL: <https://drive.google.com/file/d/1gg16eUEQa9du9yTvNNb9HoprplVtQyb/view>

## MAZNIIEV E, ZAYARNYUK I.

### INDIVIDUALIZATION IN THE DESIGN OF CORPORATE CLOTHING FOR HIGH SCHOOLS

*One of the approaches to creating a corporate style of higher education institutions is considered - the design of corporate clothing. Methods of giving individuality to corporate clothing by combining the principles of customization and branding are considered.*

**Key words:** *corporate style, corporate clothing, customization, personalization, branding.*