

*Волк Катерина,  
студентка III курсу спеціальності «документознавство та інформаційна діяльність»,  
факультет політико-інформаційного менеджменту,  
Національний університет «Острозька академія»*

### **ОСОБЛИВОСТІ ВИБОРУ ДИЗАЙНУ ЛОГОТИПУ ЯК ОСНОВНОЇ СКЛАДОВОЇ ФІРМОВОГО СТИЛЮ ОРГАНІЗАЦІЇ**

*Розглядається процес створення та критерії вибору дизайну логотипу організації. Висвітлено значущість логотипу як особливої складової фірмового стилю організації.*

**Ключові слова:** *фірмовий стиль, логотип, дизайн логотипу.*

*Рассматривается процесс создания и критерии выбора дизайна логотипа организации. Освещена значимость логотипа как особой составляющей фирменного стиля организации.*

**Ключевые слова:** *фирменный стиль, логотип, дизайн логотипа.*

*The process of creation and selection criteria logo design organization. Deals with the importance of logo as an integral part of corporate identity.*

**Key words:** *corporate identity, logo, logo design.*

В даний момент, ми живемо у світі, переповненому інформацією, ми розвиваємось як глобальне інформаційне суспільство, здатне критично мислити, фільтрувати та обробляти подану нам інформацію. Інформаційні технології – рушій нашого часу.

Все, що навколо нас, можна назвати рекламою, адже вона всюди. Кожен намагається представити себе з якомога кращої сторони, презентувати себе, зарекомендувати. Все, що нас оточує, це продукти або послуги певних компаній(організацій). Кожна компанія має власну стратегію, мету, завдання, місію. На даний час існує безліч компаній, які надають різні послуги та продукти, але багато компаній, які мають ідентичні продукти діяльності. Вибір суспільством продуктів тої чи іншої компанії залежить від багатьох факторів: від якості продукції, галузі, а також на психологічному рівні – симпатії споживачів. Тому фірмо-

вий стиль, а саме його дизайн, відіграє важливу роль у житті компанії.

Отже, метою статті є визначити основні критерії розробки дизайну логотипу фірми та з'ясувати його значення у фірмовому стилі компанії.

Який фірмовий стиль – таке й враження від фірми! Якісний фірмовий стиль – запорука успішності та відомості компанії.

Логотип і фірмовий стиль компанії – перше що бачать клієнти, переглядаючи рекламу або сайт, взявши в руку візитку, щоб подзвонити, або конверт, що прийшов поштою.

З'ясуємо що таке фірмовий стиль та логотип. Фірмовий стиль (корпоративний стиль) – це частина образу компанії, що необхідна для виділення фірми та її продукції серед різноманіття інших. Це засіб формування іміджу фірми та її корпоративної культури [3].

По фірмовому стилю завжди можна визначити, які люди працюють в компанії, наскільки фірма поважна і навіть чого від неї можна очікувати. Дотримання компанією фірмового стилю позитивно позначається на довірі споживача, тому що вважається, що це показник організованості і порядку, як у виробництві, так і в будь-якому іншому напрямку діяльності.

Логотип – це особливе зображення імені рекламодавця або найменування товару, з'являється у всіх оголошеннях і має схожість торговим знаком, так як надає товару індивідуальність і дозволяє покупцеві швидко розпізнати товар у торговому залі [ 1, 174].

Логотипи стали основним елементом сучасної цивілізації і символом суспільства споживання. Вважається, що людина, яка проживає в міському середовищі, щодня відчуває вплив приблизно 1200 логотипів [4, 9].

Отже, першим і основним етапом створення фірмового стилю є розробка логотипу. Дизайнер аналізує шрифт – які букви будуть використовуватися – прописні або рядкові, які шрифти використовувати – класичні або спеціально створені, сучасні. Логотип складається з шрифтового написання та графічного знака. І все це має свій колір. Колір використовується в фірмовому стилі для того, щоб викликати у споживача певні емоції і стимулювати корисні бренду асоціації. Дизайнери розробляють цілі унікальні колірні стратегії, компанії потім патентують свої фірмові колірні поєднання.

Основами колірної індивідуальності бренду є такі моменти:

– як керівники, так і та прості службовці повинні прагнути, щоб колір, що використовується їх компанією, як фірмовий, на будь-яких носіях відтворювався точно;

– колір грає важливу роль в ухваленні рішення про покупку [2].

Спочатку створюючи логотип треба правильно вибрати концепцію. Одним з найбільш важливих аспектів при створенні логотипу є вибір концепції. Це все одно, що вибір назви компанії. Потрібно визначитися з тим, що повинен говорити логотип про компанію. Дизайн логотипу може бути прив'язаний до певного місця або товару, послуги.

Для залучення уваги покупців до компанії та її продукції, зазвичай проводиться розробка логотипу. Головна умова відбиття логотипу компанії у пам'яті (вигідна відміна серед інших компаній) – це стильна й оригінальна розробка логотипу. Створення логотипу слід доручити професіоналам в області розробки і створення фірмових стилів і логотипів.

Ще одним дуже важливим нюансом створення дизайну логотипу є те, як він виглядає в чорно-білому варіанті. Саме цю деталь дуже багато хто забуває і просто опускають у своїй роботі. Але справа в тому, що чорно-білий варіант на відміну від кольорового, може повністю помінати значення логотипу. Також не забувайте, що найчастіше весь документообіг ведеться саме в такому варіанті, а не в кольоровому. Кожна фігура і елемент також мають своє значення і сенс. Однак сенс нерідко втрачається, коли 2 елементи зміщуються один з одним. Тому необхідно вивчати загальний зміст і картину, який створює кінцева версія логотипу.

Отже, засадою успішності будь-якої компанії є її фірмовий стиль, тобто образ у свідомості споживачів. Для того, щоб компанія запам'ятовувалась краще (не враховуючи якості її послуг), її логотип повинен бути оригінальним, гідним та змістовним.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Бове А., Современная реклама [Текст] : учебно-популярное издание / А. Бове. – М.: Довгань, 2001. – 704 с.; ил.
2. Логотип [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://designlogo.com.ua/corporateidentity>. – Назва з екрану.
3. Фірмовий стиль [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.reklama-lizo.lviv.ua/services/maket-req/default.htm>. – Назва з екрану.
4. Эльбрюин Б., Логотип [Текст] : учебно-популярное издание / Б. Эльбрюин / Пер. с франц. под. ред. С. Божук. – СПб.: Нева, 2003. – 127 с.; ил.