

УДК 7.05

## ВИКОРИСТАННЯ КОЛЬОРІВ ПРИ РОЗРОБЦІ ФІРМОВОГО СТИЛЮ АВІАКОМПАНІЇ

*Чеботарьова І.Б., старший викладач, кафедра МСТ, ХНУРЕ*  
*Сушкова А.С., студентка, кафедра МСТ, ХНУРЕ*

**Анотація.** В роботі розглянуто особливості розробки фірмового стилю авіакомпанії та описано вплив фірмових кольорів на клієнтів авіакомпанії.

**Ключові слова:** АВІАКОМПАНІЯ, ФІРМОВИЙ СТИЛЬ, ЛОГОТИП, КОЛІР.

Авіакомпанії по всьому світу активно використовують кольори у своїх фірмових стилях для створення неповторних та запам'ятовуваних брендів. Кольори не лише візуально відображають ідентичність компанії, а й мають велике вплив на споживачів, викликаючи певні емоції і асоціації.

Один з факторів, які допомагають авіакомпаніям виділитися серед конкурентів, це правильний вибір кольорів у їхньому фірмовому стилі. Кожен колір має своє значення та відображає певні цінності (рис. 1).



Рисунок 1 – Приклади логотипів авіакомпанії

Кожна авіакомпанія має свою унікальну історію, цінності та амбіції. Вибір кольорової палітри для фірмового стилю – це не лише естетичний вибір, але й вираження брендового світогляду. Наприклад, Emirates використовує багряний колір у своєму логотипі, що відображає розкіш та елегантність, тоді як Southwest Airlines вибрав контрастні кольори (синій-червоний-помаранчевий), які відображають їхню динамічність та енергію. Кольорова палітра логотипу Lufthansa включає жовтий та

синій кольори. Синій символізує безпеку та довіру, тоді як жовтий відображає оптимізм та впевненість. Ці кольори разом створюють образ професійної та надійної авіакомпанії. Ці приклади підтверджують, що авіакомпанії свідомо використовують яскраві та контрастні кольори для привернення уваги до свого бренду (рис. 2) [1].



Рисунок 2 – Приклади використання кольорів для авіакомпаній

Кольорова палітра авіакомпанії грає значущу роль у розпізнаваності та комунікації з аудиторією. При створенні фірмового стилю, зазвичай використовуються кольори, які символізують надійність, безпеку та динаміку. Наприклад, синій колір часто пов'язують із спокоєм та довірою, що робить його популярним серед авіакомпаній як основний колір логотипу. Червоний колір може символізувати силу, енергію та пристрасть, що також може бути використано в логотипах авіакомпаній для підкреслення їхньої рішучості та надійності. Зелений колір відомий своєю асоціацією з природою, екологією та свіжістю. Для авіакомпаній, які акцентують на екологічних аспектах своєї діяльності або використовують інноваційні підходи, зелений колір може бути відмінним вибором. Жовтий та помаранчевий колір в логотипах, викликають відчуття радості, оптимізму та енергії. Ці яскраві кольори можуть бути привабливими для пасажирів, які шукають позитивний досвід польоту.

Крім того, важливо враховувати культурні відмінності та асоціації з кольорами у різних регіонах світу. Наприклад, у деяких країнах червоний колір може символізувати щастя та удачу, тоді як в інших він може бути сприйнятий як агресивний або негативний.

Деякі авіакомпанії використовують не лише один колір, а комбінацію кількох для підкреслення своєї унікальності та розмаїття. Наприклад, синій у поєднанні з білим

може створювати враження професіоналізму та надійності, а зелений разом із жовтим – про природу та екологію.

Вибір кольорової палітри має бути обґрунтованим та відображати образ компанії. Вибір кольорів у логотипі, фірмовому одязі, рекламній продукції – це стратегічне рішення, яке враховує психологічні аспекти сприйняття та створює сприятливе середовище для пасажирів. Це не лише спосіб виділитися серед конкурентів, але й можливість підкреслити ключові цінності та характер компанії [2].

Після проведеного аналізу для розробки логотипу авіакомпанії було обрано поєднання синього та блакитного, як основних кольорів, та помаранчового, як акцентного (рис. 3).



Рисунок 3 – Приклад розробленого логотипу авіакомпанії

Поєднання цих кольорів для авіакомпаній може мати різні значення і відображати різноманітні аспекти бренду та стратегії компанії:

- синій колір асоціюється зі стабільністю, надійністю та довірою. Використання синього в бренді авіакомпанії може відображати її професійність та високий стандарт якості, що створює відчуття довіри серед пасажирів;

- блакитний колір асоціюється зі свободою, простором та небесними широтами. Використання блакитного може підкреслити зв'язок авіакомпанії з небом та польотами у будь який куточок земного шару, а також створити враження простору та свободи для пасажирів;

- помаранчевий колір – це енергія та динаміка.. Використання помаранчевого може надати бренду авіакомпанії енергії, що створить позитивний настрій серед пасажирів. Його обрано як акцентний колір для поєднання більш спокійних синього та блакитного. Цей контраст можна використовувати також в рекламній продукції, в оформленні літака та фірмовому одязі.

Поєднання синього, блакитного та помаранчового може створити візуально відмінний бренд, який легко впізнається серед конкурентів і залишається в пам'яті пасажирів.

#### Література.

1. Чеботарьова, І.Б., & Терехова, Д.О. (2014). Ребрендинг як засіб підвищення конкурентоспроможності фірми на прикладі ТМ «Assistant». Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв, (4-5), 21-25.

2. Богуславец, К.Д., & Чеботарьова, І.Б. (2014). Дослідження впливу кольору на купівельну спроможність товарів. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв, (4-5), 4-12.