

Ведерніков М. Д.
доктор економічних наук, професор

Мантур-Чубата О. С.
кандидат економічних наук

Кривонюк Д. С.
студент

Романюк Д. І.
студент

Хмельницький національний університет
м. Хмельницький, Україна

КОРПОРАТИВНИЙ СТИЛЬ ПІДПРИЄМСТВА: ПОНЯТТЯ І СКЛАДОВІ

Корпоративний стиль є важливою складовою будь-якого підприємства, фірми чи організації. Корпоративний або фірмовий стиль дає змогу споживачу продукції або послуг впізнати свій товар за кольоровою гамою, чи формою логотипу. Зараз майже всі великі фірми і корпорації мають свій корпоративний стиль за допомогою якого їх легко впізнати серед інших. Визначення корпоративного стилю, які надаються вітчизняними вченими представлено в таблиці 1.

Таблиця 1. Визначення корпоративного стилю

Автор	Визначення
Тихомирова Є. [1, с. 94-97]	Корпоративний (фірмовий) стиль – це сукупність вербальних і невербальних складових, які забезпечують зорову та сутнісну єдність продукції й діяльності компанії, що здатні виокремити її серед інших і створити образ, що упізнається споживачами.
Хірвіч С. [2]	Фірмовий стиль (він же «Корпоративний стиль», «Брендбук», «гайдлайн» або Corporate identity) – це система візуальної ідентифікації Вашої фірми, товару або послуги. Говорячи простими словами, це саме те, що візуально відрізняє Вашу компанію від інших їй подібних.
Журнал «Аудит України» [3]	Фірмовий стиль – це сукупність графічних, кольірних, стилістичних та композиційних прийомів та елементів, спеціально та комплексно спроектованих для фірми з метою створення певного зорового образу, що легко запам'ятовується; всього, що пов'язано з компанією, її діяльністю та продукцією.
Волошина М. [4]	Фірмовий стиль – самобутність підприємства, важлива складова бренду. Бренд складається не тільки з імені, символіки, кольору, що необхідні для впізнання товару. Це синергія вражень, вироблених продукцією на споживача, відношення до товару, рівень довіри. Бренд з якісно розробленим корпоративним стилем дозволяє компанії ставити більш високу вартість на продукцію.
Рекламне агентство «Ефект-М» [5]	Фірмовий стиль компанії (корпоративний стиль) – це те, що визначає ваш бізнес, виділяє серед тисяч і навіть мільйонів інших організацій. Це «обличчя» Вашої фірми, завдяки якому Вас будуть впізнавати.

Впізнаваний образ компанії, про який не одноразово мова йшла в таблиці 1, можна створити за допомогою єдиних принципів оформлення, колірних сполучень і образів для всіх форм реклами, ділових паперів, документів, упаковки, офісу і навіть одягу співробітників.

За допомогою корпоративного стилю, або як його ще називають фірмовий стиль, можна впливати на заохочення споживачів в покупці товару, збільшуючи прибутки компанії, створювати привабливий образ, який би хотілось повторити (меблеві компанії, індустрія краси) та інше.

Перелік переваг впровадження фірмового стилю можна довго продовжувати, адже це є універсальний засіб впізнаваності і просування товару, тому варто розглянути як саме розробляється і з яких етапів створення складається фірмовий стиль.

Виділяють шість основних складових фірмового стилю: логотип, фірмова кольорова гама, фірмовий бланк, фірмове гасло, легенди компанії, бренд бук (рис. 1).

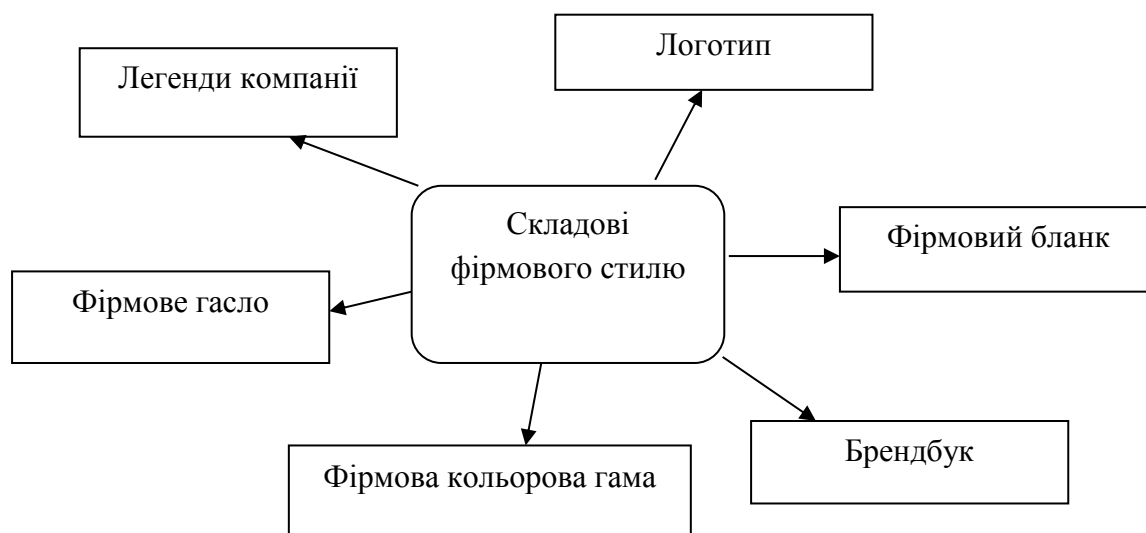


Рис. 1. Складові фірмового стилю

Варто також зазначити основні функції корпоративного (фірмового) стилю. Фірмовий стиль має ряд маркетингових функцій, які і роблять його таким значущим компонентом розвитку та просування компанії. Головна з них — це ідентифікація організації. Слогани, логотипи та інші елементи фірмового стилю потрібні для того, щоб споживач швидко і легко розумів, товар якого виробника перед ним. Причому розпізнавання повинно відбуватися при сприйнятті будь-якого з компонентів фірмового стилю і навіть його частин.

Участь співробітників і використання їх знань і можливостей — одна з найсерйозніших проблем для управління компанією, а також для фірмового стилю. Метою фірмового стилю є формування компанії для задоволення зростаючих потреб ринку та суспільства.

В очах важливих довідкових груп - в тому числі співробітників — фірмовий стиль — це створення точного образу шуканої особистості: корпоративного

іміджу. Ця чітка, послідовна картина компанії є основою для розвитку довіри, безпеки і довіри. Корпоративний імідж є наслідком всієї концепції корпоративної ідентичності. Концепція компанії – це ідея компанії, яка створена і існує у свідомості особистості через діяльність компанії, тобто у зовнішніх відносинах.

Поруч з розпізнаванням йде така функція як диференціація. На насичених, високо конкурентних ринках стоїть гостра проблема відбудови від подібних товарів і послуг. Психологія споживача така, що в кожній товарній категорії він зазвичай запам'ятовує від 3 до 7 найменувань, і саме в цьому діапазоні робить свій купівельний вибір. Тому завдання фірмового стилю – зробити товар, компанію або послугу відмінною від конкурентів.

Корпоративний імідж являє власний імідж компанії, а корпоративний імідж - це чужий образ. Відмітна образ дозволяє компанії і її продуктів вийти з анонімності і потоку інформації і стати впізнаваним. Визнання, симпатія і довіра стабілізують відносини між компанією і її зацікавленими сторонами і дозволяють їм підтримувати цілі компанії.

Таким чином, корпоративний стиль є невід'ємною складовою процвітання та впізнаваності компанії. Зараз розробка корпоративного стилю є популярною на ринку послуг. Зазвичай корпоративний стиль розробляють при відкритті компанії і завдяки цьому компанія уже на старті стає впізнаваною та запам'ятовується своїм майбутнім постійним клієнтам. Корпоративний стиль має також свої невід'ємні складові, які допомагають у створенні та реалізації компанією цього ж стилю.

Література:

1. Тихомирова Є. Корпоративні комунікації : посібник. Луцьк : ФОП Захарчук В. М., 2013. 216 с.
2. Хірвіч С. Навіщо потрібен фірмовий стиль? *Креативна агенція Арт-група IMXO*. URL: <http://ukr.art-imxo.com.ua/article/navischo-potriben-firmovyj-styl.html>
3. Особливості фірмового стилю аудиторських компаній диктують умови ринку B2B. *Журнал «Аудит України»*. URL: <http://ukr.art-imxo.com.ua/article/navischo-potriben-firmovyj-styl.html>
4. Волошина М. Як створення фірмового стилю допомагає збільшити ціну вашого продукту. *Брендингове агентство KOLORO*. URL: <https://koloro.ua/ua/blog/brending-i-marketing/kak-sozdanie-firmennogo-stilja-pomogaet-uvelichit-cenu-vashego-producta.html>
5. Фірмовий стиль. *Рекламне агентство «Ефект-М»*. URL: <https://effect-m.com/uk/firmovij-stil>