**ПРИНЦИПЫ РАЗРАБОТКИ ЭЛЕМЕНТОВ КОРПОРАТИВНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В НАЦИОНАЛЬНОМ СТИЛЕ.**

**А.П. Доронина**, **М.А. Удова**,Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема

В статье рассматриваются понятие корпоративной идентичности, ее элементов, а также значимость правильного дизайна этих элементов для компании. Сравниваются такие понятия, как «национальный стиль» и «культура». Выделяются основные принципы при разработки элементов в национальном стиле, а также подчёркивается значимость проработки каждого элемента для достижения не только успеха на рынке, но и плодотворного влияния на общественность компанией.

Ключевые слова: корпоративная идентичность, культура, национальный стиль, элементы корпоративной идентичности.

**PRINCIPLES FOR DEVELOPING ELEMENTS OF CORPORATE IDENTITY IN THE NATIONAL STYLE.**

**A.P. Doronina, M.A. Udova**, Sholem Aleichem Primorsky State University

The article examines the concept of corporate identity, its elements, and the importance of the correct design of these elements for a company. Such concepts as "national style" and "culture" are compared. The main principles for developing elements in a national style are highlighted, and the importance of elaborating each element to achieve not only success in the market, but also a fruitful influence on the public by the company is emphasized.

Keywords: corporate identity, culture, national style, elements of corporate identity.

Во все времена корпоративная идентичность имела большое значение для формирования корпоративного имиджа и была ключевым аспектом. Корпоративная идентичность играет ключевую роль в конкурентной борьбе между компаниями и является преимуществом организации. Корпоративная идентичность важна, поскольку отражает стратегические цели компании и позиционирует её в глазах общественности, а также формирует корпоративную репутацию. В современном мире ни одна компания не может обойтись без корпоративной идентичности, и всё больше внимания уделяется использованию национального стиля, что укрепляет связь с клиентами, подчёркивает уникальность и вызывает положительные эмоции.

Чтобы понять природу элементов корпоративной идентичности рассмотрим понятие корпоративной идентичности.

Понятие идентичность дословно переводится с латинского языка как «отождествлять».

В современном мире в корпоративную идентичность входят- корпоративная стратегия, история, культура, образы, графические изображения, торговые марки, знаки, корпоративное поведение, способы коммуникаций с обществом, показатели отросли и организационная структура корпорации.

Термин «корпоративная идентичность с английского языка дословно переводится как корпоративная личность.

Кандидат экономических наук Тамбовцева Н. Н. считает корпоративную идентичность сложным понятием, подверженным влиянию объективных и субъективных факторов, а также зависящим от психологических аспектов. Корпоративная идентичность является одним из ключевых факторов, определяющих привязанность сотрудников к компании. Важной характеристикой процесса формирования корпоративной идентичности является его динамичность, проявляющаяся в постоянном развитии этого явления [5].

Кандидат социологических наук, доцент кафедры рекламы ТИУиЭ Дагадаев Е. А. подчёркивает, что корпоративная идентичность является частью личности индивида, подобно концепции «Я» [2].

Доктор экономических наук, профессор Андреева Л. Ю. рассматривает корпоративную идентичность как тесную связь с символикой организации, такой как название, слоган, логотип, фирменный стиль, рекламная информация и скрытые рекламные компоненты, а также представление компании о себе [1].

Корпоративная идентичность оказывает огромное влияние на компанию, её узнаваемость в обществе и на сотрудников этой компании. Корпоративная идентичность формируется благодаря различным элементам, таким как слоган, логотип, фирменный стиль, цвет, шрифт, реклама, визитка и иногда гимн. Таким образом, элементы корпоративной идентичности являются важной и неотъемлемой составляющей компании и её успеха, так как именно они составляют саму корпоративную идентичность.

Существует множество важных аспектов, на которые необходимо обращать внимания для достижения успеха популяризации компании в будущем. В этой статье основной упор внимания будет направлен на культурный аспект.

Культурный аспект и национальный стиль тесно связаны между собой, поскольку культура формирует основу для развития национального стиля и определяет его особенности. Национальный стиль отражает культурные ценности, традиции, историю и образ жизни народа, создавая уникальный образ продукта, услуги или компании.

Культура играет ключевую роль в формировании национального стиля, так как она определяет мировоззрение, систему ценностей и поведенческие нормы нации. В свою очередь, национальный стиль влияет на культуру, способствуя распространению и сохранению национальных традиций, обычаев и искусства.

Национальный стиль может быть выражен через использование определённых материалов, цветов, орнаментов, форм и стилей, которые отражают особенности национальной культуры.

Таким образом, связь культурного аспекта и национального стиля заключается в том, что культура формирует основу для развития национального стиля, а национальный стиль, в свою очередь, влияет на культуру, способствуя сохранению и распространению национальных традиций и ценностей.

При создании компании особенно в национальном стиле важно учитывать культурный аспект, так как он оказывает существенное влияние на успех бизнеса. Ниже представлен ряд причин, почему стоит обратить внимание на культурный аспект:

1. Формирование корпоративной культуры.

Культура компании влияет на взаимоотношения внутри коллектива, мотивацию сотрудников и их лояльность к компании. Учёт культурных особенностей помогает создать гармоничную атмосферу в коллективе и повысить эффективность работы.

1. Взаимодействие с клиентами и партнёрами.

Культура компании также определяет то, как она будет взаимодействовать с клиентами и партнёрами. Учёт культурных особенностей помогает установить прочные отношения, основанные на доверии и уважении, что способствует долгосрочному сотрудничеству.

1. Восприятие бренда компании.

Культура компании влияет на то, как её воспринимают клиенты и партнёры. Учёт культурных особенностей помогает сформировать позитивный имидж компании и укрепить её позиции на рынке.

1. Адаптация к местным условиям.

Разные страны и регионы имеют свои культурные особенности, которые влияют на бизнес-процессы и стратегии развития компании. Учёт этих особенностей помогает адаптироваться к местным условиям и успешно конкурировать на рынке.

1. Избегание недопонимания и конфликтов.

Разные культуры могут иметь разные ценности, нормы и обычаи, которые могут привести к недопониманию и конфликтам. Учёт культурных особенностей помогает избежать таких ситуаций и сохранить хорошие отношения с партнёрами и клиентами.

В целом, учёт культурного аспекта при создании компании помогает адаптировать бизнес-стратегии к местным условиям, установить прочные отношения с клиентами и партнёрами, сформировать позитивный имидж компании и обеспечить успешное развитие бизнеса.

К основным составляющим элементам корпоративной идентичности относят: логотип компании, слоган, фирменные цвета, геометрические формы и шрифт [4]. При проектировании данных элементов, составляющих корпоративную идентичность, в национальном стиле стоит учитывать следующие принципы:

1. Отражение национальной идентичности и культурных особенностей.

Любой элемент корпоративной идентичности должен подчёркивать уникальность и самобытность страны, использовать традиционные элементы и символику.

1. Использование национального колорита.

Элементы корпоративной идентичности должны быть выполнены в национальном стиле, с использованием традиционных материалов и орнаментов.

1. Гармония с национальными цветами.

Применение цветов, которые не только ассоциируются с выбранной страной или регионом, но и плодотворно влияют на восприятие обществом и создают единый и узнаваемый образ [3].

1. Простота.

Элементы должны быть легко узнаваемыми и понятными, а также легко ассоциироваться с тем национальным стилем, который в них был заложен.

1. Адаптация к современным требованиям.

Элементы корпоративной идентичности должны быть актуальными и соответствовать современным тенденциям в дизайне и коммуникации.

1. Сотрудничество с национальными экспертами.

При разработке элементов корпоративной идентичности важно привлекать специалистов, которые разбираются в национальной культуре и традициях.

1. Тестирование и обратная связь. Перед запуском проекта необходимо провести тестирование элементов корпоративной идентичности среди целевой аудитории, чтобы убедиться в их эффективности и восприятии.

Каждый из элементов корпоративной идентичности является важным составляющим компании. При недостаточной проработки одного из элементов компания может не возыметь успеха на рынке и потерять благосклонность потребителя. Компании с тщательно проработанным дизайном каждого элемента, особенно в национальном стиле, имеет высокую конкурентноспособность и узнаваемость среди потенциальных потребителей.

**Литература**

1. Андреева Л.Ю. Маркетинговые инструменты реализации концепции корпоративной идентичности // TerraEconomicus. – 2012. - №1. – С. 133-136.
2. Дагаева Е.А. Корпоративная идентичность понятие, структура, механизмы формирования // Вестник Таганрогского института управления и экономики. – 2008.- С. 45-48.
3. Денисова О.И. Особенности работы с фирменной цветовой гаммой в дизайне корпоративной униформы // Костюмология. – 2019. №4. – С. 8.
4. Пилипенко Е.В. Проектирование айдентики: структура и сущность основных элементов в современном дизайне // Сборник докладов VI Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов и молодых учёных. -
Белгород: 2018. – С. 48-51.
5. Тамбовцева Н.Н. Управление процессом формирования корпоративной идентичности: автореф. дис. кандидат экономических наук: 08.00.05.. - Москва, 2012.- 23 с.