



УДК 745.52

ТЕНДЕНЦІЇ ДИЗАЙНУ КОРПОРАТИВНОГО ОДЯГУ ДЛЯ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

МАЗНЕВ Євген, ТЄЛУШКІНА Ольга, СВЄТЛІЧНА Катерина
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, Україна
maznev@snu.edu.ua

Розглянуто один із шляхів підходу до створення корпоративного стилю закладів вищої освіти – дизайн корпоративного одягу. Визначено основні тенденції при дизайні корпоративного одягу. Розглянуто основні напрямки дизайну фірмового (корпоративного) одягу для ЗВО. Найбільш «прийнятним» для ЗВО напрямком дизайну розглядається «брендування» корпоративного одягу.

Ключові слова: корпоративний стиль, корпоративний одяг, логотип, фірмові кольори, брендинг.

ВСТУП

Значне місце в стратегії розвитку будь-якої організації, так саме і закладу вищої освіти (ЗВО), займають створення (ребрендинг) фірмового (корпоративного) стилю. Для того, щоб бути впізнаваним, ЗВО повинен мати свій бренд (корпоративний стиль), який виступає частиною іміджу як усього ЗВО, так і окремих підрозділів (факультетів, кафедр, тощо). Тому з'являється необхідність розробки (дизайну) оригінальних інформаційних засобів для кожного ЗВО та їх підрозділів: логотип (логотипи), корпоративні кольори, фірмові шрифти, сайт, корпоративний одяг, приміщення, рекламна продукція, корпоративна документація, сувенірна продукція тощо. Одним із важливих «атрибутів» фірмового стилю є фірмовий (корпоративний) одяг.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

ЗВО Україні не в повній мірі представлені (а іноді і забезпечені) фірмовим (корпоративним) стилем на ринку освітніх послуг. Однією із якісних характеристик ЗВО, які відіграють важливу роль в процесі вибору навчального закладу майбутніми споживачами його послуг (конкурентоспроможність ЗВО на ринку освітніх послуг) є імідж, який тісно пов'язаний з брендом ЗВО. Рациональна розробка корпоративного стилю та стратегія його просування забезпечують ідентифікацію ЗВО для споживачів його послуг (в тому числі майбутніх) та виділяє серед інших закладів, які працюють в тій самій галузі. Існує визначення складових корпоративного стилю ЗВО, особливостей їх втілення та сфери їх використання. При цьому фірмовий (корпоративний) одяг більшість авторів розглядає не як окрему складову фірмового стилю закладу вищої освіти, а як носія корпоративного стилю [1]. Тому перегляд такого підходу при створенні бренду (ребрендингу) корпоративного стилю ЗВО є важливим та актуальним.



РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Ідея фірмового стилю належить першому промислового дизайнеру Петеру Беренсу, який на початку ХХ ст. працював над розробкою рекламно-графічної продукції електротехнічного концерну АЕГ і створив концепцію індивідуального оформлення компанії в єдиному стилі.

Корпоративний стиль в закладах вищої освіти є частиною корпоративної культури і виконує ряд важливих функцій: створює неповторний цілісний образ, єдиний візуальний простір університету чи його підрозділу; формує його позитивний імідж на ринку освітніх послуг; формує згуртованість, єдиний дух, корпоративну відданість і гордість усіх студентів, викладачів, працівників університету (факультету); вирізняє ЗВО (чи факультет) з-поміж конкурентів, допомагає потенційним споживачам освітніх послуг зорієнтуватися, привертає увагу, викликає інтерес до ЗВО, закріплює позитивний образ та позитивні емоції; є гарантом солідності, надійності освітнього закладу і якості послуг, які він надає; робить рекламу ефективнішою, викликає бажання бути причетним до даної корпоративної культури [1, 2].

Корпоративний стиль ЗВО може включати в себе постійні і змінні. Константами (основними постійними елементами) корпоративного стилю є: логотип, торговельна марка, фірмові кольори. Перелік інших фірмових елементів постійно змінюється – фірмові шрифти, верстка, корпоративний одяг (уніформа), рекламна продукція, корпоративна документація, сувенірна продукція тощо [3].

Корпоративний одяг може мати важливу роль у формуванні корпоративної культури в ЗВО. Він може стати символом єдності та згуртувати колектив. Одяг, який носить на роботі, може відображати корпоративні цінності, місію та імідж компанії. Крім того, корпоративний одяг може мати позитивний вплив на імідж компанії в очах клієнтів та партнерів. Якщо його дизайн відповідає брендбуку та корпоративному стилю, то він робить враження професійності та надійності [4, 5].

Також він допомагає забезпечити однорідний зовнішній вигляд співробітників ЗВО – це може бути особливо важливим враховуючи постійну громадську, наукову та академічну активність (і викладачів і студентів).

Основні підходи (тенденції) та напрямки при дизайні корпоративного стилю одягу:

- мінімалізм та простота – у корпоративному стилі, без надмірних деталей, яскравих кольорів і складних розробок;

- брендування – логотипи, написи та інші елементи бренду використовуються на одязі, щоб зробити його більш відповідним до корпоративного стилю та впізнаваності ЗВО;

- функціональність – розробляється з урахуванням його функціональності, такої як захист від холоду, комфорт під час роботи, тощо.

- екологічність – у світі, де екологічні питання все більше стають актуальними, корпоративний одяг може бути виготовлений з екологічно чистих матеріалів, що позитивно відображається на іміджі компанії;



- модернізм – в дизайні одягу можуть використовуватися сучасні технології, такі як 3D-друк, щоб створити унікальний дизайн та підвищити якість виробу.

Для створення корпоративного образу для ЗВО варто враховувати їх основні цілі та цільову аудиторію. ЗВО зазвичай стежать за збереженням свого авторитету та репутації, а також прагнуть відповідати вимогам своїх студентів та викладачів. Основні напрямки для створення (дизайну) корпоративного одягу (фірмового стилю) для ЗВО:

- кольорова палітра – використання кольорів, які відображають корпоративні кольори ЗВО, щоб зробити одяг відповідним до бренду. Також можна додати кольори, що відображають «спрямованість» ЗВО, наприклад, зелений колір для відображення екології, фіолетовий – право, тощо;

- типи одягу – ЗВО можуть використовувати різні типи одягу, включаючи спеціальний для студентів, такий як футболки або реглани;

- дизайн – дизайн одягу може бути виконаний у стилі, що відповідає цілям та цільовій аудиторії ЗВО. Наприклад, якщо ЗВО спеціалізується на художній освіті, то дизайн може відображати творчий стиль, а якщо ЗВО спеціалізується на науці, то дизайн може бути більш технологічним;

- брендування – брендіві логотипи та інші елементи можуть бути розміщені на одязі, щоб показати приналежність до ЗВО та підвищити його впізнаваність.

- варіації для різних сезонів;

- оздоблення – одяг може бути прикрашеним декоративними елементами, такими як ґудзики, вишивка, написи, що додає більше індивідуальності та стилю до дизайну.

Брендування одягу для ЗВО – це важлива частина створення корпоративного стилю. Такий одяг дозволяє студентам, викладачам та іншим співробітникам відчувати належність до ЗВО та підвищувати впізнаваність ЗВО серед громадськості.

Рекомендації щодо брендування одягу для ЗВО:

- логотип – розміщується на сорочках, жакетах, футболках, кепках, светрах або іншому одязі, щоб відображати приналежність до бренду. Логотип повинен бути видимим та чітко відрізнятися від інших елементів дизайну;

- кольорова палітра – колір одягу може відображати кольори бренду ЗВО, що допоможе зробити його більш відповідним до бренду та відрізнити його від інших одягу.

- текст – на одязі можуть бути написані назви ЗВО або інші текстові елементи, що допоможуть відрізнити одяг від інших та підвищити впізнаваність;

- елементи дизайну – можуть бути додані різні елементи дизайну, такі як геометричні форми або зображення символів, що відображають специфіку ЗВО;

- стиль – одяг може бути виконаний у стилі, що відповідає цілям та цільовій аудиторії ЗВО. Наприклад, якщо ЗВО спеціалізується на художній освіті, то дизайн може відображати творчий стиль, а якщо ЗВО спеціалізується на науці, то дизайн може бути більш технологічним та модним.



В реаліях сьогодення, брендування одягу стає найбільш доступним напрямком дизайну корпоративного одягу для закладів вищої освіти України.

ВИСНОВКИ

В сучасних умовах корпоративний стиль ЗВО є одним із елементів, який вирішує актуальні завдання: створення позитивного образу (університету в цілому та окремо його структурних підрозділів) для споживачів освітніх послуг; формування та подальший розвиток корпоративної культури; формування позитивного іміджу та впізнаваності тощо. Важливим елементом створення іміджу є дизайн корпоративного одягу, основними підходами до якого є мінімалізм, брендування, функціональність, модернізм тощо. Найбільш прийнятним, в сучасних умовах, напрямком дизайну корпоративного одягу для ЗВО можливо вважати брендування. Основні рекомендації щодо брендування: використання корпоративних кольорів та логотипу (ЗВО та/або його підрозділів); використання текстових елементів та фірмових шрифтів; різноманітність елементів дизайну; прив'язка стилю корпоративного одягу до спеціалізації закладу вищої освіти тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Пискун О.М. Функції та елементи корпоративного стилю закладу вищої освіти. Вісник Національного університету «Чернігівський колегіум» імені Т.Г. Шевченка. 2019. Вип. 4 (160). С. 30-34.
2. Чвала М.С. Розробка фірмового стилю вищого навчального закладу. Молодий вчений. 2014. №1 (03). С. 180–183.
3. Кубко В. П., Баранюк А. В. Фірмові константи як засоби ідентифікації корпоративного стилю організації. Гілея. 2016. №106. С. 242-245.
4. Овчарек В. Є., Слітюк О.О. Фірмовий одяг як ефективний засіб просування на ринок закладів освіти. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. 2016. Спецвипуск Серія «Економічні науки». С. 419–426.
5. Мазнів Є. О., Очкуренко В. І. Дизайн-проєктування одягу як елемент фірмового стилю. Збірник наукових праць: інноваційні технології для промисловості. СХУ ім. В. Даля, Сєверодонецьк, 2021 р., № 1. С. 252-255.

MAZNIIEV Y., TYELUSHKINA O., SVYETLICHNA K. DESIGN TRENDS OF CORPORATE CLOTHING FOR INSTITUTIONS OF HIGHER EDUCATION

One of the approaches to creating a corporate style of higher education institutions is considered - the design of corporate clothing. The main trends in the design of corporate clothing have been determined. The main areas of design of branded (corporate) clothes for the institution of higher education were considered. The "branding" of corporate clothing is considered the most "acceptable" direction of design for institution of higher education.

Key words: corporate style, corporate clothing, logo, company colors, branding.