



УДК 7.741/744.766

ФІРМОВИЙ СТИЛЬ БРЕНДУ «STARBUCKS»: ІСТОРІЯ ТА ЕВОЛЮЦІЯ

МИХАЙЛОВА Рада, СТРЕЛЮК Олег

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна
radami@gmail.com, ostrelyk0@gmail.com

У роботі проведено аналіз фірмового стилю відомого закладу комерції - компанії «Starbucks». В результаті дослідження специфіки фірмового стилю кав'ярні «Starbucks», виявлено акцентні особливості графічних елементів брендингу, які вдало транслювали ідею та зміст закладу, візуалізували його індивідуальний корпоративний стиль, зробили даний бренд впізнаваним й забезпечили його успішне просування у світі.

Ключові слова: *дизайн проєкт, фірмовий стиль, графічні елементи, бренд кав'ярні «Starbucks».*

ВСТУП

Бренд або марка, що як поняття узагальнює уявлення людей про товар, послугу, компанію або особу в ділянці маркетингу/реклами, є водночас предметом вивчення та реалізації у дизайні, що має за мету покращення ефективності результатів в умовах сучасного ринку. Фірмовий стиль, який вважають ключовою складовою корпоративного образу компанії внаслідок відображення у ньому основної ідеї, вартості та стилю закладу, може включати різноманітні елементи графічні елемент (логотипи, патерни, шрифти, зображення), кольорові визначники (колористична гама, кольорові акценти), різні види цифрової статичної та анімованої 2D та 3D графіки (інфографіка, відкриваючі відео, анімовані версії), що можуть бути представлені у вигляді банерів, візитівок, упаковки, брошур, бланків, інш. Одним із успішних брендів на світовому харчовому ринку є компанія «Starbucks». Історія та еволюція цього бренду є зразком його формування від ідеї до втілення.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою роботи є аналіз фірмового стилю як умов формування оригінального бренду компанії «Starbucks» як інструменту підвищення конкурентоспроможності на ринку продуктів харчування; розробка на основі перегляду та аналізу відповідних зразків ефективної стратегії використання фірмового стилю в умовах сучасного ринку.



РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Одним із найбільш відомих у світі є бренд американського комерційного закладу «Starbucks» (Starbucks Corporation), який продає каву та має однойменну мережу кав'ярень. Основана у Сетлі (штат Вашингтон, США) у 1971 р. Джеррі Болдуїном, Зевом Сиглом та Гордоном Боукером, компанія «Starbucks» з'явилася на ринку як представник «другої хвилі» у кавовому бізнесі США, зробивши ставку на смак та якість кави. Популяризуючи каву сильної обжарки, вона також робила акцент на якість обслуговування клієнтів.

З виникненням в США у 2000-х рр. «третьої кавової хвилі», що створила суттєву конкуренцію у виробництві кави, «Starbucks» не втратили своїх позицій, адже заклади Starbucks пропонують широкий асортимент гарячих та холодних напоїв, а також каву в зернах і розчинну, випічку й закуски. У закладах Starbucks Evenings пропонують пиво, вино і закуски. Кава, морозиво і холодні кавові напої у пляшках під маркою Starbucks продаються в продуктових магазинах США та інших країн. Мерпжежа враховує сезонні та регіональні пропозиції. В магазинах також продаються товари - кружки, стакани, ложки, кавоварки з логотипом «Старбакс». У 2010 р. компанія запустила програму Starbucks Reserve для кави моносорту та елітних кав'ярень, внаслідок чого відкрилися шість обжарочних заводів з дегустаційними залами і 43 спеціалізовані кав'ярні. На середину 2020 р. мережа «Starbucks» об'єднувала понад 32 тис. торгівельних точок в 75 країнах світу [2].

Важливе місце в просуванні мережі «Starbucks» відіграло управління компаніями - реклама та брендінг. Суттєва увага, поряд з політикою продаж, мав фірмовий стиль корпорації, який змінювався в пошуках досконалості декілька разів [1]. Так, наприклад, тричі відбувалися зміни у образі логотипу, де останній, четвертий за рахунком, несе риси еволюції всіх попередніх варіантів. У 1971 -1987 рр. логотипом був обраний образ двохвостої русалки Сирени, яка за формою та кольором була подібна до сигарної стрічки сигар «Montecristo» з основним брунатним кольором. Назву магазину та кав'ярень було взято на честь одного із персонажів культового американського роману Г.Мелвілла «Мобі Дік» - Старбека, який був помічником на кораблі. Власники бренду вважали, що такий образ викликає романтику відкритого моря і морських традицій перших торгівців кави.

Таким чином виникає морська тема і образ двохвостої русалки - морської істоти із давньогрецької міфології. Відомо, що сирени заманювали моряків у берегів острова в південній частині Тихого океану, щоби напасти і з'їсти. Можна сказати, що сирена символізувала бажання «Starbucks» заманити любителів кави у свій заклад [4]. Подекуди зображення помилково називають русалкою, однак насправді це сирена. Дизайнером, відповідальним за розробку першого логотипу, був Террі Хеклер. Він вивчив старі морські книги і створив двохвосту сирену, надихнувшись скандинавською гравюрою на дереві XVI ст.

У 1987-1992 рр. колір логотипа змінили на зелений, риб'ячий хвіст покоротшав, а груди сирени вкрило волосся. Між словами в логотипі з'явилися



зірки. У 1992-2011 рр. нижню частину тіла убрали, логотип сфокусувався на обличчі сирени. У 2011 р. був проведений редизайн лого. Роботу виконала команда дизайнерів «Starbucks» та представників «Lippincott» – глобального консалтингового агентства з брендів. Тема мореплавання збереглася, в той час, як текст і зірки були виключені з дизайну. Водночас з логотипа зник зелений обідок із назвою компанії та зірками. Колір логотипу став світлішим (рис.1).

Не змінилася кругла форма логотипу : «Starbucks» її зберіг як виключно вдалу з точки зору графіки й дизайну. Виходячи з того, що коло являє собою геометричну фігуру, що не має ні кінця, ні початку, вона символізує постійний розвиток, в тому числі, і компанії «Starbucks». У версії 1987 р. всередині кола розміщувалася і назва бренду. Незмінною залишається і двохвоста сирена, яка є відсиланням до Сіетлу і моря. Враховуючи безпосередню близькість цього міста до води, сирені зробили волосся, схоже на океанські хвилі. Дизайнери хотіли зберегти її міфічну і загадкову привабливість шляхом посилення жіночності. Щоби «олюднити» сирену, в останній версії дизайнери пішли проти правил і використали легку асиметрію, тому що за спостереженнями психологів, людей не приваблює людська досконалість. Так, ніс сирени більше опустився на праву сторону обличчя і ця проста «настройка» тіней була позитивно сприйнята багатьма фанатами [4].



Рис.1 Логотип бренду Starbucks

В логотипі Starbucks використані темно-зелені відтінки і білий колір. Зелений обрано для фону, а білий – для зображення. У світі дизайну зелений – це колір, що унаочнює зцілення, природу і захист. Часто також він використовується для означення багатства і грошей. Білий означає духовність, чистоту, спокій. Поєднання таких кольорів демонструє позитивне ставлення бренду до своїх клієнтів та партнерів, а також підкреслює корпоративну і соціальну відповідальність [3].



Для всіх версій лого, окрім останньої, використано простий жирний шрифт без засічок. Після редизайну текст перестав бути частиною логотипу, однак, навіть без згадки назви бренду клієнти розуміють, що це - «Starbucks». Дизайн кав'ярень «Starbucks» має вже традиційний на сьогодні дизайн у вигляді гармонійно пов'язаних між собою елементів, спрямованих на створення атмосфери затишку та комфорту.

ВИСНОВКИ

Вивчення історії бренду «Starbucks» та еволюції його логотипу показало, що головним зображувальним елементом логотипу є образ сирени, вписаний у коло. Це не просто головний асоціативний елемент, а й «обличчя» марки. Відтворений у багатьох видах продукції закладу, логотип має характерну оригінальну графіку, що визначає її стиль та імідж бренду. Колористичне вирішення у зелених та білих тонах відображає спокій, природність, урівноваженість, що відповідає концепції затишної кав'ярні. Вдало реалізовані ключові елементи брендингу роблять його легко впізнаваним та привабливим для клієнтів. Візуальний образ бренду, таким чином, визначає стратегію залучення потенційних клієнтів, а далі - їх незмінної взаємодії з даним комерційним закладом.

ЛІТЕРАТУРА

1. The Evolution of the Original Starbucks Logo. URL: <https://logowski.com/blog/the-evolution-of-the-original-starbucks-logo>
2. Starbucks: від продажу кави до найбільшої в світі мережі кав'ярень. URL: <https://welovebrands.com.ua/brandomania/starbucks/>
3. Костюченко О., Михайлова Р. Стратегія кольору в сучасному бренд-дизайні. *Деміург : ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2022. Т.5. № 2. С.227-242. URL: <http://demiurge.knukim.edu.ua/issue/view/15979>. DOI: <https://doi.org/10.31866/2617-7951.5.2.2022>
4. A History of the Starbucks Logo. URL: <https://www.tailorbrands.com/blog/starbucks-logo>

МΥKHAILOVA R., STRELYUK O. STARBUCKS BRAND STYLE: HISTORY AND EVOLUTION

The work analyzes the corporate style of the well-known institution of commerce - the company «Starbucks». Thanks to the study of the specifics of the corporate style of the «Starbucks» coffee shop, the accent features of the graphic elements of branding were revealed, which successfully conveyed the idea and content of the institution, visualized its individual corporate style, made this brand recognizable and ensured its successful promotion in the world.

Keywords: *project design, corporate style, graphic elements, brand of Starbucks coffee shop.*