



УДК 7.03:658.626]-048.43(06)

СУЧАСНІ ПРІОРИТЕТИ У ПРОЄКТУВАННІ ОСНОВНИХ ЕЛЕМЕНТІВ ФІРМОВОГО СТИЛЮ

КОРОЛЬ Анатолій¹, ЦАЛЬЦАЛКО Дар'я²

¹Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини,
Умань, Україна

²Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна
korol_anatoliy@meta.ua, tsaltsalkodasha@ukr.net

Досліджено сучасні пріоритети у проєктуванні основних елементів для створення фірмового стилю. Розглянуто що таке фірмовий стиль та основні методи для його створення. Представлено та проаналізовано основні елементи що включає в себе фірмовий стиль.

***Ключові слова:** фірмовий стиль, логотип, сучасність, композиція, бренд, шрифт, елементи, колір, технології, реклама.*

ВСТУП

На сьогоднішній день, фірмовий стиль є важливим елементом будь-якої компанії, оскільки він допомагає виділитись серед конкурентів та створити запам'ятовуючий образ для аудиторії. Фірмовий стиль включає в себе багато елементів завдяки яким і створюється креативний дизайн для будь-якого бренду. Також з кожним роком до ряду основних елементів включають і додаткові, тим самим продовжують розвиток фірмового стилю.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою роботи є дослідити та розглянути сучасні пріоритети основних елементів фірмового стилю, які допомагають компаніям бути успішними та конкурентоспроможними на ринку.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Фірмовий стиль – представляє собою комплексний набір елементів, завдяки яким дозволяє ідентифікувати бренд або компанію серед інших представників. Основними елементами фірмового стилю можна назвати: логотип, кольорову палітру, шрифти, графічні елементи та інше.

Тема фірмового стилю завжди є і буде актуальною, адже на сьогоднішній день багато фірм ново створюються, також є фірми що намагаються розширити своє виробництво чи відстояти позиції в умовах кризи. З іншого боку попри економічну ситуацію та її наслідки, з'являються нові конкуренти, і єдиний засіб виділення із великої кількості фірм - розробка свого власного унікального стилю для ідентифікації бренду, який допомагатиме відповідати вимогам споживачів. Тому створення власного унікального стилю



можна почати з головного, а саме – розробка логотипу для майбутнього бренду [3].

Створення єдиного вигляду: фірмовий стиль забезпечує єдність і консистентність в усіх аспектах бренду. Він визначає правила використання логотипу, кольорів, шрифтів і інших елементів дизайну. Це допомагає зберегти знайомий вигляд компанії на всіх майданчиках, від веб-сайту до упаковки продуктів. Консистентність допомагає встановити довіру і розповсюдити пізнаваність бренду серед споживачів.

Найголовнішим та ключовим елементом фірмового стилю є логотип. Це унікальний символ або знак, який візуально представляє бренд. Логотип є ключовим елементом фірмового стилю, оскільки він є візуальним символом, який ідентифікує бренд серед інших. Це унікальний знак, який відображає основні цінності та імідж компанії. У створенні логотипу важливо зауважити та виділити не лише естетичні аспекти, але й стратегічні цілі компанії. Логотип повинен відображати суть бренду, його цінності та унікальність. Логотип може бути:

- шрифтовим;
- знаковим або комбінованим.

Головне те, що він повинен бути чітким та лаконічним, щоб ефективно спілкувати брендові повідомлення споживачам.

Логотип повинен бути легко впізнаваним та запам'ятовуваним, щоб споживачі могли легко асоціювати його з певним брендом.

Логотип також відіграє важливу роль у позиціонуванні бренду на ринку. Він може створювати емоційний зв'язок з аудиторією, викликати певні асоціації та відчуття. Якщо логотип вдало відображає імідж компанії та відповідає її цілям, він може стати сильним конкурентним перевагою на ринку.

У сучасному світі, де візуальна сприйнятливність грає важливу роль, логотип стає не лише елементом фірмового стилю, а й важливим інструментом маркетингу та брендингу. Він допомагає створити запам'ятовуваний образ компанії, привернути увагу споживачів та відокремити бренд від конкурентів. Таким чином, логотип є ключовим елементом фірмового стилю, який визначає успіх та пізнаваність бренду на ринку. Одним словом, логотип повинен бути легко впізнаваним та відображати основні цінності компанії.

Розробивши логотип, можна вважати що 70% роботи по створенню фірмового стилю зроблено, залишається тільки визначитись які подальші елементи будуть входити в фірмовий стиль компанії.

Після розробки логотипу важливо визначитись з іншими головними елементами фірмового стилю, такими як кольорова палітра, шрифти, графічні елементи тощо, оскільки ці елементи доповнюють та підсилюють візуальний образ бренду. Кольори та шрифти, які використовуються в фірмовому стилі, можуть відображати цінності та характер компанії, створюючи єдиний стильний ідентифікаційний образ [2].

Правильно підібране поєднання різних елементів фірмового стилю допомагає створити консистентний та цілісний візуальний образ компанії. Використання однакових кольорів, шрифтів та графічних елементів у всіх



матеріалах компанії сприяє підвищенню впізнаваності бренду та позитивному сприйняттю його аудиторією. Також можна зазначити, що правильно підібрані головні елементи фірмового стилю допомагають підкреслити унікальність та індивідуальність бренду, роблячи його видимим та запам'ятовуваним для споживачів. Вони відображають стиль та характер компанії, створюючи позитивне враження та відчуття у клієнтів.

Остаточний вибір головних елементів фірмового стилю після розробки логотипу допомагає компанії створити єдиний, цілісний та професійний образ, який відображає її цінності та імідж. Це сприяє позиціонуванню бренду на ринку, залученню нових клієнтів та підвищенню лояльності вже існуючих. Таким чином, визначення головних елементів фірмового стилю після розробки логотипу є важливим кроком у створенні успішного та впізнаваного бренду [3].

На сьогоднішній день фірмовий стиль може включати сучасні тенденції а також елементи, що відображають сучасним стандартам дизайну та маркетингу [4].

Сучасні пріоритети основних елементів фірмового стилю можуть включати:

1. Мінімалістичний а також чистий дизайн: Більшість сучасних компаній віддають перевагу простоті та мінімалізму у дизайні свого фірмового стилю. Чисті лінії, прості форми та мінімум зайвих деталей можуть привертати увагу та створювати сучасний привабливий вигляд.

2. Використання яскравих кольорів: Вибір яскравих та насичених кольорів може допомогти виділити бренд серед конкурентів та привернути увагу аудиторії. Кольори можуть використовуватися для створення емоційного зв'язку з брендом [2].

3. Адаптивний дизайн: З врахуванням різноманітності пристроїв, на яких переглядають веб-сайти та інші матеріали компанії, важливо мати адаптивний дизайн, який забезпечить оптимальний вигляд на будь-якому пристрої.

4. Візуальна консистентність: Важливо, щоб усі елементи фірмового стилю були спрямовані на створення єдиного візуального образу компанії. Від логотипу до рекламних матеріалів, усі елементи повинні взаємодіяти та підтримувати бренд.

5. Інтерактивний контент: Використання анімації а також інтерактивних елементів та інше, може поліпшити споживчий досвід та зробити фірмовий стиль більш привабливим для аудиторії.

6. Посильна спрямованість на клієнта: Персоналізований контент, індивідуальний підхід до кожного клієнта та акцент на побудову взаємодії з аудиторією можуть підвищити лояльність та залучення клієнтів до бренду

7. Інноваційні технології: є одним із важливих аспектів сучасного фірмового стилю є візуальна консистентність у всіх матеріалах компанії починаючи з веб-сайту та соціальних мереж закінчуючи фірмовою атрибутикою та рекламними матеріалами. Це допомагає створити єдиний візуальний образ та підсилює пізнаваність бренду. Сучасні компанії можуть активно використовувати соціальні медіа для підтримки свого фірмового



стилю, використовуючи інтерактивний контент, історії та живі трансляції для залучення аудиторії та підтримки бренду.

Ці головні елементи відображають сучасні тенденції у фірмовому стилі завдяки чому допомагають компанії виділитись, запам'ятатись та створити яскравий неповторний образ для майбутнього бренду.

ВИСНОВКИ

Отже, у роботі досліджено сучасні пріоритети основних елементів фірмового стилю, які допомагають компаніям бути успішними та конкурентоспроможними на ринку. Розглянуто що таке фірмовий стиль а також сучасні пріоритети основних його елементів, та основні методи для його створення. Загалом, сучасний фірмовий стиль є поєднанням сучасних дизайнерських тенденцій, технологій та стратегій маркетингу, спрямованих на створення яскравого, інноваційного та запам'ятовуючого образу компанії для своєї аудиторії. Також можна виділити, що логотип є найголовнішим елементом у розробці фірмового стилю, завдяки логотипу ідентифікують кожен бренд.

ЛІТЕРАТУРА

1. Сучасна реклама та фірмовий стиль. Психологія сприйняття реклами. URL: <https://dystosvita.org.ua/mod/page/view.php?id=1141>
2. Психологія кольору в рекламі. URL: <https://leosvit.com/art/psychologiya-koloru-v-reklamі>
3. Технологія створення фірмового стилю. URL: http://4ua.co.ua/marketing/ха3ac69b5d43b88421216c26_0.html
4. Фірмовий стиль: основні елементи, функції та носії. URL: <https://ideadigital.agency/blog/firmovij-stil/>

KOROL A., TSALTSALKO D.

CURRENT PRIORITIES IN DESIGNING THE MAIN ELEMENTS OF THE COMPANY STYLE

Modern priorities in the design of the main elements for creating a corporate style have been studied. Considered what a corporate style is and the main methods for its creation. The main elements of corporate style are presented and analyzed.

Keywords: *corporate style, logo, modernity, composition, brand, font, elements, color, technology, advertising.*