



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ “КИЇВСЬКИЙ
АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ”

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE
OF UKRAINE
STATE UNIVERSITY “KYIV AVIATION
INSTITUTE”



Тези доповідей XXV Міжнародної науково-практичної конференції
здобувачів вищої освіти і молодих учених

ПОЛІТ. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ НАУКИ
АРХІТЕКТУРА.БУДІВНИЦТВО.ДИЗАЙН
Факультет архітектури, будівництва та дизайну

Abstracts of XXV International conference of higher education students
and young scientists

POLIT. CHALLENGES OF SCIENCE TODAY
ARCHITECTURE.CONSTRUCTION.DESIGN
Faculty of Architecture, Construction and Design

Київ 2025

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ АРХІТЕКТУРИ, БУДІВНИЦТВА ТА ДИЗАЙНУ

Тези доповідей
XXV Міжнародної
науково-практичної конференції здобувачів
вищої освіти і молодих учених

ПОЛІТ.
СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ НАУКИ

АРХІТЕКТУРА. БУДІВНИЦТВО. ДИЗАЙН

Київ 2025

УДК 321:341:339.9

ПОЛІТ. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ НАУКИ. АРХІТЕКТУРА. БУДІВНИЦТВО. ДИЗАЙН: Тези доповідей XXV Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених, Київ, 1-4 квітня 2025, Державний університет «Київський авіаційний інститут» / Редакційна колегія К.Семенова [та ін.]. К.: ДУ «КАІ», 2025. 224 с.

Матеріали науково-практичної конференції містять узагальнення доповідей науково-дослідних робіт здобувачів вищої освіти та молодих учених у галузі «АРХІТЕКТУРА. БУДІВНИЦТВО. ДИЗАЙН».

Рекомендовано до друку Науково-методично-редакційною радою факультету архітектури, будівництва та дизайну (Протокол № 5 від 30 травня 2025 р.)

Голова оргкомітету:

Ксенія СЕМЕНОВА, в.о. президента Державного університету «Київський авіаційний інститут»

Заступники голови оргкомітету:

Сергій ГНАТЮК, проректор з наукових досліджень та трансферу технологій, д.т.н., проф., Державний університет «Київський авіаційний інститут»

Григорій МЕЛЬНИЧУК, в.о. декана факультету архітектури, будівництва та дизайну, к.т.н., Державний університет «Київський авіаційний інститут»

Октябринна ЧЕМАКІНА, заступник декана факультету архітектури, будівництва та дизайну, к.арх., доц.

Члени оргкомітету:

Ольга ЖОВКВА, зав. каф. архітектури та просторового планування, д.арх., проф.,

Павло КУР'ЯТ, ст. викл. каф. архітектури та просторового планування

Ігор ДУДНІК, в.о. зав. каф. комп'ютерних технологій, дизайну і графіки, к.т.н., доц.

Поліна ЗЕМЦОВА, асистент каф. комп'ютерних технологій, дизайну і графіки

Олександр БОБАРЧУК, зав. каф. комп'ютерних мультимедійних технологій, к.т.н.

Олена МАТВІЙЧУК-ЮДИНА, доц. каф. комп'ютерних мультимедійних технологій, к.п.н., доц.

Антон МАХІНЬКО, зав. каф. комп'ютерних технологій будівництва, д.т.н., проф.

Андрій ТОМАШЕВСЬКИЙ, асистент каф. комп'ютерних технологій будівництва

Олександр ДУБИК, зав. каф. інфраструктури авіаційного транспорту, к.т.н., доц.,

Тетяна СЄЧЕНЄВА, пров. фах. каф. інфраструктури авіаційного транспорту

Юрій ХОЛКОВСЬКИЙ, доц. каф. комп'ютерних технологій дизайну і графіки, к.т.н., доц.

СЕКЦІЯ «МУЛЬТИМЕДІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА СИСТЕМИ»	143
Бобир М., н. кер. Гальченко С. ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОГО СТИЛЮ НА РОЗПІЗНАНІСТЬ ТА РЕПУТАЦІЮ КОМПАНІЇ	143
Бузиль А., н. кер. Денисенко С. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ІНТЕГРАЦІЇ ОНЛАЙН ТА ОФЛАЙН РЕКЛАМИ ДЛЯ РИНКУ КОМП'ЮТЕРНОЇ ТЕХНІКИ	144
Ваховська Є., н. кер. Денисенко С. ТИПИ ДОПОВНЕНОЇ РЕАЛЬНОСТІ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ЇХ СТВОРЕННЯ	145
Вітик С., н. кер. Лобода С. МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА СТВОРЕННЯ ДИТЯЧИХ ВИДАНЬ II ГРУПИ	147
Власюк І., н. кер. Гальченко С. РОЛЬ БРЕНДБУКА У ФОРМУВАННІ ВІЗУАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ОСВІТНЬОГО ЗАКЛАДУ	148
Гніденко С., Гальченко С. СУЧАСНИЙ ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНИЙ ЗВУКОВИЙ ДИЗАЙН ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ ДЛЯ СТВОРЕННЯ КОГНІТИВНО-ДЕСТРУКТИВНОГО ЗВУКУ	149
Дисюк І., Коцюбайло О., н. кер. Денисенко С. ІНТЕРАКТИВНІ ЦИФРОВІ ВИДАННЯ: НОВІ МОЖЛИВОСТІ МУЛЬТИМЕДІЙНОГО ДИЗАЙНУ	151
Зелінська О., Фесенко С., н. кер. Гальченко С. ВПЛИВ ІНТЕРАКТИВНИХ ЕЛЕМЕНТІВ НА КОРИСТУВАЦЬКИЙ ДОСВІД	153

Зелінська І., н. кер. Родіонова О. ЗАХИСТ БАЗ ДАНИХ У ВИДАВНИЧО-ПОЛІГРАФІЧНІЙ ГАЛУЗІ: АУТЕНТИФІКАЦІЯ, АВТОРИЗАЦІЯ, ШИФРУВАННЯ.....	154
Зелінська І., н. кер. Лобода С. МУЛЬТИМЕДІЙНЕ ВИДАННЯ: ОСОБЛИВОСТІ, ТЕХНОЛОГІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	155
Зелінська І., н. кер. Родіонова О. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФЛЕКСОГРАФІЧНОГО ДРУКУ	157
Злотківська Т., н. кер. Бобарчук. О. ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ РЕСТАВРАЦІЇ ПОШКОДЖЕНИХ ЗОБРАЖЕНЬ ТА ІСТОРИЧНИХ ФОТОГРАФІЙ	158
Іваненко А., н. кер. Матвійчук-Юдіна О. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИКОРИСТАННЯ ДИНАМІЧНОГО БРЕНДУВАННЯ В ДИЗАЙНІ РЕКЛАМНИХ РЕСУРСІВ	161
Каплюк О., Бобарчук О. DAVINCI RESOLVE ЯК ЕФЕКТИВНА ЗАМІНА ЗАСТАРІЛИМ ПРОГРАМАМ ДЛЯ ВІДЕОМОНТАЖУ	162
Кацан М., н. кер. Денисенко С. СПЕЦИФІКА ПІДГОТОВКИ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИХ ЖУРНАЛІВ	164
Крячун В., н. кер. Мелешко. М. ІНТЕРАКТИВНІ МУЛЬТИМЕДІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У WEB-РЕСУРСАХ ДЛЯ РАНЬОГО РОЗВИТКУ ДІТЕЙ	165
Крячун В., н. кер. Родіонова О. ІНТЕГРАЦІЯ БАЗ ДАНИХ ACCESS У МУЛЬТИМЕДІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ: МОЖЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	167
Латай Д., н. кер. Родіонова О. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТЕХНОЛОГІЙ ПАКОВАЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	169
Пивоварова Є., н. кер. Родіонова О. ЕКОЛОГІЧНІ МАТЕРІАЛИ ДЛЯ ВИГОТОВЛЕННЯ ПАКОВАНЬ.....	171
Русецька О., н. кер. Матвійчук-Юдіна О. СУЧАСНІ ЦИФРОВІ РІШЕННЯ ДЛЯ ПУБЛІКАЦІЇ ДОВІДКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ	172
Сіренко С., н. кер. Матвійчук-Юдіна О. СВІТОВИЙ ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ ДОПОВНЕНОЇ РЕАЛЬНОСТІ У СУЧАСНИХ ПІДРУЧНИКАХ	174
Солоха І., н. кер. Матвійчук-Юдіна О. ПРОГРАМНІ РІШЕННЯ В СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ РЕКЛАМНОГО КАТАЛОГУ	176
Чебан А., н. кер. Родіонова О. РІЗНОВИДИ УПАКОВКИ ДЛЯ ПРОДУКЦІЇ ПОБУТОВОЇ ХІМІЇ: МАТЕРІАЛИ, ТЕХНОЛОГІЇ, ОБЛАДНАННЯ	178
Язвінська А., н. кер. Матвійчук-Юдіна О. ВИКОРИСТАННЯ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ЕЛЕМЕНТІВ У СУЧАСНИХ НАВЧАЛЬНИХ ПОСІБНИКАХ.....	179
Язвінська А., н. кер. Родіонова О. ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ПРИ ПРОЄКТУВАННІ БАЗ ДАНИХ ДЛЯ ВИДАВНИЦТВА.....	181

СЕКЦІЯ «МУЛЬТИМЕДІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА СИСТЕМИ»

УДК 658.114-028(043.2)

ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОГО СТИЛЮ НА РОЗПІЗНАНІСТЬ
ТА РЕПУТАЦІЮ КОМПАНІЇ

Марія Бобир

*Державний університет «Київський авіаційний інститут», м. Київ**Науковий керівник – Світлана Гальченко, к.т.н.***Ключові слова:** корпоративний стиль, дизайн, кольори, бізнес, споживач.

Корпоративний стиль є потужним стратегічним інструментом, що не лише визначає зовнішній вигляд компанії, а й формує її імідж, впізнаваність та репутацію. Він містить у собі візуальні, вербальні та емоційні елементи, які разом створюють єдиний брендований простір. В умовах високої конкуренції корпоративний стиль відіграє ключову роль у залученні клієнтів, формуванні довіри та відмежуванні компанії від конкурентів. Відповідність корпоративного стилю місії, цінностям і діяльності компанії сприяє зміцненню її ринкових позицій та формуванню стійкого позитивного іміджу.

Значний вплив корпоративного стилю спостерігається у процесі побудови довготривалих стосунків із клієнтами. Візуальна узгодженість бренду підвищує рівень довіри, оскільки споживачі схильні обирати компанії, що мають впізнавану та послідовну айдентику. Використання єдиного стилю в маркетингових матеріалах, упаковці, рекламі та цифрових комунікаціях сприяє створенню емоційного зв'язку з аудиторією. Дослідження показують, що споживачі можуть сформулювати перше враження про бренд за 7 секунд, але для впізнавання логотипу потрібно 5-7 контактів [1]. Це підтверджує важливість унікального та запам'ятовуваного логотипу як одного з ключових елементів корпоративного стилю.

Колірна гама відіграє значну роль у формуванні брендової ідентичності. Дослідження свідчать, що використання певних кольорів може збільшити впізнаваність бренду до 80% [2]. Наприклад, синій колір використовується у більшості цінних брендів, що робить його найпопулярнішим кольором для логотипів. Вплив кольорів виходить за межі естетики – вони впливають на психологічне сприйняття компанії, асоціюючись із довірою, стабільністю або інноваційністю.

Окрім кольору, значення мають такі візуальні компоненти, як типографіка, форма логотипу та композиція елементів. Наприклад, шрифти без засічок часто використовуються технологічними компаніями, оскільки вони символізують сучасність і простоту. У той же час, класичні шрифти з засічками асоціюються з надійністю та традиційністю, що робить їх популярними серед фінансових та юридичних компаній.

Узгоджене використання елементів корпоративного стилю у всіх каналах комунікації сприяє підвищенню довіри споживачів та посилює ефективність брендових комунікацій. Компанії, які підтримують послідовний брендинг, можуть збільшити свій дохід на 33%. Це демонструє важливість дотримання єдиного стилю не лише у візуальному оформленні, а й у всіх маркетингових матеріалах, повідомленнях та стратегіях взаємодії з клієнтами.

Сучасний бізнес все більше орієнтується на цифрову присутність, тому узгодженість корпоративного стилю у веб-дизайні, мобільних додатках та соціальних мережах є критично важливою. Дослідження HubSpot вказують, що 94% перших вражень про компанію пов'язані з її дизайном, а 75% довіри до бренду базується на візуальних аспектах [3]. Це підтверджує необхідність створення професійного і гармонійного брендингу.

Крім візуальних аспектів, корпоративний стиль також включає вербальні елементи, такі як тон комунікації та слоган компанії. Узгоджений *tonofvoice* бренду підвищує його впізнаваність та викликає довіру у споживачів. Наприклад, дослідження Lucidpress показали, що компанії, які використовують єдиний стиль комунікації, мають у середньому на 33% більший дохід порівняно з тими, хто не дотримується єдиної бренд-стратегії.

Висновок

Корпоративний стиль є невід'ємним елементом успішної комунікаційної стратегії компанії. Використання унікального логотипу, продуманої кольорової гами та узгоджених комунікацій сприяє підвищенню впізнаваності бренду та зміцненню його репутації. Подальші дослідження можуть зосередитися на вивченні впливу корпоративного стилю на фінансові показники компаній, що дозволить глибше зрозуміти його стратегічне значення.

Список використаних джерел:

1. Branding Statistics for 2025: Top Insights and Trends. URL: https://learn.g2.com/branding-statistics?utm_source=chatgpt.com.
2. Вплив трендів на корпоративний стиль: Збереження сучасності у бізнес-світі. URL: https://sdvu.ua/index.php?route=blog/blog&blog_root_id=00&blog_id=45&lang=ua.
3. Branding Statistics Every Entrepreneur and Marketer Needs to Know in 2024. URL: https://www.crowdspring.com/blog/branding-statistics/?utm_source=chatgpt.com.