



ISSUE
№38



EUROPEAN OPEN
SCIENCE SPACE

COLLECTION OF SCIENTIFIC PAPERS



4TH INTERNATIONAL
SCIENTIFIC
AND PRACTICAL
CONFERENCE

GLOBAL DIRECTIONS
IN SCIENTIFIC RESEARCH
AND TECHNOLOGICAL
DEVELOPMENT

JUNE 2-4, 2025, VALENCIA, SPAIN





**EUROPEAN OPEN
SCIENCE SPACE**

**Proceedings of the 4th International Scientific
and Practical Conference
"Global Directions in Scientific Research and
Technological Development"
June 2-4, 2025
Valencia, Spain**

Collection of Scientific Papers

Spain, 2025

UDC 01.1

Collection of Scientific Papers with the Proceedings of the 4th International Scientific and Practical Conference «Global Directions in Scientific Research and Technological Development» (June 2-4, 2025. Valencia, Spain). European Open Science Space, 2025. 236 p.

ISBN 979-8-89704-955-4 (series)
DOI 10.70286/EOSS-02.06.2025



The conference is included in the Academic Research Index ReserchBib International catalog of scientific conferences.



The conference is registered in the database of scientific and technical events of UkrISTEI to be held on the territory of Ukraine (Certificate №55 dated 6.01.2025).



The materials of the conference are publicly available under the terms of the CC BY-NC 4.0 International license.

The materials of the collection are presented in the author's edition and printed in the original language. The authors of the published materials bear full responsibility for the authenticity of the given facts, proper names, geographical names, quotations, economic and statistical data, industry terminology, and other information.

ISBN 979-8-89704-955-4 (series)

CONTENT

Section: Accounting and Taxation

Поп Я., Лусичко А.

КІПР ЯК ПОДАТКОВО ПРИВАБЛИВА ЮРИСДИКЦІЯ В
СТРУКТУРІ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ..... 11

Section: Art History and Literature

Васильєв О., Ус О.

ВИКОРИСТАННЯ ОРНАМЕНТУ В ДИЗАЙНІ ЛОГОТИПІВ
УКРАЇНСЬКИХ БРЕНДІВ..... 17

Section: Biology and Microbiology

Тетерюк В., Романюк Р.

СТРУКТУРА КОЛОНІЙ ТА ПОВЕДІНКИ ГРАКА (*CORVUS*
FRUGILEGUS LINNAEUS, 1758) В УРБАНІЗОВАНИХ БІОТОПАХ
М. ЖИТОМИРА..... 22

Section: Economy

Микитенко В.

АЛГОРИТМІЧНА МОДЕЛЬ ТРАНСФОРМАЦІЇ ГОСПОДАРСЬКИХ
СИСТЕМ В УМОВАХ ПРОСТОРОВОЇ ТУРБУЛЕНТНОСТІ..... 25

Масловський А.

ФОРМУВАННЯ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ФЕРМЕРСЬКИХ
ГОСПОДАРСТВ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ 29

Пасічник Т.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИЧНОГО І
НЕОКЛАСИЧНОГО ПОГЛЯДІВ НА ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ... 32

Полоус О., Щербакова О.

МОДЕЛЮВАННЯ ТА АНАЛІТИКА ДАНИХ В УМОВАХ
ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ..... 35

Губін К.Г.

ЗОВНІШНІЙ ДЕРЖАВНИЙ БОРГ УКРАЇНИ: ДИНАМІКА ТА
ПЕРСПЕКТИВИ..... 39

Section: Art History and Literature

ВИКОРИСТАННЯ ОРНАМЕНТУ В ДИЗАЙНІ ЛОГОТИПІВ УКРАЇНСЬКИХ БРЕНДІВ

Васильєв Олександр

доктор філософії

Ус Олександра

здобувач вищої освіти

Кафедра графічного дизайну

Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

Анотація. Дослідження присвячене аналізу використання національного орнаменту та його елементів в дизайну логотипів вітчизняних брендів. Основну увагу приділено особливостям композиційно-графічних, колірних та шрифтових рішень. У роботі визначено товарні категорії брендів, для яких характерно використання в айдентиці орнаменту або його елементів, виокремлено типові рішення логотипів з національною символікою, описано їх основні ознаки та складові елементи, визначено основні характеристики. В роботі досліджено використання українських орнаментів у дизайні логотипів як інструменту для збереження культурної ідентичності та підвищення привабливості бренду.

Ключові слова: логотип, український орнамент, дизайн, український бренд, види орнаментів.

Введення. Товарний знак і логотип є гнучкими та виразними формами проектної культури, що здатні у концентрованій формі транслювати максимальні значення та сенси. Наприкінці ХХ ст. у зв'язку з всесвітньою глобалізацією та переходом від індустріального суспільства до інформаційного була сформована поза національна модель знакоутворення, що базувалася на універсальних засадах, придатних до сприйняття та розуміння візуальної інформації людиною незалежно від її культурної, регіональної та соціальної належності. Сьогодні набуває сили і протилежна тенденція, що передбачає підкреслення певного національного походження графічного знаку. Ця тенденція прослідковується у дизайні логотипу українських брендів різних товарних категорій та напрямків діяльності, що намагаються підкреслити національну приналежність. Прагнення до здобуття візуальної автентичності здійснюється завдяки використанню характерних художньо-зображувальних особливостей, що притаманні виключно українській культурі та не мають аналогій в світовому мистецтві. Останнім часом, особливо після початку повномасштабної військової агресії проти України, тенденція до використання національних символів та елементів в знаках ідентифікації вітчизняних брендів стала особливо актуальною.

Мета та задачі дослідження. Метою роботи є виокремлення типових рішень логотипів вітчизняних брендів різних товарних категорій, в яких

використано український орнамент або його елементи; визначення та характеристика їх структурно-композиційних, колірних та шрифтових рішень.

Результати дослідження і їх обговорення.

На першому етапі дослідження було проведено аналіз сучасних літературних джерел стосовно обраної тематики [1-4]. В дослідженні О. В. Бойчук і Л. М. Безсонової [1] виявлені витoki та розглянуті особливості прояву національно-культурних ремінісценцій в українських товарних знаках та логотипах 1990-2000-х рр., а також наведений аналіз специфіки їхньої зображувальної мови.

В роботі [2] розглянуті питання, пов'язані з сучасною тенденцією використання української символіки в дизайні веб-сайтів і їх елементах ідентифікації. Виявлено, що в основному використовують кольори українського прапора для відображення графічних і шрифтових елементів логотипів веб-сайтів українських брендів електронної комерції.

В роботі О. Д. Гладун «Формування національної моделі товарного знаку» [3] визначено межу сторіч як час формування нової візуальної культури. Автор констатує, що український товарний знак (логотип) на початок нового тисячоліття став «європейським», що є закономірним явищем в процесі його еволюційного розвитку, та прогнозує, що на наступному етапі знак, покликаний ідентифікувати національний, конкурентоспроможний товар, зможе стати національним.

В дисертаційному дослідженні С. В. Оганесян [4] проаналізовано основні проблеми інтеграції національної символіки у логотип. Авторкою визначено, що в сучасному візуально-комунікативному просторі України активно застосовуються логотипи та фірмові знаки із національною символікою для ідентифікації фірми, її продукції чи послуг.

На основі аналізу літературних джерел визначено, що сучасний стан дослідження проблеми актуалізації національних елементів художньої системи в формоутворенні знаків ідентифікації демонструє потребу в поглибленні вивчення специфіки застосування автентичних зображувальних особливостей в проектній моделі знаку та логотипу сьогодні. Також виокремлено декілька знакових явищ, що мають помітний вплив на зображувальну стилістику сьогодні. Серед визначальних чинників, на нашу думку, особливе місце посідають надбання народного декоративно-ужиткового мистецтва, що ввібрало в себе культурно-мистецький досвід минулого. Сучасне мистецтво та дизайн живиться яскравими образами, що сягають в глибину віків, а такі його галузі як ткацтво та вишивання надають багатий матеріал для творчого переосмислення. Актуальність дослідження зумовлена зростанням попиту на унікальні бренди в умовах війни. Українські орнаменти та їх елементи стають не лише способом вираження культурної спадщини, а й інструментом для створення довіри до бренду який використовує їх у своєму логотипі. Сьогодні компанії прагнуть інтегрувати етнічні мотиви, щоб вирізнитися на ринку та будувати міцний

зв'язок із аудиторією. Це дослідження аналізує, як орнаменти впливають на ефективність логотипів і чому вони важливі для сучасного дизайну.

На наступному етапі було виокремлено та досліджено логотипи українських брендів, в яких використано український орнамент та окремі його елементи. Найбільш поширеними в логотипах українських брендів є геометричні орнаменти, що складаються з простих форм — ромбів, квадратів, хрестиків тощо. Відомо, що одним з найбільш характерних засобів оздоблення українського текстилю є орнаментальний геометричний зіркоподібний мотив, що складається з восьми з'єднаних попарно витягнутих паралелограмів [1, 5]. Цей мотив поширений по всій території України та найчастіше сьогодні відображається двоколірній червоно-чорній гамі. У зв'язку з однозначною ідентифікацією цього орнаментального елементу як суто українського за походженням та ареалом вжитку зрозумілим є те, що «зірка» перейшла з декоративно-ужиткового мистецтва до графічного та набула нових, більш або менш буквальних, інтерпретацій в сфері сучасного дизайну логотипів. В ході дослідження виявлено, що найбільш поширено використання означених складових в логотипах українських брендів, що працюють в сфері виготовлення одягу та текстилю (рис. 1, б; рис. 1, в; рис. 1, д; рис. 1, є тощо). Проте, виокремлено бренди, що використовують в логотипах геометричний орнамент, серед благодійних фондів (рис. 1, а) та навіть українських гуртів black metal (рис. 1, и).



Рис. 1. Логотипи українських брендів, в яких використано геометричний орнамент або його елементи

Менш розповсюдженням є використання в логотипах рослинних та комбінованих (рис. 2, д) орнаментів. Їх використовують винятково в логотипах брендів, що функціонують в сфері виготовлення одягу та текстилю в етно стилі. Тут також домінує червоно-чорна кольорова гамма (рис. 2, а; рис. 2, в; рис. 2, г; рис. 2, д). Проте, виокремлено і більш складні рішення як в логотипі «Київської вишивальної фабрики» (рис. 2, б).



Рис. 2. Логотипи українських брендів, в яких використано рослинний (а, б, в) та комбінований орнаменти (г)

Виявлено, що орнамент у логотипах виконує кілька функцій: він несе символічне значення, додає естетичної привабливості та підкреслює культурну ідентичність. У логотипі бренду «Майстерна вишиванка» графічний елемент символізує захист від зла і негативу, що надає бренду захисної аури. У логотипі бренду «Melanika» використано візерунок трипільської культури, що відсилає до історичної спадщини України, тоді як у логотипі бренду «Львівська вишиванка» рослинний мотив уособлює чистоту, процвітання роду та життя. У логотипі бренду «Kod» візерунки представляють символи Води і Сонця, додаючи універсального природного значення. Композиція логотипів також різниться. У логотипі «Майстерна вишиванка» графічний елемент розташований над шрифтовим, що створює урочисту і статичну композицію, підкреслюючи його значення. У логотипі бренду «Melanika» графічний елемент розташований в одній площині з шрифтовим. У логотипі бренду «Kod» орнамент є частиною шрифту, що забезпечує цілісність і сучасність дизайну. Необхідно зазначити, що всі виявлені нами логотипи з орнаментами відносяться до логотипів комбінованого типу. При цьому виокремлено логотипи з стрічковими (рис. 1, а; рис. 1, в; рис. 1, и; рис. 1, д; рис. 1, б; рис. 2, г; рис. 2, д) та розетковим (рис. 1, є; рис. 2, а) орнаментами. Шрифти, що використано для візуалізації назви бренду,

розділено на три групи. Найбільш поширеними є шрифти з зарубками (рис. 1, г; рис. 1, к; рис. 2, в) та рукописні декоративні шрифти (рис. 2, д; рис. 1, в; рис. 1, ж). Також виокремлено логотипи, в яких поєднано ці два типи шрифтів (рис. 1, д; рис. 2, д). Такі шрифтові рішення підкреслюють оригінальність, ексклюзивність та підтримку брендами історичних традицій. Набагато рідше використовують шрифти без зарубок (рис. 1, є; рис. 1, з). Для них характерні збільшені ширина та округлість літер. Композиція орнаменту (над, поряд чи як частина назви бренду) формує візуальну ієрархію, а шрифт (із зарубками, без зарубок чи декоративний) визначає стиль бренду. Колірна палітра посилює символізм, а застосування зображення логотипу в одязі чи в цифровому середовищі демонструє універсальність орнаментів.

Висновки. Проведено аналіз логотипів українських брендів, що використовують у своєму дизайні орнамент та його елементи. Визначено, що це найбільш характерно для брендів, які спеціалізуються на виготовленні одягу та текстилю. Наведено характерні приклади композиційно-графічних рішень таких логотипів. Надана характеристика типових рішень логотипів українських брендів, що використовують орнамент в своєму дизайні. Дослідження підтвердило, що українські орнаменти є цінним інструментом у дизайні логотипів, який допомагає брендам вирізнитися та зберігати культурну ідентичність. Логотипи із застосуванням символів орнаменту за допомогою певного емоційного колориту, суттєво впливає на формування візуальної ідентифікації бренду. Підтверджено, що орнамент у логотипах не лише прикрашає, а й формує глибокий зв'язок між брендом і його аудиторією, підкреслюючи культурну спадщину та сучасні тенденції дизайну.

Список використаних джерел

1. Бойчук О. В., Безсонова Л. М. Національні ремінісценції в українських товарних знаках та логотипах нової доби. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Мистецтвознавство. Архитектура. Харків : ХДАДМ, 2010. № 2. С. 17–23.
2. Васильєв О.С., Васильєва О.С. Національна символіка в знаках ідентифікації вебсайтів електронної комерції. Синергія науки і бізнесу у повоєнному відновленні регіонів України : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (ХНТУ, 24–26 квітня 2024 року) Одеса : Олді+, 2024. Т.1. С. 115-118. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/29127> (дата звернення 15.05.2025).
3. Гладун О.Д. Формування національної моделі товарного знаку // Вісник ХДАДМ. – Харків, 2002. – №3. – С. 308-310.
4. Оганесян. С. Знак і символ у візуальній ідентифікації бренду : дис. ... доктора філософії мистецтвознавства : 022 «Дизайн». Київ : КНУТД, 2023. 242 с.
5. Український орнамент – які бувають види, що означають символи та як читати народні візерунки. URL: <https://prostir.media/ukrayina/ukrayinskyj-ornament-yaki-buvayut-vydy-shho-oznachayut-symvoly-ta-yak-chytaty-narodni-vizerunky/> (дата звернення 19.05.2025).