



УДК 7.012:687

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ ЯК ОСНОВА ДЛЯ РОЗРОБКИ ФІРМОВОГО СТИЛЮ КОСМЕТИЧНОГО БРЕНДУ

ЄЖОВА Ольга, ГАЛІЦЬКА Анастасія

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна
yezхова.ov@knutd.edu.ua, kot250852@gmail.com

У роботі проведено аналіз сучасних тенденцій графічного дизайну та їх проявів у сфері косметичних виробів. Дослідження включає порівняння існуючих косметичних брендів та їх візуальної ідентичності. Розроблено фірмовий стиль для бренду сонцезахисних кремів, який відображає актуальні тенденції сучасного графічного дизайну

Ключові слова: *фірмовий стиль, графічний дизайн, косметичний бренд, візуальна ідентичність, сонцезахисні засоби.*

ВСТУП

Дослідження сучасних тенденцій графічного дизайну, яке має значення для аналізу візуальної ідентичності брендів, прогнозування актуальних напрямів дизайну та визначення споживчих переваг, може бути корисним для оцінки ефективності комунікації бренду та формування його впізнаваності. Відомі косметичні компанії використовують дослідження графічного дизайну для розробки фірмового стилю, упаковки та рекламних матеріалів, що відповідають сучасним тенденціям та очікуванням споживачів.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою роботи є дослідження характерних ознак сучасного графічного дизайну в сфері косметичних виробів, аналіз тенденцій та факторів впливу, а також визначення актуальних елементів дизайну для розробки фірмового стилю бренду сонцезахисних кремів.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Сучасний графічний дизайн у косметичній індустрії постійно еволюціонує, поєднуючи нові художні та маркетингові тенденції та водночас зберігаючи унікальність кожного бренду. Це дає змогу дизайнерам формувати візуальні образи, які передають філософію компанії та її цінності.

Підходи до оформлення косметичних продуктів дуже різноманітні: айдентика бренду може бути мінімалістичною та сучасною, яскравою й емоційною або елегантною та преміальною. Сучасні тенденції графічного дизайну постійно змінюються та впливають на сприйняття брендів споживачами по всьому світу [1]. Нові ідеї виникають через аналіз конкурентів, запозичення успішних рішень та їх адаптацію під власну айдентіку. Завдяки



цьому косметичні бренди можуть виділятися на ринку та створювати емоційний зв'язок зі своїми клієнтами [2].

Дослідження сучасних тенденцій графічного дизайну у сфері косметики показує різноманіття підходів до формування візуальної айдентики брендів сонцезахисних засобів (рис. 1). Бренди масового ринку, як Mr.SCRUBBER (рис. 1,а), використовують яскраво-жовту палітру для передачі енергійності та активного способу життя, тоді як тропічні мотиви, як у Glow Recipe (рис. 1,б) поєднують рожеві та золотисті відтінки, що асоціюються із природою та відпочинком. Мінімалістичний стиль демонструють бренди на кшталт DeLav (рис. 1,в), де біла основа, легкі графічні елементи та жовті акценти створюють чистий, молодіжний і привабливий вигляд для соцмереж, а преміальні відтінки бірюзові та голубі відтінки, підкреслюючи якість продукції та зв'язок із морем [3].



Рис. 1. Пакування сучасних українських косметичних брендів: а - пакування бренду Mr.SCRUBBER (фото b-and-w.com.ua); б - пакування бренду Glow Recipe (фото <https://anoushkaloves.com/beauty/brand-focus-glow-recipe/>); в - пакування бренду DeLav (фото delavcosmetics.com)

Виявлено, що одним з головних факторів, що впливає на сучасний фірмовий стиль косметичних брендів, є поєднання естетики та функціональності упаковки. Дизайнери прагнуть зробити упаковку зручною, міцною, інколи матовою або текстурною, щоб продукт легко було тримати мокрими руками на пляжі. Це поєднання краси та практичності формує загальний стиль бренду і його впізнаваність.

Розроблено авторський фірмовий стиль для бренду сонцезахисних кремів (рис. 2), джерелом натхнення якого стали візуальні рішення сучасних косметичних брендів, поєднані з актуальними тенденціями графічного дизайну та стилістичними особливостями розробки пакування для косметичних брендів.

Розробка фірмового стилю бренду «Sunset» (рис. 2) враховує сучасні тенденції графічного дизайну; спільними ознаками створеного стилю є яскравість, впізнаваність та чисті графічні елементи. У межах проекту було створено логотип, дизайн упаковки, декоративні патерни та ілюстрації, які формують цілісну візуальну систему бренду. Дизайн вирізняється помітністю



на прилавках і привабливістю для потенційного користувача, передаючи атмосферу відпочинку



Рис. 2. Розробка фірмового стилю для бренду сонцезахисних кремів «Sunset»

Кольорова гамма стилю базується на теплих і світлих відтінках: жовтий, золотистий, білий, блакитний та бежевий. Такий підхід дозволяє бренду відповідати сучасним трендам графічного дизайну та водночас залишатися зрозумілим і привабливим для споживача.

ВИСНОВКИ

Загалом, сучасний графічний дизайн у сфері косметичних виробів відображає різноманітність підходів, індивідуальність брендів та актуальні тенденції, що формують сприйняття продукту споживачем. Проведене дослідження існуючих косметичних брендів та їх айденитики стало основою для розробки фірмового стилю бренду «Sunset», який враховує не лише естетичні аспекти та сучасні тенденції графічного дизайну, а й привабливість, помітність на прилавках та зручність сприйняття для потенційного користувача.

ЛІТЕРАТУРА

1. Васильєв О., Бондаренко О. Графічний дизайн: актуальні проблеми сучасного дизайну: матеріали VII Міжнародна науковопрактична конференція (Київ, 4 квітня 2025 р). Київ : КНУТД, 2024. Т. 2. С. 72-74. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/31082/1/%D0%A2%D0%BE%D0%BC%20_2025-72-74.pdf
2. Колісник О., Чугунов Р. Графічний дизайн: сучасні тенденції. Актуальні проблеми сучасного дизайну: матеріали V Міжнародна науковопрактична конференція (Київ, 25 квітня 2024 р). Київ: КНУТД, 2024. Т. 2. С. 262-265. URL: <https://drive.google.com/file/d/1Lc2XCuF5xkbnljY188BDDs68W19YL7z/view>
3. Sunscreen Packaging: Key Designs, Materials & Innovations. URL: <https://luxetubes.com/sunscreen-packaging/>

YEZHOVA O., HALITSKA A.

CONTEMPORARY TRENDS IN GRAPHIC DESIGN AS A BASIS FOR DEVELOPING A COSMETIC BRAND IDENTITY

The study analyzes contemporary trends in graphic design and their application in the field of cosmetic products. The research includes a comparison of existing cosmetic brands and their visual identities. A brand identity for a sunscreen brand has been developed, reflecting current trends in modern graphic design.

Key words: brand identity, graphic design, cosmetic brand, visual identity, sunscreen products.