

Хмельницький національний університет
Факультет технологій і дизайну
Кафедра дизайну

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

перший (бакалаврський)

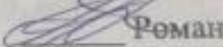
Освітній рівень.

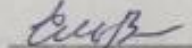
РОЗРОБКА ФІРМОВОГО СТИЛЮ РЕТРОДРОПУ КРИПТОВАЛЮТИ NOVA (NATIONAL OPEN VALUE ALLIANCE)


Галузь знань 02 Культура і мистецтво
Шифр і назва галузі знань

Спеціальність 022 Дизайн
Шифр і назва спеціальності

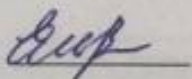
Шифр ДРДЗ.2018066.03.02.ПЗ

Виконав: студент 4 курсу, група ДЗН—21—3  Роман ГАВРИЛЮК

Керівник: кандидат техн. наук, доцент  Ельвіра БАЗИЛЮК

Нормоконтролер: кандидат техн. наук, доцент  Лариса КРАСНІЮК

До захисту допускаю:
Зав. кафедри дизайну

 Ельвіра БАЗИЛЮК .

24 червня 2025 р.

Хмельницький, 2025

Хмельницький національний університет
(повне найменування навчального закладу)

Факультет технологій і дизайну
Освітній рівень перший (бакалаврський)
Галузь знань 02 Культура і мистецтво
(шифр і назва)
Спеціальність 022 Дизайн
(шифр і назва)
Освітня програма Дизайн

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри дизайну

Ельвіра Ельвіра БАЗИЛЮК

7 лютого 2025р

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Гаврилюк Роман Олегович
(прізвище, ім'я, по-батькові)

1. Тема роботи: «Розробка фірмового стилю ретродропу криптовалюти NOVA
(National Open Value Alliance)»

Керівник проєкту Базиліук Ельвіра, канд. техн. наук, доцент
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від 7.02. 2025 р., № 23.

2. Строк подання студентом закінченої роботи 1 червня 2025 р.

3. Вихідні дані до роботи: українська криптовалюта NOVA

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

Вступ

розділ 1 – Обґрунтування вихідних даних до об'єкту проєктування

розділ 2 – Ретроспектива теми

розділ 3 – Творча розробка дизайну об'єкта проєктування

Висновки

Додатки

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
6 планшетів з художнім проєктом (розмір 90x60см)

6. Консультанти розділів роботи

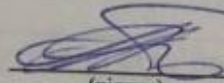
Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
—	—	—	—
—	—	—	—
—	—	—	—
—	—	—	—
—	—	—	—
—	—	—	—
—	—	—	—
—	—	—	—

7. Дата видачі завдання 7.02.2025 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Приміт
1	Аналіз та обґрунтування вихідних даних до проектування об'єкта	7.02—20.03.2025	
2	Дослідження ретроспективи теми	21.03—10.04.2025	
3	Формування концепції та пошукові варіанти логотипу	11.04—5.05.2025	
4	Розробка фірмового стилю	6.05 – 10.05.2025	
5	Дизайн сувенірної продукції	10.05—12.05.2025	
6	Оформлення пояснювальної записки та банера	13—31.05.2025	

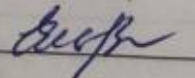
Студент



(підпис)

Роман ГАВРИЛЮК

Керівник роботи



Ельвіра БАЗИЛЮК

АНОТАЦІЯ

до кваліфікаційної роботи першого бакалаврського рівня вищої освіти
на тему: «Розробка фірмового стилю ретродропу криптовалюти NOVA
(National Open Value Alliance)»

Студента групи ДЗН-21-3 Гаврилюка Р.О.,

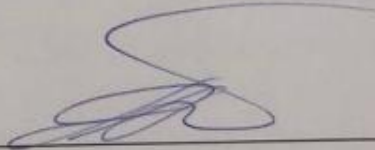
Керівник к.т.н., доц. Базилюк Е.В.

Обсяг пояснювальної записки 45 с., 51 ілюстрація, 5 додатків, 37 джерела.

АЙДЕНТИКА, КРИПТОВАЛЮТА, РЕТРОДРОПТ, ФІРМОВИЙ СТИЛЬ

Дипломна робота присвячена розробці фірмового стилю для українського криптовалютного ретродроп-проекту NOVA. Мета проекту полягає у створенні візуальної айдентики, що поєднує сучасність, патріотизм і технологічність, для просування криптовалюти, яка призначена для допомоги Збройним силам України і впровадження безготівкових розрахунків у рамках послуг компанії. Під час роботи було створено логотип, підібрано фірмову шрифтову пару і колірну гамму, сформовано візуальні рішення відповідно до вимог адаптивності для веб- і мобільного середовища. В основі стилю - поєднання синьо-жовтих кольорів як відсилання до національного контексту, і мінімалістична стилістика, що відповідає глобальним трендам у криптодизайні.

21 червня 2025
(дата)


(підпис розробника)

ЗМІСТ

Вступ.....	5
1. Обґрунтування вихідних даних до проектування об'єкта.....	8
1.1 Характеристика об'єкта проектування.....	8
1.2 Аналіз вимог до фірмового стилю криптопроєкту NOVA.....	12
2. Ретроспектива теми.....	16
2.1 Історичний огляд ретроспективи дизайну криптовалюти.....	16
2.2 Візуальні рішення в криптоіндустрії.....	18
3. Творча розробка дизайну об'єкта проектування.....	26
3.1 Вибір та обґрунтування концепції дизайну об'єкта проектування.....	26
3.2 Розробка варіантів творчих ідей.....	28
3.3 Обґрунтування розробки головної ідеї дизайну об'єкта проектування.....	31
Висновки.....	40
Перелік джерел посилання.....	41
Додаток А. Візуалізація асоціацій.....	46
Додаток Б. Елементи брендбуку	48
Додаток В. Використання логотипу	54
Додаток Г Приклади фірмового стилю на різних носіях.....	56
Додаток Д. Планшети.....	58
ВСТУП	

Актуальність теми. На сьогоднішній день важко знайти людину, яка б ніколи нічого не чула про криптовалюту. Інтерес до неї стрімко зростає серед звичайних громадян та інвесторів. Пов'язано це насамперед через розвиток ІТ– сфери, нестабільністю економіки та бажання мати альтернативні фінансові інструменти.

Дизайн є невід’ємною частиною в темі криптовалюти, адже з’являється потреба у створенні привабливих логотипів, сервісів, додатків, які повинні заохочувати людей долучатись до сучасних тенденцій. Візуальна частина повинна не тільки забезпечувати гарну обгортку, а й викликати довіру, що є основною проблемою для багатьох нових інвесторів, що не звикли бачити гроші – в цифровому вигляді, та не мати змоги торкнутись до них, як до чогось матеріального.

Крім того, важливим є і культурний аспект – у нинішніх складних умовах, коли Україна переживає економічні та воєнні виклики – розвиток новітніх цифрових проєктів, до прикладу – криптовалюти, є не лише кроком у майбутнє, а й проявом стійкості та адаптивності українського суспільства. Створення якісних українських продуктів у цій сфері сприяє розвитку економіки та формує позитивний імідж України як сучасної, вільної та технологічної держави, допомагає дизайнерам та програмістам займатись українськими проєктами, які підтримують міцність та єдність нашої держави. Криптопроєкт NOVA – це один з благодійних проєктів, спрямованих на допомогти українській армії. Криптовалюта NOVA розроблена компанією «Кристал», яка займається розробкою криптовалют.

На фоні новин про те, що Україна збирається легалізувати криптовалюту на національному рівні [1], як на прикладі багатьох європейських країн, дослідження теми криптоіндустрії як нової можливості для розвитку дизайну в Україні є своєчасним і важливим, особливо для спеціалістів, що бажають працювати з новітніми технологіями та створювати актуальні продукти.

Мета роботи. Розробка цілісного фірмового стилю для українського криптопроєкту, для підвищення впізнаваності та залучення ширшої цільової аудиторії.

Завдання, які необхідно виконати для досягнення поставленої мети:

1. Провести дослідження сучасного ринку криптовалюти в Україні та проаналізувати візуальні рішення, які використовують українські та світові криптопроєкти.
2. Визначити вимоги до фірмового стилю.

3. Розробити концепцію фірмового стилю, яка буде відображати цінності бренду, його місію та відповідати тематиці криптовалют.
4. Створити основні елементи фірмового стилю: логотип, кольорову палітру, шрифтову систему, графічні елементи.
5. Оформити брендбук, у якому буде представлена система фірмового стилю та приклади її застосування (сайт, мобільний інтерфейс, мерч, соціальні мережі).

Об'єкт дослідження: візуальна комунікація в сфері цифрових фінансових технологій (зокрема криптовалют).

Предмет дослідження: процес створення фірмового стилю для українського ретродроп криптопроєкту як засіб формування візуальної ідентичності та довіри користувачів.

Методи дослідження:

1. Аналіз літературних і цифрових джерел – вивчення теоретичних основ брендингу, особливостей дизайну у сфері криптовалют.
2. Порівняльний аналіз – дослідження візуальних рішень існуючих криптопроєктів для виявлення ефективних підходів у побудові фірмового стилю.
3. Проєктний метод – розробка фірмового стилю на практиці: логотипу, палітри, типографіки, , брендбуку.

Структура і обсяг роботи: Кваліфікаційна робота складається з пояснювальної записки, художнього проєкту частини, брендбуку, сувенірної продукції, виготовленої в матеріалі.

Пояснювальна записка виконана на 44 сторінках, містить 51 рисуноків, 5 додатків та список використаних джерел з 37 найменувань.

Графічна частина – шість планшетів (розмір: 900x600 мм)

1. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИХІДНИХ ДАНИХ ДО ПРОЄКТУВАННЯ ОБ'ЄКТА

1.1 Характеристика об'єкта проєктування.

Фірмовий стиль є ключовим елементом брендингу, що забезпечує впізнаваність і довіру до проєкту, особливо у сфері криптовалют, де візуальна комунікація відіграє важливу роль у залученні користувачів. Об'єктом проєктування є фірмовий стиль українського криптопроєкту NOVA компанії «Кристал», який включає логотип, кольорову палітру, шрифти, графічні елементи для цифрових і фізичних носіїв.

Фірмовий стиль, як об'єкт дизайну, являє собою сукупність візуальних і графічних елементів, що формують єдину ідентичність бренду. Основними складовими є логотип, кольорова палітра, шрифти та графічні елементи. У криптоіндустрії фірмовий стиль має особливе значення, оскільки користувачі взаємодіють із проєктами переважно через цифрові платформи, як вебсайти, мобільні додатки, соціальні мережі [2].

Проєкт NOVA призначений для фірми «Кристал», що займається розробкою криптовалют. Вони оголосили що мають за мету створити криптовалюту, для допомоги Збройним силам України, а також для зручності розрахунків своїм клієнтам за різні послуги компаній-партнерів. Для реалізації цього проєкту обов'язково потрібен розроблений фірмовий стиль, тому було прийнято рішення долучитися до цього проєкту на волонтерських засадах і розробити фірмовий стиль, який буде сприяти просуванню української криптовалюти.

Ретродроп – це вид винагороди користувачам, які вже раніше взаємодіяли з їхньою платформою будь-яким запропонованим способом. Інвестування або транзакції, участь у тестуванні, за які проєкт може «віддячити» токенами безкоштовно.

Токени – це цифрові активи, створені на основі блокчейну. Це своєрідна цифрова валюта, яка використовується в певному проєкті чи екосистемі [3]. Вони можуть мати різні функції:

Ретродроп створюється в умовах динамічного розвитку українського ринку криптовалют, який характеризується стрімким зростанням. За даними аналітики Chainanalysis [4] у 2025 році обсяг інвестицій у криптовалюту в Україні досяг 1,5 мільярда доларів, а кількість користувачів перевищила 5 мільйонів. Легалізація віртуальних активів Законом України «Про віртуальні активи» сприяла популяризації криптопроєктів, таких як QMall [5] і WhiteBIT [6].

NOVA позиціонується як інноваційний проєкт, орієнтований на молодь, із акцентом на ретродропа, тобто роздачу токенів для залучення аудиторії та патріотичні цінності. Основною метою проєкту є створення платформи для інвестицій, що допомагатимуть збройним силам України.

Джерелами творчості для розробки стилю є приклади аналогів та аналіз ринків криптопроєктів (Bitcoin.org, WhiteBIT.com). Вони дозволяють визначити сучасні підходи до створення фірмового стилю що поєднує функціональність і естетику [7].

Фірмовий стиль NOVA є комплексним об'єктом дизайну, який має забезпечити впізнаваність, довіру та залучення аудиторії в умовах конкурентного українського крипторинку. Вихідні дані створюють основу для подальшого аналізу.

Криптовалюта – різновид цифрової валюти, емісія та облік якої виконується децентралізованою платіжною системою повністю в автоматичному режимі (без можливості внутрішнього або зовнішнього адміністрування, зокрема і державними органами). Принциповою особливістю криптовалют є збереження інформації у блокчейні, де асиметричне шифрування використовується для перевірки повноважень [8].

Блокчейн – це ланцюг блоків, розподілена база даних, що зберігає впорядкований ланцюжок записів (так званих блоків), який постійно довшас.

Кожен блок містить часову позначку, хеш попереднього блоку та дані транзакцій. Інформація про транзакції зазвичай надається відкритою, не зашифрованою. Захистом від підробки та спотворення слугує включення хешу всього блоку у наступний блок. Тому внесення змін в один з блоків вимагає відповідних змін в усіх блоках після нього, що зазвичай виявляється або дуже складно, або дуже коштовно. Таку розподілену базу даних закладено в основу першої криптовалюти біткойн, для якої у 2008 році й створили технологію блокчейн. Простими словами – це своєрідна книга обліку всіх операцій, яка дає змогу вирішити питання подвійної витрати без центрального сервера чи органу [9].

Багато криптовалют було створено для полегшення роботи, що виконується в блокчейні, на якому вони побудовані. Наприклад, Ethereum був розроблений для використання як оплати для підтвердження транзакцій та відкриття блоків, що полегшує переказ між різними географічними регіонами.

Оскільки на ринку так багато криптовалют, важливо розуміти їхні типи. Кожна криптовалюта має своє призначення. За призначенням токени поділяють на такі види:

1. Корисні токени: XRP та ETH – два приклади корисних токенів. Вони виконують певні функції у відповідних блокчейнах.
2. Транзакційні токени: призначені для використання як метод оплати. Біткойн є найвідомішим із них.
3. Токени управління: ці токени підтримують додатки, створені для використання блокчейну, такі як Solana.
4. Токени безпеки: токени, що представляють право власності на актив, такий як акції, які були токенизовані (вартість передана в блокчейн). Токен MS є прикладом токену безпеки. Якщо знайти один із них у продажу, можна отримати часткове право власності на Millennium Sapphire.

Проект NOVA має за мету створити транзакційні токени, якими потенційні користувачі зможуть також розраховуватись ними та інвестувати.

Криптовалюта є легальною у Європейському Союзі. Фінансові інструменти та інші продукти, що використовують криптовалюту, повинні кваліфікуватися як «фінансові інструменти». У червні 2023 року набув чинності регламент Європейської комісії щодо ринків криптоактивів. Цей закон встановлює гарантії та правила для компаній або постачальників, які надають фінансові послуги з використанням криптовалют.

В Україні ринок криптовалют активно розвивається завдяки перспективам легалізації та появі таких форматів, як ретродроп-проекти, що залучають широку аудиторію. Особливістю українського ринку є потреба у створенні проєктів, які поєднують глобальні стандарти з національним контекстом. Дизайн відіграє ключову роль у формуванні довіри до криптопроектів, адже фірмовий стиль допомагає користувачам сприймати цифрові активи як надійні та сучасні. Прогнозується, що до 2028 року ринок криптовалют зросте майже до двох мільярдів користувачів. Зі зростанням аудиторії зростає і потреба в гарному дизайні. Криптовалютні рішення є за своєю суттю складними, оскільки вони обробляють багато угод та взаємодій з користувачами. Правильний дизайн має спростити життя клієнтів завдяки взаємодії із продуктом. Тому розробка фірмового стилю для криптовалюти NOVA повинна задовільняти потреби ринку та мати сучасний, конкурентний дизайн [10].

В результаті аналізу сутності криптовалюти як фінансового та візуального явища, було визначено особливості комунікаційних викликів для сучасних криптопроектів. Виявлено, що фірмовий стиль у сфері цифрових активів відіграє не лише естетичну, а й стратегічну роль - формує довіру, виокремлює бренд на тлі конкурентів та забезпечує ефективну взаємодію з користувачами. У рамках реалізації фірмового стилю криптопроекту NOVA заплановано розробити фірмовий стиль, яка включатиме: логотип, кольорову палітру, шрифтове оформлення, систему іконок, градієнтні переходи, а також графічний патерн. Усі ці елементи будуть

створені на основі єдиної концепції, з урахуванням цільової аудиторії та сучасних вимог до криптодизайну, щоб забезпечити впізнаваність, емоційність та адаптивність бренду в різних середовищах.

1.2 Аналіз вимог до фірмового стилю криптопроєкту NOVA

Розробка фірмового стилю для криптопроєкту NOVA вимагає ретельного аналізу ринкових умов, потреб цільової аудиторії та естетичних тенденцій, щоб забезпечити його ефективність і конкурентоспроможність. Аналітичне дослідження дозволяє визначити функціональні, естетичні та експлуатаційні характеристики фірмового стилю, які відповідатимуть сучасним викликам криптоіндустрії та українському контексту. Метою розділу є визначення вимог фірмового стилю криптовалют, порівняння дизайну конкурентів і формулювання принципів створення фірмового стилю NOVA, що поєднує патріотизм і технологічність.

Для більш точного визначення цільової аудиторії криптопроєкту NOVA було проаналізовано загальні ринкові тенденції, демографічні характеристики користувачів криптовалютних сервісів. На основі цього аналізу цільовою аудиторією визначено молодь віком від 18 до 40 років, яка цікавиться новітніми цифровими технологіями, має досвід користування фінансовими додатками та виявляє готовність до використання криптовалюти як альтернативного платіжного засобу. Основу аудиторії складають мешканці України, з можливістю масштабування на міжнародний ринок. Саме потреби цієї аудиторії будуть враховані при розробці візуальної ідентифікації проєкту - з акцентом на простоту, технологічність, патріотичність і мобільну адаптивність.

Аналіз конкурентів дозволяє визначити сильні та слабкі сторони їхнього фірмового стилю, що є основою для розробки унікального стилю. Головними вимогами для фірмового стилю NOVA обумовлені його застосуванням на цифрових платформах та сувенірних продукції. Дизайн має бути адаптивним для вебсайтів,

мобільних додатків і соціальних мереж, забезпечуючи читабельність і зручність. Логотип повинен бути простим для масштабування, кольоровий набір – контрастною для темних і світлих тем інтерфейсу. Також стиль має працювати на фізичних носіях і в рекламі. Естетичні вимоги передбачають використання синьо–жовтих кольорів для підкреслення національної ідентичності, доповнених нейтральними відтінками для балансу [11].

Якісно розроблені елементи створять у потенційних клієнтів враження, співпраці із сильною, єдиною організацією та ідейною командою. Також це значно підвищить впізнаваність продуктів, що виробляє фірма, та її рекламних акцій. Фірмовий стиль зміцнює статус і вдосконалює імідж компанії або торгової марки на ринку.

Серед українських проєктів можна виділити основні – WhiteBIT , QMall. Це великі криптобіржі, орієнтовані на клієнтів з України, за допомогою яких можна купувати, продавати, обмінювати та заробляти криптовалюти.

Перше, з чим має справу клієнт, який зацікавився проєктом – це візуальна частина, тобто дизайн. Тому важливо, для компанії розробити привабливий, гідний фірмовий стиль, що дасть зрозуміти професіоналізм та надійність. Це основний фактор, що дозволяє приваблювати цільову аудиторію.

Вимоги до кольорового оформлення:

- Кольорова палітра має базуватися на патріотичних відтінках, зокрема синього та жовтого, які асоціюються з українською національною символікою;
- Додатково можуть бути використані нейтральні або темні кольори для фону чи контрасту;
- Обрані кольори мають відповідати сучасним тенденціям криптодизайну: бути яскравими, технологічними, але не перенасиченими;
- Важливо дотримуватися високого контрасту для забезпечення читабельності в цифровому та друкованому середовищі.

Вимоги до типографіки:

- Шрифти мають бути геометричними, сучасними та легко читабельними;
- Перевагу віддають sans-serif гарнітурам, які добре відображаються як у великих заголовках, так і в малих інтерфейсних елементах;
- Важливо, щоб обрані шрифти підтримували українську кирилицю;
- Заборонено використовувати декоративні або рукописні стилізації, які ускладнюють сприйняття.

Вимоги до форм та графічних елементів:

- У фірмовому стилі мають переважати чисті геометричні форми - такі як квадрат, трикутник, ромб, що можуть слугувати візуальною метафорою блокчейну, стабільності та структури;
- Доцільним є використання патернів із повторюваних геометричних елементів, які посилюють впізнаваність стилю;
- Графіка має бути плоскою (flat) або лінійною, відповідно до тенденцій мінімалізму та UI-дизайну.

Вимоги до масштабування і адаптації:

- Усі елементи мають бути адаптовані для різних розмірів і носіїв – від мобільних екранів до зовнішньої реклами;
- Має бути передбачена мінімальна допустима ширина логотипу без втрати впізнаваності та чіткості.

Вимоги для сувенірної продукції:

Фірмовий стиль має бути універсальним у використанні, з можливістю розміщення на сувенірних носіях, таких як:

- Футболки, худі – нанесення за допомогою шовкотрафарету, або термопереносу;
- Ручки – термодрук у 1-2 кольори;
- Пакети, листівки, стікери – офсетний або цифровий друк;
- Наліпки на авто – із стійких ПВХ-плівок;
- Кредитні картки – друковані моск-карти із логотипом; - Керамічні чашки – сублимаційний друк.

Усі продукти повинні зберігати цілісність візуального стилю, мати правильне розміщення логотипу, відповідні кольори та дотримання захисних зон.

Таким чином, основними вимогами до майбутнього фірмового стилю криптопроєкту NOVA є відповідність сучасним дизайнерським тенденціям, технологічному напрямку проєкту та національному контексту, відображення приналежності до України, читабельні геометричні шрифти, мінімалістичні форми, а також можливості масштабування стилю на різні типи носіїв – від цифрових інтерфейсів до сувенірної продукції. Сформовані критерії є основою для подальшого розроблення фірмового стилю бренду NOVA.

2 РЕТРОСПЕКТИВА ТЕМИ

2.1 Історичний огляд ретроспективи дизайну криптовалюти

Дизайн у сфері криптовалют, зокрема фірмовий стиль криптобірж, за останнє десятиліття зазнав суттєвої трансформації. Від простих, технічно орієнтованих логотипів перших криптовалют до комплексних фірмових стилів сучасних бірж – ця еволюція відображає зміну вимог користувачів, ринку та технологій.

Перші криптовалюти, такі як Bitcoin (2008), Litecoin (2011), Dogecoin (2013), мали логотипи, що скоріше нагадували технічні значки або прості символи (рис.2.1). Основний акцент робився на впізнаваність та асоціативність із грошима. Вони створювалися переважно ентузіастами і мали доволі базовий візуальний вигляд. Символ Bitcoin – це стилізовані літери BC, які розташовані на кругу, що нагадує золоту монету (рис. 2.1, а); Litecoin (рис. 2.1, б) або Dogecoin (рис. 2.1, в), мали схожий підхід – мінімальні графічні рішення без складного фірмового стилю. На цьому етапі дизайн не відігравав стратегічної ролі. Головною метою була демонстрація технічної ідеї – децентралізації, анонімності, нової економіки.



Рисунок 2.1 – Перші логотипи: а - Bitcoin [12]; б – Litecoin [13]; в – Dogecoin [14]

З появою перших великих криптовалют, таких як Binance [15], Coinbase,

Kraken (рис. 2.2), почали формуватися повноцінні фірмові стилі, орієнтовані не тільки на фірмовий стиль, а й на користувацький досвід. У цей період логотипи стали більш уніфікованими, з чіткою геометрією, без застосування шрифтів переважно темно-синього, чорного або синьо-фіолетового кольорів – кольорів, що асоціюються з надійністю, технологічністю та фінансовою стабільністю.

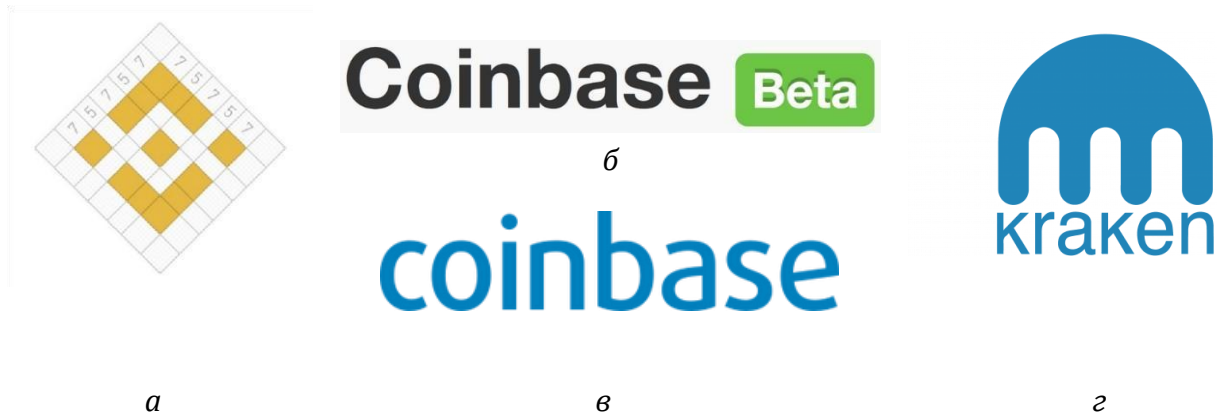


Рисунок 2.2 – Текстові та комбіновані логотипи криптовалют: а – Binance [15]; б – Coinbase, 2012р. [16]; в – Coinbase 2013 [16]; г – Kraken 2011 [17]

У сучасному дизайні криптопроектів помітні глобальні тенденції: мінімалізм, геометризм, адаптивність, дизайн для темної теми, абстрактні патерни та анімація. У графіці активно використовуються градієнти, технологічні ефекти, 3D-елементи, що додають візуальної глибини.

Біржі, як-от Bybit, Bitget, Qmall (рис. 2.3), зосереджуються не лише на логотипі, а на цілісному фірмовому стилі: брендбук, кольорова палітра, патерни. Візуальна мова бренду стає інструментом емоційної взаємодії з користувачем. Наприклад, Bitget обирає сучасний м'ятно-бірюзовий колір як символ діджиталу та легкості, Bybit [18] робить ставку на поєднання чорного та жовтого – енергії, сили та технологій.



а



в



б



г

Рисунок 2.3 – Текстові та комбіновані логотипи криптовалют: а – Bybit, 2020р. [18]; б – Bitget 2018 [19]; в – Bitget 2023 [20]; г – QMall 2022 [5]

Дедалі частіше бренди використовують гнучкий фірмовий стиль, де логотип може трансформуватися залежно від контексту, до прикладу – адаптація для мобільних, NFT-проектів, сайтів, презентацій. Особливе місце посідають патерни та графічні структури, які можуть виступати як фоновий елемент або ідентифікатор бренду. Під час переддипломної практики було розроблено патерн із трикутників, що утворюють ромбоподібну структуру, яка підкреслює порядок, технологічність і цифрову суть криптопроєкту NOVA.

2.2 Візуальні рішення в криптоіндустрії

Криптоіндустрія, як і будь який інший проєкт повинен мати власний фірмовий стиль, для успішного просування у даній сфері. Він відіграє ключову роль у формуванні довіри та залученні користувачів, адже віртуальні активи сприймаються візуально, через сам дизайн сайтів, логотипів, додатків. Більшість криптоінвесторів

молодші 40 років, така вікова група очікує бездоганного користувацького досвіду. Аналіз таких рішень у світі криптовалюти дозволить виявити ефективні підходи до створення фірмового стилю, який грає основну роль візуально спілкуючись із користувачем [21].

Світові криптопроекти такі як Bitcoin і Solana демонструють різні підходи до фірмового стилю, до прикладу біткойн має мінімалістичний символ «B» у помаранчевому кольорі, що у більшості людей асоціюється із золотом, або надійністю (рис. 2.4). Solana використовує геометричний логотип у вигляді стилізованої літери «S» із неоновими відтінками, що підкреслюють технологічність (рис. 2.5, б).



а

Updated symbol



On February 24, 2010, Satoshi posted an updated icon that adopted the capital "B" with two vertical lines (archive.org, bitcointalk.org). Satoshi requested that all derivative works be placed in the public domain.

Update by Bitboy



On November 1, 2010, a user named bitboy proposed a new icon and set of promotional graphics on the Bitcointalk forum (archive.org, bitcointalk.org). This iteration added a flat style, the hex color #F7931A, and a 14-degree rotation of the B. This interpretation of the bitcoin logo is still ubiquitous today.

б

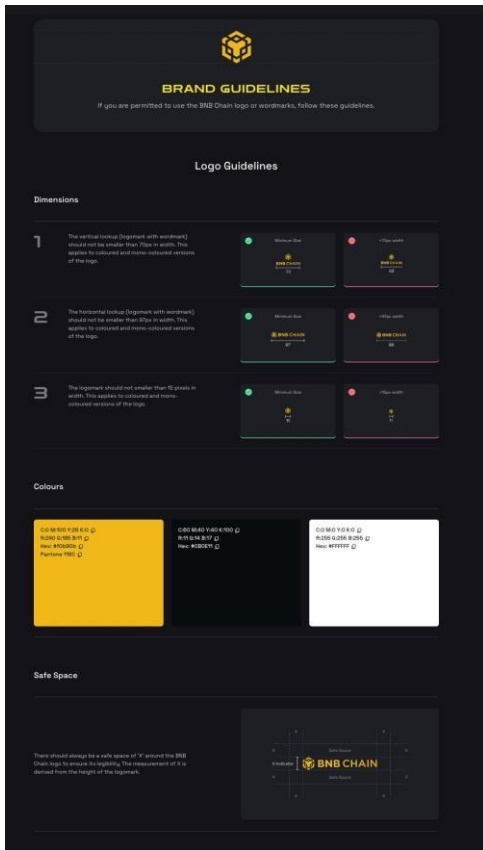


в

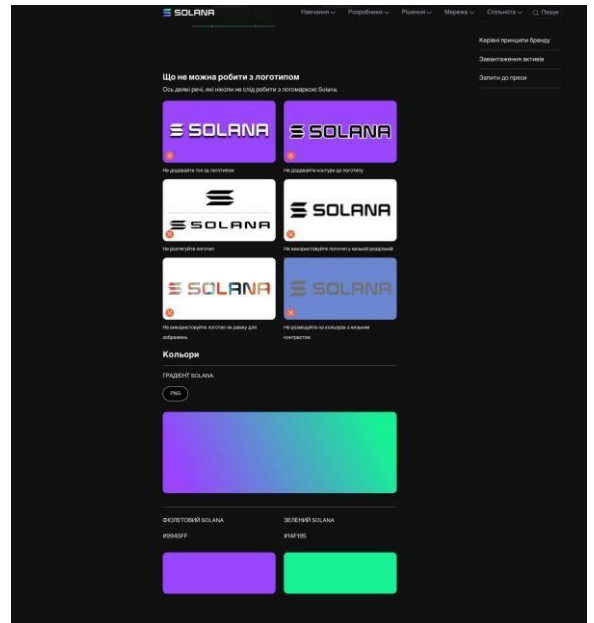


г

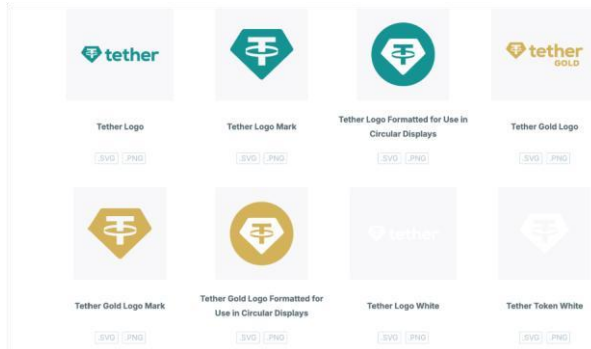
Рисунок 2.4 – Візуальні рішення Bitcoin [22]



а



б



в



г

Рисунок 2.5 – Візуальні рішення різних криптовалют: а – Binance [23]; б – Solana [24]; в – Tether [25]; г – WhiteBIT [6]

Порівняння візуальних рішень різних криптовалют приведене в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – Порівняння візуальних рішень криптопроектів

Проект	Логотип	Кольори	Основний стиль
Bitcoin	Символ «В»	Помаранчевий	Мінімалізм
Binance	Трикутник	Жовтий, чорний	Динамічність
Solana	Спіраль	Гرادієнт від фіолетового до зеленого	Сучасність, енергійність
Tether (USDT)	Літерний символ «Т»	Зелений, білий	Стабільність, простота
WhiteBIT	Стилізована літера «W»	Синьо-жовтий, чорний	Патріотизм, функціональність

На основі аналізу візуальних рішень (табл. 2.1), виявлено, що більшість криптопроектів обирають для колірної схеми не більше трьох кольорів – основний, та два додаткових, для підкреслення важливої інформації. В основному кольори підбирають на основі кольорів логотипу компанії. Зазвичай в сучасному світі багато користувачів задоволені використанням темних тем. Особливо якщо компанія зосереджена на графіці, темна тема її краще підкреслить, але якщо вона містить багато тексту, то світла тема із цим працюватиме краще [26].

Із останніх дописів Bitcoin News [27] можна дізнатись що в 2025 році в криптоіндустрії наразі домінують такі проекти як: Binance, Bybit, Bitget, Coinbase. Kraken. Саме тому зроблено аналіз їх дизайн-стилем:

1. Coinbase – це онлайн платформа для купівлі, продажу, торгівлі та зберігання криптовалют [28]. Інтерфейс має чистий, організований вигляд з лаконічною кольоровою схемою та великою кількістю простору, що випромінює професіоналізм та дозволяє очам відпочити, використовує велику типографіку (рис. 2.6).

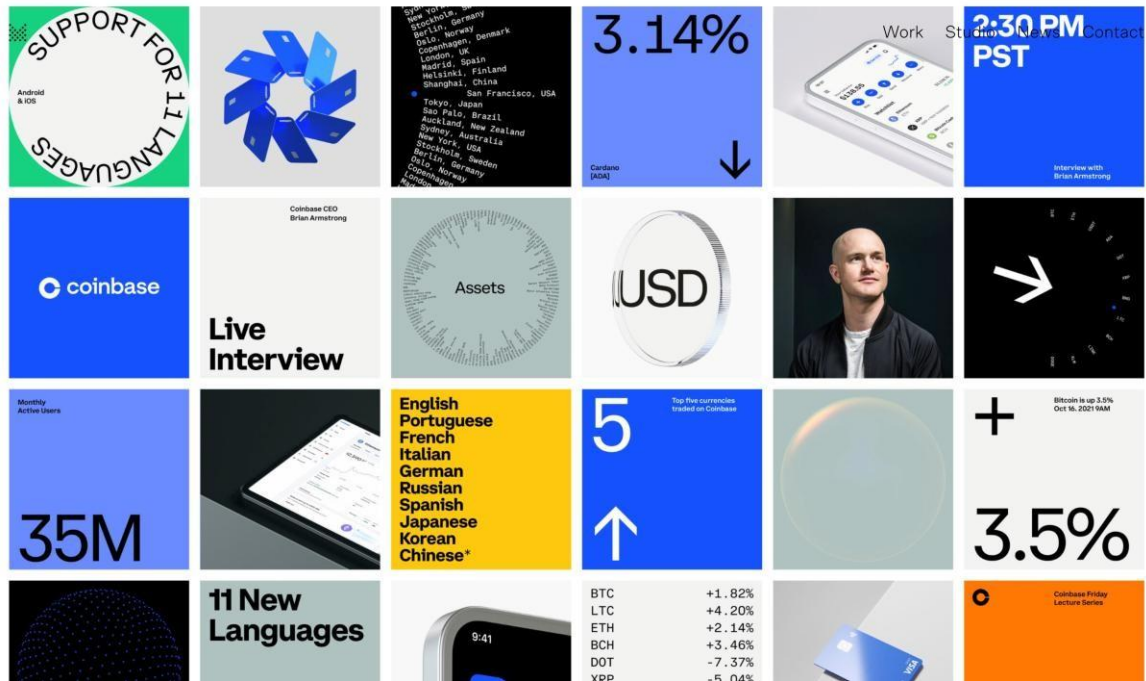


Рисунок 2.6 – Скріншот сайту Coinbase [29]

- Kraken – це відома платформа для обміну криптовалютами [30]. Вона дозволяє купувати, продавати та торгувати різними цифровими криптовалютами. Інтерфейс схожий на Coinbase, має світлу кольорову схему із великою кількістю вільного простору (рис. 2.7).



Рисунок 2.7 – Логотип та фірмові кольори криптовалюти Kraken [31]

- 3 Binance – одна із найбільших криптовалют за обсягом торгів. Вона пропонує широкий спектр функцій, із різною торгівлею, а також NFT–маркетплейсом. Інтерфейс має темну кольорову схему за замовчуванням, що асоціюється з технологічністю та стабільністю. Основними акцентами виступають жовтий та чорний кольори – впізнавані елементи фірмового стилю. Дизайн насичений функціоналом, що іноді ускладнює навігацію новачкам, але відповідає очікуванням досвідчених трейдерів (див. рис. 2.5, а) [32].
- 4 Bybit – глобальна криптобіржа, відома своєю швидкістю роботи та інноваційними функціями для трейдерів [33]. Платформа активно позиціонує себе як геймерсько–криптовалютний хаб (рис. 2.8). Інтерфейс оформлений у темних тонах із яскравими акцентами. Дизайн більш «молодіжний» порівняно з Binance – він використовує градієнти, неонові ефекти, анімації. Загальне враження – динамічність та орієнтація на сучасну молодь. Візуальний стиль адаптований під мобільні платформи.

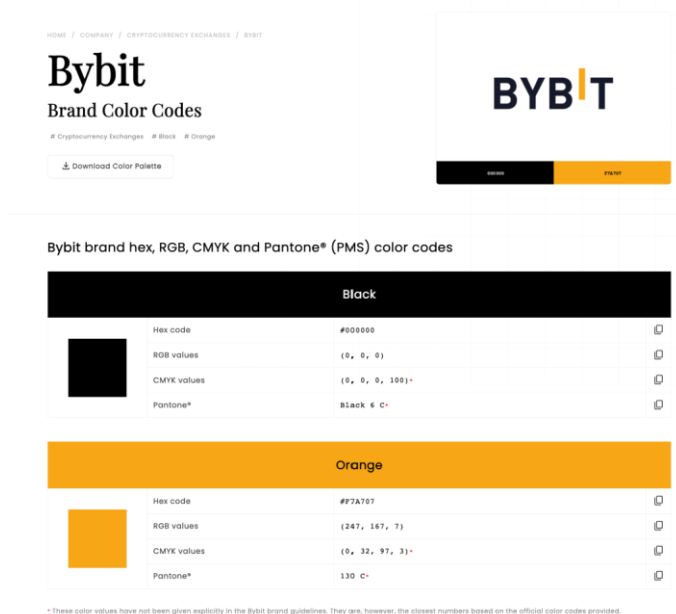


Рисунок 2.8 – Елементи фірмового стилю Bybit [34]

В результаті аналізу колірних рішень різних криптовалют виявлено, що серед передових проєктів найчастіше зустрічаються золото та срібло – що символізує ексклюзивність та цінність. Золото викликає відчуття розкоші та багатства, тоді як

срібло додає елегантного, сучасного вигляду. Разом вони створюють враження високої цінності та престижу, що є вирішальним для залучення інвесторів та користувачів.

Також популярності набули темно-синій колір та металік – вони зазвичай передбачені для того, щоб виразити довіру та професіоналізм. Це важливі якості для фінансових установ та криптопроектів. Спокійний та стабільний вигляд темно-синього допомагає зміцнити впевненість користувачів у безпеці та надійності платформ. У поєднанні з металізованими кольорами, такими як золото та срібло, він додає футуристичного та цінного вигляду. Така тема підкреслює загальну естетику та сприйняття цінності платформи.

Третім із цього списку потрібно виділити звісно неонові акценти – ці яскраві, привабливі кольори привертають увагу до кнопок заклику дії, важливих оголошень або унікальних функцій. Неон створює візуально вражаючий інтерфейс, який виділяється та приваблює молодшу, технічно підковану аудиторію. Використання таких акцентів може спрямувати увагу користувачів та покращувати загальну користувацьку зручність.

Отже, візуальна ідентичність та брендинг є важливим компонентом для популярного крипто-проекту. Добре розроблені візуальні елементи не лише роблять платформу привабливішою, але й створюють враження довіри та професіоналізму, що надзвичайно важливо на ринку криптовалют. Цілісні елементи фірмового стилю, такі як колірні схеми, типографіка та логотипи допомагають користувачам швидко ознайомитись із проектом, підвищуючи їхню впевненість у власній безпеці. Візуальні деталі повинні відображати основні цінності платформи – надійність, інновації чи простоту – а також забезпечувати доступність для всіх користувачів, включаючи тих, хто має вади зору або певні вподобання.

У результаті проведеного аналізу було визначено, що криптовалюта NOVA повинна відповідати сучасним трендам та стилю. Основними елементами фірмового стилю, що підлягають розробці, є: логотип, колірна палітра, шрифтові пари, та їх використання в цифрових і друкованих носіях. Обов'язково потрібно

розробити іконки для використання на веб–сайтах, додатках та поліграфії, для явної впізнаваності проєкту, в мінімалістичному, геометричному стилі, що гарно доповнить логотип, та ідею самого ретродропу. Для більш чіткого контрасту серед конкурентів потрібно розробити особливий унікальний патерн, який буде використовуватись для оформлення сторінок. Аналіз фірмових стилів провідних криптопроєктів (Binance, WhiteBIT, Coinbase) засвідчив загальні особливості – переважання геометричних форм, мінімалізм, технологічні кольори, прості та адаптивні логотипи. Для проєкту NOVA фірмовий стиль має відповідати основним вимогам: бути сучасним, технологічним, ідентифікуватися з Україною, бути легким для сприйняття, гнучким у використанні на різних платформах і викликати довіру користувача.

3. ТВОРЧА РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ ОБ’ЄКТА ПРОЄКТУВАННЯ

3.1 Вибір та обґрунтування концепції дизайну об’єкта проєктування

Ідея даного фірмового стилю для криптопроєкту є поєднання патріотизму, технологічності, простоти. Використання національних кольорів (синій і жовтий) підкреслює зв’язок з Україною та її культурною спадщиною, що безпосередньо і є патріотичною ідеєю. Застосування геометричних форм і шрифтів відображає інноваційний характер проєкту та його спрямованість на цифрові технології, що забезпечує його технологічність. А мінімалістичний дизайн обіцяє легкість сприйняття та зручність використання на різних платформах.

У контексті зростаючого інтересу до криптовалют в Україні, особливо серед молоді NOVA пропонує інноваційний продукт, який поєднує фінансові технології з національними цінностями. На відмінну від існуючих криптопроєктів, як WhiteBIT та QMall, Які мають більш нейтральний або технократичний дизайн, NOVA вирізняється патріотичним стилем, що створює емоційний зв’язок з користувачами. Патріотичний мотив, зараз, як ніколи важливий у розробці сучасних нових проєктах, що характеризує настрій громадян, та вибором національних продуктів,

для підтримки економіки та розвитку держави. Тому національні елементи є невід’ємною складовою NOVA. Логотип має бути сучасним, та впізнаваним, через запуск проєкту в мережі Ethereum, і врахувавши побажання представника підприємства «Кристал» було вирішено розробити його схожим на логотип Ethereum, але в патріотичному стилі, та ефектом стрімкого прагнення вгору. Додавши елементи, що створюють образ «ракети» та складається із геометричних фігур, на які накладені градієнти із жовто–синього кольору. Шрифт потрібно було обрати із читабельних, сучасних, та які зазвичай використовуються в подібних криптопроєктах, тому вибір зупинився на Proxima Nova – що має дуже привабливий вигляд та буде використовуватись як основна гарнітура для тексту, також шрифтом для логотипу був обраний Azonix (рис. 3.1) – що гармонійно доповнює основний, та зручний для читання.

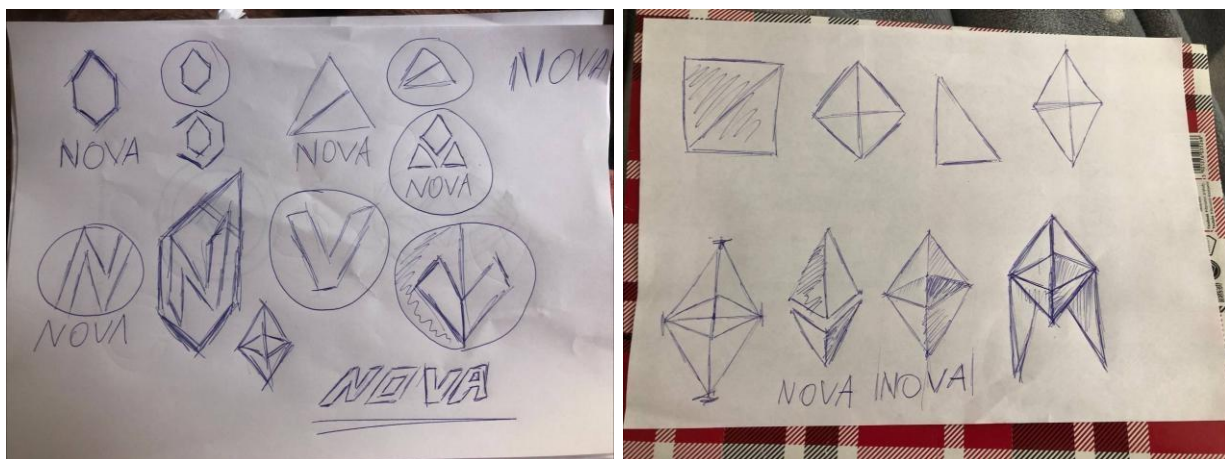
AA BB CC DD EE FF
GG HH II JJ KK LL
MM NN OO PP QQ RR
SS TT UU VV WW XX
YY ZZ 0123456789
({!@#\$%&* ,.:;"'})

Рисунок 3.1 – Шрифт гарнітури Azonix

Гармонійне поєднання кольорів, шрифтів, та елементів забезпечать NOVA отримати якісну, впізнаваний фірмовий стиль, як і у багатьох відомих аналогів конкурентів. Що позитивно вплине на довіру та популярність у користувачів.

3.2 Розробка варіантів творчих ідей

У ході початкового етапу проектування було виконано серію пошукових ескізів від руки (рис. 3.2), покликаних виявити базові формотворчі рішення для майбутнього логотипу NOVA. На аркушах паперу опрацьовано понад десять варіацій. Ескізи виконувались швидкими лінійними начерками потенційної інтеграції назви. Первинний паперовий пошук дозволив визначити найперспективніші композиційні рішення, які далі були оцифровані та деталізовані у п'яти варіантах цифрових ескізів логотипу.



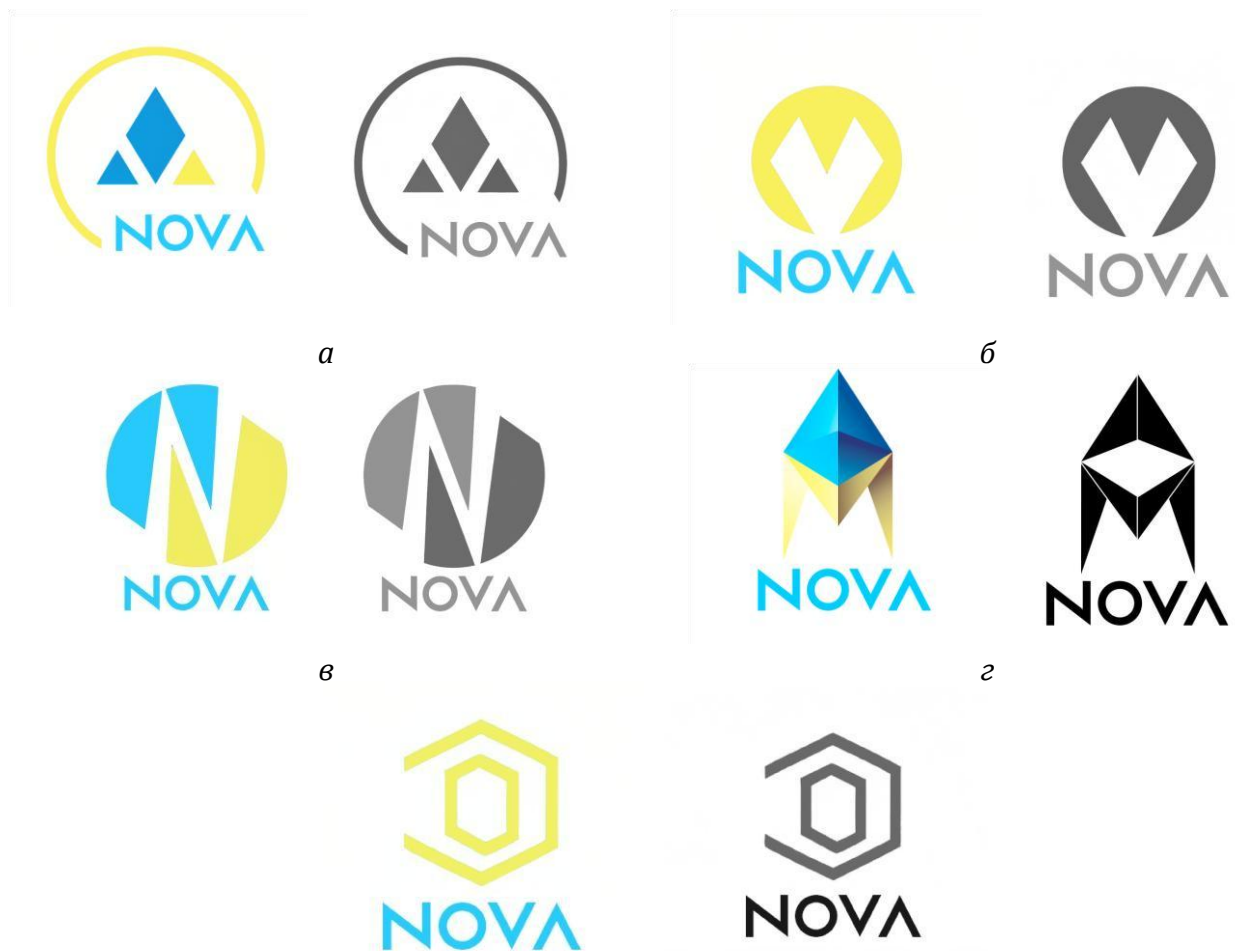
a

б

Рис. 3.2 – Пошукові ескізи логотипу

На основі сформованої концепції було створено п'ять варіантів ескізів знаку криптовалюти NOVA, що базувалися на різних геометричних принципах: квадрат, ромб, трикутник - як символи блокчейну, стабільності, розвитку та руху вгору. Кожен із варіантів розроблявся з урахуванням подальшої адаптивності та впізнаваності (рис.3.3).

Варіант №1 (рис 3.3, а). Знак у формі рівностороннього трикутника, утвореного з трьох менших трикутників, що символізують структурність, стабільність і технологічність - базові принципи блокчейн-системи. Нижче розміщена назва NOVA, виконана шрифтом Azonix - геометричним, сучасним і моноширинним, який підкреслює футуристичний характер бренду. Уся композиція обведена колом у національних кольорах - синьому та жовтому, що візуально закріплює зв'язок проекту з Україною.



д

Рисунок 3.3 – Розроблені варіанти логотипу

Варіант № 2 (рис. 3.3, б). Основним елементом композиції є коло, що символізує цілісність, гармонію та безперервність цифрових процесів. У центрі розміщено стилізовану літеру «V», що асоціюється з перемогою (Victory) і водночас візуально підкреслює назву бренду. Під знаком розміщено напис NOVA, виконаний шрифтом Azonix (рис. 3.1), що підсилює загальний геометричний характер. У дизайні використано синій та жовтий кольори, які підкреслюють українське походження проєкту.

Варіант №3 (рис. 3.3, в). Логотип побудовано на основі жовто-блакитного кола, що символізує єдність, національну приналежність та глобальний обіг. Центральним елементом композиції є велика літера «N», яка графічно «розрізає» коло на дві частини, створюючи динамічну, енергійну форму та візуальний акцент на першій букві назви бренду. Нижче розміщено напис NOVA шрифтом Azonix (рис. 3.1), що підтримує стилістичну цілісність композиції.

Варіант №4 (рис. 3.3, г). Композиційним центром логотипу є ромб, складений із кількох трикутників, що утворюють стилізовану ракету, спрямовану вгору - як символ зростання, інновацій та прагнення до високих цілей. Для надання глибини та візуального об'єму застосовано градієнт у патріотичних кольорах, що посилює динаміку форми. Під знаком розташовано напис NOVA, виконаний шрифтом Azonix (рис. 3.1), який гармонійно доповнює геометричну стилістику логотипу.

Варіант №5 (рис. 3.3, д). Основним елементом логотипа є лінійний ромб, що виступає символом структурованості, цілісності та точності - якостей, притаманних блокчейн-технологіям. У центрі розміщена стилізована літера «O», виконана в лінійному стилі, що відсилає до форми монети або цифрового обігу. Нижче - підпис NOVA шрифтом Azonix (рис. 3.1), що зберігає загальну геометричну та техноестетичну логіку композиції.

Отже, на етапі пошуку графічного рішення було створено п'ять варіантів ескізів логотипу, які відображають ключові ідеї бренду NOVA: національну

ідентичність, технологічність, динаміку розвитку та структурність. У різних варіаціях використовувалися базові геометричні форми (трикутник, коло, ромб), патріотичні кольори та шрифт Azonix, що відповідає сучасним дизайнерським тенденціям. Ці напрацювання заклали основу для подальшого відбору провідного стилістичного рішення.

3.3 Обґрунтування розробки головної ідеї дизайну об'єкта проєктування

У результаті аналізу пошукових ескізів для розробки фірмового стилю було обрано четвертий варіант логотипу (рис. 3.4), який найповніше відображає ідею бренду NOVA. Знак побудований на основі геометричного ромба, утвореного з трикутників, що нагадують кристал. Така форма не лише асоціюється з назвою компанії «Кристал», що є ініціатором криптопроєкту, а й візуально передає концепцію цілісності, точності та спрямованості вгору - як метафору розвитку та інновацій.

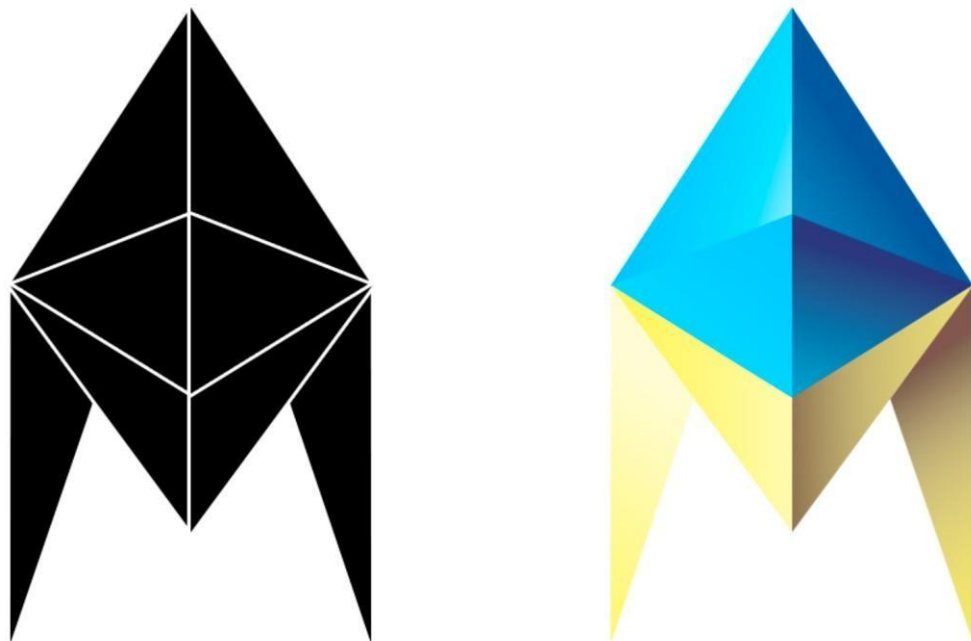


Рисунок 3.4 – Обраний варіант логотипу

Логотип для проекту NOVA базується на поєднанні тематики блокчейну, національного символізму, а також ідеї руху вперед і зростання, що відповідає амбіціям проекту допомогти країні в тяжкі часи. За основу логотипу було взято геометричні форми, поділений квадрат, що символізує структуру, стабільність та модульність – саме ці риси характерні для блокчейн-технологій. Квадрат як елемент передає відчуття порядку та системності, які є основою безпеки та довіри в цифровому середовищі. Цей квадрат було поділено на кілька трикутників, що додає динаміки та гнучкості. Трикутники, у свою чергу, стали будівельними блоками для створення ромбовидної форми. Яка саме асоціюється з кристалом – візуальним посиленням на назву компанії-засновника «Кристал», що виступає ініціатором проекту. Дві нижні частини ромба утворюють своєрідні «ніжки», які разом із загостреною верхньою формою, візуально нагадують силует ракети. Це образ руху вгору, злету, прагнення до розвитку й технологічного прориву. Логотип у такий спосіб поєднує ідею кристалу, та ракету – візуалізуючи місію проекту як підтримку національного розвитку через технології.

Окрім основного кольорового варіанту було розроблене також спрощений логотип у чорно-білому кольорі. Він використовується в адаптивних середовищах, де необхідна підвищена контрастність, або обмежене використання кольорів. Це забезпечить гнучкість та універсальність використання самого логотипу у різних середовищах.

Для логотипу було обрано патріотичну кольорову гаму, опираючись на візуалізацію асоціацій (додаток А) – синій та жовтий кольори, які символізують державний прапор України. Це підсилює зв'язок з національною ідентичністю та підкреслює саму місію NOVA – підтримку української армії й розвиток технологічного потенціалу країни в умовах війни. Таке поєднання не тільки легко впізнається, а й викликає позитивні емоції, актуальні для українського ринку та цільової аудиторії. Ці кольори поєднують в собі енергію, національну ідентичність і технологічну стриманість (рис.3.5):

- Електричний блакитний (#46D4FF) – що виглядає досить технологічним та

сучасним (рис. 3.5, а)

- Сонячно–жовтий (#FFF55C) – візуально енергійний, та символізує Україну (рис. 3.5, б)

- Темний графітовий (#363a3b) – асоціюється із стабільністю та довірою (рис. 3.5, в)

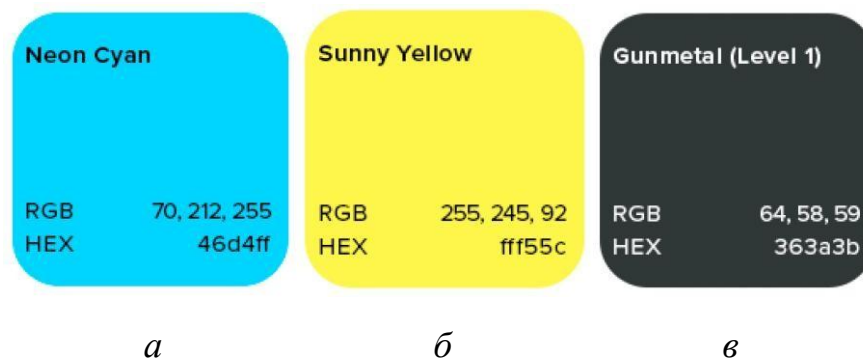


Рисунок 3.5 – Фірмові кольори: а – Електричний блакитний, б – сонячно жовтий, в – темний графітовий

Також були обрані додаткові кольори для доповнення візуальної частини, що використовуватимуть у іконках, кнопках, шрифтах, патернах, градієнти, створені на основі жовтого та блакитного відтінків (рис.Б.1, додаток Б), символізують поступовий розвиток і рух уперед. Такий ефект асоціюється з прогресом та еволюцією – ключовими цінностями проєкту NOVA. Асоціативний підхід до вибору переходів дозволив уникнути візуальної статичності, притаманної плоским кольорам. На основі них створюються градієнти – на відмінну від плоских кольорів вони символізують рух, перехід, розвиток та прогрес, саме ті цінності, які закладено у ідею проєкту. Вони мають темно–сірі, блакитні, жовті та білі відтінки. Особливу увагу було приділено поєднанню блакитного й жовтого – національних кольорів України. У градієнтному переході вони створюють ефект світіння, підсилюючи емоційну складову бренду.

Основними шрифтами стали Proxima Nova (рис.3.6) та Azonix (рис. 3.1), що використовується для логотипу та рекламних елементів. Формами елементів стали кола, трикутники, квадрати – що асоціюються з блокчейн структурою.

Lorem ipsum dolo

Utinam habemus assueverit et est. Elit
Ex eam nusquam commune. Vis eu per
Lorem ipsum dolor sit amet, te quaesti
Utinam habemus assueverit et est. Elit pertinacia mea no. At
Ex eam nusquam commune. Vis eu perpetua interesset. Utro
Lorem ipsum dolor sit amet, te quaestio dignissim repudiandi
Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptater

a

Lorem ipsum dolo

Utinam habemus assueverit et est. Elit
Ex eam nusquam commune. Vis eu per
Lorem ipsum dolor sit amet, te quaestic
Utinam habemus assueverit et est. Elit pertinacia mea no. At ele
Ex eam nusquam commune. Vis eu perpetua interesset. Utroqu
Lorem ipsum dolor sit amet, te quaestio dignissim repudiandae
Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem ac

б

Рисунок 3.6 – Додаткові шрифти: а – Proxima Nova (semibold), б – Proxima Nova (regular)

Під час розробки фірмового стилю булорозроблено паттерн, що ґрунтується на базовому геометричному елементі – трикутнику. Цей елемент є відсилкою до модульності та структурності блокчейн технологій, які лежать в основі криптопроєкту. Трикутники були зібрані у динамічну композицію, яка формує ромбоподібну фігуру – повторення основного елемента логотипу (рис. 3.7-3.8). Таким чином паттерн не лише підтримує візуальну концепцію бренду, а й створює впізнавану текстуру, яка може використовуватись у фонах, упаковці, мерч, оформленні сайту чи презентаціях. Цей паттерн візуально асоціюється з кристалом – що відображає саму назву компанії, і водночас відображає ідею багатогранності, цілісності та впорядкованості, властиву ідентичності проєкту NOVA. Також було розроблено ескізи іконок для використання на кнопках вебсайтів або додатків (рис 3.9).

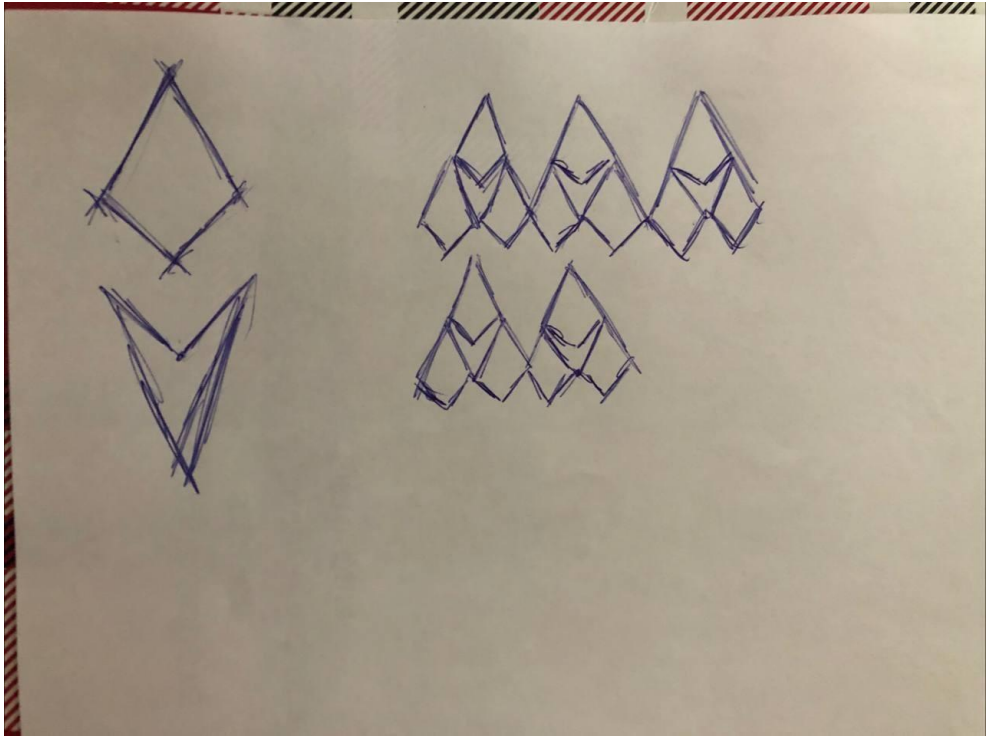


Рисунок 3.7 – Ескізи розробки патерну

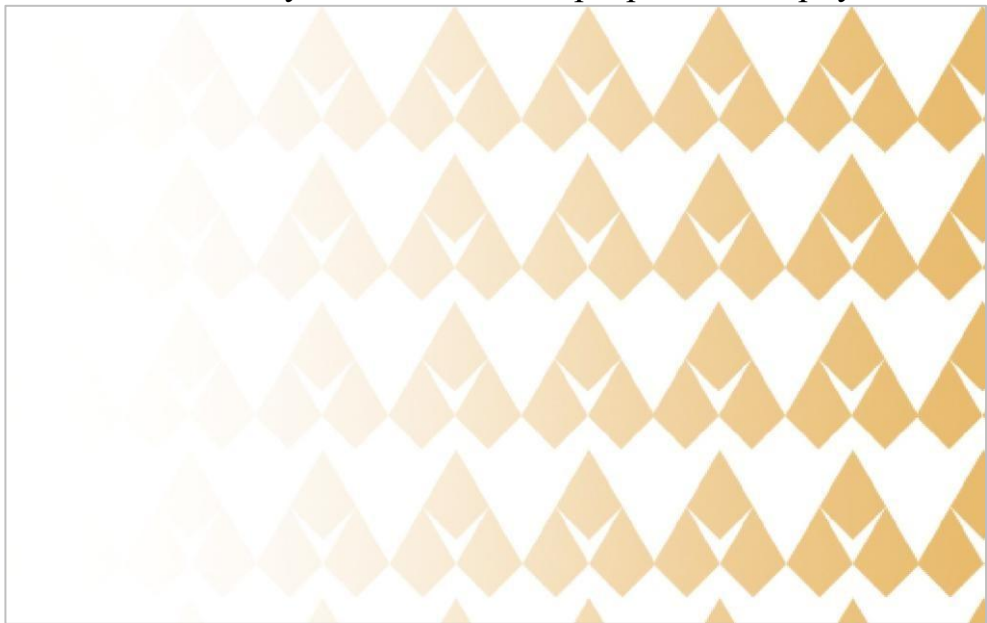
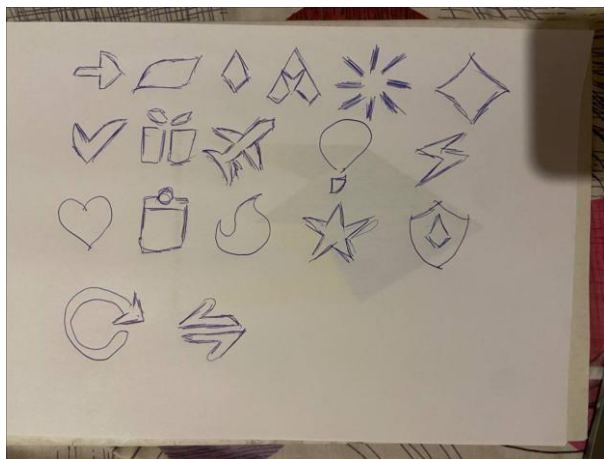


Рисунок 3.8 – Цифровий варіант патерну



а



б

Рисунок 3.9 – Ескіз іконок для використання на сайті

У межах виконання кваліфікаційної роботи було створено повноцінний брендбук криптопроєкту NOVA, що містить ключові елементи фірмового стилю, необхідні для впізнаваності бренду, цілісної візуальної комунікації та подальшого застосування на цифрових і фізичних носіях. Основні складові брендбуку представлені в додатку Б (рис.Б1 – Б.11):

- Фірмова колірна палітра: складається з трьох основних кольорів – електричного блакитного (#46D4FF), сонячно-жовтого (#FFFFFF55C) і темно-графітового (#2F3636), що символізують технологічність, енергію, стабільність і національну ідентичність.
- Градієнтне рішення: використання плавних кольорних переходів як візуального символу прогресу, руху та розвитку.
- Фірмовий патерн: побудований на модульних трикутниках, що повторюють конструктивну логіку логотипу, утворюючи ритмічну геометричну текстуру, яку можна застосовувати у фоні, пакуванні або цифрових макетах.
- Шрифтова пара: підібрано сучасні, лаконічні гарнітури, що добре працюють у заголовках і текстових блоках, з високою читабельністю та відповідністю діджитальному середовищу.

- Логотип: створений на основі геометричного символу, який поєднує кристал, ромб, блокчейн і ракету – метафору руху вперед. Розроблено монохромний, кольоровий, інверсний варіанти для адаптації до різних форматів.
- Комбінації логотипу з фоном: визначено правила поєднання логотипу з кольоровим або фотофоном для збереження контрастності та впізнаваності;

Крім того, було розроблено правила використання логотипу NOVA (рис.В.1–В3, додаток В):

1. Побудова логотипу та сітка. Логотип NOVA створено на основі геометричних форм – квадратів і трикутників, які утворюють ромб, що нагадує кристал і водночас – стилізовану ракету. Побудова логотипу базується на модульній сітці, що забезпечує візуальну рівновагу та пропорційність усіх його елементів. Такий підхід гарантує точність масштабування логотипу без втрати впізнаваності. (додаток В)

2. Безпечне поле. Щоб логотип залишався візуально чистим і не "конкурував" із сусідніми елементами, навколо нього визначено захисну зону. Мінімальна відстань до будь-яких інших об'єктів дорівнює висоті двох з модульних трикутників логотипа.

3. Мінімальний розмір. Для збереження читабельності логотипу на малих носіях встановлено мінімальні розміри: Для друкованих носіїв: не менше 15 мм завширшки. Для цифрових носіїв: не менше 40 px завширшки.

4. Неприпустимі варіанти використання логотипу. Щоб уникнути спотворення стилістики бренду, заборонено:

- змінювати пропорції логотипу (розтягувати/стискати);
- змінювати кольори на небрендовані;
- додавати тіні, обведення, ефекти;
- розміщувати логотип на фонах зі слабким контрастом; - використовувати логотип як фон або елемент текстури; - розміщувати елементи поверх логотипу.

У рамках системи фірмового стилю також було розроблено варіанти сувенірної продукції. Зокрема розроблено дизайн:

- Футболки із логотипом (рис.3.9, а);
- Брендovanі ручки (рис. 3.9, б)
- Фірмові пакети (рис.3.9,в);
- Дизайн макету криптокартки (рис. 3.9, г); • Фірмові чашки (рис. 3.9 д).



а



б



в



г



д

Рисунок 3.9 – Варіанти сувенірної продукції: а – футболка із логотипом, б – брендovaná ручка, в – фірмовий пакет, г – стікери для авто, д – дизайн макету криптокартки, е – брендovaná чашка.

Дизайн ярлика застосунку, розміщення логотипу на чохлах смартфонів та авто представлено в додатку Г (рис.Г1 – Г.2). Всі елементи виконані з урахуванням

адаптивності, масштабованості та відповідності патріотичному стилю бренду. Футболку та чашку виконано в матеріалі.

Таким чином, головна ідея фірмового стилю NOVA - це поєднання геометричної чіткості, технологічності та національного символізму, що візуально підкреслює напрямок розвитку, відкритість до інновацій та патріотичну складову бренду. Обране рішення дає змогу забезпечити впізнаваність, гнучкість у застосуванні та актуальність на тлі сучасних тенденцій криптовалютного дизайну, приклад який було розроблено на сувенірній продукції.

За результатами виконання роботи розроблено планшети, що містять всі художні рішення (додаток Д).

ВИСНОВКИ

В ході виконання кваліфікаційної роботи було обґрунтовано важливість розробки фірмового стилю для ретродропу нової української криптовалюти NOVA, розробленої за ініціативи ПП «Кристал». Проаналізовано вимоги до розробки елементів фірмового стилю криптовалюти NOVA – українського криптопроєкту, орієнтованого на допомогу ЗСУ. Встановлено, що вихідними даними є застосування елементів української символіки та адаптація під різні форми застосування (цифрову та матеріальну).

Проаналізовано візуальні стилі найбільш відомих криптовалют Bitcoin, Litecoin, Dogecoin, Binance, Coinbase, Kraken WhiteBIT, Qmall. Виявлено, що логотипи перших криптовалют були знаковими і мали вигляд подібний до монет, а пізніші варіанти – це комбіновані логотипи, простих геометричних форм. В елементах фірмових стилів різних криптовалют активно використовуються градієнти, технологічні ефекти, 3D-елементи. На основі аналізу візуальних рішень криптовалют виявлено, що більшість криптопроєктів обирають один основний колір на основі кольору логотипу компанії та два додаткових. Найчастіше серед передових проєктів використовують золотий та срібний, синій і яскраві неонові кольори. Шрифти для криптовалют прості, рубані.

Для розробки фірмового стилю нової української криптовалюти сформовано концепцію: використання кольорів українського прапора для передачі патріотизму, а також форма логотипу у вигляді кристалу, відповідно до назви розробника – ПП «Кристал».

На основі сформованої концепції розроблено 5 варіантів логотипу серед яких обрано один з ромбовидною формою кристала. Кольори обраного логотипу – жовтий (#FFF55C), синій (#46D4FF), темно-графітовий (#363a3b). На основі обраного варіанту сформовано спрощений логотип в чорно-білих кольорах.

Основними шрифтами обрано дві гарнітури: Proxima Nova та Azonix.

Для ретродропу розроблено брендбук з елементами фірмового стилю нової криптовалюти. Розроблений брендбук для криптовалюти NOVA включає правила

використання логотипу, приклади інтеграції в середовищі, адаптивність і обмеження. Розроблено дизайн сувенірної продукції з елементами фірмового стилю криптовалти NOVA (футболка, шашка, чохол на смартфон, ярлик додатка, канцелярські товари тощо) та паттерн.

В результаті виконання кваліфікаційної роботи розроблено повноцінну систему візуальної ідентифікації для українського криптопроєкту NOVA, що має на меті впровадження криптовалютних розрахунків у повсякденному середовищі, зокрема для клієнтів фірми-розробника криптовалюти. Проєкт поєднує патріотичну ідею, інноваційність та доступність, тож потребував сучасного, технологічного та емоційно зрозумілого фірмового стилю.

Особливістю проєкту стала синергія геометричних форм, патріотичних кольорів та асоціативного мислення, що забезпечує не лише впізнаваність, а й емоційний зв'язок з аудиторією. Використання градієнтів і патернів дало змогу підкреслити ідеї руху, розвитку, технологічності.

Розроблений фірмовий стиль може бути успішно застосований як у цифровому середовищі (сайт, додаток, соцмережі), так і в реальному просторі (вивіски, термінали, сувенірна продукція, інтер'єрні рішення).

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Мінцифра. Україна планує легалізувати криптовалюту на національному рівні. URL: <https://thedigital.gov.ua/news/ukraina-planuielegalizuvatikriptoalyutu-na-natsionalnomu-rivni> (дата звернення: 07.02.2025).
2. Краснова М. В. Основи брендингу. Київ: Академія, 2019. 148 с.
3. Binance Academy. Що таке токен у криптовалюті? URL: <https://academy.binance.com/uk/articles/what-is-a-token> (дата звернення: 08.02.2025).

4. Chainalysis. Official website. URL: <https://www.chainalysis.com> (дата звернення: 05.03.2025).
5. Qmall. Офіційна криптовалютна біржа. URL: <https://qmall.io> (дата звернення: 05.03.2025).
6. WhiteBIT. Official website. URL: <https://whitebit.com> (дата звернення: 05.03.2025).
7. ForkLog. Що таке ретродроп: як отримати безкоштовні токени за активність у крипті. URL: <https://forklog.com/guides/chto-takoe-retrodrop/> (дата звернення: 10.03.2025).
8. Криптовалюта. Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Криптовалюта> (дата звернення: 21.03.2025).
9. Investopedia. Blockchain explained. URL: <https://www.investopedia.com/terms/b/blockchain.asp> (дата звернення: 21.03.2025).
10. Lindstrom M. Brand Sense: Sensory Secrets Behind the Stuff We Buy. – New York: Free Press, 2005. – 252 p.
11. Європейська Комісія. Регламент щодо ринків криптоактивів (MiCA) набув чинності у червні 2023 року. URL: https://ec.europa.eu/info/publications/230620-mica-crypto-asset-regulation_en (дата звернення: 24.03.2025).
12. Bitcoin Design Guide. Visual Language. URL: <https://bitcoin.design/guide/getting-started/visual-language/> (дата звернення: 24.03.2025).
13. Litecoin. Official website. URL: <https://litecoin.org> (дата звернення: 25.03.2025).
14. Dogecoin – Wikipedia. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Dogecoin> (дата звернення: 26.03.2025).

15. Wheeler A. Дизайн бренду: Створення сильного і впізнаваного бренду / Пер. з англ. Київ: Основи, 2020. 256 с.
16. Coinbase. Official website. URL: <https://www.coinbase.com> (дата звернення: 28.03.2025).
17. Kraken. Офіційний сайт. URL: <https://www.kraken.com/uk> (дата звернення: 28.03.2025).
18. Binance. Official website. URL: <https://www.binance.com> (дата звернення: 29.03.2025).
19. Bybit. Global Crypto Exchange. URL: <https://www.bybit.com/en> (дата звернення: 29.03.2025).
20. Bitget. Trade Smarter. URL: <https://www.bitget.com> (дата звернення: 29.03.2025).
21. Чепурна Л. М. Основи візуальної ідентифікації бренду : навч. посіб. Харків: Фактор, 2021. 128 с.
22. Decrypt. Bitcoin's logo: The story of the big orange B. URL: <https://decrypt.co/43923/bitcoins-logo-the-story-of-the-big-orange-b> (дата звернення: 15.04.2025).
23. Binance Blog. The Last-Minute Genesis of the Binance DEX Logo. URL: <https://www.binance.com/en/blog/all/the-lastminute-genesis-of-the-binancedexlogo-312529121515560960> (дата звернення: 16.04.2025).
24. Ripple. Official website. URL: <https://ripple.com> (дата звернення: 16.04.2025).
25. Solana. Official website. URL: <https://solana.com/uk> (дата звернення: 17.04.2025).
26. Ripple Brand Guidelines. URL: <https://brand.ripple.com/document/44#/foundations/logo> (дата звернення: 18.04.2025).
27. Bitcoin Magazine. News and analysis. URL: <https://bitcoinmagazine.com> (дата звернення: 25.04.2025).

28. Koto Studio. Coinbase branding case. URL: <https://koto.studio/work/coinbase> (дата звернення: 25.04.2025).
29. Litecoin. Official website. URL: <https://litecoin.com> (дата звернення: 25.04.2025).
30. 1000logos.net. Kraken Logo. URL: <https://1000logos.net/kraken-logo> (дата звернення: 26.04.2025).
31. Tether. Official website. URL: <https://tether.to/en> (дата звернення: 26.04.2025).
32. Decrypt. Bitcoin's logo: The story of the big orange B. URL: <https://decrypt.co/43923/bitcoins-logo-the-story-of-the-big-orange-b> (дата звернення: 27.04.2025).
33. WizeClub. Айдентика: навіщо потрібна та як її розробити для бренду. URL: <https://wizeclub.education/blog/ajdentika-navishho-potribna-ta-yak-yiurozrobitidlya-brendu> (дата звернення: 28.04.2025).
34. Bybit. Official website. URL: <https://www.bybit.com> (дата звернення: 29.04.2025).
35. Verywell Mind. The Color Psychology of Yellow URL: <https://www.verywellmind.com/the-color-psychology-of-yellow-2795823> (дата звернення: 06.05.2025).
36. Wiley Online Library. Color emotion guide: A meta-analysis of color-emotion associations in context URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/col.22848> (дата звернення: 06.05.2025).
37. Color Meanings. Gray Color Meaning: The Color Gray URL: <https://www.colormeans.com/gray-color-meaning-the-color-gray/> (дата звернення: 06.05.2025).

ДОДАТОК А

GRAY

THE COLOR OF COMPROMISE AND CONTROL. GRAY IS NEUTRAL, CONSERVATIVE AND UNEMOTIONAL. IT IS PRACTICALLY SOLID AS A ROCK, MAKING IT INCREDIBLY STABLE, RELIABLE AND CALMING. IT HAS A PEACEFUL, RELAXING AND SOOTHING PRESENCE. GRAY AVOIDS ATTENTION BUT OFFERS MATURE, INSIGHTFUL ADVICE TO ANYONE WHO ASKS.

“ GRAY AREA - MEANS SOMETHING UNCLEAR/UNDEFINED

#696969

#9A9A9A

#BBBBBB

#CCCCCC

SYMBOLIZES

COMPROMISE

NEUTRAL

CONTROL

PRACTICAL



EFFECTS

STABILIZES

CALMS

RELAXES

SOOTHES



POSITIVE

RELIABILITY

MATURITY

INTELLECT

CONSERVATIVE



NEGATIVE

PESSIMISTIC

SAD

INDECISIVE

UNEMOTIONAL



COLOR-MEANINGS.COM

Рисунок А.3 – Асоціація сірого кольору [37]

ДОДАТОК Б

Елементи брендбуку



Рисунок Б.1 – Кольори

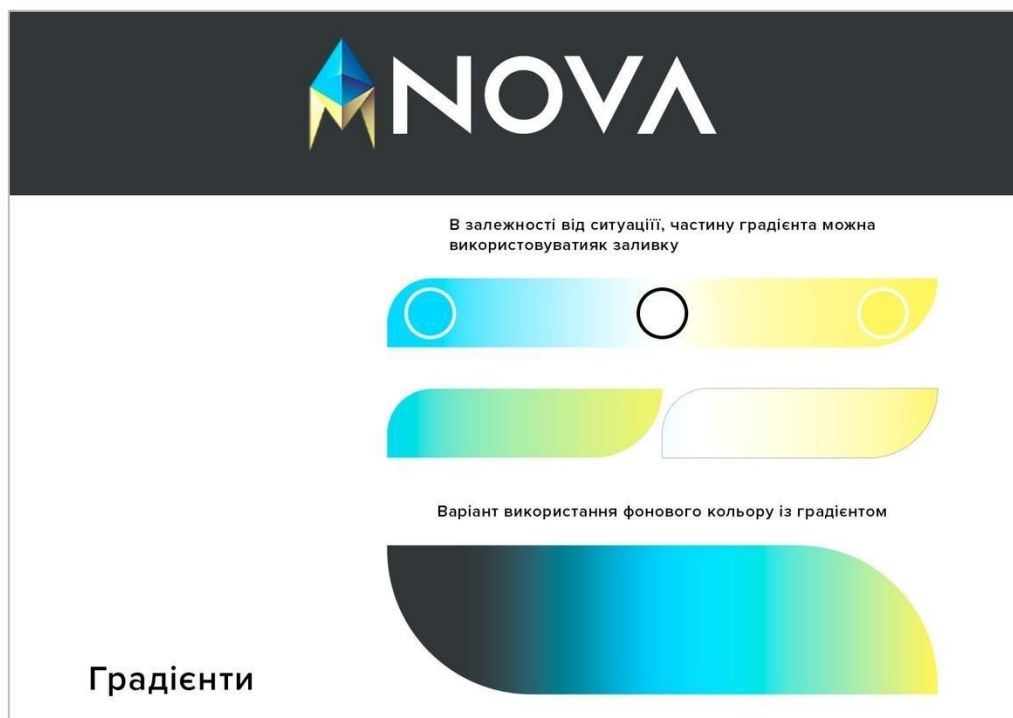


Рисунок Б.2 - Граденти



Рисунок Б.3 – Приклади комбінацій



Рисунок Б.4 - Шрифти



Рисунок Б.5 – Логотип із партнерами

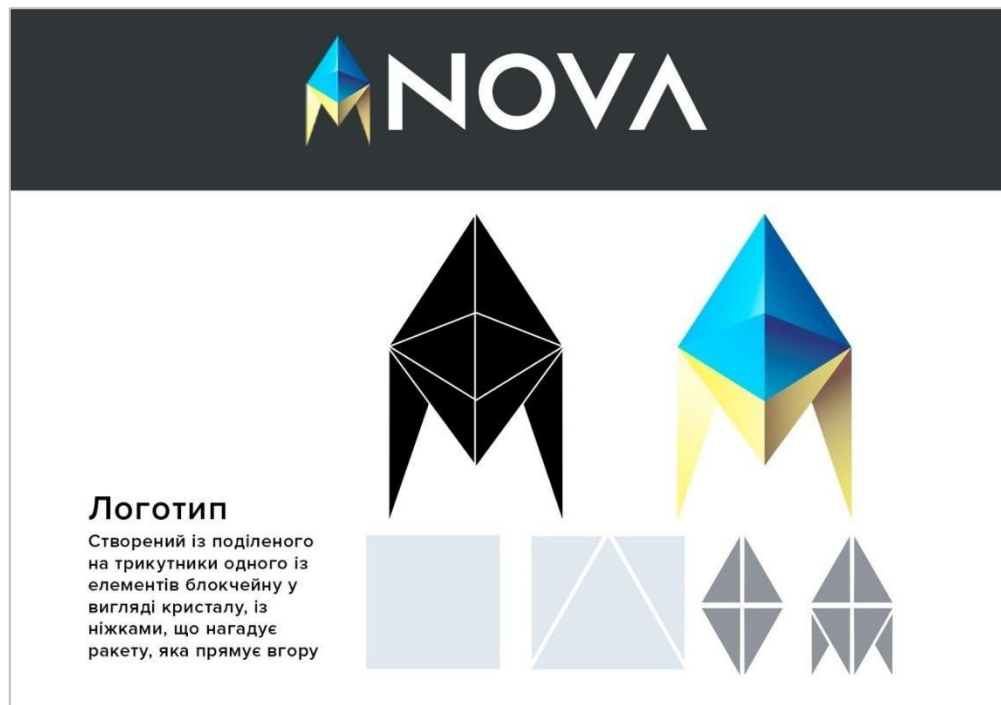


Рисунок Б.6 - Логотип



Рисунок Б.7 – Кольори логотипу

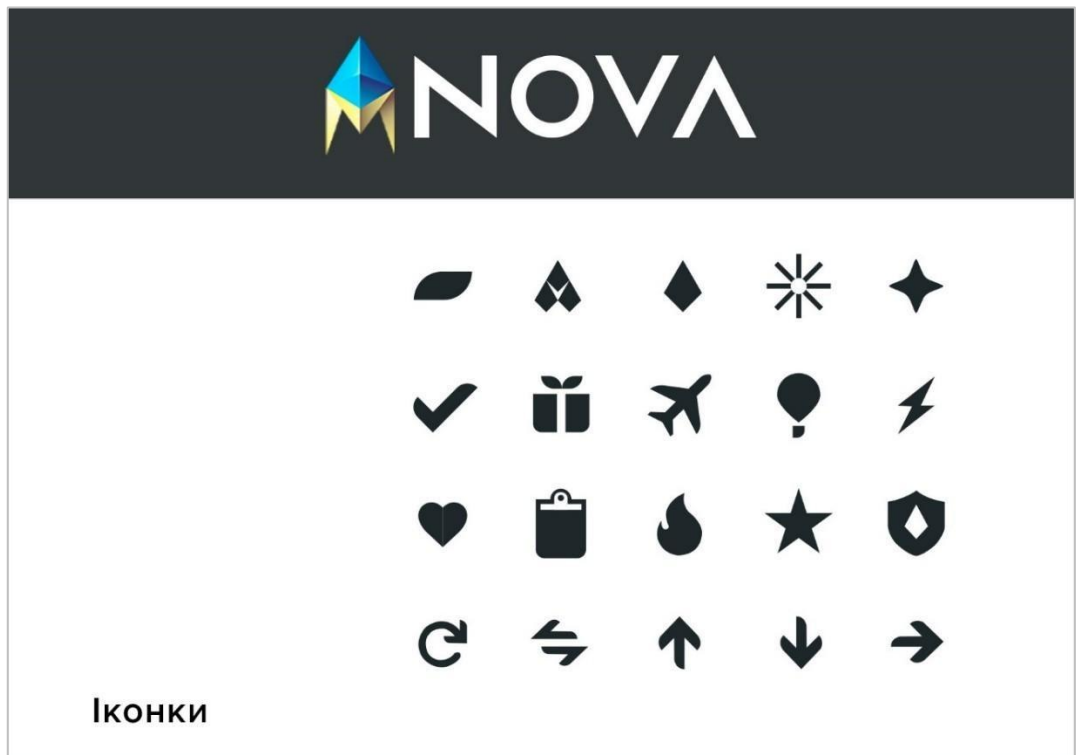


Рисунок Б.8 - Іконки



Рисунок Б.9 – Паттерн

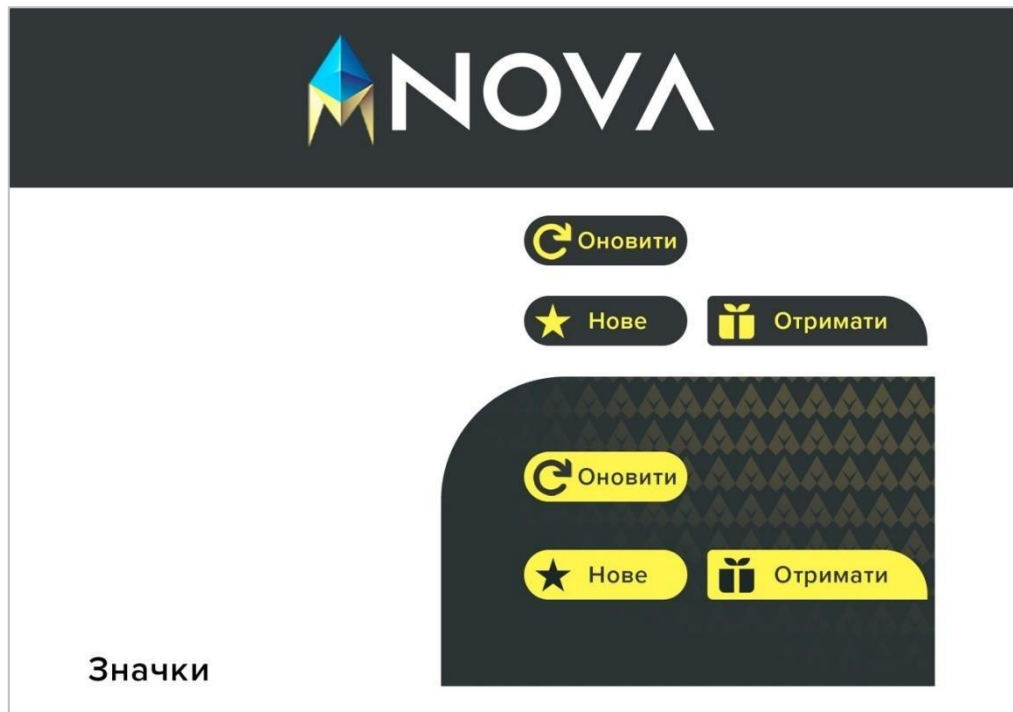


Рисунок Б.10 - Кнопки



Рисунок Б.11 – Приклади комбінування кольорів

ДОДАТОК В

Використання логотипу

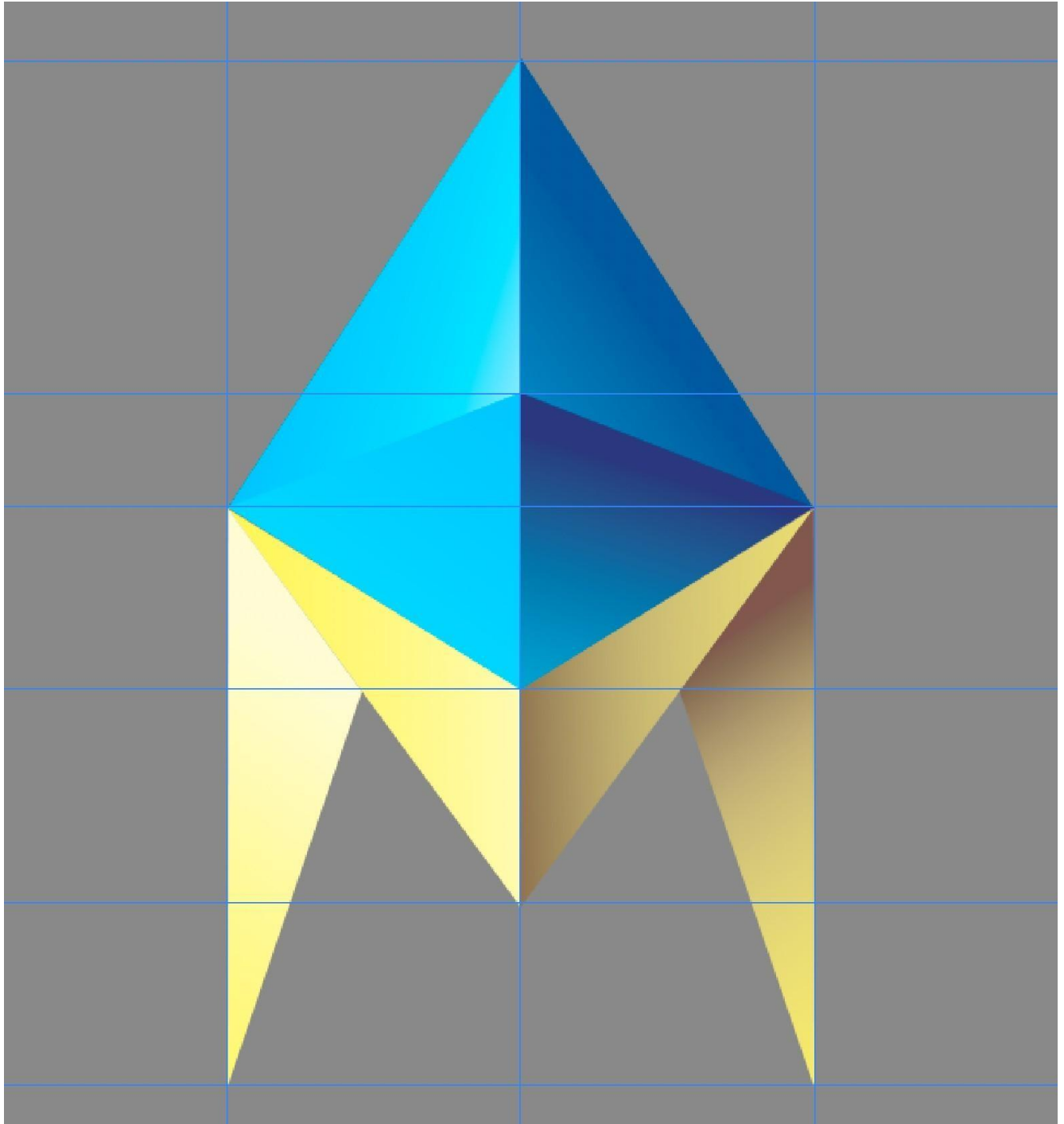


Рисунок В.1 – Модульна сітка

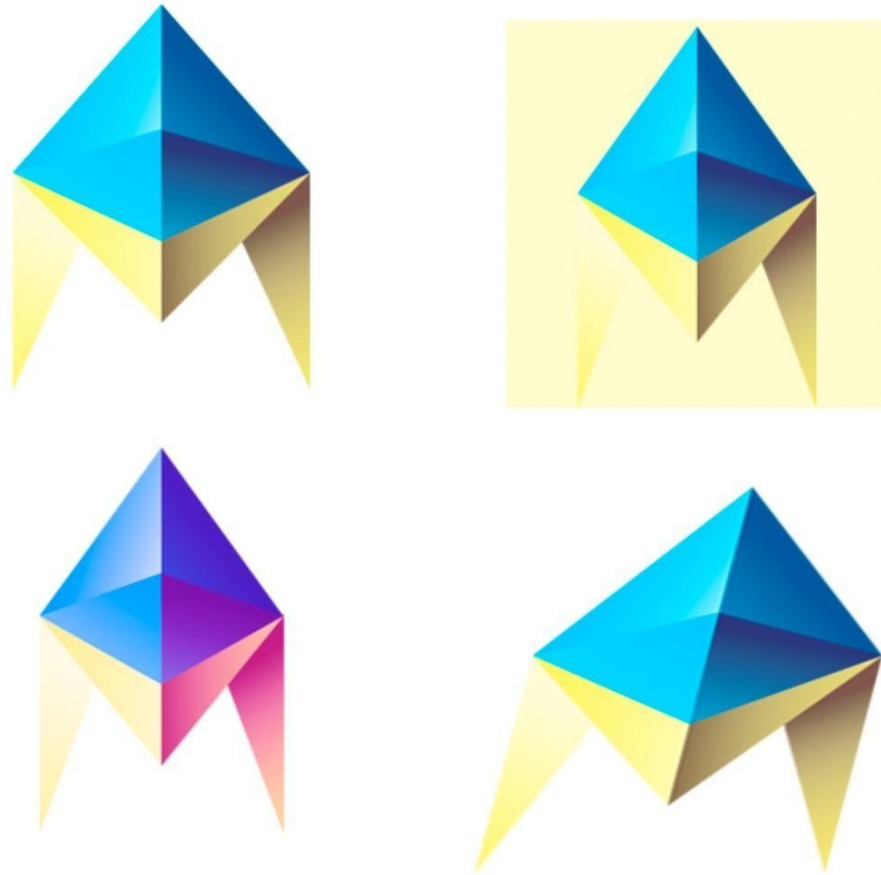


Рисунок В.2 – Заборонене використання логотипу

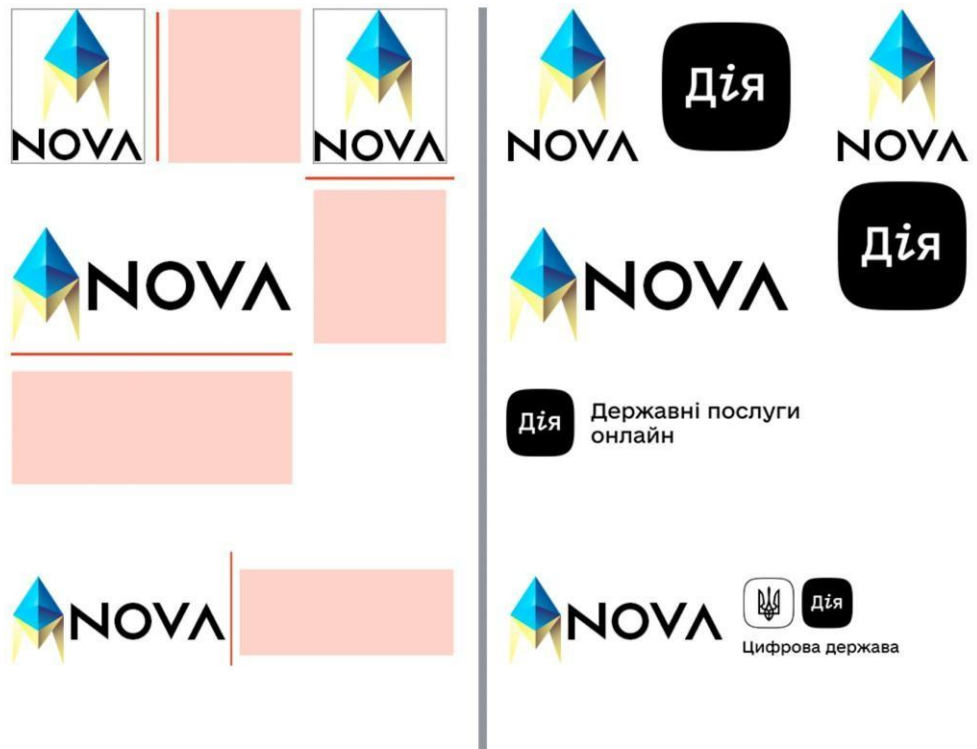
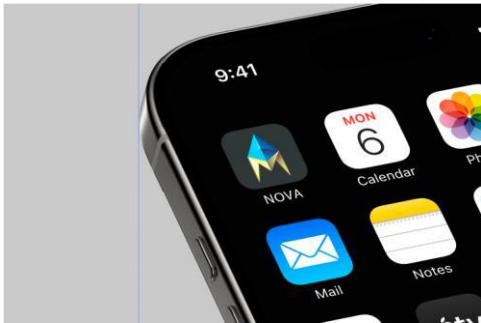


Рисунок В.3 – Приклад використання логотипу із партнерами
ДОДАТОК Г

**Приклади використання фірмового стилю на
різних носіях**



а



б



в



г



ж



д

Рисунок Г.1 – Логотип на різних носіях: а – іконка застосунку в смартфоні; б – на банківській картці; в – на чашці; г – на чохлі для телефону; д – на сумцішопері; ж – на футболці.



Рисунок Г.2 – Логотип на автомобілі

ДОДАТОК Д Планшети

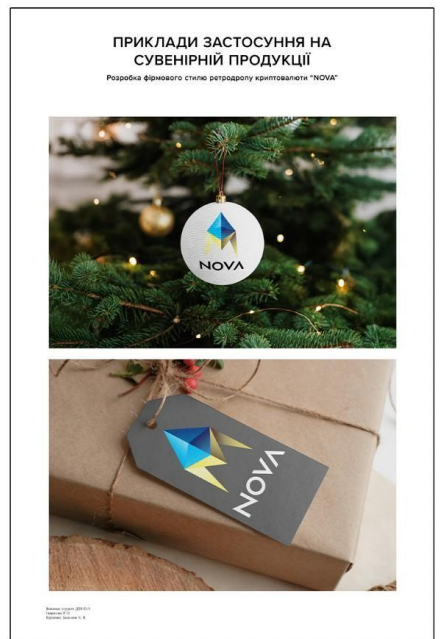
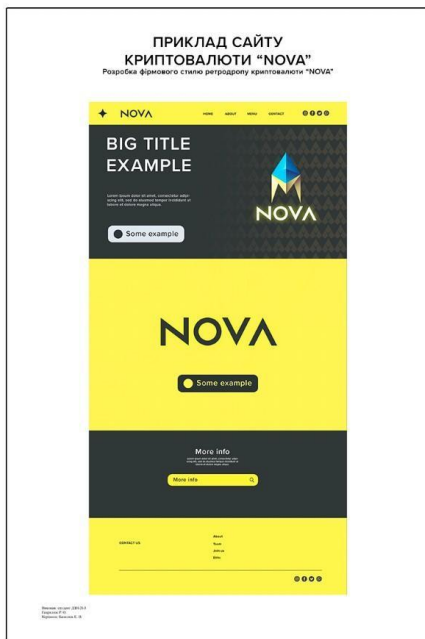
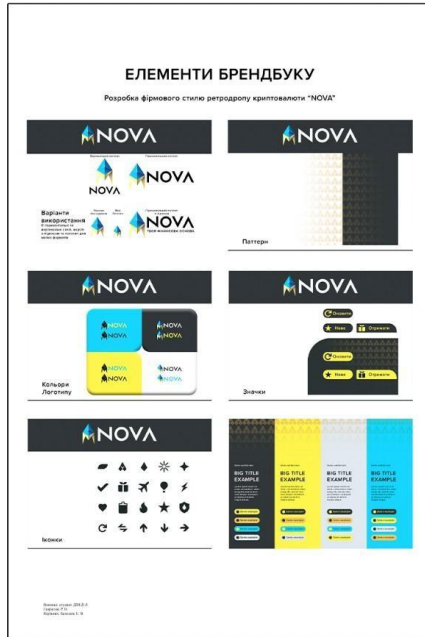


Рисунок Д.1 – Макети планшетів з презентацією роботи