

**ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»**

ФАКУЛЬТЕТ ДИЗАЙНУ

КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

Лихицький Іван Миколайович

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**ДИЗАЙН ТА РОЗРОБКА ФІРМОВОГО СТИЛЮ
БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ «СТАТОК»**

Група ІК-9-24-М1Дз(1.6д)

Спеціальність: 022 «Дизайн»

Рівень вищої освіти: другий (магістерський)

Дипломна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів, текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Науковий керівник:	_____	Лихицький І.М.
Доцент кафедри дизайну, доктор філософії	(підпис)	(прізвище та ініціали)
(посада, науковий ступінь, вчене звання)	_____	Каменецька Ю.В.
	(підпис)	(прізвище та ініціали)
Допущено до захисту перед ЕК:		
Завідувач кафедри,		
Професор кафедри дизайну, доктор наук	_____	Павельчук І.А.
(посада, науковий ступінь, вчене звання)	(підпис)	(прізвище та ініціали)

Київ 2026

АНОТАЦІЯ

У кваліфікаційній роботі розглянуто особливості дизайну та розробки фірмового стилю банківської системи «Статок» як важливого інструменту цифрової комунікації між фінансовою установою та клієнтами. Актуальність дослідження зумовлена стрімким розвитком цифрових технологій, трансформацією банківського сектору та зростанням ролі онлайн-сервісів у сфері фінансових послуг. У сучасних умовах веб-сайт банківської установи виконує не лише інформаційну функцію, але й виступає платформою для надання фінансових послуг, формування іміджу бренду та забезпечення ефективної взаємодії з користувачами.

Метою роботи є дослідження особливостей розвитку банківських систем у цифровому середовищі, аналіз візуальної ідентичності банківських брендів та розробка дизайну веб-сайту банківської системи «Статок» з урахуванням сучасних принципів веб-дизайну, функціональності та зручності користування. У першому розділі роботи проаналізовано особливості розвитку та поширення банківських систем в Україні, а також сучасні тенденції розвитку фінансового сектору в умовах цифровізації. Розглянуто конкурентне середовище банківських установ, що активно використовують цифрові платформи для надання фінансових послуг. Окрему увагу приділено аналізу ринку банківських послуг та ролі веб-платформ у формуванні конкурентних переваг фінансових установ.

У другому розділі досліджено характерні особливості оформлення та дизайну закладів банківської сфери, а також принципи формування візуальної ідентичності банківських брендів. Проаналізовано символіку кольору та предметності у банківському брендингу, що відіграє важливу роль у формуванні довіри клієнтів до фінансової установи. Особливу увагу приділено образній мові та системі візуальної ідентичності банківських систем, яка включає логотип, кольорову палітру, типографіку та графічні елементи. Досліджено принципи канонічності зображальних засобів банківського брендингу та їхню роль у створенні впізнаваного образу фінансової установи.

У третьому розділі представлено практичну частину роботи, що присвячена розробці дизайну веб-сайту банківської системи «Статок». У межах цього розділу сформовано загальну концепцію веб-сайту, визначено структуру сторінок та принципи організації інтерфейсу користувача. Розроблено модульну сітку веб-сайту, яка забезпечує логічну структуру інформації та зручність навігації для користувачів.

Також у роботі розглянуто адаптивний дизайн веб-платформи, що дозволяє забезпечити коректне відображення інтерфейсу на різних типах пристроїв, включаючи комп'ютери, планшети та мобільні телефони. У процесі розробки веб-сайту було враховано принципи сучасного UX/UI дизайну, що сприяють підвищенню зручності користування цифровими сервісами банку.

У результаті виконаної роботи було розроблено концепцію веб-сайту банківської системи «Статок», що поєднує сучасні дизайнерські рішення, функціональність та ефективну систему візуальної комунікації. Запропонований дизайн спрямований на покращення взаємодії між банком і клієнтами, підвищення впізнаваності бренду та забезпечення комфортного користування цифровими банківськими сервісами.

Практичне значення роботи полягає у можливості використання розроблених дизайнерських рішень для створення сучасної веб-платформи банківської установи, а також у застосуванні отриманих результатів у сфері веб-дизайну, брендингу та цифрових комунікацій фінансових організацій.

Ключові слова: веб-дизайн, банківська система, банківський брендинг, цифрові платформи, UX/UI дизайн, візуальна ідентичність, модульна сітка, веб-інтерфейс, банківські послуги, дизайн веб-сайту.

SUMMARY

The qualification thesis examines the design and development features of the website for the banking system “Statok” as an important tool of digital communication between a financial institution and its clients. The relevance of the research is determined by the rapid development of digital technologies, the transformation of the banking sector, and the growing role of online services in the field of financial services. In modern conditions, a bank’s website performs not only an informational function but also acts as a platform for providing financial services, shaping brand image, and ensuring effective interaction with users.

The purpose of the research is to study the features of the development of banking systems in the digital environment, analyze the visual identity of banking brands, and develop a website design for the banking system “Statok” taking into account modern web design principles, functionality, and usability.

The first chapter of the thesis analyzes the features of the development and distribution of banking systems in Ukraine, as well as modern trends in the development of the financial sector in the conditions of digitalization. The competitive environment of banking institutions that actively use digital platforms to provide financial services is examined. Particular attention is paid to the analysis of the banking services market and the role of web platforms in forming competitive advantages of financial institutions.

The second chapter examines the characteristic features of the design and visual organization of banking institutions as well as the principles of forming the visual identity of banking brands. The symbolism of color and object imagery in banking branding is analyzed, which plays an important role in building trust between clients and financial institutions. Special attention is paid to the figurative language and system of visual identity of banking systems, including logos, color palettes, typography, and graphic elements. The principles of canonical visual means in banking branding and their role in creating a recognizable image of a financial institution are also explored.

The third chapter presents the practical part of the research devoted to the development of the website design for the banking system “Statok.” Within this chapter, the general concept of the website is formed, the structure of pages is defined, and the principles of organizing the user interface are determined. A modular grid system for the website is developed, which ensures a logical structure of information and convenient navigation for users.

The thesis also considers the adaptive design of the web platform, which ensures the correct display of the interface on different types of devices, including computers, tablets, and mobile phones. During the website development process, modern UX/UI design principles were applied in order to improve usability and enhance the interaction between users and digital banking services.

As a result of the research, a conceptual design of the website for the banking system “Statok” has been developed. The proposed design combines modern visual solutions, functionality, and an effective system of visual communication. The developed concept aims to improve interaction between the bank and its clients, increase brand recognition, and provide convenient access to digital banking services.

The practical significance of the research lies in the possibility of using the developed design solutions for creating a modern web platform for a banking institution, as well as applying the obtained results in the fields of web design, branding, and digital communication of financial organizations.

Keywords: *web design, banking system, banking branding, digital platforms, UX/UI design, visual identity, modular grid, web interface, banking services, website design.*

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ.....	2
SUMMARY.....	4
ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТА ПОШИРЕННЯ БАНКІВСЬКИХ СИСТЕМ В УКРАЇНІ. РОЗВИТОК. КОНКУРЕНТНИЙ РИНОК.....	10
1.1 Особливості розвитку банківських систем та корпорацій в Україні... 10	
1.2 Аналіз ринку.....	14
Висновки до розділу 1.....	20
РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ ОФОРМЛЕННЯ ТА ДИЗАЙНУ ЗАКЛАДІВ БАНКІВСЬКОЇ СФЕРИ ТА КАНОНІЧНІСТЬ ЗОБРАЖАЛЬНИХ ЗАСОБІВ БАНКІВСЬКОГО БРЕНДИНГУ.....	24
2.1 Характерні особливості оформлення та дизайну закладів банківської сфери.....	24
2.2 Символізм кольору та предметності.	28
2.3 Образний ряд в системі візуальної ідентичності банківських систем..	35
Висновки до розділу 2.....	40
РОЗДІЛ 3. ДИЗАЙН ТА РОЗРОБКА ВЕБ-САЙТУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ «СТАТОК». КОНЦЕПЦІЯ ТА СЦЕНАРІЙ РОЗВИТКУ	43
3.1 Загальна концепція та бренд-дизайн банку «Статок».....	43
3.2 Модульна сітка веб-сайту банківської системи «Статок».....	47
3.3 Адаптивний сценарій розвитку банку «Статок».....	52
Висновки до розділу 3.....	56
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	63
ДОДАТОК А (Ілюстрації).....	67
ДОДАТОК Б (Творчий проект).....	70

ВСТУП

У сучасному світі цифрові технології відіграють ключову роль у розвитку фінансового сектору. Банківська система активно інтегрує інноваційні цифрові рішення, що дозволяють підвищувати ефективність обслуговування клієнтів, оптимізувати внутрішні процеси та розширювати спектр фінансових послуг. Одним із найважливіших інструментів цифрової комунікації між банком і клієнтом є веб-сайт, який виконує функції інформаційної платформи, сервісного інтерфейсу та засобу формування іміджу фінансової установи.

У процесі цифровізації банківського сектору веб-сайти фінансових установ набувають особливого значення. Вони забезпечують доступ до банківських послуг у режимі онлайн, надають користувачам можливість отримувати актуальну інформацію про діяльність банку, фінансові продукти та умови співпраці. Крім того, веб-платформи виступають важливим інструментом формування довіри клієнтів до банківської установи, оскільки сучасний, функціональний та зручний інтерфейс значною мірою впливає на сприйняття бренду.

У сучасних умовах розвитку цифрових технологій важливим аспектом створення веб-сайтів банківських систем є поєднання функціональності, естетичної виразності та зручності користування. Саме тому дизайн веб-платформи повинен базуватися на принципах сучасного UX/UI дизайну, що передбачає логічну структуру інтерфейсу, чітку навігацію та адаптивність до різних типів пристроїв.

Актуальність теми дослідження зумовлена зростаючою роллю цифрових платформ у банківській сфері та необхідністю створення ефективних веб-інтерфейсів, що забезпечують зручну взаємодію між фінансовими установами та клієнтами. Розробка сучасного дизайну веб-сайту банківської системи є важливим завданням, оскільки від якості цифрового середовища залежить не лише ефективність надання банківських послуг, але й формування позитивного іміджу бренду.

Крім того, важливим аспектом створення веб-платформи банківської установи є формування цілісної системи візуальної ідентичності. Фірмовий стиль банку відіграє важливу роль у процесі комунікації з клієнтами, оскільки забезпечує впізнаваність бренду, підкреслює його надійність та формує довіру до фінансової установи. Саме тому дизайн веб-сайту повинен гармонійно поєднувати елементи брендингу, графічного дизайну та функціонального інтерфейсу.

У контексті сучасних тенденцій розвитку банківської сфери особливого значення набуває використання адаптивного дизайну веб-платформ, що дозволяє забезпечити коректне відображення інтерфейсу на різних типах пристроїв — комп'ютерах, планшетах та смартфонах. Це значно підвищує доступність банківських послуг та покращує користувацький досвід.

Таким чином, розробка дизайну веб-сайту банківської системи є комплексним процесом, що поєднує принципи веб-дизайну, графічної айдентики та цифрових комунікацій. Створення ефективної веб-платформи потребує врахування як функціональних, так і естетичних аспектів дизайну, що забезпечує зручність користування та підвищує рівень довіри клієнтів до банківської установи.

Метою даної кваліфікаційної роботи є дослідження особливостей дизайну та розробки веб-сайту банківської системи «Статок», а також створення концепції сучасної веб-платформи з урахуванням принципів функціональності, зручності користування та візуальної ідентичності бренду.

Для досягнення поставленої мети було визначено такі **завдання дослідження:**

- дослідити особливості розвитку банківських систем в Україні;
- проаналізувати сучасний ринок банківських послуг та конкурентне середовище;
- визначити характерні особливості оформлення та дизайну закладів банківської сфери;
- дослідити символіку кольору та образні засоби у банківському брендингу;

- проаналізувати принципи формування системи візуальної ідентичності банківських брендів;
- розробити концепцію дизайну веб-сайту банківської системи «Статок»;
- створити структуру та модульну сітку веб-платформи;
- дослідити можливості використання адаптивного дизайну у веб-сайтах банківських установ.

Об’єктом дослідження є веб-дизайн банківських систем у цифровому середовищі.

Предметом дослідження є принципи дизайну та розробки веб-сайту банківської системи «Статок» та особливості формування її візуальної ідентичності.

У процесі виконання роботи було використано такі **методи дослідження**: аналіз наукових джерел, порівняльний аналіз банківських веб-платформ, метод систематизації та узагальнення інформації, а також методи графічного проектування та веб-дизайну.

Практичне значення роботи полягає у можливості використання розробленої концепції веб-сайту банківської системи «Статок» для створення сучасної цифрової платформи банківської установи. Отримані результати можуть бути застосовані у сфері веб-дизайну, брендингу та цифрових комунікацій фінансових організацій.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. У першому розділі досліджуються особливості розвитку банківських систем та конкурентного середовища. Другий розділ присвячено аналізу дизайну та візуальної ідентичності банківських брендів. У третьому розділі представлено практичну частину роботи, що включає розробку дизайну веб-сайту банківської системи «Статок». Обсяг основного тексту 62 ст, всього сторінок - 73.

РОЗДІЛ 1. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТА ПОШИРЕННЯ БАНКІВСЬКИХ СИСТЕМ В УКРАЇНІ. РОЗВИТОК. КОНКУРЕНТНИЙ РИНОК

1.1 Особливості розвитку банківських систем та корпорацій в Україні

Банківська система є важливою складовою економічної інфраструктури будь-якої держави, оскільки забезпечує функціонування фінансових потоків, акумулювання капіталу, кредитування економічних процесів та підтримку стабільності фінансового ринку. В Україні формування сучасної банківської системи відбувалося в умовах трансформації економіки, переходу до ринкових відносин та інтеграції у світову фінансову систему. Упродовж останніх десятиліть банківський сектор країни зазнав значних структурних змін, що сприяло підвищенню його ефективності та адаптації до нових економічних умов.

Банківська система України функціонує за дворівневим принципом. Перший рівень становить Національний банк України, який виконує функції центрального банку держави, здійснює монетарну політику, контролює діяльність комерційних банків та забезпечує стабільність національної грошової одиниці. Другий рівень складають комерційні банки, які безпосередньо надають фінансові послуги фізичним та юридичним особам. Така структура відповідає міжнародним стандартам організації банківської системи та забезпечує ефективний розподіл функцій між регулятором і фінансовими установами.

Початок формування сучасної банківської системи України припадає на період здобуття незалежності у 1991 році. У цей час було створено законодавчу базу для функціонування комерційних банків, що дозволило сформувати нову фінансову інфраструктуру. Проте на початковому етапі розвитку банківського сектору існували значні проблеми, пов'язані з нестабільністю економіки, інфляційними процесами та недостатнім рівнем регулювання фінансового ринку.

У 1990-х роках в Україні спостерігалось стрімке зростання кількості банківських установ. Багато фінансових організацій створювалися на основі колишніх державних банків або нових комерційних структур. Проте відсутність достатнього досвіду управління фінансовими установами та недосконалість законодавчої бази призвели до появи значної кількості нестабільних банківських структур.

На початку 2000-х років банківська система України почала активно розвиватися та інтегруватися у міжнародний фінансовий простір. У цей період відбувалося зростання капіталізації банків, розширення спектру фінансових послуг та впровадження нових банківських технологій. Українські банки почали активно співпрацювати з міжнародними фінансовими інституціями, що сприяло підвищенню рівня довіри до банківського сектору.

Важливим етапом розвитку банківської системи стало впровадження сучасних інформаційних технологій. Банки почали активно використовувати електронні платіжні системи, інтернет-банкінг та мобільні додатки. Це значно підвищило доступність банківських послуг для населення та сприяло розвитку цифрових фінансових сервісів.

Одним із ключових чинників розвитку банківського сектору в Україні є конкуренція між фінансовими установами. Конкурентний ринок стимулює банки до впровадження інноваційних технологій, покращення якості обслуговування клієнтів та створення нових фінансових продуктів. У сучасних умовах банки активно використовують цифрові платформи для взаємодії з клієнтами, що значно підвищує ефективність їхньої діяльності.

Конкуренція у банківському секторі проявляється не лише у сфері фінансових послуг, але й у сфері брендингу та візуальної комунікації. Сучасні банки приділяють значну увагу формуванню власного іміджу та розвитку системи корпоративної ідентичності. Візуальна складова бренду, включаючи дизайн логотипу, кольорову палітру та веб-платформи, відіграє важливу роль у формуванні довіри клієнтів до банківської установи.

Окрему роль у розвитку банківських корпорацій відіграє процес глобалізації фінансових ринків. Українські банки активно взаємодіють із міжнародними фінансовими організаціями та іноземними інвесторами. У різні періоди розвитку банківської системи частка іноземного капіталу у банківському секторі була досить значною. Це сприяло впровадженню міжнародних стандартів управління та підвищенню рівня фінансової стабільності.

Важливим етапом у розвитку банківської системи України стала банківська реформа, спрямована на підвищення прозорості діяльності фінансових установ та зміцнення банківського сектору. У результаті реформ було проведено очищення банківського ринку від неплатоспроможних банків, що дозволило підвищити рівень фінансової стабільності та довіри клієнтів.

У сучасних умовах банки активно впроваджують цифрові технології та інноваційні фінансові сервіси. Розвиток фінтех-компаній та електронних платіжних систем стимулює банки до модернізації своїх послуг та створення нових цифрових платформ. Одним із важливих напрямів розвитку є створення сучасних веб-сайтів та мобільних додатків, що забезпечують доступ до банківських послуг у режимі онлайн.

Цифровізація банківської сфери значною мірою змінює характер взаємодії між банком і клієнтом. Якщо раніше основним каналом комунікації були фізичні відділення банку, то сьогодні значна частина фінансових операцій здійснюється через цифрові платформи. У зв'язку з цим дизайн веб-сайтів банківських установ набуває особливого значення, оскільки він визначає зручність користування онлайн-сервісами.

Сучасні банки приділяють значну увагу розвитку власних цифрових платформ, що дозволяє створювати зручні та функціональні інтерфейси для клієнтів. Веб-сайт банку виконує не лише інформаційну функцію, але й виступає важливим елементом системи цифрових фінансових послуг.

Крім того, розвиток банківських корпорацій пов'язаний із формуванням комплексної системи брендингу. Сучасні банки активно використовують

інструменти маркетингу та дизайну для створення впізнаваного бренду та формування позитивного іміджу фінансової установи. Візуальна ідентичність банку відіграє важливу роль у процесі комунікації з клієнтами, оскільки вона створює відчуття стабільності, надійності та професійності.

Важливою тенденцією розвитку банківського сектору є інтеграція фінансових сервісів із цифровими екосистемами. Банки поступово перетворюються на універсальні фінансові платформи, що пропонують клієнтам широкий спектр послуг, включаючи платежі, кредитування, інвестиції та страхування.

Таким чином, розвиток банківської системи України характеризується складним і багатограним процесом трансформації, що включає модернізацію фінансових інститутів, впровадження цифрових технологій та формування нових моделей взаємодії з клієнтами. Сучасний банківський сектор активно адаптується до умов цифрової економіки, що створює нові можливості для розвитку фінансових послуг та підвищення ефективності банківської діяльності.

У результаті проведеного аналізу можна зробити висновок, що банківська система України продовжує активно розвиватися та модернізуватися. Впровадження цифрових технологій, розвиток веб-платформ та формування сучасних систем брендингу створюють передумови для подальшого розвитку банківських установ та підвищення їхньої конкурентоспроможності на фінансовому ринку.

1.2 Аналіз ринку

Сучасний ринок банківських послуг є важливою складовою фінансової системи держави, оскільки він забезпечує функціонування грошового обігу, кредитування економічної діяльності, здійснення фінансових операцій та надання різноманітних фінансових сервісів для населення і бізнесу. У процесі розвитку ринкової економіки банківський сектор України поступово трансформувався, адаптуючись до нових економічних умов, міжнародних стандартів та вимог цифрового середовища.

Ринок банківських послуг в Україні характеризується динамічним розвитком та високим рівнем конкуренції між фінансовими установами. Банки прагнуть постійно вдосконалювати свої продукти та сервіси, впроваджувати інноваційні технології та розширювати спектр послуг для клієнтів. Важливим фактором конкурентної боротьби є не лише фінансова стабільність банку, але й рівень сервісу, зручність використання цифрових платформ, якість веб-сайтів та мобільних додатків.

У сучасних умовах банки пропонують широкий спектр фінансових послуг, які можна умовно поділити на кілька основних категорій. До них належать депозитні операції, кредитування, платіжні послуги, валютні операції, інвестиційні продукти, а також електронні банківські сервіси. Розвиток цих напрямів значною мірою залежить від економічної ситуації в країні, рівня розвитку фінансових технологій та потреб клієнтів.

Одним із найбільш поширених видів банківських послуг є депозитні операції. Банки пропонують клієнтам різні види депозитних програм, які дозволяють зберігати кошти та отримувати прибуток у вигляді відсотків. Депозитні продукти відіграють важливу роль у формуванні ресурсної бази банків, оскільки саме залучені кошти клієнтів використовуються для кредитування економіки.

Кредитні послуги також є важливою складовою банківського ринку. Банки надають кредити фізичним та юридичним особам для фінансування різних потреб, зокрема для придбання житла, автомобілів, розвитку бізнесу або реалізації інвестиційних проєктів. Рівень розвитку кредитного ринку значною мірою впливає на економічне зростання країни.

Окрім традиційних банківських послуг, сучасні фінансові установи активно розвивають електронні платіжні системи. Інтернет-банкінг та мобільні додатки дозволяють клієнтам здійснювати фінансові операції дистанційно, що значно підвищує зручність користування банківськими послугами.

Важливою тенденцією розвитку ринку банківських послуг є цифровізація фінансових сервісів. Сучасні банки активно впроваджують інноваційні

технології, такі як мобільний банкінг, електронні гарантії, системи швидких платежів та інші цифрові інструменти. Це дозволяє значно розширити можливості користувачів та забезпечити швидкий доступ до фінансових послуг. Цифрові технології також змінюють структуру конкуренції на ринку банківських послуг. Традиційні банки змушені конкурувати не лише між собою, але й із фінтех-компаніями, які пропонують інноваційні фінансові рішення. У результаті банки активно інвестують у розвиток цифрових платформ, веб-сайтів та мобільних додатків.

Одним із важливих інструментів комунікації між банком і клієнтом є веб-сайт банківської установи. Сучасний веб-сайт виконує функції інформаційного ресурсу, сервісної платформи та маркетингового інструменту. Через веб-платформу користувачі можуть отримувати інформацію про фінансові продукти, здійснювати платежі, оформлювати кредити та керувати власними рахунками. Якість веб-дизайну банківського сайту значною мірою впливає на сприйняття бренду клієнтами. Зручна навігація, зрозумілий інтерфейс та сучасна візуальна естетика сприяють підвищенню довіри до фінансової установи. Саме тому банки приділяють значну увагу розробці ефективних цифрових інтерфейсів.

На українському ринку банківських послуг функціонує значна кількість банківських установ, серед яких можна виділити як державні банки, так і банки з приватним та іноземним капіталом. Серед найбільш відомих банківських установ України можна назвати великі фінансові інституції, які активно розвивають цифрові сервіси та сучасні веб-платформи.

Конкурентне середовище банківського ринку стимулює банки до постійного вдосконалення своїх послуг. Фінансові установи прагнуть створювати нові продукти, покращувати умови кредитування та депозитних програм, а також впроваджувати інноваційні технології.

Важливим фактором розвитку банківського ринку є довіра клієнтів до фінансових установ. Довіра формується на основі фінансової стабільності банку, якості обслуговування, прозорості діяльності та ефективності комунікації з

клієнтами. У цьому контексті велике значення має корпоративний імідж банку, який формується через систему брендингу та візуальної комунікації.

Банки активно використовують інструменти маркетингу та дизайну для створення впізнаваного бренду. Логотип, кольорова палітра, дизайн веб-сайту та рекламні матеріали формують цілісну систему візуальної ідентичності банку.

Сучасний ринок банківських послуг також характеризується інтеграцією фінансових сервісів із цифровими екосистемами. Банки пропонують клієнтам комплексні фінансові рішення, що включають різні види послуг у межах однієї платформи.

Таким чином, аналіз ринку банківських послуг свідчить про високий рівень конкуренції та постійний розвиток фінансових сервісів. Банки активно впроваджують цифрові технології, розширюють спектр послуг та вдосконалюють систему взаємодії з клієнтами.

У сучасних умовах ключовим фактором конкурентоспроможності банків стає якість цифрових сервісів, зокрема веб-сайтів і мобільних додатків. Саме тому розробка сучасного веб-дизайну банківської системи є важливим завданням, що сприяє підвищенню ефективності комунікації між банком і клієнтами.

Отже, сучасний ринок банківських послуг України характеризується активною цифровізацією, високим рівнем конкуренції та постійним впровадженням інноваційних фінансових технологій. У цих умовах створення ефективних веб-платформ стає важливим елементом розвитку банківських установ та формування їхнього конкурентного потенціалу.

Банківська система є однією з ключових складових світової фінансової інфраструктури, оскільки вона забезпечує ефективний рух капіталу, фінансування економічних процесів та стабільність грошового обігу. У сучасному глобалізованому світі банки відіграють важливу роль у розвитку економіки, здійсненні інвестиційних процесів та підтримці фінансової стабільності держав.

Світова банківська система формувалася протягом тривалого історичного періоду. Перші банківські установи виникли ще у середньовічній Європі, коли купці та торговці потребували безпечного зберігання коштів і здійснення фінансових операцій. Одними з перших банків вважаються фінансові установи, що діяли в італійських містах-державах, зокрема у Флоренції, Венеції та Генуї. Саме там сформувалися основні принципи банківської діяльності, такі як кредитування, депозитні операції та обмін валют.

З розвитком міжнародної торгівлі банківська система поступово розширювалася та удосконалювалася. У XVII–XVIII століттях у багатьох країнах Європи було створено центральні банки, які виконували функції регулювання грошового обігу та стабілізації фінансової системи. Одним із найвідоміших прикладів є Банк Англії, заснований у 1694 році, який став одним із перших центральних банків у світі.

У сучасному світі більшість країн використовують дворівневу модель банківської системи. Перший рівень становить центральний банк, який відповідає за реалізацію монетарної політики, контроль грошового обігу та регулювання діяльності комерційних банків. Другий рівень складають комерційні банки, які надають фінансові послуги населенню та підприємствам.

Сучасні банки виконують широкий спектр функцій, серед яких зберігання коштів, кредитування, здійснення платіжних операцій, управління активами та інвестиційна діяльність. Банківські установи відіграють важливу роль у розвитку економіки, оскільки вони забезпечують фінансування підприємств, підтримують інвестиційні процеси та сприяють розвитку фінансових ринків.

У глобальному масштабі банківський сектор характеризується високим рівнем конкуренції та інтеграції фінансових ринків. Великі міжнародні банки здійснюють свою діяльність у різних країнах світу, формуючи глобальні фінансові корпорації. Такі банки активно взаємодіють із міжнародними фінансовими організаціями та інвестиційними фондами.

Однією з важливих тенденцій розвитку світової банківської системи є цифровізація фінансових послуг. Сучасні банки активно впроваджують

інноваційні технології, які дозволяють здійснювати фінансові операції в електронному форматі. Онлайн-банкінг, мобільні додатки та електронні платіжні системи значно спрощують доступ клієнтів до фінансових послуг.

Розвиток фінансових технологій (FinTech) суттєво вплинув на структуру банківського ринку. З'явилися нові компанії, які пропонують цифрові фінансові сервіси, що частково конкурують із традиційними банками. У відповідь на це банки активно модернізують свої цифрові платформи, розвивають веб-сайти та мобільні додатки, щоб відповідати сучасним потребам клієнтів.

Ще однією важливою тенденцією розвитку банківської системи є глобалізація фінансових ринків. Банки активно співпрацюють між собою на міжнародному рівні, здійснюють валютні операції, міжнародні платежі та інвестиційні проєкти. Це сприяє інтеграції економік різних країн та розвитку світової фінансової системи.

Водночас світова банківська система періодично стикається з фінансовими кризами, які можуть мати значний вплив на економіку різних держав. Фінансові кризи показали важливість ефективного регулювання банківського сектору та необхідність впровадження міжнародних стандартів фінансової стабільності.

Міжнародні фінансові організації, такі як Міжнародний валютний фонд та Світовий банк, відіграють важливу роль у підтримці стабільності світової фінансової системи. Вони надають фінансову допомогу країнам, що стикаються з економічними труднощами, а також сприяють розвитку фінансових інститутів. У сучасних умовах банки поступово трансформуються у цифрові фінансові платформи, які пропонують широкий спектр послуг у межах одного інтерфейсу. Клієнти можуть здійснювати платежі, керувати рахунками, отримувати кредити та інвестувати кошти через онлайн-сервіси.

Таким чином, світова банківська система перебуває у процесі постійної трансформації. Глобалізація фінансових ринків, розвиток цифрових технологій та зростання конкуренції сприяють модернізації банківських послуг та впровадженню нових фінансових інструментів.

У результаті можна зробити висновок, що розвиток банківської системи у світі характеризується інтеграцією фінансових ринків, активним використанням цифрових технологій та постійним вдосконаленням фінансових сервісів. Саме ці процеси формують сучасний фінансовий простір та визначають напрям розвитку банківських установ у майбутньому.

Висновки до розділу 1

У першому розділі кваліфікаційної роботи було досліджено особливості розвитку та поширення банківських систем в Україні та світі, а також проаналізовано сучасний стан ринку банківських послуг і конкурентне середовище фінансових установ. Проведене дослідження дозволило визначити ключові тенденції розвитку банківського сектору та окреслити основні фактори, що впливають на формування сучасних фінансових сервісів.

У ході дослідження встановлено, що банківська система є важливою складовою економічної інфраструктури держави. Вона забезпечує функціонування грошового обігу, акумулювання фінансових ресурсів, кредитування економіки та підтримку стабільності фінансового ринку. Банківські установи виконують широкий спектр функцій, серед яких зберігання коштів, надання кредитів, здійснення платіжних операцій, управління фінансовими активами та інвестиційна діяльність.

У процесі аналізу розвитку банківської системи України було встановлено, що формування сучасного банківського сектору відбувалося у складних економічних умовах трансформації економіки. Після здобуття незалежності Україна розпочала процес створення власної фінансової системи, що включав формування законодавчої бази, створення центрального банку та розвиток мережі комерційних банків.

Банківська система України функціонує за дворівневою моделлю, яка відповідає міжнародним стандартам організації фінансових систем. Перший рівень представлений Національним банком України, що виконує функції регулятора та відповідає за реалізацію монетарної політики. Другий рівень складають комерційні банки, які здійснюють фінансове обслуговування населення та підприємств.

У результаті проведеного аналізу було встановлено, що упродовж останніх десятиліть банківський сектор України зазнав значних структурних змін. Важливими етапами його розвитку стали модернізація фінансової

інфраструктури, підвищення рівня регулювання банківської діяльності та впровадження міжнародних стандартів фінансового управління.

Особливу роль у розвитку банківського сектору відіграють процеси цифровізації. Сучасні банки активно впроваджують інформаційні технології, що дозволяють надавати фінансові послуги у цифровому форматі. Розвиток інтернет-банкінгу, мобільних додатків та електронних платіжних систем значно розширив можливості користувачів та підвищив доступність банківських сервісів.

У першому розділі також було досліджено розвиток банківської системи у світовому контексті. Світова банківська система сформувалася протягом тривалого історичного періоду та пройшла етапи становлення від перших фінансових установ середньовічної Європи до сучасних глобальних фінансових корпорацій.

У сучасному світі банки відіграють важливу роль у розвитку економіки, оскільки вони забезпечують фінансування інвестиційних проєктів, підтримують підприємницьку діяльність та сприяють розвитку міжнародної торгівлі. Глобалізація фінансових ринків призвела до активної інтеграції банківських систем різних країн та створення міжнародних фінансових інституцій.

Однією з найбільш важливих тенденцій розвитку світової банківської системи є цифровізація фінансових послуг. Сучасні банки активно використовують технології онлайн-банкінгу, мобільних додатків та електронних платіжних систем, що дозволяє забезпечити швидкий та зручний доступ клієнтів до фінансових сервісів.

Крім того, значний вплив на розвиток банківського сектору має зростання ролі фінансових технологій (FinTech). Фінтех-компанії пропонують інноваційні фінансові рішення, що стимулює традиційні банки до модернізації власних цифрових платформ та впровадження нових технологічних рішень.

Важливою складовою першого розділу стало дослідження ринку банківських послуг. Аналіз показав, що сучасний ринок банківських послуг характеризується високим рівнем конкуренції між фінансовими установами.

Банки прагнуть постійно вдосконалювати свої продукти, покращувати якість обслуговування клієнтів та впроваджувати інноваційні технології.

Серед основних видів банківських послуг, що надаються сучасними фінансовими установами, можна виділити депозитні операції, кредитування, платіжні сервіси, валютні операції та інвестиційні послуги. Розвиток цих напрямів значною мірою залежить від економічної ситуації в країні, рівня розвитку фінансових технологій та потреб клієнтів.

У процесі аналізу ринку банківських послуг було встановлено, що важливим фактором конкурентоспроможності банків є розвиток цифрових платформ. Веб-сайти та мобільні додатки банківських установ стають основними каналами взаємодії з клієнтами. Через цифрові платформи користувачі можуть отримувати інформацію про фінансові продукти, здійснювати платежі, оформлювати кредити та керувати власними рахунками.

У сучасних умовах веб-сайт банківської установи виконує не лише інформаційну функцію, але й виступає важливим елементом системи цифрових фінансових послуг. Якість веб-дизайну значною мірою впливає на сприйняття бренду клієнтами та рівень довіри до фінансової установи.

Таким чином, у результаті проведеного дослідження було встановлено, що сучасний банківський сектор характеризується активним розвитком цифрових технологій, високим рівнем конкуренції та постійною модернізацією фінансових сервісів. Банки прагнуть створювати нові цифрові платформи, які забезпечують зручну взаємодію з клієнтами та підвищують ефективність надання фінансових послуг.

Отже, розвиток банківських систем у сучасному світі відбувається у напрямі інтеграції фінансових сервісів із цифровими технологіями та створення нових моделей взаємодії між банками та клієнтами. У цих умовах важливого значення набуває розробка сучасних веб-платформ, що поєднують функціональність, зручність користування та ефективну систему візуальної комунікації.

Отримані результати дослідження створюють теоретичну основу для подальшого розгляду питань дизайну банківських брендів та формування системи візуальної ідентичності фінансових установ, що буде детально розглянуто у наступному розділі роботи.

РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ ОФОРМЛЕННЯ ТА ДИЗАЙНУ ЗАКЛАДІВ БАНКІВСЬКОЇ СФЕРИ ТА КАНОНІЧНІСТЬ ЗОБРАЖАЛЬНИХ ЗАСОБІВ БАНКІВСЬКОГО БРЕНДИНГУ

2.1 Характерні особливості оформлення та дизайну закладів банківської сфери

Сучасна банківська система функціонує у складному конкурентному середовищі, де важливу роль відіграє не лише якість фінансових послуг, але й візуальна комунікація з клієнтами. У цьому контексті особливого значення набуває дизайн банківських установ, який формує перше враження про фінансову організацію та впливає на рівень довіри до неї. Оформлення банківських закладів включає комплекс дизайнерських рішень, що охоплюють архітектурне середовище, інтер'єрний дизайн, візуальну айдентику, систему навігації та цифрові інтерфейси.

У сучасному банківському брендингу дизайн виступає важливим інструментом комунікації між фінансовою установою та її клієнтами. Візуальні елементи, такі як логотип, кольорова палітра, типографіка, оформлення відділень та веб-платформи, формують цілісний образ бренду і забезпечують його впізнаваність у конкурентному середовищі.

Роль дизайну у формуванні іміджу банківської установи

Імідж банку значною мірою формується через систему візуальної комунікації. Дизайн інтер'єру банківських установ, зовнішнє оформлення відділень та цифрові платформи створюють єдиний образ бренду, що впливає на сприйняття клієнтами надійності та професійності фінансової установи.

Банківські установи прагнуть створювати простір, який викликає у клієнтів відчуття стабільності, безпеки та довіри. Саме тому дизайн банківських приміщень характеризується стриманістю, функціональністю та використанням якісних матеріалів.

У сучасному банківському середовищі інтер'єр виконує не лише естетичну функцію, але й сприяє організації комфортного простору для обслуговування клієнтів. Правильно спроектований простір дозволяє

оптимізувати робочі процеси та забезпечити зручність взаємодії між клієнтами і співробітниками банку.

Архітектурні особливості банківських установ

Архітектура банківських будівель традиційно асоціюється зі стабільністю та надійністю. У багатьох країнах світу історичні банківські будівлі мають монументальний характер, що підкреслює статус фінансової установи.

У сучасній архітектурі банківських будівель спостерігається тенденція до використання сучасних матеріалів, таких як скло, метал та бетон. Такі рішення створюють відчуття відкритості та прозорості діяльності банку.

Крім того, сучасні банківські установи прагнуть створювати більш доступний та комфортний простір для клієнтів. У зв'язку з цим у дизайні банківських приміщень активно використовуються елементи відкритого планування, що дозволяє створити більш дружню атмосферу для відвідувачів.

Інтер'єрний дизайн банківських відділень

Інтер'єр банківського відділення має відповідати функціональним вимогам обслуговування клієнтів та водночас відображати корпоративну ідентичність банку. У сучасному дизайні банківських інтер'єрів використовується поєднання мінімалізму, функціональності та елементів брендингу.

Однією з важливих особливостей інтер'єру банківських установ є зонування простору. Зазвичай у банківських відділеннях виділяють кілька функціональних зон, серед яких зона обслуговування клієнтів, консультаційна зона, зона самообслуговування та адміністративні приміщення.

Зона обслуговування клієнтів зазвичай розташовується у центральній частині приміщення та включає робочі місця співробітників банку. Консультаційні зони створюються для більш комфортного спілкування між клієнтами та банківськими фахівцями.

У сучасних банках також широко використовуються зони самообслуговування, де клієнти можуть здійснювати фінансові операції за допомогою банкоматів або платіжних терміналів.

Візуальна ідентичність у дизайні банківських установ

Важливим елементом оформлення банківських закладів є використання елементів фірмового стилю. Візуальна ідентичність банку формується за допомогою логотипу, кольорової палітри, типографіки та графічних елементів.

Логотип банку зазвичай розміщується на фасаді будівлі, у внутрішньому просторі відділення та у рекламних матеріалах. Він виконує роль основного ідентифікаційного елемента бренду.

Кольорова палітра також відіграє важливу роль у формуванні візуального образу банку. Багато банків використовують стримані кольори, які асоціюються зі стабільністю та довірою. Найчастіше це відтінки синього, зеленого або темно-червоного кольору.

Типографіка у банківському дизайні зазвичай характеризується лаконічністю та чіткістю. Шрифти повинні бути легко читабельними та відповідати загальному стилю бренду.

Навігація та інформаційна система

Важливою складовою дизайну банківських закладів є система навігації. Вона включає інформаційні таблички, вказівники та інші елементи, які допомагають клієнтам орієнтуватися у просторі банківського відділення.

Навігаційна система повинна бути зрозумілою та логічною. Використання чітких графічних символів і кольорових акцентів дозволяє спростити процес навігації для відвідувачів.

Використання цифрових технологій у дизайні банківських установ

Сучасні банківські установи активно інтегрують цифрові технології у свій дизайн. У багатьох відділеннях використовуються інформаційні екрани, електронні табло та інтерактивні термінали.

Цифрові екрани можуть використовуватися для демонстрації інформації про фінансові послуги, рекламних матеріалів або новин банку. Це дозволяє створити більш динамічне інформаційне середовище.

Крім того, цифрові технології дозволяють значно скоротити час обслуговування клієнтів та підвищити ефективність роботи банківських установ.

Роль дизайну у формуванні довіри клієнтів

Одним із ключових завдань дизайну банківських установ є формування довіри клієнтів. Візуальне середовище банку повинно створювати відчуття стабільності, безпеки та професійності.

Використання якісних матеріалів, продуманого освітлення та сучасних дизайнерських рішень сприяє створенню позитивного враження про банк. Саме тому багато фінансових установ приділяють значну увагу дизайну своїх приміщень.

Тенденції розвитку дизайну банківських закладів

У сучасному банківському дизайні спостерігається тенденція до створення більш відкритих та клієнтоорієнтованих просторів. Банки поступово відходять від традиційних закритих інтер'єрів і створюють більш комфортні та сучасні приміщення.

Зростає роль цифрових технологій у дизайні банківських установ. Веб-платформи, мобільні додатки та інтерактивні системи стають важливими елементами комунікації з клієнтами.

Крім того, сучасні банки активно використовують принципи брендингу у дизайні своїх відділень, що дозволяє створити цілісну систему візуальної комунікації.

Отже, дизайн банківських установ є важливим елементом формування іміджу фінансової організації та її взаємодії з клієнтами. Він поєднує архітектурні рішення, інтер'єрний дизайн, систему візуальної ідентичності та цифрові технології.

Сучасні банки прагнуть створювати комфортні та функціональні простори, які забезпечують зручність обслуговування клієнтів та формують позитивний образ бренду. Використання елементів фірмового стилю у дизайні

банківських установ сприяє підвищенню впізнаваності бренду та зміцненню довіри клієнтів.

Таким чином, розвиток дизайну банківських закладів є важливим напрямом сучасного банківського брендингу, що поєднує естетичні, функціональні та комунікаційні аспекти.

2.2 Символізм кольору та предметності

У сучасному банківському брендингу важливу роль відіграє система візуальної комунікації, що включає використання кольору, символів, графічних елементів та образних рішень. Візуальна мова банківських установ формується з урахуванням психологічних, культурних та маркетингових чинників, які впливають на сприйняття бренду клієнтами. Одним із ключових елементів цієї системи є символіка кольору та предметності, що використовується у дизайні банківських логотипів, інтер'єрів, рекламних матеріалів та цифрових платформ.

Символічне значення кольорів має важливе значення для формування іміджу фінансової установи. Кольорова палітра банківського бренду здатна викликати певні емоційні асоціації та впливати на рівень довіри клієнтів до банку. Саме тому під час розробки системи візуальної ідентичності банки приділяють значну увагу вибору кольорових рішень.

Психологічне значення кольору у фінансовій сфері

Кольори відіграють важливу роль у процесі сприйняття інформації людиною. Вони здатні викликати емоційні реакції, формувати асоціації та впливати на поведінку клієнтів. У банківському брендингу кольорова палітра зазвичай підбирається з урахуванням психологічного впливу кольорів.

Одним із найпоширеніших кольорів у банківській сфері є синій. Цей колір асоціюється зі стабільністю, надійністю та професійністю. Саме тому багато міжнародних банків використовують різні відтінки синього у своїй корпоративній айдентиці. Синій колір створює відчуття спокою та довіри, що є важливим фактором у фінансовій сфері.

Зелений колір також широко використовується у банківському дизайні. Він символізує зростання, розвиток та фінансове благополуччя. Крім того, зелений колір асоціюється з екологічною відповідальністю та сталим розвитком, що набуває особливої актуальності у сучасному фінансовому секторі.

Червоний колір у банківській сфері використовується для створення яскравих акцентів та привернення уваги. Він символізує енергію, силу та активність. Проте використання цього кольору потребує обережності, оскільки надмірна кількість червоного може викликати відчуття напруження.

Чорний колір у банківському брендингу асоціюється з елегантністю, престижем та авторитетом. Він часто використовується у поєднанні з іншими кольорами для створення контрастних композицій.

Білий колір символізує чистоту, прозорість та відкритість. У банківському дизайні він часто використовується як фоновий колір, що забезпечує чіткість візуальних елементів та покращує читабельність інформації.

Кольорова ідентичність банківських брендів

Кожен банк прагне створити власну унікальну систему кольорової ідентичності, яка дозволяє виділитися серед конкурентів. Кольорова палітра стає важливим елементом бренду, що використовується у логотипах, рекламних матеріалах, інтер'єрах відділень та цифрових платформах.

У сучасному банківському брендингу кольори виконують не лише естетичну функцію, але й комунікаційну. Вони допомагають формувати емоційний зв'язок між брендом та клієнтами.

Наприклад, банки, що позиціонують себе як інноваційні фінансові установи, можуть використовувати яскраві та контрастні кольори. Натомість традиційні банки часто обирають більш стримані кольорові рішення, які підкреслюють їхню стабільність та надійність.

Символізм предметності у банківському брендингу

Окрім кольору, важливу роль у банківській айдентиці відіграють предметні символи. У дизайні логотипів та графічних елементів часто

використовуються образи, що символізують стабільність, розвиток та фінансову безпеку.

Одним із поширених символів у банківському брендингу є геометричні фігури. Квадрат та прямокутник часто використовуються для передачі відчуття стабільності та надійності. Коло символізує гармонію, єдність та безперервність фінансових процесів.

Стрілки у банківських логотипах можуть символізувати рух, розвиток та зростання. Такі елементи часто використовуються у брендингу банків, що прагнуть підкреслити свою динамічність та інноваційність.

Крім того, у банківській символіці можуть використовуватися стилізовані зображення будівель, колон або інших архітектурних елементів. Такі символи асоціюються зі стабільністю, традиціями та надійністю фінансової установи.

Предметність у дизайні банківських інтер'єрів

Символізм предметності проявляється не лише у графічному дизайні, але й у просторі банківських інтер'єрів. Дизайнери використовують певні предметні елементи, які підсилюють візуальну ідентичність бренду.

Наприклад, у банківських інтер'єрах можуть використовуватися елементи, що нагадують геометричні форми логотипу або повторюють кольорову палітру бренду. Це створює цілісну систему візуальної комунікації.

Крім того, у дизайні банківських приміщень можуть використовуватися декоративні елементи, що символізують фінансову стабільність або розвиток. Такі рішення допомагають підсилити асоціативний зв'язок між брендом та його цінностями.

Використання символізму у цифровому середовищі

У сучасному банківському брендингу символізм кольору та предметності активно використовується у цифрових платформах. Веб-сайти та мобільні додатки банків повинні відповідати загальній системі візуальної ідентичності бренду.

Кольорова палітра та графічні елементи використовуються для створення зрозумілої та привабливої структури інтерфейсу. Наприклад, кольорові акценти можуть використовуватися для виділення важливих функцій або кнопок.

Графічні символи та іконки допомагають спростити навігацію та зробити інтерфейс більш інтуїтивно зрозумілим для користувачів.

Сучасні тенденції у використанні кольору та символів

У сучасному банківському дизайні спостерігається тенденція до спрощення графічних форм та використання мінімалістичних рішень. Логотипи банків стають більш лаконічними, що дозволяє легко адаптувати їх до цифрових платформ.

Кольорова палітра також поступово змінюється. Банки починають використовувати більш яскраві та сучасні кольорові рішення, щоб створити більш сучасний образ бренду.

Крім того, сучасний банківський дизайн активно використовує принципи універсального дизайну, що передбачає створення інтерфейсів, доступних для різних категорій користувачів.

Отже, символізм кольору та предметності відіграє важливу роль у формуванні візуальної ідентичності банківських установ. Кольорова палітра, графічні символи та предметні елементи створюють систему візуальної комунікації, що формує образ бренду та впливає на сприйняття фінансової установи клієнтами.

Правильне використання кольорів та символів дозволяє створити впізнаваний бренд, який асоціюється зі стабільністю, надійністю та професійністю. У сучасному банківському дизайні ці елементи активно інтегруються у цифрові платформи, що забезпечує цілісність візуальної комунікації у різних середовищах.

Таким чином, символізм кольору та предметності є важливим інструментом банківського брендингу, що сприяє формуванню позитивного іміджу фінансової установи та підвищенню рівня довіри клієнтів.

Розгляньмо реальні приклади банківської айдентики в Україні:

Айдентика банків України: знаки, символи та кольорова система

Візуальна ідентичність банківських установ відіграє важливу роль у формуванні їхнього бренду та сприйняття клієнтами. У банківській сфері дизайн логотипу, кольорова палітра та графічні елементи мають не лише естетичне значення, але й виконують важливу комунікаційну функцію. Вони створюють образ стабільності, надійності та професійності, що є ключовими характеристиками фінансових установ.

Українські банки активно використовують інструменти брендингу для формування власної візуальної ідентичності. Логотипи, кольори та графічні символи банків відображають їхню корпоративну філософію, стратегічні цінності та позиціонування на фінансовому ринку.

- Візуальна ідентичність ПриватБанку

Одним із найбільш відомих банків України є ПриватБанк, який має яскраво виражену систему візуальної ідентичності. Основним кольором бренду є зелений, що символізує розвиток, фінансове зростання та стабільність. Зелений колір також асоціюється з грошовими ресурсами та економічним добробутом.

Логотип банку виконаний у вигляді стилізованого геометричного знаку, який складається з двох елементів, що утворюють динамічну композицію. Така форма символізує рух, розвиток та сучасність фінансових сервісів банку.

Типографіка логотипу є лаконічною та сучасною, що підкреслює інноваційний характер банківської установи. Завдяки чіткій геометричній структурі логотип легко адаптується до різних цифрових платформ та рекламних носіїв.

- Айдентика Ощадбанку

Ощадбанк є одним із найстаріших банків України, що має державний статус. Його візуальна ідентичність базується на поєднанні зеленого та жовтого кольорів. Зелений колір символізує стабільність і надійність фінансової установи, тоді як жовтий додає композиції енергії та динаміки.

Логотип банку складається з графічного символу у вигляді стилізованого знаку, що нагадує відкриту книгу або аркуші паперу. Така символіка може

асоціюватися з прозорістю фінансових операцій та відкритістю банку до клієнтів.

Типографічна частина логотипу виконана у сучасному гротескному шрифті, що забезпечує хорошу читабельність та сучасний вигляд бренду.

- Айдентика Райффайзен Банку

Райффайзен Банк є частиною міжнародної фінансової групи Raiffeisen Bank International, що значною мірою вплинуло на формування його візуальної ідентичності. Основними кольорами бренду є чорний і жовтий.

Жовтий колір символізує енергію, активність та розвиток, тоді як чорний підкреслює стабільність та професійність фінансової установи. Контрастне поєднання цих кольорів створює впізнаваний образ бренду.

Логотип банку містить символ у вигляді стилізованих перехрещених ключів, що походить із традиційної символіки Райффайзенського кооперативного руху. Цей знак символізує взаємодопомогу, партнерство та довіру.

- Айдентика Укрсиббанку

Укрсиббанк входить до міжнародної фінансової групи BNP Paribas, що визначає його візуальну стилістику. Основним кольором бренду є синій, який асоціюється зі стабільністю, надійністю та довірою.

Логотип банку складається з текстового напису та символу, який представляє міжнародний бренд BNP Paribas. Графічний елемент має форму стилізованої зірки, що символізує розвиток, інновації та глобальну присутність банку.

Синя кольорова палітра використовується у всіх елементах візуальної комунікації банку — від оформлення відділень до цифрових платформ.

- Айдентика ПУМБ

Перший український міжнародний банк (ПУМБ) має сучасну систему візуальної ідентичності, що базується на використанні червоного кольору. Червоний колір символізує енергію, силу та динамічний розвиток банку.

Логотип банку має просту та лаконічну форму, що складається з абрєвіатури назви банку. Типографічне рішення виконане у сучасному геометричному шрифті, що створює образ сучасної фінансової установи.

Використання червоного кольору у поєднанні з білим створює контрастну композицію, яка легко сприймається у різних інформаційних середовищах.

- Айдентика Монобанку

Монобанк є одним із найбільш інноваційних фінансових сервісів в Україні, що працює виключно у цифровому форматі. Його візуальна ідентичність значно відрізняється від традиційних банківських брендів.

Основним кольором бренду є чорний, який створює образ мінімалізму, сучасності та технологічності. Логотип банку має вигляд стилізованої літери «m», що виконана у простій графічній формі.

Айдентика Монобанку орієнтована на цифрове середовище, тому її дизайн є максимально лаконічним та адаптованим до мобільних платформ.

- Спільні риси айдентики банків України

Аналіз візуальної ідентичності українських банків дозволяє виділити кілька характерних особливостей. Насамперед, більшість банків використовують стриману кольорову палітру, що асоціюється зі стабільністю та довірою.

Кольори, які найчастіше використовуються у банківському брендингу, включають синій, зелений, червоний та жовтий. Кожен із цих кольорів має певне символічне значення та впливає на сприйняття бренду клієнтами.

Ще однією характерною рисою є використання простих геометричних форм у дизайні логотипів. Такий підхід дозволяє створити лаконічний та легко впізнаваний бренд.

Крім того, сучасні банки прагнуть адаптувати свою айдентику до цифрових платформ. Це передбачає спрощення графічних елементів та використання мінімалістичних дизайнерських рішень.

Висновки - отже, візуальна ідентичність банків України є важливим інструментом формування їхнього бренду та комунікації з клієнтами. Логотипи, кольорова палітра та графічні символи створюють систему візуальної

комунікації, що забезпечує впізнаваність банківських установ у конкурентному середовищі.

Аналіз айдентики українських банків показує, що більшість фінансових установ використовують стримані кольорові рішення та лаконічні графічні форми, які підкреслюють стабільність, надійність та професійність бренду. У сучасних умовах ці елементи активно інтегруються у цифрові платформи, що забезпечує ефективну комунікацію банків із клієнтами.

2.3 Образний ряд в системі візуальної ідентичності банківських систем

У сучасному брендингу фінансових установ важливу роль відіграє не лише система графічної айдентики, але й образний ряд, що використовується для формування емоційного зв'язку між брендом та клієнтами. Образна система бренду включає різноманітні візуальні елементи, серед яких ілюстрації, графічні персонажі, символічні образи, корпоративні маскоти та інші елементи візуальної комунікації.

На відміну від традиційних елементів айдентики, таких як логотип або кольорова палітра, образний ряд спрямований на створення емоційної взаємодії з аудиторією. Саме через використання образів банк може сформувати більш доступний, зрозумілий і дружній образ фінансової установи. У сучасному цифровому середовищі цей аспект набуває особливого значення, оскільки банки прагнуть зробити свої сервіси більш зрозумілими для широкої аудиторії.

Образність як інструмент комунікації у банківському брендингу

Традиційно банківський сектор характеризувався стриманою та формальною візуальною мовою, що підкреслювала стабільність і надійність фінансових установ. Проте з розвитком цифрових технологій і зростанням конкуренції банки почали використовувати більш гнучкі та емоційні засоби комунікації.

Образний ряд став важливим елементом маркетингових стратегій банків. За допомогою візуальних образів фінансові установи можуть пояснювати

складні фінансові процеси, залучати нових клієнтів та формувати позитивний імідж бренду.

Образні елементи часто використовуються у рекламних кампаніях, мобільних додатках, веб-сайтах та соціальних мережах банків. Вони допомагають створити більш дружній образ фінансової установи та зробити комунікацію з клієнтами більш доступною.

Маскоти у системі банківського брендингу

Одним із найцікавіших елементів образного ряду є використання корпоративних маскотів. Маскот — це персонаж або символічний образ, який асоціюється з брендом і використовується у маркетингових комунікаціях.

У світовій практиці маскоти активно використовуються у різних сферах бізнесу, включаючи фінансовий сектор. Основною функцією маскота є створення емоційного зв'язку з аудиторією та підвищення впізнаваності бренду.

Маскоти можуть мати різні форми. Це можуть бути антропоморфні персонажі, тварини, стилізовані об'єкти або абстрактні символи. Вибір образу залежить від позиціонування бренду та цільової аудиторії.

Для банківських установ використання маскотів дозволяє зробити бренд більш дружнім і доступним. Особливо це актуально для цифрових банківських сервісів, які прагнуть залучити молодшу аудиторію.

Корпоративні персонажі у цифрових банківських сервісах

З розвитком цифрових платформ банки почали активно використовувати персонажів у дизайні мобільних додатків і веб-сайтів. Корпоративні персонажі можуть виконувати роль віртуальних помічників, що допомагають користувачам орієнтуватися у фінансових сервісах.

Такі персонажі можуть супроводжувати користувача під час виконання різних операцій у мобільному додатку або веб-інтерфейсі. Вони можуть пояснювати функції сервісу, надавати підказки або візуалізувати фінансові процеси.

Використання персонажів дозволяє значно спростити сприйняття складної інформації. Наприклад, замість текстових інструкцій користувач може

отримати візуальні підказки від персонажа, що робить інтерфейс більш інтуїтивно зрозумілим.

Психологічний вплив образних персонажів

З точки зору психології маркетингу, використання персонажів у брендингу сприяє формуванню більш позитивного сприйняття бренду. Люди схильні легше запам'ятовувати образи, ніж абстрактні символи або текстову інформацію.

Корпоративний персонаж може виконувати роль своєрідного посередника між брендом і клієнтом. Він допомагає створити більш персоналізований досвід взаємодії з фінансовими сервісами.

Крім того, використання персонажів дозволяє створити емоційний зв'язок між клієнтом та брендом. Це особливо важливо у фінансовій сфері, де довіра відіграє ключову роль.

Ілюстративні системи у банківському дизайні

Окрім маскотів, важливим елементом образного ряду є ілюстративні системи. Сучасні банки часто використовують у своїх цифрових продуктах ілюстрації, які пояснюють фінансові процеси або візуалізують послуги.

Ілюстрації можуть використовуватися для пояснення складних фінансових продуктів, таких як кредити, інвестиції або страхові послуги. Візуалізація інформації дозволяє зробити її більш зрозумілою для користувачів.

У багатьох випадках банки створюють цілісну систему ілюстрацій, яка відповідає загальній стилістиці бренду. Така система допомагає забезпечити єдність візуальної комунікації.

Використання персонажів у маркетингових кампаніях

Корпоративні персонажі часто використовуються у рекламних кампаніях банків. Вони можуть з'являтися у телевізійній рекламі, соціальних мережах або друкованих матеріалах.

Використання персонажів дозволяє створити більш запам'ятовуваний образ бренду. Наприклад, персонаж може виступати символом певного банківського продукту або сервісу.

Крім того, персонажі можуть використовуватися для створення освітнього контенту, що пояснює принципи фінансової грамотності. Такий підхід дозволяє банкам виконувати не лише комерційну, але й соціальну функцію.

Тенденції розвитку образного ряду у банківському дизайні

У сучасному банківському дизайні спостерігається тенденція до використання більш дружніх і доступних образів. Банки прагнуть відійти від надмірної формальності та створити більш відкритий образ фінансової установи.

Зростає роль ілюстрацій та персонажів у цифрових інтерфейсах. Вони допомагають зробити користувацький досвід більш приємним та зрозумілим. Крім того, сучасні банки активно використовують анімацію та інтерактивні елементи, що дозволяє оживити образний ряд бренду та зробити комунікацію з клієнтами більш динамічною.

Отже, образний ряд є важливим елементом системи візуальної ідентичності банківських установ. Використання ілюстрацій, маскотів та корпоративних персонажів дозволяє створити більш дружній та доступний образ бренду, що сприяє залученню клієнтів та підвищенню впізнаваності фінансової установи.

У сучасному цифровому середовищі образні елементи відіграють особливо важливу роль, оскільки вони допомагають спростити сприйняття складних фінансових процесів та створити позитивний користувацький досвід.

Таким чином, використання маскотів і корпоративних персонажів стає ефективним інструментом сучасного банківського брендингу, що поєднує маркетингові, комунікаційні та дизайнерські аспекти формування бренду.

Висновки до розділу 2

У другому розділі кваліфікаційної роботи було досліджено характерні особливості оформлення та дизайну закладів банківської сфери, а також проаналізовано основні принципи формування візуальної ідентичності банківських брендів. Особливу увагу приділено символізму кольору та предметності, ролі образного ряду у банківському брендингу та використанню корпоративних персонажів і маскотів як інструментів залучення клієнтів.

У ході проведеного дослідження встановлено, що дизайн банківських установ є важливим елементом системи візуальної комунікації фінансової організації. Він охоплює комплекс взаємопов'язаних компонентів, серед яких архітектурне оформлення будівель, інтер'єрний дизайн відділень, система навігації, графічна айдентика та цифрові платформи. Сукупність цих елементів формує цілісний образ банку та впливає на сприйняття бренду клієнтами.

Було визначено, що сучасні банківські установи прагнуть створювати простір, який викликає у клієнтів відчуття стабільності, надійності та професійності. Саме тому у дизайні банківських закладів широко використовуються стримані композиційні рішення, які поєднують функціональність, ергономіку та естетичну виразність. Важливу роль відіграє правильна організація простору, що забезпечує зручність обслуговування клієнтів та оптимізацію роботи співробітників банку.

Аналіз інтер'єрного дизайну банківських установ показав, що сучасні фінансові організації активно використовують принципи відкритого планування та зонування простору. У банківських відділеннях створюються спеціальні зони для обслуговування клієнтів, консультаційні зони та зони самообслуговування, що дозволяє підвищити ефективність роботи та покращити якість сервісу.

Окрему увагу у розділі було приділено дослідженню символіки кольору у банківському брендингу. Встановлено, що кольорова палітра відіграє важливу роль у формуванні візуальної ідентичності банківських установ. Кольори здатні викликати певні емоційні асоціації та впливати на сприйняття бренду клієнтами.

Було визначено, що у банківській сфері найчастіше використовуються стримані кольорові рішення, які асоціюються зі стабільністю та довірою. Серед найбільш поширених кольорів можна виділити синій, зелений, червоний та жовтий. Синій колір традиційно асоціюється з надійністю та стабільністю, зелений символізує розвиток і фінансове благополуччя, червоний використовується для створення динамічних акцентів, а жовтий підкреслює енергію та активність бренду.

Аналіз візуальної ідентичності українських банків показав, що більшість фінансових установ використовують лаконічні графічні форми та прості геометричні композиції у дизайні своїх логотипів. Такий підхід дозволяє створювати легко впізнавані бренди та забезпечує ефективну адаптацію графічних елементів до цифрових платформ.

Було встановлено, що сучасні банки активно використовують принципи мінімалізму у дизайні своєї айдентики. Спрощення графічних форм дозволяє зробити логотипи більш універсальними та придатними для використання у різних інформаційних середовищах.

У процесі дослідження також було розглянуто роль предметності та символічних образів у банківському брендингу. Предметні символи допомагають створити асоціативний зв'язок між брендом та певними цінностями, такими як стабільність, розвиток або надійність. Використання геометричних форм, архітектурних мотивів та інших символічних елементів дозволяє підсилити візуальну комунікацію банківського бренду.

Особливу увагу у розділі було приділено аналізу образного ряду у системі візуальної ідентичності банківських установ. У сучасному банківському брендингу образні елементи відіграють важливу роль у формуванні емоційного зв'язку з аудиторією.

Було встановлено, що у сучасному цифровому середовищі банки активно використовують ілюстрації, графічні образи та корпоративних персонажів для покращення взаємодії з клієнтами. Такі елементи дозволяють зробити комунікацію більш доступною та зрозумілою.

Корпоративні персонажі та маскоти можуть виконувати роль візуальних символів бренду та використовуватися у рекламних кампаніях, мобільних додатках і веб-платформах. Використання таких елементів дозволяє створити більш дружній образ фінансової установи та підвищити рівень залучення клієнтів.

З точки зору маркетингових комунікацій використання персонажів у брендингу сприяє формуванню позитивного емоційного сприйняття бренду. Люди схильні краще запам'ятовувати образи, ніж абстрактні символи, тому використання маскотів може значно підвищити впізнаваність бренду.

У сучасних банківських сервісах персонажі також можуть виконувати функції віртуальних помічників у цифрових інтерфейсах. Вони допомагають користувачам орієнтуватися у функціоналі мобільних додатків та веб-платформ, а також можуть використовуватися для пояснення фінансових продуктів.

Аналіз сучасних тенденцій банківського дизайну показав, що фінансові установи поступово переходять до більш клієнтоорієнтованої моделі комунікації. Банки прагнуть створювати більш відкритий і дружній образ бренду, що сприяє формуванню довготривалих відносин із клієнтами.

У результаті проведеного дослідження можна зробити висновок, що дизайн банківських установ є складною системою, що поєднує архітектурні, графічні та цифрові елементи. Використання системи візуальної ідентичності, символізму кольору, предметних образів та корпоративних персонажів дозволяє банкам ефективно комунікувати з аудиторією та формувати позитивний імідж бренду.

Отже, формування ефективної системи візуальної ідентичності є важливим чинником конкурентоспроможності банківських установ. Сучасний банківський брендинг поєднує традиційні елементи дизайну з інноваційними цифровими рішеннями, що створює нові можливості для розвитку фінансових сервісів.

Отримані результати дослідження створюють теоретичну основу для подальшої розробки дизайну веб-сайту банківської системи «Статок», що буде представлено у наступному розділі роботи.

РОЗДІЛ 3. ДИЗАЙН ТА РОЗРОБКА ВЕБ-САЙТУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ «СТАТОК». КОНЦЕПЦІЯ ТА СЦЕНАРІЙ РОЗВИТКУ

3.1 Загальна концепція та бренд-дизайн банку «Статок»

У сучасному фінансовому секторі візуальна комунікація відіграє важливу роль у формуванні іміджу банківських установ та забезпеченні ефективної взаємодії з клієнтами. Саме тому розробка бренду банківської системи є важливою складовою створення сучасної цифрової платформи. У межах даного дослідження було розроблено концепцію бренду та візуальної ідентичності банку «Статок», що стала основою для подальшого проектування веб-сайту банківської системи.

Концепція бренду «Статок» спрямована на створення образу сучасної фінансової установи, яка поєднує стабільність, технологічність та доступність для широкої аудиторії користувачів. Основною ідеєю бренду є формування позитивного уявлення про банк як надійного партнера у фінансових питаннях. Ця ідея відображена у слогані банку — «Твій надійний банк», який підкреслює орієнтацію установи на довготривалу співпрацю з клієнтами.

Формування концепції бренду

Розробка бренду банку «Статок» базується на принципах сучасного графічного дизайну та брендингу. Основним завданням стало створення лаконічної та впізнаваної системи візуальної ідентичності, яка легко адаптується до різних інформаційних носіїв — від друкованих матеріалів до цифрових платформ.

Назва банку «Статок» має чітке смислове навантаження та асоціюється з поняттями достатку, фінансової стабільності та добробуту. Вона легко запам'ятовується і створює позитивні асоціації у потенційних клієнтів.

Бренд-концепція банку орієнтована на створення сучасного образу фінансової установи, що активно використовує цифрові технології та пропонує клієнтам зручні фінансові сервіси.

Розробка логотипу банку

Центральним елементом візуальної ідентичності банку є логотип, який виконує роль основного ідентифікаційного знаку бренду. У процесі проектування логотипу було використано геометричний підхід до побудови графічної композиції.

Логотип банку «Статок» складається з двох основних елементів — текстового блоку та графічного символу. Текстова частина виконана у масивному геометричному шрифті, що створює відчуття стабільності та надійності. Використання чітких геометричних форм підкреслює структурованість та впорядкованість фінансової системи.

Графічний символ логотипу представлений у вигляді стилізованого прямокутного елемента, що нагадує архітектурну форму або стилізовану будівлю. Такий образ може асоціюватися з банківською установою як символом фінансової стабільності та економічної структури.

Композиційне розміщення символу поруч із текстовим блоком створює динамічну візуальну рівновагу та забезпечує хорошу впізнаваність знаку.

Типографічне рішення

Типографіка є важливим елементом бренд-дизайну банку. Для створення логотипу було використано шрифт FK-AgitPro, який характеризується масивними геометричними формами та чіткою графічною структурою.

Такий шрифт створює відчуття сили, стабільності та технологічності бренду. Його форма добре адаптується до різних форматів відображення — від великих рекламних носіїв до цифрових інтерфейсів.

Крім того, використання геометричного шрифту дозволяє створити сучасний образ бренду, що відповідає тенденціям сучасного графічного дизайну.

Кольорова система бренду

Важливою складовою бренд-дизайну є кольорова палітра. Для банку «Статок» було обрано поєднання чорного та зеленого кольорів.

Зелений колір символізує розвиток, фінансове зростання та економічну стабільність. У фінансовій сфері цей колір часто асоціюється з грошовими ресурсами та економічним добробутом.

Чорний колір використовується для створення контрасту та підкреслення статусності бренду. Він додає композиції строгості та професійності.

Поєднання цих кольорів створює сучасну та виразну візуальну систему, яка легко впізнається у різних інформаційних середовищах.

Варіативність логотипу

Для забезпечення універсальності використання логотипу було розроблено кілька варіантів його відображення. Зокрема, передбачено монохромні та кольорові версії логотипу, які можуть використовуватися залежно від типу носія.

Такий підхід дозволяє забезпечити ефективне використання бренду у різних умовах — від друкованих матеріалів до цифрових інтерфейсів.

Застосування айдентики на бренд-носіях

У процесі розробки бренду було створено систему застосування логотипу на різних носіях. Серед них можна виділити сувенірну продукцію, рекламні матеріали та елементи зовнішньої комунікації.

Наприклад, логотип банку використано у дизайні брендovаних чашок. Така сувенірна продукція може використовуватися як корпоративний мерч або рекламний матеріал для клієнтів.

Крім того, логотип було інтегровано у дизайн пакувальних матеріалів. Пакети з фірмовою символікою банку можуть використовуватися для рекламної продукції або інформаційних матеріалів.

Застосування бренду у зовнішній рекламі

Важливим елементом бренд-комунікації є зовнішня реклама. У межах проєкту було створено концепцію рекламного плаката, що містить слоган «Банк твоїх можливостей».

Цей слоган підкреслює орієнтацію банку на розвиток клієнтів та створення нових фінансових можливостей. Використання фотографічного

зображення у поєднанні з графічними елементами логотипу створює виразну рекламну композицію.

Інтеграція бренду у цифрове середовище

Розроблена система візуальної ідентичності банку «Статок» також адаптована для використання у цифровому середовищі. Логотип, кольорова палітра та типографіка можуть ефективно використовуватися у дизайні веб-сайту банку.

Чітка геометрична структура логотипу дозволяє легко інтегрувати його у цифрові інтерфейси. Кольорова система бренду може використовуватися для створення навігаційних елементів та візуальних акцентів на веб-платформі.

Таким чином, бренд-дизайн банку «Статок» створює основу для формування сучасного цифрового інтерфейсу, який поєднує функціональність та естетичну виразність.

Отже, у процесі розробки бренд-дизайну банку «Статок» було створено цілісну систему візуальної ідентичності, що включає логотип, кольорову палітру, типографіку та систему застосування бренду на різних носіях.

Запропонована концепція бренду спрямована на формування образу сучасної фінансової установи, яка поєднує стабільність, технологічність та відкритість до клієнтів.

Створена система бренд-дизайну є основою для подальшої розробки веб-сайту банківської системи «Статок», що буде розглянуто у наступному підрозділі.

3.2 Модульна сітка веб-сайту банківської системи «Статок»

Одним із ключових інструментів сучасного веб-дизайну є модульна сітка, яка забезпечує структурованість інтерфейсу, логічне розташування елементів та зручність користування веб-ресурсом. У процесі створення цифрових продуктів, зокрема веб-сайтів і мобільних додатків, модульна сітка відіграє фундаментальну роль, оскільки вона дозволяє організувати інформацію у чітку та зрозумілу систему.

У сучасному UI/UX дизайні модульна сітка використовується як основа для побудови композиції інтерфейсу. Вона допомагає дизайнерам створювати гармонійні макети, забезпечує послідовність у розташуванні елементів та полегшує адаптацію дизайну до різних типів пристроїв.

Поняття модульної сітки у дизайні

Модульна сітка — це система вертикальних і горизонтальних ліній, що формує структуру композиції та визначає розташування графічних елементів на сторінці. Вона створює своєрідний каркас, на основі якого будується дизайн.

Основна функція модульної сітки полягає у впорядкуванні інформації. За допомогою сітки дизайнери можуть розміщувати текстові блоки, зображення, кнопки та інші елементи інтерфейсу таким чином, щоб вони утворювали логічну та зрозумілу композицію.

Ідея використання модульних сіток виникла ще у графічному дизайні та типографіці. У друкованих виданнях сітка використовувалася для організації текстових колонок та ілюстрацій. З розвитком цифрових технологій цей принцип був адаптований для веб-дизайну.

У сучасному цифровому середовищі модульні сітки використовуються у дизайні веб-сайтів, мобільних додатків, інформаційних систем та інших цифрових продуктів.

Основні типи модульних сіток

У графічному та веб-дизайні існує кілька основних типів сіток, кожен із яких має свої особливості та сферу застосування.

Колонкова сітка

Колонкова сітка є одним із найпоширеніших типів сіток у веб-дизайні. Вона складається з вертикальних колонок, між якими розташовуються проміжки — так звані *gutters*.

Колонкові сітки часто використовуються у новинних порталах, інформаційних ресурсах та корпоративних веб-сайтах. Така структура дозволяє легко організувати великі обсяги інформації та забезпечити читабельність тексту.

У сучасному веб-дизайні найчастіше використовується 12-колонкова система, яка дозволяє гнучко комбінувати різні блоки контенту.

Модульна сітка

Модульна сітка складається як із вертикальних, так і горизонтальних ліній, що формують прямокутні модулі. Кожен модуль може використовуватися для розміщення певного елемента інтерфейсу.

Такий тип сітки широко використовується у дизайні складних інформаційних систем, де необхідно розмістити різноманітні елементи контенту.

Ієрархічна сітка

Ієрархічна сітка використовується у тих випадках, коли структура сторінки не має суворої геометричної організації. Такий підхід дозволяє створювати більш вільні композиції, що підкреслюють важливість окремих елементів.

Ієрархічні сітки часто використовуються у дизайні лендинг-сторінок або маркетингових веб-ресурсів.

Адаптивні сітки

З розвитком мобільних технологій особливого значення набули адаптивні сітки. Вони дозволяють змінювати структуру сторінки залежно від розміру екрана пристрою.

Адаптивні сітки є основою сучасного responsive-дизайну, що забезпечує коректне відображення веб-сайтів на смартфонах, планшетах та комп'ютерах.

Використання модульних сіток у UI/UX дизайні

У дизайні цифрових продуктів модульна сітка використовується для організації інтерфейсу користувача. Вона допомагає створити зрозумілу систему навігації та забезпечує логічну структуру сторінки.

UI-дизайнери використовують сітку для розташування основних елементів інтерфейсу, таких як меню, інформаційні блоки, кнопки та зображення. Це дозволяє створити візуальну гармонію та покращити користувацький досвід.

З точки зору UX-дизайну модульна сітка допомагає користувачам швидше орієнтуватися у структурі сайту. Чітка організація елементів дозволяє зменшити когнітивне навантаження та зробити взаємодію з веб-ресурсом більш комфортною.

Значення модульної сітки у дизайні банківських веб-сайтів

Банківські веб-сайти мають складну структуру, оскільки вони містять велику кількість інформації та функціональних елементів. Саме тому використання модульної сітки є необхідною умовою для створення зручного інтерфейсу.

Сітка дозволяє організувати інформацію про фінансові послуги, створити зрозумілу систему навігації та забезпечити зручність користування веб-ресурсом.

Крім того, модульна структура полегшує адаптацію веб-сайту до різних пристроїв, що є важливим фактором у сучасному цифровому середовищі.

Модульна сітка веб-сайту банку «Статок»

У процесі розробки веб-сайту банківської системи «Статок» було використано принципи модульного дизайну, що дозволило створити структурований та зручний інтерфейс.

Основою композиції веб-сайту стала 12-колонкова сітка, яка є одним із найбільш універсальних рішень у веб-дизайні. Така структура дозволяє гнучко розміщувати різні елементи контенту та забезпечує адаптивність дизайну.

Головна сторінка сайту побудована за принципом вертикальної модульної структури. У верхній частині сторінки розташовується навігаційне меню, яке містить основні розділи сайту.

Нижче розташовується головний інформаційний блок, що містить ключове повідомлення бренду та візуальний контент. Цей блок виконує роль першого екрану, який формує перше враження користувача про веб-ресурс.

Наступні модулі сторінки використовуються для представлення банківських послуг, інформації про продукти та інших важливих елементів контенту.

Структура інтерфейсу веб-сайту

Інтерфейс веб-сайту банку «Статок» побудований за принципом ієрархії інформації. Найважливіші елементи розташовуються у верхній частині сторінки, що дозволяє користувачам швидко отримати доступ до ключових функцій.

Навігаційна система сайту включає основні розділи, серед яких інформація про банківські послуги, онлайн-сервіси, контакти та інші функціональні елементи.

Кнопки та інтерактивні елементи розташовані у межах модульної сітки таким чином, щоб забезпечити максимальну зручність користування.

Адаптивність веб-дизайну

Важливим аспектом модульної сітки є її адаптивність. Веб-сайт банку «Статок» розроблено з урахуванням принципів responsive-дизайну.

Це означає, що структура сторінки автоматично адаптується до різних розмірів екранів. На мобільних пристроях колонкова структура змінюється таким чином, щоб забезпечити комфортне переглядання контенту.

Адаптивна модульна сітка дозволяє зберегти цілісність дизайну та забезпечити зручність користування сайтом на будь-якому пристрої.

Отже, модульна сітка є важливим інструментом організації структури веб-сайту та забезпечення ефективного користувацького досвіду. Використання модульного підходу дозволяє створити логічну систему розташування елементів інтерфейсу та забезпечити гармонійну композицію сторінки.

У процесі розробки веб-сайту банківської системи «Статок» було використано принципи модульного дизайну, що дозволило створити структурований та зручний інтерфейс.

Запропонована система модульної сітки забезпечує адаптивність дизайну, логічну організацію інформації та зручність навігації, що є важливими факторами ефективної взаємодії користувачів із цифровими банківськими сервісами.

3.3 Адаптивний сценарій розвитку банку «Статок»

У сучасних умовах розвитку фінансового сектору банки змушені постійно адаптуватися до змін економічного середовища, технологічного прогресу та зростаючих потреб клієнтів. У цьому контексті важливого значення набуває стратегічне планування розвитку банківських систем. Одним із ключових інструментів такого планування є формування сценаріїв розвитку, що дозволяють прогнозувати можливі напрямки трансформації фінансових установ та визначати ефективні стратегії їх функціонування.

Сценарний підхід у банківській сфері передбачає аналіз можливих шляхів розвитку фінансової організації з урахуванням різних економічних, технологічних та соціальних факторів. Такий підхід дозволяє банкам більш гнучко реагувати на зміни ринку та формувати довгострокові стратегії розвитку.

Типові сценарії розвитку банківських систем

У сучасній економічній практиці можна виділити кілька типових сценаріїв розвитку банківських систем. Кожен із них визначає певну модель функціонування фінансової установи та її взаємодії з клієнтами.

Традиційний сценарій розвитку

Традиційний сценарій розвитку банківських систем базується на класичній моделі банківської діяльності, де основну роль відіграють фізичні відділення банку. У такій моделі клієнти здійснюють більшість фінансових операцій безпосередньо у банківських установах.

Основними каналами комунікації у традиційній банківській системі є офлайн-сервіси, консультації з менеджерами та фізичні документи. Проте з розвитком цифрових технологій така модель поступово втрачає свою актуальність.

Цифровий сценарій розвитку

Цифровий сценарій розвитку передбачає активне впровадження інформаційних технологій у банківську діяльність. У межах цієї моделі банки створюють онлайн-сервіси, мобільні додатки та веб-платформи, які дозволяють клієнтам здійснювати фінансові операції дистанційно.

Цифрові банки або так звані neobanks працюють переважно у віртуальному середовищі, що значно знижує витрати на утримання фізичної інфраструктури. У такій системі веб-сайт і мобільний додаток стають основними каналами взаємодії з клієнтами.

Інноваційний сценарій розвитку

Інноваційний сценарій розвитку банківських систем передбачає інтеграцію фінансових сервісів із новітніми технологіями, такими як штучний інтелект, блокчейн або автоматизовані системи обробки даних.

У межах цієї моделі банки активно використовують аналітику даних, автоматизовані системи обслуговування клієнтів та інтелектуальні фінансові сервіси.

Адаптивний сценарій розвитку

Адаптивний сценарій розвитку банківських систем є найбільш гнучкою моделлю функціонування фінансових установ. Він передбачає здатність банку швидко адаптуватися до змін ринку, впроваджувати нові технології та змінювати структуру своїх послуг відповідно до потреб клієнтів.

Основною характеристикою адаптивного сценарію є інтеграція різних каналів комунікації — фізичних відділень, веб-сайтів, мобільних додатків та інших цифрових платформ.

Адаптивна модель розвитку банку «Статок»

У межах даного проєкту було запропоновано адаптивну модель розвитку банківської системи «Статок», що базується на поєднанні традиційних фінансових послуг із сучасними цифровими технологіями.

Основою цієї моделі є створення ефективної цифрової платформи, що дозволяє клієнтам взаємодіяти з банком у режимі онлайн. Центральним елементом цієї платформи виступає веб-сайт банку, який виконує роль основного інформаційного та сервісного ресурсу.

Роль веб-сайту у сценарії розвитку банку

Веб-сайт банку «Статок» розглядається як ключовий інструмент комунікації з клієнтами. Через веб-платформу користувачі можуть отримувати

інформацію про фінансові продукти, здійснювати банківські операції та взаємодіяти з фінансовими сервісами.

Структура веб-сайту побудована таким чином, щоб забезпечити зручну навігацію та швидкий доступ до основних функцій. Інтерфейс платформи орієнтований на користувацький досвід і передбачає інтуїтивно зрозумілу систему взаємодії.

Етапи розвитку банківської системи «Статок»

Адаптивний сценарій розвитку банку передбачає кілька етапів.

Першим етапом є формування візуальної ідентичності бренду та створення базової системи комунікації з клієнтами. У межах цього етапу розробляється логотип, кольорова система бренду та загальна концепція дизайну.

Другим етапом є створення цифрової платформи банку, що включає веб-сайт та систему онлайн-сервісів. Цей етап передбачає розробку інтерфейсу користувача, модульної структури сайту та адаптивного дизайну.

Третій етап пов'язаний із розширенням функціоналу банківської системи. На цьому етапі можуть впроваджуватися нові фінансові сервіси, інтеграція мобільних додатків та автоматизація банківських процесів.

Інтеграція дизайну та функціональності

Важливим елементом адаптивного сценарію розвитку банку «Статок» є інтеграція дизайнерських рішень із функціональними можливостями веб-платформи.

Система візуальної ідентичності бренду використовується для створення цілісного дизайну цифрового інтерфейсу. Кольорова палітра, типографіка та графічні елементи бренду інтегруються у структуру веб-сайту, що забезпечує впізнаваність бренду у цифровому середовищі.

Користувацькі сценарії взаємодії

Адаптивний сценарій розвитку також передбачає створення різних користувацьких сценаріїв взаємодії з веб-платформою банку. Наприклад, користувач може відвідати веб-сайт банку для отримання інформації про

фінансові продукти, оформлення кредиту або відкриття банківського рахунку. Інтерфейс платформи повинен забезпечувати максимально просту та зрозумілу взаємодію з користувачем.

Перспективи розвитку цифрової платформи

У перспективі адаптивна модель розвитку банку «Статок» може включати інтеграцію нових технологічних рішень, таких як мобільні додатки, системи онлайн-платежів та автоматизовані сервіси фінансового управління.

Крім того, веб-платформа може використовуватися як інструмент для комунікації з клієнтами, надання консультацій та підтримки фінансових операцій.

Отже, адаптивний сценарій розвитку банку «Статок» передбачає створення гнучкої фінансової системи, що здатна швидко реагувати на зміни ринку та потреби клієнтів.

Основою цієї моделі є інтеграція цифрових технологій у банківську діяльність, що дозволяє забезпечити зручну взаємодію між банком та користувачами.

Розроблена концепція веб-платформи банку «Статок» створює основу для формування сучасного цифрового фінансового середовища, яке поєднує функціональність, зручність користування та ефективну систему візуальної комунікації.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі кваліфікаційної роботи було розглянуто процес розробки дизайну та концепції веб-сайту банківської системи «Статок», а також сформовано адаптивний сценарій розвитку банківської платформи у цифровому середовищі. Практична частина дослідження була спрямована на створення сучасної системи візуальної ідентичності банку та формування ефективної структури веб-ресурсу, що забезпечує зручну взаємодію між фінансовою установою та її клієнтами.

У ході виконання дослідження було розроблено концепцію бренд-дизайну банку «Статок», що стала основою для формування візуальної комунікації фінансової установи. Було визначено ключові елементи системи візуальної ідентичності бренду, серед яких логотип, кольорова палітра, типографічні рішення та система використання графічних елементів на різних носіях.

Розроблений логотип банку «Статок» поєднує текстовий знак із графічним символом, що формує цілісну композицію та забезпечує впізнаваність бренду. Геометрична структура логотипу створює відчуття стабільності та надійності, що є важливими характеристиками банківських установ. Використання масивних типографічних форм підкреслює міцність і структурованість фінансової системи.

У процесі створення бренд-дизайну було обрано кольорову систему, що базується на поєднанні чорного та зеленого кольорів. Таке поєднання створює сучасну та виразну композицію, яка легко адаптується до різних інформаційних середовищ. Зелений колір символізує фінансове зростання, розвиток та економічну стабільність, тоді як чорний підкреслює професійність і статусність бренду.

Було також розроблено варіативну систему використання логотипу, що включає кілька версій його відображення. Такий підхід дозволяє забезпечити універсальність використання бренду на різних носіях — від друкованих матеріалів до цифрових платформ.

У межах практичної частини роботи було продемонстровано застосування айдентики банку «Статок» на різних носіях бренду. Серед них можна виділити сувенірну продукцію, рекламні матеріали, пакувальні елементи та зовнішню рекламу. Такий підхід дозволяє створити цілісну систему бренд-комунікації, що забезпечує впізнаваність фінансової установи у різних інформаційних середовищах.

Окрему увагу у третьому розділі було приділено розробці структури веб-сайту банківської системи «Статок». Було визначено основні принципи організації інтерфейсу користувача, що базуються на використанні модульної сітки та принципів сучасного UI/UX дизайну.

У процесі дослідження було встановлено, що модульна сітка є одним із ключових інструментів організації структури веб-сайту. Вона дозволяє впорядкувати інформацію, створити логічну систему розташування елементів інтерфейсу та забезпечити гармонійну композицію сторінки.

Для веб-сайту банку «Статок» було використано колонкову модульну систему, що дозволяє гнучко розміщувати різні елементи контенту та забезпечує адаптивність дизайну. Такий підхід дозволяє створити структурований інтерфейс, що сприяє зручності користування веб-платформою.

Особливу увагу було приділено адаптивності веб-дизайну. У сучасному цифровому середовищі веб-сайти повинні коректно відображатися на різних типах пристроїв, включаючи комп'ютери, планшети та смартфони. Саме тому при розробці структури веб-сайту банку «Статок» було враховано принципи responsive-дизайну.

Використання адаптивної модульної сітки дозволяє забезпечити збереження цілісності дизайну та зручність користування веб-ресурсом незалежно від розміру екрана пристрою.

У межах дослідження також було розглянуто сценарій розвитку банківської системи «Статок». Було проаналізовано основні моделі розвитку банківських систем, серед яких традиційний, цифровий, інноваційний та адаптивний сценарії.

У результаті проведеного аналізу було визначено, що найбільш ефективною моделлю розвитку для сучасних банків є адаптивний сценарій, який передбачає інтеграцію різних каналів комунікації та використання цифрових технологій.

Адаптивний сценарій розвитку банку «Статок» базується на поєднанні традиційних фінансових послуг із сучасними цифровими платформами. Центральним елементом цієї системи є веб-сайт банку, що виконує функції інформаційного ресурсу та сервісної платформи.

Було визначено, що веб-платформа банку повинна забезпечувати зручний доступ до фінансових послуг, ефективну навігацію та інтуїтивно зрозумілий інтерфейс. Саме тому структура веб-сайту була побудована на основі принципів користувацького досвіду, що передбачають логічну організацію інформації та простоту взаємодії з інтерфейсом.

У результаті виконаної роботи було створено концепцію цифрової платформи банку «Статок», що поєднує сучасні дизайнерські рішення, функціональність та ефективну систему візуальної комунікації.

Таким чином, практична частина дослідження продемонструвала важливість інтеграції графічного дизайну, брендингу та цифрових технологій у процесі створення сучасних банківських платформ. Розроблена система бренд-дизайну та концепція веб-сайту банку «Статок» створюють основу для формування ефективної цифрової фінансової системи.

Отже, реалізація запропонованої концепції веб-сайту банківської системи «Статок» сприятиме підвищенню впізнаваності бренду, покращенню комунікації з клієнтами та розвитку сучасних цифрових фінансових сервісів.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У процесі виконання кваліфікаційної роботи було досліджено особливості розвитку банківських систем у сучасному цифровому середовищі, проаналізовано специфіку формування візуальної ідентичності банківських установ та розроблено концепцію веб-сайту банківської системи «Статок». Дослідження було спрямоване на вивчення взаємозв'язку між дизайном, брендингом та цифровими технологіями у процесі формування сучасних фінансових платформ.

У ході дослідження було встановлено, що банківський сектор є однією з найбільш динамічних галузей сучасної економіки, яка активно інтегрує цифрові технології у свою діяльність. У сучасних умовах веб-платформи та цифрові сервіси відіграють ключову роль у комунікації між банком та його клієнтами. Веб-сайт фінансової установи виступає не лише інформаційним ресурсом, але й інструментом надання банківських послуг, формування довіри до бренду та розвитку клієнтської бази.

У першому розділі роботи було проаналізовано особливості розвитку та поширення банківських систем в Україні. Було встановлено, що сучасна банківська система країни формується під впливом глобальних економічних процесів, цифрової трансформації фінансового сектору та зростання конкуренції на ринку банківських послуг.

Особливу увагу було приділено аналізу конкурентного середовища банківського сектору. Дослідження показало, що сучасні банки активно використовують цифрові технології для підвищення ефективності своєї діяльності та розширення спектра фінансових послуг. Розвиток онлайн-банкінгу, мобільних додатків та веб-платформ значно змінює структуру взаємодії між банками та клієнтами.

Крім того, у першому розділі було проведено аналіз ринку банківських послуг як в Україні, так і у світовому контексті. Було визначено основні тенденції розвитку фінансових систем, серед яких цифровізація банківських

сервісів, автоматизація фінансових процесів та впровадження новітніх технологічних рішень.

Дослідження показало, що у сучасному фінансовому середовищі банки повинні не лише надавати якісні фінансові послуги, але й формувати ефективну систему комунікації з клієнтами, що включає використання сучасних дизайнерських рішень та цифрових інтерфейсів.

У другому розділі роботи було досліджено особливості оформлення та дизайну банківських установ, а також проаналізовано принципи формування системи візуальної ідентичності банківських брендів. Було встановлено, що дизайн відіграє важливу роль у формуванні іміджу фінансової установи та створенні довіри з боку клієнтів.

У процесі дослідження було визначено основні елементи банківського брендингу, серед яких логотип, кольорова палітра, типографіка, графічні символи та інші елементи візуальної комунікації. Було встановлено, що ці елементи формують цілісну систему візуальної ідентичності, яка дозволяє банку виділятися серед конкурентів та створювати впізнаваний образ бренду.

Особливу увагу було приділено символіці кольорів у банківському брендингу. Було визначено, що різні кольори можуть формувати певні асоціації у свідомості користувачів. Наприклад, синій колір часто асоціюється зі стабільністю та надійністю, зелений — із фінансовим зростанням та економічним розвитком, а червоний — із енергією та динамікою.

Крім того, у другому розділі було розглянуто образний ряд у системі візуальної ідентичності банківських брендів. Було встановлено, що сучасні банки активно використовують різні графічні образи, корпоративних персонажів та інші елементи комунікації для залучення клієнтів та формування емоційного зв'язку з брендом.

У третьому розділі кваліфікаційної роботи було представлено практичну частину дослідження, що присвячена розробці дизайну та концепції веб-сайту банківської системи «Статок». У межах цього розділу було сформовано систему

візуальної ідентичності банку, розроблено концепцію бренд-дизайну та визначено основні принципи побудови веб-платформи.

Було створено логотип банку «Статок», який поєднує текстовий знак із графічним символом. Така композиція створює впізнаваний образ бренду та забезпечує ефективну систему візуальної комунікації. Геометрична структура логотипу підкреслює стабільність та структурованість фінансової установи.

Було також сформовано кольорову палітру бренду, що базується на поєднанні зеленого та чорного кольорів. Зелений колір символізує фінансовий розвиток та економічне зростання, тоді як чорний створює відчуття статусності та професійності.

У процесі розробки веб-сайту банку «Статок» було використано принципи модульного дизайну. Модульна сітка дозволяє впорядкувати структуру сторінки, забезпечити логічне розташування елементів інтерфейсу та покращити користувацький досвід.

Було встановлено, що використання модульної системи є одним із найбільш ефективних підходів до організації структури веб-сайтів. Така система дозволяє створювати гнучкі та адаптивні інтерфейси, що коректно відображаються на різних типах пристроїв.

Окрему увагу було приділено розробці адаптивного сценарію розвитку банківської системи «Статок». Було встановлено, що сучасні банки повинні функціонувати у межах гнучкої цифрової екосистеми, яка поєднує різні канали комунікації з клієнтами.

Запропонований адаптивний сценарій розвитку передбачає інтеграцію веб-платформи банку із цифровими сервісами, що дозволяє забезпечити ефективну взаємодію між банком та його клієнтами.

У результаті проведеного дослідження було розроблено концепцію веб-сайту банківської системи «Статок», що поєднує сучасні дизайнерські рішення, функціональність та ефективну систему візуальної комунікації.

Отже, результати дослідження підтверджують важливість інтеграції графічного дизайну, брендингу та цифрових технологій у процесі створення

сучасних фінансових платформ. Використання сучасних дизайнерських підходів дозволяє створювати ефективні веб-ресурси, що сприяють розвитку банківських систем та покращенню взаємодії з клієнтами.

Таким чином, розроблена концепція дизайну веб-сайту банківської системи «Статок» може бути використана як основа для створення сучасної цифрової платформи фінансової установи та подальшого розвитку банківських онлайн-сервісів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Іноземні джерела: друковані та електронні

1. Ripka G. Study of dominant quality indicators of materials and designs of railroad conductors' uniforms / Olena Kolosnichenko, Mykola Yakovlev, Irina Prykhodko-Kononenko, Larysa Tretyakova, Natalia Ostapenko, Kalina Pashkevich, Galyna Ripka // *Fibres and textiles*, Bratislava, 3 (2020), Volume 27, September 2020., p. 90-96.

Українські джерела: друковані та електронні

2. Бізюк А., Віткаленко Д. Методика створення корпоративного стилю. Східно-Європейський журнал передових технологій. Інформаційно-керуючі системи. 2011. № 1/10 (49). С. 31.
3. Бове Л. Кортлэнд, Аренс Ф. Уилльям. Современная реклама: навчальний посібник. Издательский дом «Довгань», 2002. 124 с.
4. Брусило Д., Гладких І. Фірмовий стиль як засіб ідентифікації підприємства та його формування з точки зору видавничої діяльності. Рейковий рухомий склад. 2018. № 16. С. 23.
5. Гольман І.А., Добробабенко Н.С. Практика рекламы. - К.: СП «Інтербук», 1991. – 132 с.
6. Дизайн. Тенденції та напрямки розвитку: монографія/ В.В.Сьомкін. – К.: Альтерпрес, 2009. – 523 с.
7. Жаркова В., Обласова О. Фірмовий стиль як технологія просування бренду. Масова комунікація у глобальному та національному вимірі. 2019. № 11. URL: http://www.dnu.dp.ua/docs/zbirniki/fszmk/program_5ce7c7953e4a2.pdf#page=4 2 (дата звернення: 04.04.2025)
8. Земляков І. Основи маркетингу: Навчальний посібник/ Ігор Земляков, Ігор Рижий, Василь Савич,; М-во освіти і науки України, Ін-т менеджменту та економіки «Галицька академія». – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 352 с.

9. Кількатисячні премії, грамоти та цінні подарунки – волинські лісівники привітали переможців конкурсів. Волинське обласне управління лісового та мисливського господарства. URL: <https://lisvolyn.gov.ua/?p=26260> (дата звернення: 21.04.2025).
10. Колосніченко М. В. Мода і одяг. Основи проектування та виробництва одягу: навчальний посібник / М. В. Колосніченко, К. Л. Пашкевич. – К.: КНУТД, 2018. – 238 с.
11. Литвинюк Л. Візуальна ідентифікація музейно-виставкових закладів засобами графічного дизайну : дис. ... докт. філос.: 17.00.07. Харків, 2018. 106 с.
12. Литвинюк Л. До питання становлення та розвитку фірмового стилю / Л. Литвинюк // Вісник Львівської національної академії мистецтв. – 2013. – Вип. 24. – С. 10-17.
13. Логотип і фірмовий стиль. Керівництво дизайнера: Девід Ейрі. Харків, 2011 р. 216 с.
14. Махнуша С., Косолап Н. Аналіз бренд-колористики 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: 27.03.2021).
15. Назайкін А.Н. Ілюстрування реклами. К.: Ексмо, 2014. 480 с.
16. Пашкевич К. Л. Проектування тектонічних форм одягу з урахуванням властивостей тканин: Монографія / К.Л. Пашкевич. – К.: ПП «НВЦ «Профі», 2015. – С. 364.
17. Пономаренко Ігор, Баландюк Андрій. Фірмовий стиль як основа комунікаційної політики компанії. [електронний ресурс]/ [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/18187/1/APSD2021_V2_P355 - 357.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/18187/1/APSD2021_V2_P355-357.pdf)
18. Правила створення логотипів [електронний ресурс]/ <http://editor.ucoz.ua> – режим доступу: http://editor.ucoz.ua/publ/statti/dizajn/pravila_stvorennja_logotipiv/11

19. Прищенко С.В. Проблеми колірної гармонії в сучасній рекламній графіці України// Збірник наук. праць Академії мистецтв України «Мистецтвознавство України». – К.: СПД Пугачов, 2006. – Вип. 6-7. – С. 448-458.
20. Психологія кольору в дизайні логотипу [електронний ресурс]/ <https://spilno.org/article/psykholohiya-koloru-v-dyzaini-lohotyp> 2
21. Роланд Бікман. Фірмовий стиль. Найкраща практика – управління персоналом. Монографія. – К.: Німецьке видавництво, Штутгарт, 2003. – 175 с.
22. Рунге В.Ф. История дизайна, науки и техники: учеб. пособие для архитектурных и дизайнерских специальностей/ В.Ф.Рунге. – М.: Архитектура-С, 2006. – Кн. 1.– 367 с.
23. Сайт Брендінгової агенції KOLORO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://koloro.ua/blog/brending-imarketing/firmennij-stiletoupakovka-vashejkompanii.html> 2
24. Сайт рекламної агенції «Ледокол» [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://ledokol.ua/psihologiazveta/>.
25. Сайт фестивалю «Goldstar» [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://goldstar.kiev.ua/>
26. Сайт фестивалю «Kids Artistic Revue» [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <https://dancekar.com/>
27. Топчій Н. Фірмовий стиль як засіб ідентифікації компанії. Сучасність, наука, час. Взаємодія та взаємовплив Матеріали всеукр. наук.-практ. конф., м. Київ, 20.11.2013 р. [Електронний ресурс]. URL: <https://intkonf.org/ru/2013/suchasnist-nauka-chas-vzaemodiya-tavzaemovpliv-18-20-11-2013>
28. Туемлоу Е. Графічний дизайн. Фірмовий стиль, новітні технології та креативні ідеї. К.: Астрель, 2016. 298 с. 15.
29. Фірмовий стиль : поняття, розробка. [електронний ресурс]/ <http://studcon.org/firmovyy-styl-ponyattya-rozrobka?page=4>

- 30.Фірмовий стиль [електронний ресурс]/ [www.reklama-lizo](http://www.reklama-lizo.lviv.ua/services/maket-req/default.htm) . – режим доступу: <http://www.reklama-lizo.lviv.ua/services/maket-req/default.htm>
- 31.Фірмовий стиль це упаковка Вашої компанії : блог. Koloro brand design. [електронний ресурс]/ <https://koloro.ua/ua/blog/brendingimarketing/firmennij-stil-etoupakovka-vashej-kompanii.html> .
- 32.Фірмовий стиль. Delta design. [електронний ресурс]/ <https://deltadesign.com.ua/what-is-corporate-identity/>
- 33.Фірмовий стиль. Seotm Digital Agency [електронний ресурс]/ https://www.seotm.com/ua/services/design/firm_style.html
- 34.Фірмовий стиль. Історія фірмового стилю [електронний ресурс]/ <http://pidruchniki.ws>. – режим доступу: http://pidruchniki.ws/17481012/marketing/firmoviy_stil
- 35.Фірмовий стиль: навч.-методичний комплекс/ Є.А.Антонович, А.Б.Максимова; за наук. ред. проф. Є.А.Антоновича. – К. : НАКККіМ, 2012. – 48 с.
- 36.Цуррі О.Г. Фірмовий стиль в створенні сприятливого іміджу компанії. Альманах теоретичних і прикладних досліджень реклами. Х.: «Парус», 2016. 130.
- 37.Череватенко М. Дизайн. Сучасне рішення. Харків : Книжний клуб, 2007. 236 с. 19. Johnson W. The Rose-tinted Menagerie. – Heretic Books, April 1994. ISBN 978- 0-946097-28-9.
- 38.Щербань Л.О. Інноваційні технології дизайн-проектування сучасного одягу [Електронний ресурс] / Л. О. Щербань, Ю. О. Костогриз, В. В. Керсновська, Н. В. Кривенька, В. О. Іваницька // Технології та дизайн. – 2018. – № 1 (26). – Режим доступу: URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2018_1_2.

ДОДАТОК А (ІЛЮСТРАЦІЇ)



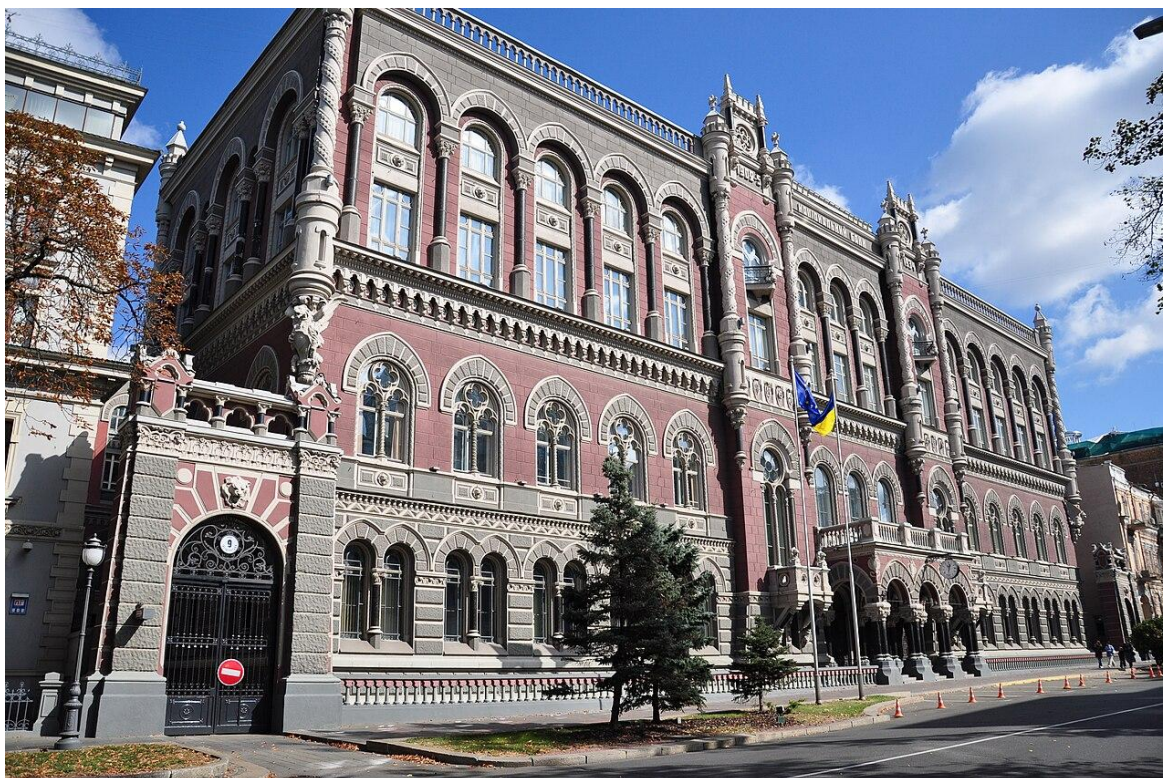
Ілюстрація 1. Банки України

Взято з мережі інтернет



Ілюстрація 2. Банки України

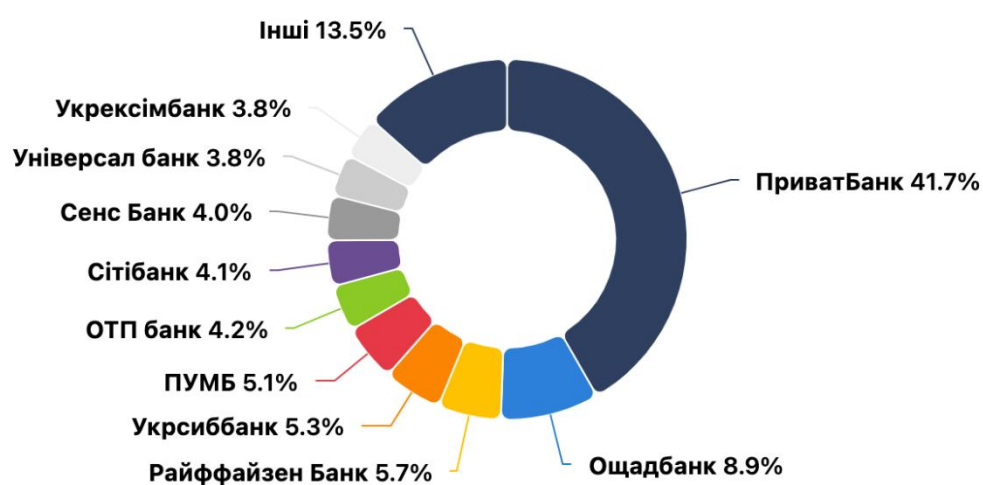
Взято з мережі інтернет



Ілюстрація 3. Національний банк України

Взято з мережі

Топ-10 банків України за прибутком 11 місяців 2023 року



Опендатабот

© 2023 Опендатабот — відкриті дані

інтернет

Ілюстрація 4. ТОП-10 банків України

Взято з мережі інтернет

ТОП-13 найнадійніших банків України*

Дані станом на 01.04.2019



* Перелік визначений згідно із отриманими балами за допомогою інструменту системи YouControl – FinScore. У списку наведені банки із показником FinScore A (найвищий рівень фінансової стійкості)

YOU
CONTROL

Ілюстрація 5. ТОП-13 Найнадійніших банків України

Взято з мережі інтернет



Ілюстрація 6.

Взято з мережі інтернет



Ілюстрація 7. СТАТОК – лого та знак бренду

Автор: Лихицький І.М. 2026





СТАТОК
ТВІЙ НАДІЙНИЙ БАНК



R 93
G 188
B 36



R 0
G 0
B 0



АБВГД
FK-AgitPro (font)

АБВГД
FK-AgitPro (font)

СТАТОК
ТВІЙ НАДІЙНИЙ БАНК

СТАТОК
ТВІЙ НАДІЙНИЙ БАНК

СТАТОК
ТВІЙ НАДІЙНИЙ БАНК

СТАТОК
ТВІЙ НАДІЙНИЙ БАНК

АВТОР ПРОЕКТУ: ЛИХИЦЬКИЙ ІВАН



Ілюстрація 8. СТАТОК – Плакат №1

Автор: Лихицький І.М. 2026



АВТОР ПРОЕКТУ: ЛИХИЦЬКИЙ ІВАН

СТАТОК
ТВІЙ НАДІЙНИЙ БАНК



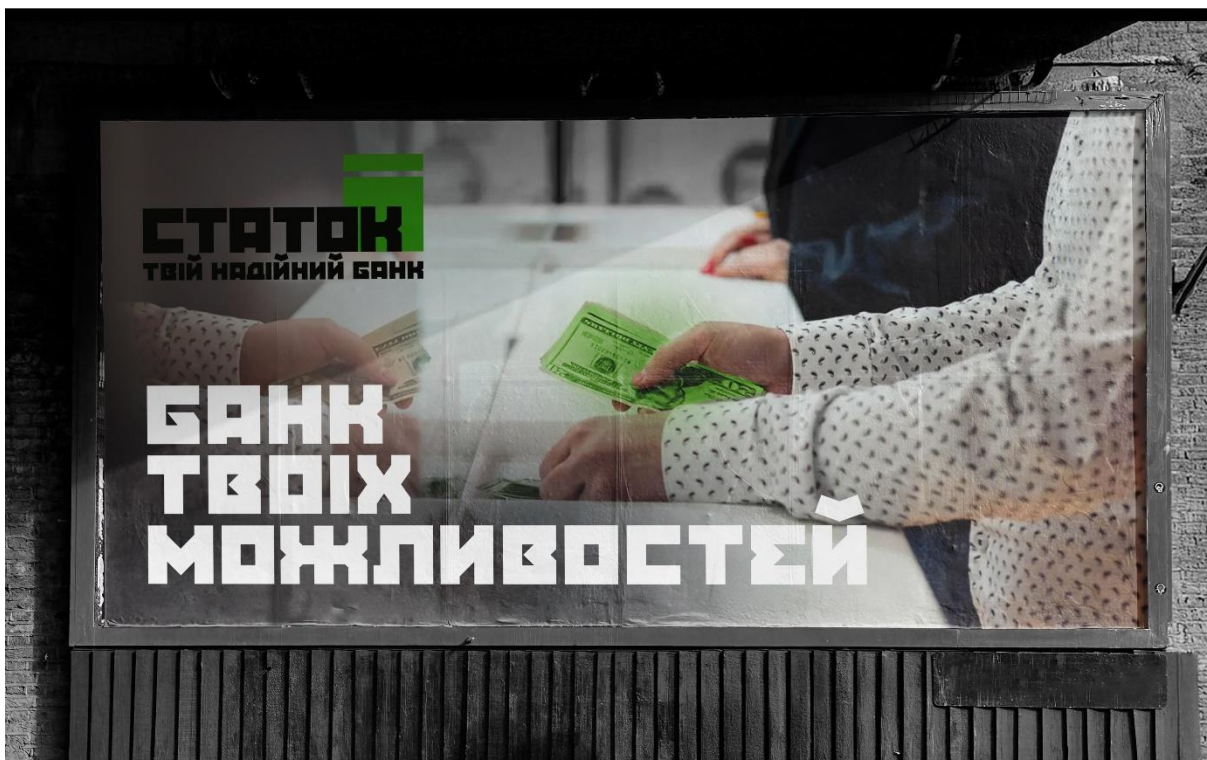
Ілюстрація 9. СТАТОК – Плакат №2

Автор: Лихицький І.М. 2026



АВТОР ПРОЕКТУ: ЛИХИЦЬКИЙ ІВАН

СТАТОК
Твій Надійний Банк



Ілюстрація 10. СТАТОК – Плакат №3

Автор: Лихицький І.М. 2026