



УДК 659.1

## РОЗРОБКА ФІРМОВОГО СТИЛЮ УКРАЇНСЬКОГО БРЕНДУ ПОСТІЛЬНОЇ БІЛИЗНИ

ОМЕЛЬЧЕНКО Ганна, МУСИЙЧУК Юлія

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна  
*Musiichuk2003@gmail.com*

*Дослідження присвячене розробці фірмового стилю для українського бренду постільної білизни з метою позиціонування його на ринку та привертання уваги споживачів. В тезах представлено результати проведених допроектних досліджень та описано процес створення візуального образу українського бренду Comfortrealm.*

*Ключові слова:* фірмовий стиль, бренд, постільна білизна, конкурентна перевага, візуальний елемент, фірмовий колір, ескіз.

### ВСТУП

Саме поняття «бренд» є багатозначним. З одного боку - це ідентифікатор товару чи послуги, який відрізняє їх від конкурентів та надає їм унікальності, з другого - це емоційна асоціація, яку споживачі мають із певною компанією чи продуктом [1]. Так відомий автор книг Айєн Елвуд визначив бренд як «приманку», яка примушує споживача звернути увагу на даний товар і відрізнити його від товарів-конкурентів [2]. Атрибутами бренду можуть бути різні візуальні елементи, створення яких базується на аналізі існуючих брендів, сучасних засадах графічної комунікації і креативності, художніх здібностях та професійних навичках дизайнера.

Сьогоднішній світ брендів надзвичайно насичений, і виокремитися серед них - завдання нелегке. Особливо це стосується українських компаній, які прагнуть закріпитися на міжнародному ринку [3]. Тому створення компактної графічної інформації про товар і його виробника є актуальною задачею сьогодення.

### ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою даної роботи є створення логотипу українського бренду постільної білизни.

Для досягнення поставленої мети було вирішено наступні завдання: проаналізовано візуальні контенти брендів конкурентів; обґрунтовано вибір візуального елемента та фірмового кольору або гами кольорів майбутнього образу бренду; розроблено ескізи обраного візуального елемента, проведено оцінку розроблених варіантів та вибрано один варіант для подальшого створення фірмового стилю.

### РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Візуальний контент грає важливу роль у створенні ідентичності бренду, привертанні уваги споживачів та відтворенні його цінностей та стилю. З метою



визначення відмінності та схожості було проведено порівняльний аналіз візуального контенту двох конкуруючих брендів - Brooklinen та Frette. Фірмовий стиль Frette відображає елегантність і розкіш, що властиві вищому сегменту ринку. Основні елементи ідентичності Frette (рис.1) - оригінальні жаккардові візерунки, які є архівним надбанням компанії в Монці. На діамантові мотиви в основному логотипі та візерунки впливає блакитний колір Середземномор'я. Він був обраний, щоб відтворити ідилічні пейзажі Італії, а також доповнити чіткий білий колір білизни Frette.

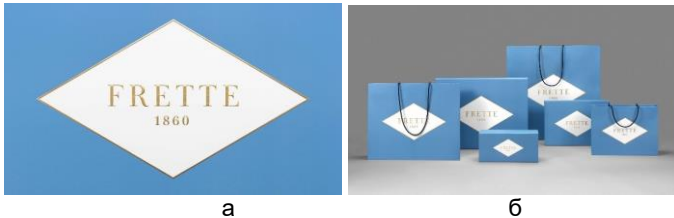


Рис.1 а – логотип; б - складові фірмового стилю бренду Frette.

Brooklinen відомий своєю мінімалістичною естетикою. Лаконічний логотип представлений у вигляді слова "Brooklinen" (рис. 2) у сучасному шрифті, де слово розділено на дві частини - "Brook" та "linen", так як компанія базується у Брукліні та займається виробництвом білизни. Їхній фірмовий стиль модерний і мінімалістичний, передає естетику сучасного міста і комфорту. Використання синього кольору вказує на довіру, стабільність та професіоналізм бренду. Цей колір часто асоціюється з відчуттям спокою та надійності, що є важливим для клієнтів у виборі постільної білизни.



Рис. 2. а – логотип; б - елемент фірмового стилю бренду Brooklinen.

Обидва бренди мають свої унікальні риси, які відображають їхні цільові аудиторії та цінності.

Ключовими аспектами у розробці фірмового стилю українського бренду постільної білизни є характеристика продукції та цінності компанії. Український бренд постільної білизни, "ComfortRealm" прагне створювати продукцію високої якості з натуральних матеріалів для забезпечення максимального комфорту своїм клієнтам. Головними цінностями еомпанії є здоров'я, затишок і якість сну. Назва "ComfortRealm" складається з двох частин: "comfort" і "realm".



"Realm" вказує на область або світ комфорту, який бренд намагається створити для своїх клієнтів. Це означає, що "ComfortRealm" представляє собою власне царство або область, де кожен може насолоджуватися максимальним комфортом і затишком. Під час вибору візуального елементу образу "ComfortRealm" визначено, що в лого буде використана перша літера назви бренду (монограма), що дозволяє створити максимальну впізнаваність. Фірмовим кольором для бренду Comfortrealm обрано зелений колір. Він має заспокійливі властивості, розслабляє та асоціюється з ростом, процвітанням, а також зі здоров'ям та благополуччям [4, 5]. Ескізи (рис.3) обраного візуального елементу для бренду постільної білизни Comfortrealm - монограми на основі першої букви "С". Основна концепція цих ескізів полягає у використанні продукту як головного компонента.

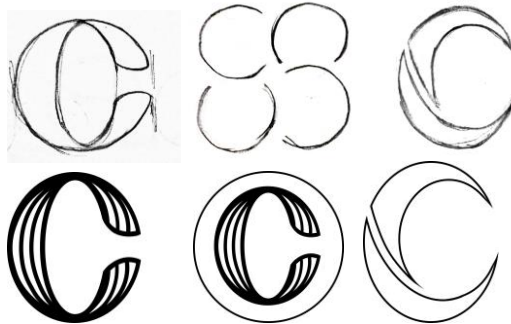


Рис.3. Ескізи обраного візуального елементу.

На підставі результатів допроектних досліджень було розроблено логотип та візуальний образ бренду Comfortrealm (рис. 4). Останній відображається через логотип - монограму, який є симетричним, стильним та лаконічним, а також фірмового кольору, що відтіняє його атрибути затишку, комфорту, спокою та довіри.



Рис.4. Вигляд візуального образу бренду Comfortrealm.



## ВИСНОВКИ

В процесі роботи над зазначеною тематикою було проведено аналіз візуальних контентів брендів конкурентів на прикладі брендів постільної білизни Brooklinen та Frette, виявлено спільні та відмінні особливості, сформульовано дизайн-концепцію візуального образу українського бренду Comfortrealm, створено ескізи логотипу-монограми та представлено розроблений дизайн-продукт.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Тонкошкурова Н. Ю. Бренд як носій іміджу підприємства / наук. кер. Л. В. Мурована // *Наукові розробки молоді на сучасному етапі : тези доповідей XVI Всеукраїнської наукової конференції молодих вчених та студентів* (27-28 квітня 2017 р., Київ). К. : КНУТД, 2017. Т. 3 : Економіка інноваційної діяльності підприємств. С. 359-360.
2. Шевченко О. Л. Бренд у площині інтеграції потреб, мотивів і емоцій. Бізнесінформ. №5. 2014. С. 407–412. URL: [https://business-inform.net/export\\_pdf/business-inform-2014-5\\_0-pages-407\\_412.pdf](https://business-inform.net/export_pdf/business-inform-2014-5_0-pages-407_412.pdf)
3. Шаплай А. І. Проблематика розвитку українського бренд-дизайну з урахуванням світових тенденцій / А. І. Шаплай ; наук. кер. Н. М. Пшінка, С. Г. Пашукова // *Наукові розробки молоді на сучасному етапі : тези доповідей XVI Всеукраїнської наукової конференції молодих вчених та студентів* (27-28 квітня 2017 р., Київ). К. : КНУТД, 2017. Т. 1 : Сучасні матеріали і технології виробництва виробів широкого вжитку та спеціального призначення. С. 546-547.
4. Антонюк Л. Д., Хоменко О.І. Дослідження впливу кольору на вибір товарів споживачами. *Домінанти соціально-економічного розвитку України в умовах інноваційного типу прогресу* : збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених, присвяченої 90-річчю Київського національного університету технологій та дизайну, м. Київ, 26 березня 2020 р. Київ : КНУТД, 2020. С. 24-27.
5. Калініченко О. Ю. Функції кольору в рекламній продукції / наук. кер. Т. А. Кугай, В. Н. Бистрякова // *Наукові розробки молоді на сучасному етапі : тези доповідей XVI Всеукраїнської наукової конференції молодих вчених та студентів* (27-28 квітня 2017 р., Київ). К. : КНУТД, 2017. Т. 1 : Сучасні матеріали і технології виробництва виробів широкого вжитку та спеціального призначення. С. 550-551.

## OMELCHENKO H., MUSIICHUK Y.

### DEVELOPMENT OF THE CORPORATE IDENTITY FOR A UKRAINIAN BRAND OF BED LINEN

*The study is devoted to the development of a corporate style for a Ukrainian bed linen brand in order to position it on the market and attract the attention of consumers. Theses present the results of pre-project research and describe the process of creating a visual image of the Ukrainian brand Comfortrealm.*

**Key words:** corporate identity, brand, bed linen, competitive advantage, visual element, corporate color, sketch.