

## МАТЕРІАЛИ ДЛЯ ВИГОТОВЛЕННЯ ЕЛЕМЕНТІВ ФІРМОВОГО СТИЛЮ КАВ'ЯРНІ «1654»

*Білець Д.Ю., старший викладач, кафедра МСТ, ХНУРЕ*

*Рула Д.Є., студент, кафедра МСТ, ХНУРЕ*

**Анотація.** У роботі розглянуто доцільність розробки фірмового стилю для кав'ярні «1654» як ефективного інструменту брендингу. Проаналізовано основні складові фірмового стилю, айдентики та іміджу, їхню роль у формуванні впізнаваного, цілісного та емоційно привабливого образу бренду. Підкреслюється значення візуальної ідентичності в умовах конкурентного ринку. Обґрунтовано, що якісний фірмовий стиль сприяє формуванню довіри клієнтів, зміцненню позицій компанії та створенню позитивної репутації й лояльної аудиторії.

**Ключові слова:** ФІРМОВИЙ СТИЛЬ, ЛОГОТИП, ВІЗИТКА, ПЛАКАТ, МЕНЮ.

У сучасних умовах посилення конкуренції між компаніями та брендами зростає актуальність розробки унікального фірмового стилю. Усі елементи візуальної ідентичності мають гармоніювати з корпоративною політикою та цінностями підприємства. Візуально-графічні й конструктивні ознаки стилю включають такі атрибути, як назва, логотип, знак, колірна гама й шрифт. Їхнє узгоджене використання забезпечує єдине візуальне сприйняття бренду та полегшує його впізнаваність серед споживачів [1].

Мета даної роботи полягає у розробці фірмового стилю кав'ярні «1654» та формуванні унікального, легко впізнаваного образу бренду, що відображає його ключові цінності, місію та стратегічні цілі. Розробка фірмового стилю для кав'ярні «1654» має на меті створення унікального, цілісного та легко впізнаваного образу бренду, який гармонійно відображає її цінності, місію, атмосферу та стратегію розвитку. Фірмовий стиль – це не лише візуальне оформлення, а потужний комунікаційний інструмент, що формує перше враження, вирізняє компанію серед конкурентів, посилює довіру клієнтів і підтримує емоційний зв'язок з аудиторією. Завдяки цілісній айдентиці, «1654» може ефективно просувати себе на ринку, формуючи сталий бренд з позитивною репутацією.

На думку авторів [2], фірмовий стиль має виконувати низку ключових функцій.

1. Ідентифікаційна – допомагає споживачу впізнати продукт, послугу чи компанію за зовнішніми ознаками та вирізнити її серед конкурентів.

2. Іміджева – сприяє формуванню позитивного ставлення до компанії та її продукції, а також підкріплює довіру, засновану на попередньому досвіді.

3. Репутаційна – свідчить про стабільність і довготривалу діяльність підприємства.

4. Корпоративна – формує лояльність персоналу, сприяє розвитку єдиного мислення й корпоративної культури.

5. Маркетингова – скорочує витрати на рекламу та сприяє створенню впізнаваного бренду.

Ключовим елементом фірмового стилю та упаковки є товарний знак, який водночас виконує роль знака обслуговування. Його основне завдання — ідентифікація продукції або послуг підприємства та їх візуальне виділення на ринку, а також

підтримка рекламної комунікації. Фірмовий стиль складається з основних та допоміжних компонентів. До основних належать: логотип, графічний символ, фірмові кольори й шрифти, ділові бланки, візитки, брендбук. Серед додаткових – рекламні шаблони, сувеніри, одяг персоналу, дизайн інтер'єру, сайт, презентаційні матеріали й брендування транспорту [3].

На думку авторів [4], створення фірмового стилю, айдентики та іміджу бренду є ключовим фактором у формуванні успішного бізнесу. Фірмовий стиль – це внутрішній інструмент, що визначає візуальні та комунікаційні стандарти компанії, підкреслює її унікальність і відрізняє від конкурентів. Айдентика бренду – це набір візуальних та емоційних елементів, через які компанія передає свої цінності та позиціонування. Імідж – це зовнішнє сприйняття бренду споживачами. У гармонії ці три складові створюють цілісне враження, викликають довіру та формують довготривалу лояльність.

Таким чином, можна зробити висновок, що розробка фірмового стилю для кав'ярні є надзвичайно доцільною у сучасних конкурентних умовах, адже вона формує основу впізнаваності бренду та сприяє емоційному зв'язку зі споживачем. Фірмовий стиль виконує не лише естетичну функцію, але й стратегічну – допомагає донести цінності, місію й атмосферу закладу. Айдентика як візуальне втілення цих цінностей створює цілісне сприйняття бренду, а позитивний імідж, сформований завдяки якісному дизайну, підсилює довіру клієнтів. Успішна айдентика охоплює логотип, колірну гаму, типографіку, брендбук та інші елементи, які в сукупності вирізняють кав'ярню серед конкурентів. Особливо для локального бізнесу, як-от кав'ярня «1654», фірмовий стиль стає потужним інструментом для позиціонування, збільшення впізнаваності та розвитку лояльної аудиторії. Таким чином, інвестиція в айдентичку – це крок до стабільного зростання, посилення ринкових позицій та формування унікального образу бренду.

#### Література.

1. Баб'як, В.С., & Вовк, О.В. (2022). Візуально-графічні і конструктивні особливості розробки фірмового стилю. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Т. 2. (с. 7-8).
2. Крючко, Л.С., Дуброва, Н.П., & Хаванська, Л. (2023). Сутність, функції та складові фірмового стилю. *Moderní aspekty vědy*. (s. 57-65).
3. Кузнецова, І.О., Буравська, А.Р., & Кузнецова, І.А. (2013). Формоутворення логотипів на основі комбінаторики.
4. Зозуля, Д.А., Дейнеко, Ж.В., & Ткаченко, В.П. (2022). Базові рекомендації щодо створення фірмового стилю. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Т. 1. (с. 126-127).