



УДК 7.012:766.05:[339.138-028

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ ДЛЯ РОЗРОБКИ ЕЛЕМЕНТІВ ФІРМОВОГО СТИЛЮ

МАЗНІЧЕНКО Оксана, САМСОНІДЗЕ Марія, НОГА Анастасія
Київський національний університет технологій та дизайну, Київ,
Україна 1123581321s@ukr.net, mari5170@ukr.net,
Anastasiya-1997@ukr.net

Розглянуто особливості використання графічного дизайну у процесі розробки елементів фірмового стилю. Проаналізовано роль графічного дизайну у формуванні візуальної ідентичності бренду, зокрема логотипів, кольорових схем, шрифтів та інших ключових елементів. Висвітлено стратегії та техніки, які використовуються в графічному дизайні для створення ефективних і запам'ятовувальних елементів фірмового стилю.

***Ключові слова:** графічний дизайн, візуальна ідентичність, бренд, логотип, елементи фірмового стилю*

ВСТУП

На сьогоднішній день візуальна ідентичність компанії відіграє вирішальну роль у формуванні сприйняття бренду та його розпізнаваності серед конкурентів на ринку. Одним з ключових інструментів для створення цілісного образу підприємства є графічний дизайн, який дозволяє розробляти і впроваджувати елементи фірмового стилю. Такі елементи як логотипи, кольорові схеми, шрифти та інші графічні компоненти, відображають суть бренду та сприяють побудові його унікального образу в очах споживачів..

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Розробка ефективного фірмового стилю за допомогою графічного дизайну є важливим завданням для будь-якої компанії, оскільки він визначає її візуальну ідентичність і робить бренд впізнаваним серед споживачів.

У дослідженні ключовою метою є аналіз цільової аудиторії, вивчення особливостей ринку та виробництва, а також визначення стратегії бренду..

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Високо професійно–розроблений фірмовий стиль забезпечує єдність і спрощує сприйняття користувачами, надаючи їм чітку та послідовну візуальну ідентифікацію бренду. Відповідно, правильний вибір кольорів, шрифтів, графічних елементів та їх злагоджене використання стають ключовими аспектами для створення успішного іміджу компанії. Таким чином, дослідження графічного дизайну для розробки елементів фірмового стилю відіграє важливу роль у підтримці та розвитку брендів у сучасному світі [1].

Розвиток графічного дизайну та його використання в розробці фірмового стилю обумовлюється швидкими змінами в технологіях та смаках



споживачів. Таким чином, дослідження в галузі графічного дизайну для розробки елементів фірмового стилю залишається актуальним і важливим для подальшого успішного розвитку брендів у сучасному світі [4].

У процесі дослідження виявлено, що логотип є одним з ключових елементів у формуванні позитивного сприйняття бренду. Теоретичні розробки стосовно дизайну логотипів здійснювалось такими вченими, як С. Оганесян, Т. Кара-Васильєва, М. Селівачова, М. Дмитренко, Л. Закалюжна, В. Сергійчук, О. Семченкова.

Успішний фірмовий стиль вимагає постійного оновлення та адаптації до змін у суспільстві та ринкових умовах.

Тому важливо не лише виявляти та аналізувати сучасні тенденції у графічному дизайні, але й швидко реагувати на них і розвивати стратегії, спрямовані на збереження та зміцнення позицій бренду. Тільки така гнучкість та відкритість до інновацій дозволить компаніям успішно конкурувати у сучасному світі і зберігати лояльність своїх клієнтів [4].

Під час аналізу було виявлено, що логотип в графічному дизайні є ключовим елементом у формуванні ідентичності бренду та сприйнятті його аудиторією. Він є не лише символом компанії, але й візуальною мовою, що відображає цінності, стиль та унікальність бренду. Такий підхід враховує не лише естетичні аспекти, але й стратегічні цілі брендингу, спрямовані на позиціонування продукту або послуги на ринку [4].

Далі нами було зроблено порівняльний аналіз логотипів різних компаній, що дозволило виявити спільні та відмінні риси, а також підкреслити особливості успішного дизайну.

Наведемо приклад успішних логотипів в графічному дизайні:

- логотип компанії Apple є одним з найбільш відомих у світі. Простий, елегантний дизайн у вигляді надкушеного яблука легко розпізнається всіма, що дозволяє компанії використовувати його як ефективний інструмент брендингу.

- Логотип галочка Nike асоціюється з перемогою, рухом вперед та активністю, що ідеально відображає цінності бренду.

- логотип McDonald's - це золоті арки, які стали символом мережі ресторанів швидкого харчування. Простий, але надзвичайно впізнаваний дизайн дозволяє компанії з легкістю розпізнати свої продукти та послуги.

- логотип FedEx приховано стрілку між літерами «E» та «X» , що символізує швидкість та ефективність доставки, що робить його геніальним прикладом використання позитивного простору в дизайні.

- логотип Adidas відображають гордість, силу та впевненість, що відомій спортивній марці. Це один з найбільш впізнаваних символів у світі спортивного одягу.

Ці приклади демонструють, як ефективний логотип може стати ключовим елементом брендингу та сприяти успіху компанії [3].

Крім логотипу, елементи фірмового стилю в графічному дизайні включають в себе різноманітні візуальні елементи, які використовуються для створення єдності та консистентності бренду. Вибір кольорів є важливим етапом при розробці фірмового стилю. Кольори повинні відображати характер



та цінності бренду, а також створювати певну атмосферу. Кольорова палітра може включати основний колір (який зазвичай використовується для логотипу), а також додаткові кольори для різних елементів дизайну [2].

Графічні стандарти - це набір правил та рекомендацій щодо використання різних елементів фірмового стилю, включаючи логотип, кольори, шрифти та інші візуальні елементи. Графічні стандарти забезпечують єдність усіх складових бренду та забезпечують консистентність у сприйнятті бренду аудиторією [1].

Зразки вдало розроблених фірмових стилей наведені на рис.1, 2.



Рис.1. Фірмовий стиль для курорту «БУКОВЕЛЬ», автор Yaroslav Shkriblyak, 5 жовтня 2018



Рис. 2. Фірмовий стиль для кав'ярні "EIN", автор Huda Hassan, 19 лютого 2021



ВИСНОВКИ

Отже, підкреслюючи важливості графічного дизайну у розробці елементів фірмового стилю можемо висловити, що саме ефективний дизайн може позитивно вплинути на імідж бренду та сприяти його успішному позиціонуванню на ринку. Також можна зазначити значення досліджень у цій області для практичних застосувань, таких як розробка маркетингових стратегій, створення рекламних кампаній та виробництво продуктів. А також подальших досліджень та розвитку цієї галузі, враховуючи швидкі зміни в сучасному світі технологій та споживацьких уподобань..

ЛІТЕРАТУРА

1. Колісник О.В., Тхір Н.А., Оганесян С.В. Модні тенденції XXI століття: брендинг, айдентика, фірмовий стиль. *The 9th International scientific and practical conference «The world of science and innovation»* (April 7-9, 2021) Cognum Publishing House, London, United Kingdom. 2021. С.365-369.
2. Оганесян С., Колісник О. Знаково-символічні засоби візуальної ідентифікації бренду: монографія. Київ: КНУТД, 2024. 212 с.
3. Победін В. А. Знаки у графічному дизайні. Харків, 2001. 95 с.
4. Фірмовий стиль: навч.-методичний комплекс/ Антонович Є.А., Максимова А.Б. ; за наук. ред. проф. Антоновича Є.А. К. : НАКККіМ, 2012. 48с.

MAZNICHENKO O., SAMSONIDZE M., NOGA A.

PECULIARITIES OF USING GRAPHIC DESIGN TOOLS TO DEVELOP ELEMENTS OF THE COMPANY'S CORPORATE IDENTITY

The article examines the peculiarities of the use of graphic design in the process of developing corporate style elements. The role of graphic design in the formation of the brand's visual identity is analyzed, including logos, color schemes, fonts and other key elements. Strategies and techniques used in graphic design to create effective and memorable branding elements are highlighted. In addition, examples of successful implementations and practical advice on the optimal use of graphic design to strengthen the brand and its recognition on the market are considered. Key words: Training of future specialists, intellectual property, future design specialists, rights protection, copyright, patent.

Keywords: *graphic design, corporate style, visual identity, brand, logo, corporate style elements.*