

Розроблення фірмового стилю для гуртка учнівського лісництва загальноосвітньої школи І-ІІІ ступенів села Годомичі

Анна Левчук

Кафедра СКІД

Національний університет "Львівська політехніка"

Львів, Україна

levchuk.anna02@gmail.com

Жанна Мина

Кафедра СКІД

Національний університет "Львівська політехніка"

Львів, Україна

Zhanna.Shijaniuk@gmail.com

Abstract. *This article describes the need for a corporate identity for student forestry. The essence of the concept of "corporate style" is revealed. Peculiarities of student forestry activity are investigated.*

Ключові слова: фірмовий стиль, брендбук, стиль школи, логотип, послуги, учнівське лісництво, школа.

Сьогодні є актуальною тема маркетингу освітніх закладів і їх підрозділів. Це пов'язано не лише з попитом їх послуг, а й зі зростанням конкуренції. Кожній організації, що хоче зайняти місце у свідомості споживачів продуктів чи послуг, важливо мати свій імідж.

Стає очевидним, що в сучасному світі мало мати просто назву, дуже важливо виділятися та запам'ятовуватися конкурентам та потенційним партнерам. Для цього необхідно мати не лише внутрішні особливості (програма дій, склад колективу і т. д.), а й зовнішні відмінності – власний бренд.

Першим і одним з головних кроків для популяризації установи є створення фірмового стилю та його реалізація. Його наявність сприяє отриманню додаткової переваги серед конкурентів, зміцненню корпоративної культури, збільшенню серйозного ставлення і рівня поваги до діяльності певного підрозділу.

ОСНОВНА ЧАСТИНА

Одними з перших використовувати фірмовий стиль почали вояки, це було потрібно з різних причин:

- для чіткого поділу "своїх" та "ворогів";

- щоб підсилити страх ворогів;
- створення асоціації себе з кольором, твариною і т. д.;
- щоб на довше зафіксувати свій образ у пам'яті суперників.

З плином часу, мотиви використання фірмового стилю просто адаптувалися під сучасні умови.

Наразі, у науковому середовищі, не існує єдиного чіткого трактування поняття "фірмовий стиль". Наприклад, Брусило Д. [2] окреслює фірмовий стиль як сукупність графічних елементів, кольорових гам та гарнітур шрифтів, що у поєднанні є візуальним образом організації викликає довіру потенційних споживачів.

За словами Сагірової А. [4] фірмовий стиль – це поєднання графічних, пластичних, кольорних, друкарських, словесних, дизайнерських елементів (констант фірмового стилю), що поєднують всю інформацію, послуги чи продукти компанії.

Цуррі О. [5] окреслює поняття "фірмовий стиль" як набір словесних, кольорних, шрифтових, графічних і інших постійних елементів, що мають на меті забезпечити взаємозв'язок між візуальним і суттєвим поєднанням товарів чи послуг.

Питання фірмового стилю учнівських лісництв навчальних закладів наразі слабо розвинене, хоча є дуже актуальним. Фірмовий стиль дуже важливий для успішного функціонування школи або її підрозділів з різних причин.

По-перше, для учнівських лісництв періодично організуються конкурси різних

напрямоків, де зазвичай переможця очікує приємний подарунок або грошова винагода.

По-друге, підвищення командного духу учасників. Для створення теплої атмосфери серед учнів та особливого командного духу.

По-третє, для популяризації своєї діяльності і т. д.

Для шкільних лісництва важливу складову діяльності посідає участь у акціях, конкурсах, змаганнях. Вони можуть бути різних напрямків: інтелектуального, фізичного, розважального. Будь-яка атрибутика з елементами фірмового стилю потрібна для зміцнення колективу та досягнення гарних результатів.

Потреба у фірмовому стилі для учнівського лісництва виявлена активною діяльністю у всіх напрямках (рис. 1). Виявлено потребу підвищення престижу цього об'єднання. Це означає, що є необхідність у практичній фірмовій формі при роботах з безпосередньою висадкою лісу і доглядом за молодими насадженнями, та більш показовим варіантом для гідної презентації учнівського лісництва при просвітницькій та дослідницькій діяльності.

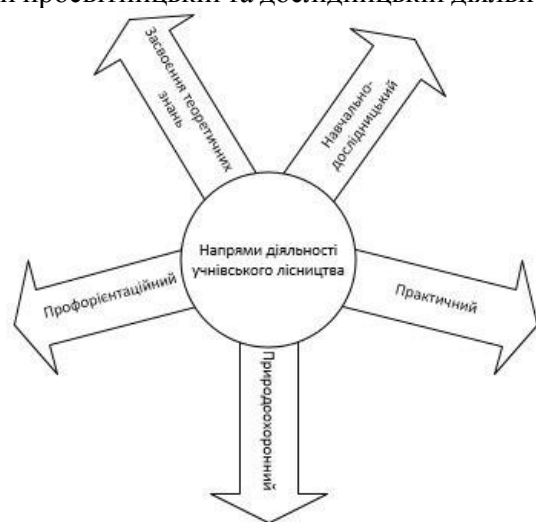


Рис. 1. Напрями діяльності учнівського лісництва

В учнівського лісництва ЗОШ І-ІІІ ст. с. Годомичі відсутні будь-які елементи фірмового стилю.

Загалом, лише в Волинській області діє 59 учнівських лісництв, учасниками яких є понад 2000 тисячі школярів, всього в Україні 560 шкільних лісництв. Більшість з них нічим не виділяються серед конкурентів, запам'ятати їх дуже складно, а для досягнення високих результатів на різних конкурсах та зльотах юних лісівників це дуже важливо.

В загальному чимало учнівських лісництв використовують окремі елементи фірмового стилю – лише назву, логотип, фірмові кольори і т.д.

ВИСНОВКИ

Попри малу кількість учнівських лісництв, що мають повністю розроблений фірмовий стиль, потреба його створення є очевидною. Адже, це сприятиме рекламно-інформаційному забезпеченню діяльності лісництва та укріпленню лідерських позицій серед інших.

ЛІТЕРАТУРА

- [1] Махнуша С. М., Косолап. Н. Є. Аналіз бренд-колеристики як інструменту впливу на цільову аудиторію бренда. Менеджмент і маркетинг інновацій. 2011. №2. URL: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011_2_95_104.pdf (дата звернення 27.03.2020).
- [2] Брусило Д. О., Гладких І. В. Фірмовий стиль як засіб ідентифікації підприємства та його формування з точки зору видавничої діяльності. Рейковий рухомий склад. 2018. №16. С. 23.
- [3] Жаркова В. Є., Обласова О. І. Фірмовий стиль як технологія просування бренду. Масова комунікація у глобальному та національному вимірі. 2019. №11. URL: http://www.dnu.dp.ua/docs/zbimiki/fszmk/program_5ce7c7953e4a2.pdf#page=42 (дата звернення 04.04.2020).
- [4] Сагірова, А. С. Фірмовий стиль готельного бізнесу в системі туристичного маркетингу. Вісник Приазовського державного технічного університету: зб. наук. праць. Сер. Економічні науки. 2019. Вип. 37. С. 182-187.
- [5] Цурри О. Г. Фирменный стиль в создании благоприятного имиджа компании. Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. 2016. №1. С. 91-95.