

явність широкого асортименту продукції та організація тематичних масових заходів сприятимуть зростанню попиту.

Деякі з доступних для купівлі продуктів мають перелік проблем, які завдають шкоди іміджу індустрії. Дотримання чіткої послідовності дій у розробці настільних ігор та встановлених стандартів якості є запорукою створення конкурентоспроможного продукту, що відповідатиме сучасним вимогам ринку та сприятиме подальшому розвитку індустрії настільних ігор в Україні.

Список використаних джерел.

Бокарева Ю.С. Дослідження впливу віку аудиторії на дизайн настільних друкованих ігор / Ю.С. Бокарева, М.К. Шипова // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Інновації та розвиток: монографія. – Харків: ТОВ «Друкарня Мадрид», 2024. – С. 47-58.

Карпій О.П. Ринок настільних ігор України : сучасний стан та перспективи розвитку. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. 2022. Т. 2022, № 2. С. 244–252.

Beaver Games (Настільні Ігри). Настільні Розчарування \ Що Нам Не Подобається У Настільних Іграх, 2024. *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=N4vg7HYQpfk> (дата звернення: 08.04.2025).

TheDrotUA Настільні ігри українською. Що з індустрією настільок в Україні?, 2024. *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=r6HS4VUibz0> (дата звернення: 08.04.2025).

УДК 7.05:659.126-028.22]:347/774-047/27(043.2)

Деркач Владислава Андріївна, магістрантка кафедри дизайну
Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

Карпов Віктор, науковий керівник, доктор історичних наук, завідувач кафедри дизайну Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

АЙДЕНТИКА ЯК ВІЗУАЛЬНИЙ ПРОЯВ ФІЛОСОФІЇ БРЕНДУ: НА ПРИКЛАДІ ІНДУСТРІЇ ТАТУЮВАНЬ

Анотація. В даному матеріалі подано висновки з аналізу складових фірмового стилю, що стають інструментами трансляції ідеології бренду, його цінностей та світогляду. Представлено, як кейси сучасних тату-брендів з різними візуальними стратегіями встановлюють емоційний контакт із цільовою аудиторією та створюють впізнаваний образ.

Ключові слова: айдентика, тату-студія, фірмовий стиль, візуальна комунікація, філософія бренду, логотип, колористика, типографіка, емоційна взаємодія, візуальна ідентичність.

У сучасному суспільстві, де самовираження та індивідуальність стали центральними цінностями, татування набули значення не лише як естетичне явище, а й як форма комунікації. У такому середовищі **бренд тату-салону перестає бути просто назвою** — він стає **провідником певної естетики, світогляду й культурної позиції**. Айдентика в цьому контексті формує унікальний образ компанії та відображає її цінності. Дослідження показують, що візуальна айдентика відіграє ключову роль у комунікації бренду з клієнтами та формуванні їхніх очікувань.

Філософія бренду відображає його основні цінності, місію та бачення. У контексті тату-індустрії включає акценти на індивідуальність, мистецтво, традиції або новаторство. Візуальна айдентика служить засобом передачі цих аспектів через конкретні дизайнерські рішення.

Логотип є центральним елементом айдентики та часто першим, що сприймає клієнт. Він повинен відображати сутність бренду та його філософію. Кольори та шрифти відіграють важливу роль у передачі настрою та характеру бренду. Наприклад, темні відтінки можуть асоціюватися з загадковістю та глибиною, тоді як яскраві кольори — з енергією та сучасністю. Типографіка також сприяє формуванню образу: класичні шрифти підкреслюють традиційність, а сучасні — інноваційність [1].

Розгляд реальних прикладів тату-студій демонструє, як різні підходи до айдентики відображають філософію бренду. Ці стратегії впливають на сприйняття компанії та її позиціонування на ринку.

Яскравим прикладом персонального брендування є онлайн-платформа InkMatch, яка допомагає клієнтам знайти тату-майстра у своєму місті [2]. Дизайн логотипу для бренду базується на принципах мінімалізму та універсальності: чорно-біла кольорова гама, чіткі лінії, сучасна типографіка. Така айдентика дозволяє платформі виглядати професійно та адаптуватися до різних середовищ — від веб-інтерфейсу до мобільних додатків.

Ще один вдалий кейс — це створення вебсайту для Studio X Tattoo. Тут зроблено акцент на поєднанні візуальної естетики та функціональності: великий слайдер з роботами, просте меню, адаптивний інтерфейс для мобільних [3]. Особливої уваги заслуговує представлення майстрів — кожен має свою окрему сторінку з портфоліо. Це дозволяє підкреслити індивідуальність тату-артистів у межах загальної айдентики студії.

Цілком іншу задачу вирішували фахівці з ребрендингу InkBand — бренду засобів догляду за татуванням [4]. Їхня айдентика базується на поєднанні естетики сили та м'якості: елегантна графіка, графітова гама, чітке типографічне рішення. Результат — сучасний, привабливий образ, який водночас передає професійність і дбайливість. Завдяки цьому бренд отримав нове позиціонування на ринку — не як утилітарний засіб, а як частина культурного досвіду носія татування.

Останній приклад — Monolith Studio, яка створила вебсайт з особливою увагою до інтерактивності [5]. Їхній вебресурс — це не просто платформа для запису, а медіа-простір, у якому айдентика проявляється в динаміці, анімаціях, звуках. Візуально все побудовано навколо метафори моноліту — чогось фундаментального, глибокого, сталого. Це не тільки про студію як простір, а про ідею татування як знаку, що залишається назавжди.

Усі розглянуті кейси підтверджують тезу про те, що айдентика у тату-індустрії — це не лише інструмент впізнавання, а перш за все — канал візуальної комунікації зі споживачем. Саме завдяки чіткому, концептуальному підходу до візуального стилю бренди в галузі тату-сервісів формують довіру, підкреслюють свою унікальність і ство-

рюють емоційний зв'язок із клієнтами через спільне бачення і принципи.

Висновки.

Візуальна айдентика є потужним інструментом передачі філософії та цінностей тату-бренду. Гармонійне поєднання логотипу, кольорової гами та типографіки сприяє створенню цілісного образу, що резонує з цільовою аудиторією. Розуміння та ефективне використання цих елементів допомагає тату-студіям виділитися на конкурентному ринку та будувати довгострокові відносини з клієнтами.

Список використаних джерел:

The Role of Communication and Visual Identity in Modern Organisations / ResearchGate: веб-сайт. URL: https://www.researchgate.net/publication/243973173_The_role_of_communication_and_visual_identity_in_modern_organisations (дата звернення: 30.03.2025).

Case Study For A Tattoo Logo – InkMatch: веб-сайт. URL: <https://thelogocompany.net/case-study-for-a-tattoo-logo> (дата звернення: 02.04.2025).

Branding and Rebranding: Telling Your Tattoo Studio's Story: веб-сайт. URL: <https://www.getshitdonemarketing.com/post/branding-and-rebranding-telling-your-tattoo-studio-s-story> (дата звернення: 02.04.2025).

Tattoo Branding Projects: веб-сайт. URL: https://www.behance.net/search/projects/tattoo%20branding?locale=en_US (дата звернення: 07.04.2025).

Tattoo Branding Ideas – 17+ Best Tattoo Brand Identity Designs 2025: веб-сайт. URL: <https://99designs.com/inspiration/branding/tattoo> (дата звернення: 09.04.2025).

УДК 7.012:659.126]:004.38(043.2)

Вероніка Димитренко, студентка кафедри дизайну

Віктор Карпов, науковий керівник, доктор історичних наук, завідувач кафедри дизайну Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

СТВОРЕННЯ ФІРМОВОГО СТИЛЮ РОЗУМНИХ ГАДЖЕТІВ

***Анотація.** Щороку у світі реєструються тисячі нових компаній, брендів і продуктів в сфері розумних гаджетів, однак не кожен з них залишається на ринку до кінця року, адже не в змозі витримати конкуренцію. Оскільки триває запекла боротьба за увагу споживача, основним завданням дизайнера є розробка фірмового стилю. Це сприяє виникненню позитивного ставлення і довіри до компанії серед клієнтів, партнерів, поставальників та інших представників громадськості, адже людина засвоює близько 80% інформації за допомогою зору, що надає можливості для художньо-креативних рішень дизайнера.*

***Ключові слова:** графічний дизайн, дизайн, фірмовий стиль, гайдлайн, брендбук, брендова айдентика, дизайн-концепція.*