

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر الهوية البصرية والمتمثلة في (الشعار، الخطوط، الألوان والأشكال) في بناء العلامة التجارية. وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي والتحليلي، وتكون مجتمع الدراسة من موظفي وكالة تنمية المنشآت الصغيرة والأصغر البالغ عددهم (109)، وقد استخدم الباحث جداول اوما سيكاران في تحديد العينة من مجتمع معين، وعليه فقد بلغت العينة المختارة (86) موظفًا، واستخدمت الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات، حيث تم توزيعها على عينة الدراسة، وتم استردادها بالكامل.

وقد توصلت الدراسة إلى وجود أثر دال للهوية البصرية بأبعادها (الشعار، والخطوط، والألوان، والأشكال) في بناء العلامة التجارية لدى وكالة تنمية المنشآت الصغيرة والأصغر في فروعها الثلاثة (صنعاء، وعدن، وحضرموت)؛ إذ إنَّ مستوى الأثر كان عاليًا، كما توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة حول أثر الهوية البصرية في بناء العلامة التجارية لدى وكالة تنمية المنشآت الصغيرة والأصغر.

وقد أوصت الدراسة بعدة توصيات منها: العمل على تطوير الهوية البصرية الخاصة بوكالة تنمية المنشآت الصغيرة والأصغر، وإنشاء دليل خاص بها لتوضيح الفلسفة الخاصة بتصميم هذه الهوية، كما يجب توضيح أهمية العلامة التجارية الخاصة بالوكالة، والعمل على التوعية بأهمية بنائها من خلال عناصر الهوية البصرية أو بعض العوامل التي تساعد في بنائها.

Abstract

This study aimed to know the effect of the visual identity represented in (logo, fonts, colors and shapes) on brand building. The researcher used the descriptive and analytical approach, and the study population consisted of (109) employees from Small and Micro Enterprises Promotion Services (SMEPS). The researcher used Uma Sekaran tables to select the sample from a specific community. Accordingly, the selected sample amounted to (86) employees, and the questionnaire was used as a main tool. To collect the data, it was distributed to the study sample, and it was fully retrieved.

The study concluded that there is an indicative effect of the visual identity in its dimensions (logo, fonts, colors, and shapes) in building the brand at (SMEPS). in its three branches (Sana'a, Aden, and Hadramout); As the level of impact was high, the study also found that there were statistically significant differences between the average responses of the study sample on the impact of visual identity on brand building at (SMEPS).

The study recommended several recommendations, including Work on developing the visual identity of Small and Micro Enterprises Promotion Services (SMEPS), and create a guide for it to clarify the philosophy of designing this identity. Some of the factors that help build it.