

## **РОЛЬ ФІРМОВОГО СТИЛЮ У ФОРМУВАННІ БРЕНДУ КАВ'ЯРНІ**

**Поліна КАРПУК,**

*студентка III курсу спеціальності 022.01 Графічний дизайн*

*Житомирського державного університету ім. І. Франка*

**науковий керівник:**

*завідувач кафедри образотворчого мистецтва та дизайну,*

*кандидат педагогічних наук, доцент*

*Житомирського державного університету ім. І. Франка*

**Оксана ПІДДУБНА**

*У статті розглядається роль фірмового стилю у формуванні бренду кав'ярні в умовах сучасного конкурентного середовища. Досліджується значення візуальної ідентифікації як інструменту створення цілісного образу закладу та встановлення емоційного зв'язку зі споживачем. Проаналізовано наукові підходи до понять «бренд» і «фірмовий стиль» та визначено їхній вплив на сприйняття кав'ярні цільовою аудиторією. Обґрунтовано необхідність комплексного використання елементів фірмового стилю у процесі брендингу закладів громадського харчування.*

**Ключові слова:** *фірмовий стиль, бренд, брендинг, айдентика, графічний дизайн.*

В умовах розвитку креативних індустрій та зростання ролі візуальної комунікації графічний дизайн набуває особливого значення у процесі формування брендів у сфері громадського харчування. Кав'ярня сьогодні розглядається не лише як місце споживання напоїв, а як простір з унікальною атмосферою, ідеєю та стилем життя. Саме фірмовий стиль виступає тим інструментом, який дозволяє передати концепцію закладу, його цінності та характер через візуальні засоби. У цьому контексті фірмовий стиль стає

важливим чинником створення цілісного образу кав'ярні та формування її бренду у свідомості споживача.

Актуальність дослідження зумовлена стрімким розвитком індустрії кав'ярень та зростанням конкуренції у сфері громадського харчування. У сучасних умовах споживач обирає заклад не лише за якістю продукції, а й за атмосферою, емоційним враженням і візуальним образом (Wheeler , 2017:18). Саме тому фірмовий стиль відіграє важливу роль у формуванні бренду кав'ярні, адже він забезпечує впізнаваність, цілісність та унікальність образу закладу. Бренд формується через систему асоціацій, які закріплюються у свідомості споживача та впливають на його поведінку і лояльність. У цьому контексті фірмовий стиль стає основним носієм візуальної інформації про бренд.

Метою даної статті є дослідження ролі фірмового стилю у формуванні бренду кав'ярні та визначення його впливу на сприйняття закладу споживачами. Для досягнення мети було проаналізовано наукові джерела з теорії брендингу та графічного дизайну, узагальнено підходи до формування айдентики та визначено значення візуальної складової у створенні бренду кав'ярні.

Бренд у науковій літературі часто розглядають як складне явище, що поєднує в собі як матеріальні, так і нематеріальні характеристики. Бренд як ім'я, символ, знак або дизайн, що допомагає відрізнити товар або послугу від конкурентів. Але бренд - це не лише зовнішній образ: він включає репутацію, цінності та емоційні асоціації, які формуються у споживача. Фірмовий стиль - це візуальне втілення цих характеристик, своєрідний міст між брендом і його аудиторією.

У графічному дизайні фірмовий стиль сприймають як систему пов'язаних між собою візуальних елементів, які формують цілісний образ організації. Це поєднання графічних, кольорових і шрифтових рішень, які роблять бренд впізнаваним і допомагають підтримувати єдність його образу (Піддубна, Максимчук, Петухова, 2024:99). Для кав'ярні це означає, що фірмовий стиль

охоплює логотип, меню, пакування, оформлення інтер'єру, форму персоналу та цифрові носії - усе, що створює цілісне враження про заклад.

Колірна гама є важливою складовою стилю, бо колір безпосередньо впливає на емоції та асоціації людини (Landa, 2011:22). Колір здатний викликати певні емоційні реакції та формувати сприйняття бренду. У кав'ярнях зазвичай використовують теплі відтінки коричневого, бежевого та кремового, які асоціюються з кавою, затишком та стабільністю. Таким чином, колір - це не просто декоративний елемент, а справжній інструмент брендингу.

Фірмовий стиль допомагає створити впізнаваний і послідовний образ бренду. Послідовна айдентика підвищує довіру до бренду та сприяє емоційному зв'язку зі споживачем. Для кав'ярні це особливо важливо, адже клієнти повертаються не лише за кавою, а й за атмосферою та відчуттям приналежності до певного простору.

Візуальний стиль бренду також відіграє важливу роль у формуванні першого враження про кав'ярню, яке часто є вирішальним у виборі споживача. Візуальні елементи айдентики впливають на сприйняття закладу ще до безпосереднього відвідування - через вивіску, оформлення фасаду, рекламні матеріали та присутність у цифровому просторі. (Wheeler, 2017:126) Саме на цьому етапі потенційний клієнт формує первинні уявлення про рівень закладу, його концепцію та цінову категорію.

Важливим аспектом фірмового стилю є його здатність забезпечувати впізнаваність бренду в різних комунікаційних середовищах. Єдина стилістика дозволяє зберігати цілісність образу кав'ярні незалежно від носія інформації, що особливо актуально в умовах активного використання соціальних мереж та онлайн-платформ. Узгодженість візуальних рішень сприяє формуванню стійких асоціацій і полегшує ідентифікацію бренду серед конкурентів. Зовнішній образ бренду кав'ярні тісно пов'язаний з її концепцією та цільовою аудиторією. Через графічні рішення дизайнер передає характер закладу, його настрої і цінності, що дозволяє залучати саме ту аудиторію, на яку орієнтований бренд.

Фірмовий стиль впливає на внутрішнє середовище закладу та сприйняття сервісу. Оформлення інтер'єру, дизайн меню та зовнішній вигляд персоналу формують єдину візуальну систему, яка підтримує загальну атмосферу кав'ярні. Завдяки цьому візуальна складова стає невід'ємною частиною споживчого досвіду та сприяє формуванню емоційного зв'язку між брендом і відвідувачем.

Крім того, фірмовий стиль допомагає закладу чітко позиціонувати себе на ринку. Через дизайн можна передати концепцію кав'ярні, її цінності та стиль життя, з яким бренд асоціюється. Сильний бренд формується завдяки чіткому позиціонуванню та стабільній комунікації з аудито (Aaker, 2003:95).

Таким чином, фірмовий стиль - невід'ємна частина бренду кав'ярні. Він робить заклад впізнаваним, створює цілісний образ та формує позитивне емоційне сприйняття. Аналіз наукових джерел показав, що правильно розроблений стиль підвищує конкурентоспроможність кав'ярні та зміцнює її бренд. Тобто фірмовий стиль – це не просто елемент графічного дизайну, а стратегічний інструмент брендингу, що визначає успіх закладу на сучасному ринку.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Піддубна, О. М., Максимчук, А. П., Петухова, Т. А. (2024) Сучасний графічний дизайн та його особливості. *Актуальні питання гуманітарних наук: [міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка]*. Т. 2. № 74. с. 99

2. Аакер, Д. (2003) Створення сильних брендів. Харків: Гуманітарний центр. 2003. с. 94-95.

3. Wheeler A. (2017) *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. New Jersey: John Wiley & Sons. с. 18, 126.

4. Landa, R. (2011) *Graphic Design Solutions*. Wadsworth. с. 22 <https://anyflip.com/jmmo/whib/basic/451-480>