

К.А. Козко, 2 курс

*Научный руководитель – Ю.О. Тихоновская, преподаватель – стажёр
Полесский государственный университет*

Главным элементом, который помогает туристическому предприятию налаживать работу с клиентами, является фирменный стиль. Фирменный стиль направлен на объединение в единое целое всей информации, исходящей от туристического предприятия во внешний мир, с целью формирования его позитивного восприятия у потребителей и всех заинтересованных в его деятельности сторон, включая инвесторов и партнёров.

Сущность фирменного стиля можно отразить в его определении.

Фирменный стиль представляет собой имидж предприятия и специальный способ донести информацию о существовании предприятия. Элементы, которые существуют в фирменном стиле, помогают потребителю различить продукцию одной фирмы от другой [1, с.203].

Но нужно заметить, что фирменный стиль предприятия рассматривают как в узком, так и в широком смысле.

В узком представлении имеют в виду сочетание товарного знака, цветового и графического стиля деловых бумаг.

В широком смысле - это применение единого взгляда на оформление, цветовые сочетания и образы для всех форм рекламы, технической, деловой документации, офисное помещение, а иногда и одежды персонала [1, с.204].

Однако большинство организаций останавливается на узком представлении фирменного стиля.

Можно заметить, что наличие фирменного стиля даёт особые преимущества туристическому предприятию:

1. Корпоративная сплоченность персонала, то есть сотрудники ощущают, что их объединяет общее дело – совершенствование фирменного стиля.

2. Уникальный образ компании помогает запомнить потребителям именно это туристическое предприятие

3. Формируется надежная репутация, которая способствует укрепить доверие партнеров и клиентов, что далее помогает лучше реализовывать продукцию и услуги.

В то же время наличие фирменного стиля не всегда способствует сбыту продукции фирмы.

Существуют ключевые шаги при создании фирменного стиля туристического предприятия:

- Определение целевой аудитории, обязательно нужно прислушиваться к мнению клиентов, для того чтобы удовлетворить их потребности.

- Необходимо обратиться к профессионалам в области дизайна, так как данное туристическое предприятие должно себя позиционировать успешным и престижным брендом.

- Разработать концепцию бренда, а именно сформировать будущее понимание торговой марки, её уникальность и функциональность.

- Формирование логотипа, потому что именно логотип даёт задатки фирменного стиля, так как выбирается специальное изображение, цвета, шрифт и т.д. [2, с.9].

Фирменный стиль включает целый набор индивидуальных констант туристического предприятия, наиболее значимые элементы отражены в таблице (Таблица 1).

То есть можно сказать, что элементами фирменного стиля туристического предприятия можно считать фирменные особенности дизайна.

На примере туристической фирмы «Coral Travel» проведем анализ фирменного стиля.

Туристическая фирма «Coral Travel» имеет свой привлекательный фирменный стиль.

Рассмотрим основные компоненты фирменного стиля данной туристической фирмы (Таблица 2)

Таблица 1. – Элементы фирменного стиля

Название элемента	Характеристика
Товарный знак	Зарегистрированные в установленном порядке изобразительные, словесные, объёмные, звуковые обозначения или их комбинации, которые используются владельцами для идентификации своих товаров.
Бренд	Комплекс характеристик, мнений, ассоциаций о продукте в сознании потребителя.
Название фирмы	Уникальное название, под которым компания известна всем.
Логотип	Представляет собой оригинальное начертание или сокращенное наименование фирмы.
Фирменные цвета	Цвет делает фирменный стиль более эмоциональным, запоминающимся и может оказывать психологическое влияние на настроение клиентов.
Слоган	Короткая фраза, девиз предприятия.
Корпоративный герой	Неизменный образ представителя, посредника организации. Подчеркивает основную идею предприятия. Помогает построить и укрепить отношения между целевой аудиторией и брендом.

Примечание – Источник: собственная разработка на основании источника [1]

Таблица 2. – Основные компоненты фирменного стиля «Coral Travel»

Название компонента	Характеристика
Товарный знак	Выполнен товарный знак запоминающимся и уникальным шрифтом - голубых оттенков.
Название фирмы	«Coral Travel»
Логотип	
Фирменные цвета	У турфирмы «Coral Travel» специальная цветовая гамма, которая представляет собой голубые и оранжевые оттенки и немного светло-зеленого. Голубой цвет – это цвет небес и морских вод. Символизирует легкость и чистоту. Оранжевый цвет отличается яркостью и пестротой. Светло-зелёный цвет ассоциируется с природой, вызывает приятные эмоции.
Слоган	Ваш отдых в надежных руках!
Корпоративный герой	Отсутствует.

Примечание – Источник: собственная разработка

Можно заметить, что данная туристическая фирма обладает отличной конкурентоспособностью. Бренд «Coral Travel» позиционируется на белорусском рынке как марка надежности и качества, что накладывает особую ответственность на деятельность компании и является стимулом для дальнейшего развития и совершенствования.

Подводя итоги, сделаем вывод, что создание фирменного стиля очень трудоемкий процесс, а также при привлечении квалифицированных специалистов – довольно затратный.

Список использованных источников

1. Безрутченко Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие/ Ю.В.Безрутченко. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015, – 232 с.

2. Скараманга В.П. Фирменный стиль в гостеприимстве: учебное пособие/ В.П.Скараманга. – М.: Издательско-торговая корпорация «Финансы и статистика», 2010, –192 с.