

Харківський національний університет радіоелектроніки

Факультет _____ Комп'ютерних наук _____
Кафедра _____ Медіасистем та технологій _____
Рівень вищої освіти _____ перший (бакалаврський) _____
Спеціальність _____ 186 Видавництво та поліграфія _____
Тип програми _____ Освітньо-професійна _____
Освітня програма _____ Видавничо-поліграфічна справа _____
(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Зав. кафедри МСТ _____
(підпис)
« 20 » травня 2024 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

студентові _____ Сушкової Анастасії Сергіївни _____
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи _____ Розробка фірмового стилю авіакомпанії _____

Затверджена наказом по університету від _____ 22 травня 2024 р. № 458 Ст _____


2. Термін подання студентом роботи до екзаменаційної комісії _____ 13 червня 2024 р. _____

3. Вихідні дані до роботи
Вид, мета створення і призначення продукції; основні характеристики продукції; варіанти поширення продукції; текстові, графічні матеріали.

4. Перелік питань, що потрібно опрацювати в роботі
Вступ; 1 Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу; 2 Аналітичний огляд досягнень у виробництві та застосуванні фірмового стилю; 3 Проектування технологічного процесу виготовлення фірмового стилю; 4 Обґрунтування вибору способу друку; 5 Вибір програмного забезпечення; 6 проектування складових фірмового стилю; 7 Розробка дизайну брендваної продукції; 8 Розробка технологічних схем виготовлення елементів фірмового стилю; 9 Обґрунтування вибору поліграфічного обладнання; 10 Обґрунтування вибору поліграфічних матеріалів; 11 Маршрутно-технологічна карта; 12 Економічна частина; Висновки.

5. Перелік графічного матеріалу із зазначенням креслеників, схем, плакатів, комп'ютерних ілюстрацій (п. 5 включається до завдання за рішенням випускової кафедри)
Титульний слайд презентації; Актуальність та мета роботи; Задачі роботи; Аналіз аналогів; Вибір програмних засобів; Розробка елементів фірмового стилю; Технологічні схеми виготовлення носіїв фірмового стилю; Обґрунтування вибору матеріалів; Вибір поліграфічного обладнання; Маршрутно-технологічна карта; Приклади сторінок брендбуку; Економічна частина; Висновки; Публікації

6. Консультанти розділів роботи (п. 6 включається до завдання за наявності консультантів згідно з наказом, зазначеним у п. 1)

Найменування розділу	Консультант (посада, прізвище, ім'я, по батькові)	Позначка консультанта про виконання розділу	
		підпис	дата
Основна частина	ст. викл. Чеботарьова І.Б.		06.06.24
Економічна частина	ас. Помогалова Н.В.		11.06.24

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу	21.05.2024	Виконано
2	Аналітичний огляд досягнень у виробництві та застосуванні фірмового стилю	24.05.2024	Виконано
3	Проектування технологічного процесу виготовлення фірмового стилю	26.05.2024	Виконано
4	Обґрунтування вибору способу друку	28.05.2024	Виконано
5	Вибір програмних засобів розробки	31.05.2024	Виконано
6	Проектування складових фірмового стилю	02.06.2024	Виконано
7	Розробка графічного дизайну та макетів	05.06.2024	Виконано
8	Розробка брендбуку	07.06.2024	Виконано
9	Розробка технологічних схем для виготовлення елементів фірмового стилю	08.06.2024	Виконано
10	Вибір та розрахунок матеріалів	09.05.2024	Виконано
11	Розробка маршрутно-технологічної карти	10.06.2024	Виконано
12	Економічна частина	11.06.2024	Виконано
13	Оформлення пояснювальної записки	12.06.2024	Виконано
14	Оформлення графічної частини	12.06.2024	Виконано


Дата видачі завдання 20 травня 2024 р.

Студент


_____ (підпис)

Сушкова А.С.

Керівник роботи


_____ (підпис)

ст. викл. Чеботарьова І.Б.

_____ (посада, прізвище, ініціали)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка кваліфікаційної роботи: 72 с., 10 табл., 16 рис., 1 дод., 35 джерел.

ФІРМОВИЙ СТИЛЬ, АВІАКОМПАНІЯ, ЛОГОТИП, КОРПОРАТИВНІ КОЛЬОРИ, ДРУКОВАНІ МАТЕРІАЛИ, ОФСЕТНИЙ ДРУК, ФЛЕКСОГРАФІЧНИЙ ДРУК.

Метою кваліфікаційної роботи є розробка фірмового стилю авіакомпанії «Air Trails».

Об'єкт дослідження – процес розробки складових фірмового стилю, технології виготовлення носіїв фірмового стилю для авіакомпанії.

У кваліфікаційній роботі бакалавра було проаналізовано існуючі фірмові стилі провідних авіакомпаній та проведено аналіз їх ефективності. Визначено мету та ідеї розробки фірмового стилю для авіакомпанії, сформовано технічне завдання на розробку дизайну. Визначено структурні елементи фірмового стилю, розроблено логотип, вибрано фірмові кольори та шрифти. Створено макети різних елементів фірмової продукції.

Результатом виконання кваліфікаційної роботи є розроблений сучасний та унікальний фірмовий стиль авіакомпанії «Air Trails», що відповідає її іміджу та сприяє впізнаваності бренду.

У процесі розробки фірмового стилю було враховано принципи графічного дизайну, особливості цільової аудиторії авіакомпанії, а також сучасні тенденції у дизайні фірмового стилю. Особливу увагу приділено забезпеченню високого рівня якості друкованої продукції, використовуючи офсетний та флексографічний способи друку

ABSTRACT

Explanatory note of the qualification work: 72 p., 10 tables, 16 pic., 1 app., 35 sources.

BRAND STYLE, AIRLINE, LOGO, CORPORATE COLORS, PRINTED MATERIALS, OFFSET PRINTING, FLEXOGRAPHIC PRINTING.

The purpose of the qualification work is to develop the corporate style of the Air Trails airline company.

The object of the study is the process of developing the components of corporate identity, the technology of manufacturing corporate identity media for an airline company.

In the qualification work of the bachelor, the existing brand styles of the leading airlines were analyzed and an analysis of their effectiveness was carried out. The purpose and ideas of developing a corporate style for the airline were determined, and the technical task for design development was formed. The structural elements of the corporate style were determined, the logo was developed, and corporate colors and fonts were selected. Mock-ups of various elements of branded products have been created.

The result of the qualification work is the developed modern and unique corporate style of the airline "Air Trails", which corresponds to its image and promotes brand recognition.

In the process of developing the corporate style, the principles of graphic design, the peculiarities of the airline's target audience, as well as modern trends in corporate style design were taken into account. Special attention is paid to ensuring a high level of quality of printed products, using offset and flexographic printing methods

ЗМІСТ

	С.
ВСТУП.....	8
1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ	10
1.1 Вихідні дані до проєктування фірмового стилю	10
1.2 Вимоги до фірмового стилю авіакомпанії	11
1.3 Постановка завдань для розробки	12
2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ДОСЯГНЕНЬ У ВИРОБНИЦТВІ ТА ЗАСТОСУВАННІ ФІРМОВОГО СТИЛЮ	14
2.1 Сучасні тенденції в розробці фірмового стилю	14
2.2 Аналіз фірмових стилів провідних авіакомпаній	14
3 ПРОЄКТУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ ВИГОТОВЛЕННЯ ФІРМОВОГО СТИЛЮ	18
3.1 Етапи створення фірмового стилю	18
3.2 Засоби реалізації проєкту.....	19
4 ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ СПОСОБУ ДРУКУ	21
4.1 Офсетний друк.....	22
4.2 Цифровий друк	23
4.3 Флексографічний друк	25
5 ВИБІР ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	26
5.1 Вибір програмного забезпечення для графічного дизайну	26
5.2 Вибір інструментів для розробки веб-дизайну	27
6 ПРОЄКТУВАННЯ СКЛАДОВИХ ФІРМОВОГО СТИЛЮ	29
6.1 Розробка логотипу	29
6.2 Вибір кольорової гама та шрифтів	30
6.3 Вибір носіїв фірмового стилю	32
7 РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ БРЕНДОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ	35
7.1 Створення макетів носіїв фірмового стилю.....	35
7.2 Оформлення рекламних матеріалів	40

7.3 Розробка дизайну для сайту та мобільного додатку.....	42
8 РОЗРОБКА ТЕХНОЛОГІЧНИХ СХЕМ ВИГОТОВЛЕННЯ ЕЛЕМЕНТІВ ФІРМОВОГО СТИЛЮ	45
9 ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПОЛІГРАФІЧНОГО ОБЛАДНАННЯ	49
10 ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПОЛІГРАФІЧНИХ МАТЕРІАЛІВ.....	54
10.1 Обґрунтування вибору паперу для візиток	54
10.2 Обґрунтування вибору паперу для авіаквитків	54
10.3 Обґрунтування вибору паперу для бланків.....	54
10.4 Обґрунтування вибору паперу для пакування їжі	55
10.5 Обґрунтування вибору офсетної фарби	55
10.6 Обґрунтування вибору флексографічної фарби	56
11 МАРШРУТНО-ТЕХНОЛОГІЧНА КАРТА	57
12 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА	59
12.1 Характеристика продукції	59
12.2 Конкуренція	61
12.3 Стратегія маркетингу	63
12.4 План виробництва	64
ВИСНОВКИ	68
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ	70
ДОДАТОК А Приклади сторінок брендбука	73

ВСТУП

Сучасний світ, що характеризується глобалізацією та зростаючою конкуренцією в усіх сферах бізнесу, вимагає від компаній постійного вдосконалення своїх продуктів і послуг. Авіаційна галузь не є винятком. Авіакомпанії змушені не лише надавати високоякісні послуги, але й підтримувати сильний, впізнаваний бренд для залучення та утримання клієнтів. У зв'язку з цим, розробка фірмового стилю стає ключовим елементом у формуванні іміджу авіакомпанії.

Фірмовий стиль – це комплекс графічних, кольорових і шрифтових рішень, який забезпечує єдине візуальне оформлення всіх матеріалів та комунікацій компанії. Він включає логотип, корпоративні кольори, шрифти, дизайн рекламних матеріалів, уніформу персоналу, оформлення інтер'єрів літаків та інші елементи, що формують загальний образ бренду. В умовах високої конкуренції на ринку авіаперевезень, наявність добре розробленого фірмового стилю дозволяє компанії виділитися серед конкурентів, забезпечуючи впізнаваність і довіру клієнтів.

Особливо важливим аспектом є те, що авіакомпанії обслуговують мільйони пасажирів з різних куточків світу, і єдиний фірмовий стиль сприяє створенню послідовного та професійного образу, що важливо для сприйняття бренду на міжнародному рівні. Наявність чіткої та добре впізнаваної візуальної ідентичності також допомагає у зміцненні брендової лояльності, що є критичним фактором для успішного функціонування компанії на довгострокову перспективу.

Метою даної кваліфікаційної роботи є розробка фірмового стилю для авіакомпанії, який би забезпечив її впізнаваність, позитивний імідж та конкурентоспроможність на ринку авіаперевезень.

Об'єктом дослідження є процес розробки складових фірмового стилю та технології виготовлення носіїв фірмового стилю для авіакомпанії. Предметом дослідження є методи та засоби розробки фірмового стилю, включаючи графічний дизайн, технології виготовлення та застосування елементів фірмового стилю.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- виконати аналіз завдання на кваліфікаційну роботу та визначити ключові вимоги до фірмового стилю авіакомпанії;
- провести аналітичний огляд сучасних досягнень у створенні та застосуванні фірмового стилю;
- спроектувати технологічний процес розробки фірмового стилю;
- обґрунтувати вибір програмного забезпечення для реалізації проєкту;
- розробити ключові компоненти фірмового стилю;
- створити графічний дизайн та розробити макети носіїв фірмового стилю;
- обґрунтувати вибір способу друку для виготовлення фірмової продукції;
- обрати необхідні поліграфічні матеріали для виготовлення продукції з елементами фірмового стилю авіакомпанії;
- розробити брендбук для авіакомпанії;
- здійснити економічне обґрунтування проведених робіт та оцінити собівартість і ціну розробки.

Унікальність даної роботи полягає в комплексному підході до розробки фірмового стилю авіакомпанії, що включає всі етапи від аналізу існуючих рішень до впровадження розроблених матеріалів. Особливу увагу приділено інтеграції сучасних графічних інструментів та технологій для забезпечення високої якості та ефективності фірмового стилю. Додатково, робота включає обґрунтування вибору способів друку та поліграфічних матеріалів, що є важливим аспектом для забезпечення відповідності кінцевого продукту високим стандартам якості.

1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

1.1 Вихідні дані до проектування фірмового стилю

Фірмовий стиль є невід'ємною частиною ідентичності будь-якої компанії, особливо такої великої і складної, як авіакомпанія. В умовах глобальної конкуренції та високих вимог споживачів, авіакомпанії повинні не лише надавати якісні послуги, але й мати чітко виражений візуальний образ, який би відображав їхню унікальність та професіоналізм. У цьому контексті розробка фірмового стилю авіакомпанії є важливим завданням, що потребує комплексного підходу та врахування багатьох аспектів [1-3].

Вихідні дані, які визначають основні параметри та вимоги до створення фірмового стилю для авіакомпанії включають в себе:

- вид продукції – фірмовий стиль для авіакомпанії;
- призначення продукції – використання фірмового стилю у всіх візуальних комунікаціях авіакомпанії, включаючи логотип, корпоративні кольори, шрифти, рекламні матеріали, уніформу персоналу, оформлення екстер'єрів літаків та інші елементи;
- мета створення – розробка цілісного та впізнаваного фірмового стилю для авіакомпанії, що сприятиме зміцненню бренду, підвищенню впізнаваності та довіри пасажирів, а також забезпечить конкурентні переваги на ринку авіаперевезень.

Серед основних характеристик продукції слід виокремити:

- цілісність – всі елементи фірмового стилю повинні гармонійно поєднуватися між собою і створювати єдиний візуальний образ;
- впізнаваність – фірмовий стиль повинен бути легко впізнаваним і асоціюватися з авіакомпанією;
- адаптивність – можливість використання фірмового стилю у різних форматах та на різних платформах, включаючи друковані та цифрові матеріали;
- функціональність – зручність і простота використання елементів фірмового стилю у повсякденній роботі авіакомпанії;
- сучасність – відповідність сучасним тенденціям у графічному дизайні та маркетингу.

Як способи поширення фірмової продукції у даній роботі розглядаються два варіанти – це розповсюдження друкованих матеріалів (візитні картки, постери, білборди, оформлення літаків) та цифрових матеріалів (дизайн сайту та мобільного додатку).

Також у процесі роботи розробляються текстові та графічні матеріали, які є складовими елементами фірмового стилю, а саме: опис послуг авіакомпанії, слогани, рекламні тексти, логотипи, іконки, рекламні банери тощо.

В кваліфікаційній роботі бакалавра необхідно розробити основні носії фірмового стилю:

- корпоративні візитки;
- фірмові бланки;
- конверти;
- квитки;
- брендowane пакування (пакувальний папір).

Обраний тираж для корпоративних візитних карток – 2000 шт., для фірмових бланків – 6000 шт., конвертів – 7000 шт, для квитків – 100000 шт., для брендowanego пакування – 50000 листів.

Формат: для візитних карток – 90×50 мм, для фірмового бланку – 210×297 мм, для конверту – 110×220 мм, для квитка – 210×80 мм, ширина рулону для пакувального паперу – 330 мм (300×400 мм).

Кольоровість: візитної картки – 4 + 4, фірмового бланку 4 + 0, конверту – 4 + 4, квитка – 4 + 4, пакувального паперу – 4 + 0.

Для спроектованої брендowanej продукції необхідно обрати відповідне друкарське обладнання та матеріали, виходячи з формату, кольоровості та тиражу продукції.

1.2 Вимоги до фірмового стилю авіакомпанії

Фірмовий стиль авіакомпанії має відповідати низці вимог, щоб ефективно виконувати свою функцію. Ці вимоги базуються на принципах дизайну, маркетингових дослідженнях та практичному досвіді провідних компаній у цій галузі.

Найважливішою вимогою при створенні фірмового стилю є впізнаваність та унікальність. Фірмовий стиль має бути унікальним, таким, що відрізняє

авіакомпанію від конкурентів. Візуальні елементи повинні бути легко впізнаваними і асоціюватися з авіакомпанією без напруги. Брендінг сприяє створенню унікальної ідентичності, яка допомагає виділитися на ринку та залучити лояльних клієнтів [2].

Всі елементи фірмового стилю повинні бути гармонійно поєднані та створювати цілісний образ компанії. Послідовне використання логотипу, кольорової гама та шрифтів на всіх рекламних, інформаційних та внутрішніх матеріалах компанії забезпечують впізнаваність бренду. Фірмовий стиль повинен відповідати сучасним тенденціям у дизайні та маркетингу. Важливо враховувати зміни у вподобаннях споживачів та технологічний розвиток для забезпечення актуальності фірмового стилю на тривалий час. Сучасний бренд повинен відповідати поточним трендам і бути готовим до змін, щоб залишатися актуальним на ринку.

Елементи фірмового стилю повинні легко адаптуватися до різних форматів і носіїв: від друкованих матеріалів до цифрових платформ. Фірмовий стиль повинен виглядати однаково добре як на великих білбордах, так і на невеликих візитних картках. Слід зазначити, що в умовах сучасних технологій і різноманітних каналів комунікації бренд має бути гнучким і пристосовуватися до різних платформ.

Фірмовий стиль також повинен викликати позитивні емоції у клієнтів, асоціюватися з надійністю, комфортом і безпекою. Елементи дизайну мають бути спрямовані на формування позитивного іміджу авіакомпанії і створення довіри. Емоційний брендінг сприяє глибокому зв'язку з клієнтами, що підвищує їхню лояльність і залученість [1, 4].

1.3 Постановка завдань для розробки

У конкурентному світі авіаперевезень позиціонування та впізнаваність бренду відіграють вирішальну роль у привертанні та утриманні клієнтів. Для досягнення цих цілей кожна авіакомпанія повинна мати чітко визначений фірмовий стиль, який відображається у всіх аспектах її діяльності, від логотипу та кольорової гама до тону комунікації та рекламної продукції. Тому чітка та послідовна розробка фірмового стилю є важливою стратегічною метою, яка має на меті не лише відобразити особливості та цінності компанії, але й створити привабливий та неповторний образ перед клієнтами та партнерами. Щоб

забезпечити успішну реалізацію цього завдання, необхідно чітко визначити основні кроки та завдання, які потрібно виконати в рамках процесу розробки фірмового стилю авіакомпанії «Air Trails»:

- дослідження конкурентного середовища (аналіз фірмових стилів та маркетингових стратегій конкуруючих авіакомпаній, виявлення переваг та недоліків існуючих рішень у галузі брендингу);

- визначення ключових елементів фірмового стилю (розробка логотипу та ідентифікаційних символів, які відобразатимуть імідж та цінності авіакомпанії; визначити кольорову гамму, шрифти та графічні елементи, які стануть основою фірмового стилю);

- створення візуальних та текстових матеріалів (розробити дизайн для всіх видів рекламної продукції, включаючи літаки, паперову продукцію, веб-сайт та мобільний додаток);

- розробка макетів основних носіїв фірмового стилю з урахуванням обраних технологій виготовлення (обґрунтування способів друку, вибір поліграфічного обладнання та матеріалів);

- оформлення брендбуку;

- економічне обґрунтування розробки фірмового стилю.

Процес розробки фірмового стилю вимагає комплексного підходу та уваги до деталей. Це передбачає ретельне планування, вивчення та впровадження всіх елементів, щоб створити унікальний та відмінний образ перед клієнтами та партнерами. Зазначені завдання визначають курс для подальшої діяльності та є основою для побудови сильної та впізнаваної брендової ідентичності, що відповідатиме потребам та очікуванням аудиторії.

Результатом успішної реалізації цих завдань стане створення цілісного та привабливого образу авіакомпанії «Air Trails», що не лише виділить її серед конкурентів, але й сприятиме підвищенню лояльності клієнтів, покращенню репутації та збільшенню ринкової частки.

2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ДОСЯГНЕНЬ У ВИРОБНИЦТВІ ТА ЗАСТОСУВАННІ ФІРМОВОГО СТИЛЮ

2.1 Сучасні тенденції в розробці фірмового стилю

Під час аналізу сучасних тенденцій в розробці фірмових стилів, важливо враховувати широкий спектр факторів, що впливають на формування бренду та його візуального образу. Однією з головних тенденцій є стремління до мінімалізму та простоти в дизайні. Сучасні бренди все частіше віддають перевагу простим, чистим лініям та мінімалістичним елементам у своєму фірмовому стилі, що сприяє створенню яскравого та запам'ятовуючого образу.

Ще однією важливою тенденцією є персоналізація та індивідуалізація бренду. Компанії все більше звертають увагу на створення унікального та персоналізованого досвіду для своїх клієнтів, що відображається у виборі кольорової палітри, шрифтів та інших елементів фірмового стилю, що відповідають індивідуальним потребам та вподобанням аудиторії.

Додатково, важливо звернути увагу на роль цифрових технологій у розробці фірмових стилів. Використання штучного інтелекту, віртуальної реальності та інших інноваційних рішень дозволяє компаніям створювати унікальні та ефективні брендові матеріали, які привертають увагу споживачів та стимулюють їхню взаємодію з брендом [5, 8].

2.2 Аналіз фірмових стилів провідних авіакомпаній

Один з факторів, які допомагають авіакомпаніям виділитися серед конкурентів – це правильний вибір кольорів у їхньому фірмовому стилі. Кожен колір має своє значення та відображає певні цінності. Кожна авіакомпанія має свою унікальну історію, цінності та амбіції. Вибір кольорової палітри для фірмового стилю – це не лише естетичний вибір, але й вираження брендового світогляду.

На рисунку 2.1 наведені приклади логотипів відомих авіакомпаній [3].



Рисунок 2.1 – Приклади логотипів авіакомпаній

Наприклад, Emirates використовує багряний колір у своєму логотипі, що відображає розкіш та елегантність, тоді як Southwest Airlines вибрав контрастні кольори (синій-червоний-помаранчевий), які відображають їхню динамічність та енергію. Кольорова палітра логотипу Lufthansa включає жовтий та синій кольори. Синій символізує безпеку та довіру, тоді як жовтий відображає оптимізм та впевненість. Ці кольори разом створюють образ професійної та надійної авіакомпанії (рис. 2.2).



Рисунок 2.2 – Приклади використання кольорів для авіакомпаній

Ці приклади підтверджують, що авіакомпанії свідомо використовують яскраві та контрастні кольори для привернення уваги до свого бренду.

Кольорова палітра авіакомпанії грає значущу роль у розпізнаваності та комунікації з аудиторією. При створенні фірмового стилю, зазвичай використовуються кольори, які символізують надійність, безпеку та динаміку. Наприклад, синій колір часто пов'язують із спокоєм та довірою, що робить його популярним серед авіакомпаній як основний колір логотипу. Червоний колір може символізувати силу, енергію та пристрасть, що також може бути використано в логотипах авіакомпаній для підкреслення їхньої рішучості та надійності. Зелений колір відомий своєю асоціацією з природою, екологією та свіжістю. Для авіакомпаній, які акцентують на екологічних аспектах своєї діяльності або використовують інноваційні підходи, зелений колір може бути відмінним вибором. Жовтий та помаранчевий колір в логотипах, викликають відчуття радості, оптимізму та енергії. Ці яскраві кольори можуть бути привабливими для пасажирів, які шукають позитивний досвід польоту.

Крім того, важливо враховувати культурні відмінності та асоціації з кольорами у різних регіонах світу.

Деякі авіакомпанії використовують не лише один колір, а комбінацію кількох для підкреслення своєї унікальності та розмаїття. Наприклад, синій у поєднанні з білим може створювати враження професіоналізму та надійності, а зелений разом із жовтим – про природу та екологію.

Вибір кольорової палітри має бути обґрунтованим та відображати образ компанії. Вибір кольорів у логотипі, фірмовому одязі, рекламній продукції – це стратегічне рішення, яке враховує психологічні аспекти сприйняття та створює сприятливе середовище для пасажирів. Це не лише спосіб виділитися серед конкурентів, але й можливість підкреслити ключові цінності та характер компанії [3].

Аналіз фірмових стилів вищезгаданих авіакомпаній показує, що фірмовий стиль не лише відображає імідж бренду, але і створює неповторну атмосферу для пасажирів та допомагає позиціонувати компанію на ринку авіаційних послуг. Дане дослідження дозволило нам глибше розуміти важливість фірмового стилю у формуванні бренду та визначити його вплив на сприйняття клієнтами. Такий аналіз є важливим етапом у розробці стратегій брендування та вирішенні конкурентних викликів в авіаційній індустрії. В таблиці 2.1 наведені переваги та недоліки розглянутих авіакомпаній.

Таблиця 2.1 – Основні переваги та недоліки аналізованих фірмових стилів

Авіакомпанія	Основні переваги фірмового стилю	Основні недоліки фірмового стилю
Emirates	Використання багряного кольору, що асоціюється з елегантністю. Стильний та сучасний дизайн, що підкреслює інноваційність та престиж.	Може сприйматися як надмірно елітарний для деяких груп пасажирів. Складність у забезпеченні єдності стилю в усіх регіонах та культурних контекстах.
Southwest Airlines	Яскраві кольори та грайливий дизайн, що роблять бренд доступним та дружнім. Простота та легкість у сприйнятті, що підкреслює доступність послуг.	Може сприйматися як менш серйозний або професійний порівняно з конкурентами. Відсутність преміум-елементів може обмежувати привабливість для бізнес-пасажирів.
Lufthansa	Класичний та елегантний стиль, що підкреслює надійність та стабільність. Використання синього та жовтого кольорів, що асоціюються з професіоналізмом та динамічністю.	Можливий ризик сприйняття як консервативного або застарілого бренду. Можливе сприйняття як занадто формального або холодного стилю

Аналіз конкурентів у сфері фірмового стилю авіакомпаній важливий з кількох причин. По-перше, він дозволяє компанії отримати уявлення про те, які стратегії та підходи використовуються вже існуючими гравцями на ринку. Це може включати вивчення їхніх логотипів, кольорових схем, графічних елементів, слоганів та інших атрибутів бренду.

По-друге, аналіз конкурентів допомагає виявити сильні та слабкі сторони їхніх фірмових стилів. Це дозволяє зрозуміти, що працює добре у даній галузі та на що варто звернути увагу під час розробки власного стилю.

По-третє, аналіз конкурентів допомагає ідентифікувати можливі ніші або можливості для вдосконалення, які можуть бути використані для підвищення конкурентоспроможності компанії. Це може включати виявлення недоліків у фірмових стилях конкурентів або здійснення аналізу споживчих потреб та побажань, які поки що не були задоволені на ринку.

3 ПРОЄКТУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ ВИГОТОВЛЕННЯ ФІРМОВОГО СТИЛЮ

3.1 Етапи створення фірмового стилю

Фірмовий стиль авіакомпанії є невід'ємною частиною її брендової ідентичності, яка впливає на сприйняття компанії клієнтами та партнерами. Створення фірмового стилю включає в себе комплекс заходів, спрямованих на розробку унікального та впізнаваного візуального образу, який відображає цінності, місію та стратегічні цілі компанії. Для авіакомпанії «Air Trails» розроблений фірмовий стиль має не лише підкреслювати її конкурентні переваги, але й формувати довіру та впевненість пасажирів у надійності та якості послуг. Після проведеного дослідження ринку та аналізу можливих конкурентів необхідно визначити основні етапи процесу створення фірмового стилю «Air Trails». Кожен етап розробки детально описаний з урахуванням найкращих практик та сучасних наукових досліджень у сфері брендингу.

Першим етапом у процесі створення фірмового стилю «Air Trails» є глибоке дослідження та аналіз. Це має включати у себе аналіз ринку, тобто детальне вивчення ринку авіаперевезень, аналіз конкурентів та їхніх візуальних ідентичностей, визначення тенденцій. Наприклад, дослідження показало, що кольорові гами та естетика логотипів інших провідних авіакомпаній значно впливають на вибір пасажирів [3].

На основі отриманих даних розробляється концепція та стратегія фірмового стилю. Визначення місії та цінностей «Air Trails», які мають бути відображені у візуальній ідентичності [9]. Наприклад, якщо місія компанії полягає в забезпеченні комфортних та надійних авіаперевезень, це має відображатися у дизайні. Також слід пам'ятати про унікальну торгову пропозицію – визначення ключових переваг «Air Trails», які відрізняють її від конкурентів. Це можуть бути, наприклад, унікальні маршрути, відмінний сервіс або інноваційні рішення в обслуговуванні.

Далі настає етап безпосередньої розробки візуальних елементів. Цей крок включає створення ключових візуальних елементів фірмового стилю «Air Trails»:

– логотип – розробка унікального та запам'ятовуваного логотипу, що відображає суть бренду. Для «Air Trails» це може бути стилізоване зображення літального апарату, що символізує надійність та швидкість;

– кольорова палітра – вибір кольорів, що асоціюються з брендом та викликають потрібні емоції у цільової аудиторії [10];

– типографіка – вибір гарнітур та шрифтів, що відповідають стилю та характеру бренду. Шрифт повинен бути читабельним та сучасним, відображаючи професіоналізм та доступність [11].

Наступний етап включає в себе можливе коригування та безпосереднє впровадження та інтеграцію фірмового стилю. Тобто це робота над маркетинговими матеріалами, серед яких створення та адаптація рекламних матеріалів у відповідності до розробленого фірмового стилю. Це включає створення акцидентної продукції, веб-сайту, рекламних банерів та іншої фірмової продукції. Також на цьому етапі за реальних умов слід було б провести внутрішню комунікацію – проінформувати співробітників про новий стиль та попіклуватись про забезпечення його дотримання у всіх внутрішніх документах та комунікаціях [5, 12, 13].

Заключним етапом кожної розробки має йти постійний моніторинг та підтримка фірмового стилю. Треба час від часу проводити оцінку ефективності – це регулярний аналіз впливу фірмового стилю на сприйняття бренду та бізнес-результати. Наприклад, аналіз відгуків пасажирів та показників задоволеності клієнтів. А також можливі внесення змін та оновлень у фірмовий стиль для його відповідності новим тенденціям та вимогам ринку.

3.2 Засоби реалізації проєкту

Для реалізації проєкту створення фірмового стилю для авіакомпанії «Air Trails», необхідно ретельно розглянути засоби, які будуть використані в цьому процесі. Це включає в себе різноманітні техніки та інструменти для розробки бренду, комунікаційні стратегії, технології та програми розробки, управління проєктом, етапи впровадження та інші аспекти брендуння.

Використання сучасних технік та розробки унікальної концепції бренду, а також методів для створення фірмового стилю, включаючи унікальність, співзвучність, диференціацію та привабливість бренду «Air Trails» – є основним чинником успіху. Розробка брендового лого має будуватись на

унікальності створення логотипу, який буде представляти авіакомпанію «Air Trails» на ринку. Для цього використовуються спеціалізовані програми для дизайну, а також проводиться аналіз сучасних тенденцій дизайну та його впливу на споживача [14, 15].

Використання спеціалізованих програм та технологій для розробки і впровадження фірмового стилю, таких як графічні редактори, дизайн-платформи та онлайн-інструменти для керування брендом, також можна віднести до засобу реалізації проєкту.

Створення візуальної ідентичності бренду включає в себе: розробку кольорової палітри, гарнітур, шрифтів, графічних елементів та інших атрибутів бренду «Air Trails». Важливо забезпечити їхню згоду з основною концепцією бренду та здатність відображати його цінності та імідж.

Комунікаційна стратегія полягає у розробці ефективного плану зв'язку зі споживачем для впровадження фірмового стилю, зокрема використання соціальних медіа, рекламних кампаній, PR-подій та інших каналів зв'язку з клієнтами. Для досягнення цієї мети треба розробити різноманітні матеріали бренду, такі як веб-сайт, рекламні банери, буклети, електронні листівки та інші медіа-засоби. Важливо забезпечити їхню консистентність та відповідність брендові.

Фінальним засобом реалізації проєкту має бути його безпосередній випуск та моніторинг, що полягає у запровадженні нового фірмового стилю у всі сфери діяльності компанії, а також систематичний моніторинг та оновлення брендової ідентичності з метою забезпечення актуальності та ефективності.

Для оцінки ефективності вслід враховувати сприйняття аудиторії, конкурентне середовище та тренди галузі. Також важливо враховувати зворотній зв'язок від клієнтів та працівників, щоб постійно покращувати фірмовий стиль та забезпечувати конкурентні переваги [9].

4 ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ СПОСОБУ ДРУКУ

Одним з етапів розробки фірмового стилю є проектування продукції з елементами фірмового стилю. Розробка будь-якої поліграфічної продукції не можлива без якісних матеріалів та правильної технології виготовлення. Вибір правильного методу друку на цьому етапі має вирішальне значення з різних причин. Це може вплинути на якість, вартість і ефективність процесу друку. Такі фактори, як тип матеріалу, на якому друкується, необхідний обсяг відбитків і бажаний результат, відіграють роль у визначенні найбільш підходящого методу друку. Приймаючи обґрунтоване рішення щодо методу друку, підприємства можуть досягти кращих результатів, заощадити кошти та переконатися, що їхні друківані матеріали ефективно відповідають поставленим цілям.

Розробка фірмового стилю для авіакомпанії включає в себе багато етапів, починаючи від визначення основних кольорів і шрифтів до створення логотипу і візуальної ідентифікації. Однак, коли настав час виготовлення матеріалів із цими елементами, не менш важливо обрати правильний спосіб друку. Обґрунтування вибору способу друку фірмової продукції для авіакомпанії вимагає аналізу різних факторів, таких як тип і розмір продукції, бюджет, терміни та якість друку. Крім того, враховується й специфіка розміщення матеріалів, де важливо, щоб матеріали були стійкими до зношування, вологи та інших атмосферних впливів.

Існує велика кількість аспектів, які слід дослідити для вибору способу друку фірмової продукції авіакомпанії «Air Trails». Першочерговий чинник – якість, це означає, що використання високоякісних друкарських машин гарантує професіональний вигляд продукції та високу якість друку, що відображає статус та репутацію авіакомпанії.

Також слід пам'ятати про креативність та індивідуальний підхід, наприклад, різні види фольгування або тиснення, можуть надати продукції унікальний вигляд, що приверне увагу клієнтів та підвищить їх інтерес до продукції авіакомпанії.

Ще один аспект – це екологічно чисті матеріали. Вибір такої сировини та процесів друку може відігравати значну роль у стратегії сталого розвитку компанії та вражати клієнтів своєю екологічною усвідомленістю [16-19].

4.1 Офсетний друк

Офсетний друк є одним із найпоширеніших методів друку, особливо у виробництві високоякісної фірмової продукції. Завдяки своїм унікальним властивостям, він забезпечує відмінну якість зображення, високу чіткість деталей та насиченість кольорів. Для авіакомпанії «Air Trails» офсетний друк стане оптимальним вибором для виготовлення таких видів друкованої продукції, таких як візитні картки, конверти, бланки, квитки, постери тощо.

У традиційному офсетному друці фарба переноситься на папір через два вали – формний вал і офсетний вал. Формний вал є пластиною з металу, яка покрита світлочутливим шаром. На цю форму наноситься зображення. Після обробки, засвічені ділянки форми починають притягувати воду і відштовхувати фарбу, тоді як незасвічені ділянки, навпаки, притягують фарбу і відштовхують воду. Таким чином, фарба осідає тільки на незасвічених частинах форми, які формують друковані елементи зображення.

При кожному оберті, вал з друкарською формою обмивається водою за допомогою системи зволожуючих валів. Потім через систему фарбових валів на нього наноситься фарба. Зображення спершу переноситься з друкарської форми на офсетний вал, а вже звідти – на папір [20].

Офсетний друк дозволяє отримати високу якість друку на різних типах паперу, що особливо важливо для візитних карток. Завдяки цьому методу друку, візитні картки матимуть чіткі лінії та яскраві кольори, що створює професійний вигляд. Крім того, офсетний друк дозволяє використовувати спеціальне додаткове оформлення, наприклад, лакування в лінію, що може підкреслити унікальність дизайну візитних карток [21].

Для друку квитків офсетний друк є ідеальним рішенням завдяки своїй здатності відтворювати детальну графіку та текст з високою чіткістю. Це важливо для забезпечення чіткої інформації на квитках, включаючи назву рейсу, час відправлення та інші необхідні деталі. Офсетний друк також дозволяє легко включати елементи захисту від підробки, такі як водяні знаки або мікротекст. Також друкувати можна навіть на конвертах при правильному виборі поліграфічного обладнання.

4.2 Цифровий друк

Цифровий друк – це спосіб друку, при якому цифрові версії файлів переносяться на друкований матеріал без використання традиційних друкованих форм або циліндрів. Струменевий цифровий друк передбачає використання спеціалізованих цифрових принтерів, які точно наносять чорнило на поверхню матеріалів, створюючи високоякісні відбитки з винятковою точністю та деталізацією [22].

Останніми роками цифровий друк набув значного поширення в галузі упаковки та етикеток завдяки своїм унікальним перевагам перед традиційними методами друку.

Ще одна галузь застосування цифрового друку – широкоформатна зовнішня реклама.

Для виготовлення великоформатних друкованих матеріалів, таких як банери та білборди, цифровий друк забезпечує високу якість зображення навіть на великих площах. Він дозволяє використовувати різні матеріали для друку, такі як вініл або поліетилен, що робить продукцію стійкою до атмосферних впливів. Це особливо важливо для зовнішньої реклами, яка повинна зберігати свій привабливий вигляд навіть у складних погодних умовах [23].

Зовнішня реклама – це невід’ємна складова фірмового стилю для авіакомпанії. Тому для виготовлення цих рекламних носіїв рекомендується використовувати цифровий широкоформатний друк сольвентними або екосольвентними фарбами, які забезпечать тривале використання цієї реклами.

Але цифровий друк має і деякі недоліки. Цифровий друк стає менш економічно вигідним при великих тиражах, порівняно з офсетним друком. Хоча для невеликих партій цифровий друк є ідеальним, при значних обсягах продукції, таких як масове виготовлення квитків або рекламних матеріалів, вартість може значно зрости. Це робить цифровий друк менш привабливим для великих тиражів, де офсетний друк забезпечує економію на одиницю продукції.

Цифровий друк має певні обмеження щодо типів матеріалів, на яких можна друкувати. Деякі спеціальні папери або інші поверхні можуть не підходити для цифрових друкарських машин, що обмежує можливості для творчого підходу у виготовленні пакувального паперу для їжі або інших специфічних матеріалів.

Ці недоліки підкреслюють важливість ретельного вибору методу друку залежно від специфіки продукції та вимог авіакомпанії «Air Trails». У випадках, коли необхідна висока якість друку на великих тиражах, особливо для друкування на папері, офсетний друк може бути більш підходящим рішенням. У таблиці 4.1 приведена порівняльна характеристика двох досліджуваних способів друку.

Таблиця 4.1 – Порівняння технологій офсетного та цифрового друку

Параметр	Офсетний друк	Цифровий друк
Принцип роботи	Фарба переноситься з формного вала на офсетний вал, а з нього на папір.	Фарба наноситься безпосередньо на папір за допомогою цифрових друкарських машин.
Вартість	Високі початкові витрати на виготовлення друкарських форм, вигідний для великих тиражів.	Низькі початкові витрати, вигідний для малих і середніх тиражів.
Якість друку	Висока якість зображення та точність передачі кольорів, особливо для великих тиражів.	Висока якість зображення для малих та середніх форматів, роздільна здатність до 2400 dpi.
Час підготовки	Тривалий час налаштування перед початком друку через необхідність виготовлення форм.	Швидкий старт друку, не потребує довготривалої підготовки.
Гнучкість	Менш гнучкий, зміни в макеті потребують виготовлення нових друкарських форм.	Висока гнучкість, можливість швидкої корекції та внесення змін у макет.
Різноманітність матеріалів	Можливість друку на широкому спектрі матеріалів, включаючи спеціальні папери та картон.	Можливість друку на різних матеріалах, але з певними обмеженнями.
Тираж	Вигідний для великих тиражів, де вартість друку знижується зі збільшенням обсягу.	Вигідний для малих та середніх тиражів, вартість залишається стабільною незалежно від обсягу.
Швидкість друку	Висока швидкість друку після налаштування обладнання, ефективний для великих обсягів.	Швидке виконання малотиражних замовлень, менша швидкість для великих тиражів порівняно з офсетним друком.
Економічність	Економічний для великих тиражів, вартість друку знижується з ростом обсягу.	Вартість залишається стабільною незалежно від обсягу. Малі тиражи.

4.3 Флексографічний друк

Флексографічний друк є одним із найпоширеніших способів друку для пакувальних матеріалів. Цей метод забезпечує високу швидкість друку, низькі витрати та чудову якість друку на різних типах матеріалів, що робить його підходящим для потреб авіакомпанії «Air Trails».

Флексографія є різновидом високого друку, де еластична друкарська форма (кліше) наносить фарбу на матеріал. Основний принцип роботи полягає у використанні рідких фарб, які швидко висихають, та друкарських форм, виготовлених з фотополімерних матеріалів. Процес включає кілька етапів:

- підготовка друкарської форми (фотополімерні форми створюються за допомогою експонування та витравлення, далі на форму наноситься зображення, яке виступає на поверхні та переносить фарбу на матеріал);
- нанесення фарби (фарба наноситься на форму за допомогою анілоксового вала, який забезпечує рівномірний розподіл фарби);
- перенесення зображення (форма притискається до матеріалу, передаючи зображення та завдяки еластичності форми та контролю тиску, флексографія може друкувати на нерівних та текстурованих поверхнях).

Для друку на пакувальному папері для їжі на рейси авіакомпанії було обрано флексографічний друк, оскільки він має кілька значних переваг:

- висока продуктивність – флексографічний друк забезпечує швидке виробництво великої кількості пакувального матеріалу;
- економічність – низька вартість друкарських форм та фарб, а також ефективний процес друку дозволяють знизити загальні витрати;
- якість друку – флексографія забезпечує високу якість друку на різних типах матеріалів, включаючи папір, картон та пластик. Це дозволяє створювати привабливу та функціональну упаковку для харчових продуктів [24].

Для цього матеріалу флексоdruk дозволяє отримати продукцію з високою якістю друку, яка є безпечною для контакту з продуктами харчування. Цей метод дозволяє використовувати спеціальні фарби, що відповідають санітарним нормам і стандартам безпеки. А також друкувати на рулонному матеріалі з будь-яким покриттям. Завдяки цьому, пакувальний папір буде функціональним, недорогим і привабливим з точки зору дизайну, що підвищить впізнаваність та довіру до бренду «Air Trails».

5 ВИБІР ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

5.1 Вибір програмного забезпечення для графічного дизайну

Для створення фірмового стилю авіакомпанії «Air Trails» важливо вибрати відповідне програмне забезпечення, яке дозволить розробити високоякісні графічні елементи. У даному проєкті використовувались два основних інструменти з пакету Adobe Creative Cloud: Adobe Illustrator та Adobe Photoshop. Ці програми є стандартом в індустрії графічного дизайну і надають всі необхідні функції для професійної роботи.

Adobe Illustrator відомий своєю здатністю створювати векторні зображення, які залишаються чіткими та детальними при будь-якому їх масштабуванні. Це ідеальний інструмент для розробки логотипів, візитних карток, афіш та інших графічних матеріалів, які потребують бездоганної роздільної здатності та масштабованості. Багатофункціональність та широкий вибір інструментів Illustrator дозволяють реалізувати навіть найскладніші дизайнерські концепції [25].

Основні переваги Adobe Illustrator:

- векторний редактор – Adobe Illustrator дозволяє створювати векторні графічні елементи, які можна масштабувати без втрати якості;
- широкий набір інструментів для малювання та редагування – у програмі представлений різноманітний набір інструментів для малювання, редагування форм та роботи з текстом, що дозволяє дизайнерам реалізувати навіть найскладніші ідеї;
- робота з шарами – Illustrator підтримує роботу зі шарами, що полегшує організацію та редагування складних проєктів;
- інтегрованість з іншими програмами – редактор ідеально поєднується з іншими програмами Adobe, такими як Photoshop та InDesign, що дозволяє зручно переміщувати графічні елементи між різними проєктами.

Adobe Photoshop – це безсумнівно найпопулярніший растровий графічний редактор, який використовується для обробки та редагування фотографій, створення композицій, та додавання спецефектів до зображень. Його потужність полягає у можливості працювати зі шарами, використанні різноманітних інструментів для корекції кольору та освітлення, а також у

доступі до безлічі фільтрів та ефектів, що дозволяють створювати унікальні графічні композиції [26].

Основні переваги Adobe Photoshop:

- розширені можливості редагування фотографій – Photoshop надає користувачам безліч інструментів для тонкої настройки зображень, включаючи ретушування, корекцію кольору, створення ефектів та багато іншого;

- підтримка широкого спектру форматів файлів – Photoshop працює з багатьма типами файлів, що дозволяє зручно обробляти фотографії та графічні зображення;

- інтеграція з іншими програмами Adobe – програма легко поєднується з іншими програмами Adobe, такими як Illustrator та InDesign, для створення комплексних дизайнів;

- можливість створення професійних дизайнів – редактор дозволяє створювати вражаючі графічні роботи, включаючи логотипи, постери, банери та інше;

- система шарів для зручного редагування – Photoshop використовує концепцію шарів, що дозволяє зручно працювати з окремими елементами зображення та ефективно їх редагувати.

Обидва ці програми є потужними засобами для створення графічних дизайнів та володіють широким спектром функцій та можливостей. Adobe Illustrator відмінно підходить для створення векторних зображень та роботи зі шарами, тоді як Adobe Photoshop ідеально підходить для редагування растрових зображень та застосування різноманітних ефектів. Обидві програми мають велику кількість корисних інструментів та ефектів, що дозволило створити якісні та естетично привабливі матеріали при розробці фірмового стилю авіакомпанії «Air Trails».

5.2 Вибір інструментів для розробки веб-дизайну

Вибір відповідних інструментів для веб-розробки та створення цифрових матеріалів є критичним етапом у процесі розробки фірмового стилю авіакомпанії «Air Trails».

Figma є одним із провідних інструментів для веб-дизайну та створення цифрових матеріалів, який відрізняється своєю зручністю, функціональністю та можливостями для співпраці. Це програмне забезпечення дозволяє дизайнерам

та розробникам працювати разом у реальному часі, що значно підвищує ефективність роботи над проектом [27].

До основних переваг Figma включають:

- кросплатформенність, Figma працює у веб-браузері, що дозволяє користувачам працювати на будь-якому пристрої з доступом до інтернету без необхідності встановлювати додаткове програмне забезпечення, але також має і десктопну версію;

- Figma відома тим, що підтримує створення інтерактивних прототипів, які дозволяють тестувати дизайн до його впровадження;

- має потужні інструменти для створення та редагування графіки, включаючи можливості для роботи з векторною графікою;

- Figma легко інтегрується з іншими популярними інструментами для веб-розробки та управління проектами, такими як Slack, Jira, і GitHub;

- Можливість збереження проектів у хмарі, що забезпечує доступ до них з будь-якого пристрою.

У проекті «Air Trails» Figma використовувалась для створення дизайну веб-сторінок, мобільних додатків, а також інших цифрових матеріалів. Figma забезпечила швидке та ефективне створення макетів веб-сторінок, з урахуванням корпоративних кольорів, логотипу та інших елементів фірмового стилю. А також створено інтерактивні прототипи мобільних додатків, що дало змогу протестувати користувацький інтерфейс та зробити необхідні корективи до впровадження.

6 ПРОЄКТУВАННЯ СКЛАДОВИХ ФІРМОВОГО СТИЛЮ

6.1 Розробка логотипу

Логотип є ключовим елементом фірмового стилю, оскільки він відображає ідентичність компанії та робить її впізнаваною на ринку. При розробці логотипу для авіакомпанії «Air Trails» було враховано декілька важливих аспектів, потрібно розуміти, що логотип повинен нести символізм та асоціації. У цьому випадку емблема складається з текстового елемента «air trails» та графічного елемента у вигляді літака-стрілки.

Використання сучасного та легкого для читання шрифту підкреслює надійність і професіоналізм компанії. Шрифт вибраний з урахуванням читабельності як у великих, так і в малих розмірах, що важливо для використання логотипу в різних медіа. Шрифтова частина логотипу має розділення білою лінією, що надає йому унікальності та динамічності. Це розділення символізує рух та потоки повітря, що асоціюється з польотами та подорожами. Білий колір лінії підкреслює чистоту та сучасність дизайну.

Графічний елемент у вигляді стрілки-літака символізує напрямок і рух, що асоціюється з авіа перевезеннями. Даний знак також можна інтерпретувати як крило літака, підсилюючи асоціацію з авіаційною індустрією. Використання чітких ліній та геометричних форм підкреслює точність і технологічність, що є важливими характеристиками для авіакомпанії.

Логотип розроблений таким чином, щоб бути легко запам'ятовуваним і впізнаваним. Його простота дозволяє використовувати логотип на різних носіях, від великих банерів до малих іконок у мобільних додатках. Логотип використовує чіткі, прості лінії та геометричні форми, що робить його легко впізнаваним та привабливим. Відсутність зайвих деталей сприяє зосередженню уваги на головних елементах. Використання трьох основних кольорів (помаранчевого, темно-синього та бірюзового) забезпечує візуальну чистоту та уникає перевантаженості. Кольори гармонійно поєднуються між собою, створюючи єдиний стиль. Простий та зрозумілий дизайн логотипу сприяє його легкому запам'ятовуванню. Чіткі форми та яскраві кольори залишають враження і дозволяють клієнтам швидко впізнавати бренд. Логотип викликає

асоціації з динамічністю, інноваціями та надійністю, що підсилює позитивне сприйняття бренду.

6.2 Вибір кольорової гама та шрифтів

Фірмові кольори відіграють важливу роль у створенні візуальної ідентичності бренду. Вони повинні бути унікальними, відповідати філософії компанії та викликати певні емоції у споживачів. При розробці фірмового стилю для авіакомпанії «Air Trails» були обрані наступні кольори: помаранчевий (#dd762c), темно-синій (#194093), бірюзовий (#00abca).

Помаранчевий (#dd762c) колір викликає відчуття енергії, ентузіазму та інновацій. Він символізує тепло, дружелюбність та життєву силу. Цей колір асоціюється з творчістю та амбіціями, що підходить для компанії, яка прагне бути новатором у своїй галузі. Помаранчевий часто використовується для привертання уваги і створення позитивного враження. Також помаранчевий добре контрастує з синіми відтінками, що робить логотип яскравим та помітним. Він додає елементу динамічності та привабливості, що важливо для залучення клієнтів.

Темно-синій (#194093) колір символізує стабільність, професіоналізм і надійність. Він викликає відчуття спокою і довіри, що є важливим для авіакомпанії. Синій колір часто асоціюється з небом і морем, що є безпосередньо пов'язаним з авіацією та подорожами. Він також асоціюється з технологічною досконалістю та компетентністю. Темно-синій колір додає серйозності та формальності, роблячи бренд більш авторитетним в очах клієнтів. Він гармонійно поєднується з іншими обраними кольорами, створюючи збалансований та професійний вигляд.

Бірюзовий (#00abca) колір символізує свіжість, інновації та ефективність. Він викликає відчуття чистоти і сучасності, що є важливим для бренду, що прагне до новаторства. Цей колір асоціюється з технологічними досягненнями та екологічністю, що є важливими аспектами для сучасної авіакомпанії. Він підкреслює прагнення компанії до екологічної відповідальності та сталого розвитку. Бірюзовий додає легкості та сучасного вигляду логотипу, гармонійно поєднуючись з помаранчевим і темно-синім кольорами. Він створює відчуття новизни та інноваційності, підкреслюючи прогресивність компанії.

Вибір цих кольорів не є випадковим, кожен з них відіграє свою роль у створенні унікальної ідентичності бренду. Помаранчевий додає енергії та привертає увагу, темно-синій підкреслює надійність та професіоналізм, а бірюзовий символізує інноваційність та екологічність.

Комбінація цих кольорів забезпечує:

- контрастність, оскільки помаранчевий та бірюзовий створюють яскравий контраст на фоні темно-синього, що робить логотип візуально привабливим та легко впізнаваним;

- баланс, де темно-синій колір збалансовує яскравість помаранчевого та бірюзового, додаючи серйозності та глибини;

- єдність, адже усі три кольори гармонійно поєднуються, створюючи цілісний і завершений вигляд, який відображає основні цінності компанії.

Таким чином, логотип авіакомпанії «Air Trails» і обрані фірмові кольори утворюють цілісну та ефективну візуальну ідентичність, що підкреслює основні цінності компанії: інновації, надійність та клієнтоорієнтованість. Цей підхід допомагає створити стильний бренд, який буде впізнаваним та довіреним серед клієнтів, партнерів та широкої аудиторії.

На рисунках 6.1-6.2 наведені схема кольорового рішення та розроблений логотип відповідно.

Кольорове рішення



#dd762c

#194093

#00abca

Рисунок 6.1 – Схема кольорового рішення



Рисунок 6.2 – Розроблений логотип

Гарнітура «Bosans» була обрана для створення логотипу авіакомпанії «Air Trails» з численних причин, що відображає його відмінні якості та властивості.

По-перше – це унікальність, оскільки «Bosans» – це гарнітура з виразними та властивими формами, які додають логотипу характеру та індивідуальності. Нестандартні літери забезпечують візуальну привабливість та роблять логотип помітним та запам'ятовуваним.

По-друге – чіткість літер «Bosans» робить їх легко читабельними як на великих форматах, так і на дрібних поверхнях. Це важливо для логотипу, який буде використовуватися на різноманітних носіях, від білбордів до візитних карток.

По-третє – гарнітура «Bosans» має елегантні та стильні лінії, які відображають професіоналізм та рівень якості, пов'язаний з авіаційною індустрією. Її форми виражають легкість та грацію, що додає привабливості логотипу.

Також дана гарнітура відповідає вимогам сучасного дизайну і добре вписується в сучасні тенденції у графічному дизайні. Вона не лише відповідає сучасним стандартам, але й має потенціал стати класикою.

Крім того «Bosans» легко адаптується до різних стилів та потреб бренду. Цей шрифт може бути використаний як у великих заголовках, так і в дрібних деталях, що робить його ідеальним вибором для створення логотипу.

6.3 Вибір носіїв фірмового стилю

Наступним етапом проєктування фірмового стилю авіакомпанії є розробка носіїв фірмового стилю. У якості брендкованої продукції обрана наступна:

- візитні картки;
- авіаквитки;
- фірмові бланки;
- фірмові конверти;
- банери;
- постери;
- білборди;
- брендований папір (пакувальний папір);
- дизайн сайту;
- дизайн мобільного додатку.

Відповідно до технічного завдання, зробимо аналіз основних носіїв: візитки, бланку, фірмового конверта, квитка та брендovanого пакування. На прикладі цієї продукції проаналізуємо технології їх виготовлення, обладнання та матеріали, необхідні для друкування тиражу.

Інша брендovана продукція буде представлена в брендбуку (додаток А).

Рекламні матеріали є важливою складовою маркетингової стратегії будь-якої компанії, особливо для авіакомпанії, яка прагне залучити нових клієнтів. Вони допомагають донести до споживачів ключові повідомлення про бренд, його послуги та цінності. Створення ефективних рекламних матеріалів забезпечує уніфікованість та впізнаваність бренду у всіх каналах комунікації.

Візитна картка є одним з найважливіших елементів фірмового стилю, оскільки вона часто є першим фізичним носієм, з яким знайомиться потенційний клієнт або партнер. Для авіакомпанії «Air Trails» візитна картка повинна відображати професіоналізм, надійність та сучасний підхід до авіаперевезень. Розмір картки становить стандартні 90×50 мм, що забезпечує її зручність та універсальність.

Квиток є основним елементом в системі обслуговування пасажирів авіакомпанії «Air Trails». Він виконує не тільки функцію проїзного документа, але й служить інструментом комунікації з пасажиром, представляючи бренд компанії. Відповідно, дизайн квитка повинен бути функціональним, зручним для використання та відповідати загальній стилістиці компанії. Квиток має стандартний розмір 210×80 мм.

Бланк є елементом офісної документації авіакомпанії «Air Trails». Він використовується для внутрішньої та зовнішньої комунікації, включаючи ділове листування, офіційні документи та звіти. Дизайн бланку має відображати фірмовий стиль компанії, забезпечуючи професійний та впізнаваний вигляд. Бланк має стандартний розмір А4 (210×297 мм), з відступами 15 мм з усіх боків для зручного друку.

Конверт відноситься до елементів ділової кореспонденції авіакомпанії «Air Trails». Він повинен відповідати фірмовому стилю компанії, забезпечуючи впізнаваність бренду та професійний вигляд. Конверт типу DL є одним із найпоширеніших форматів конвертів у діловій та корпоративній комунікації. Його стандартні розміри 110×220 мм ідеально підходять для розміщення

складеного втричі аркуша формату А4, що робить його зручним для пересилання офіційних документів, листів та іншої кореспонденції.

Папір для пакування їжі є однією зі складових фірмового стилю авіакомпанії «Air Trails». Матеріалом слугує пергамент, який не лише забезпечує гігієнічне та зручне пакування їжі для пасажирів на борту, але й виступає як носій бренду, сприяючи впізнаваності компанії. Папір для пакування буде виготовлятися у формі рулонів з шириною 330 мм, що дозволяє зручно використовувати його для різних видів їжі. Використовується пергаментний папір або інший спеціальний папір, що не пропускає жир, забезпечуючи надійність пакування їжі. Технологія флексодруку дозволяє отримати якісне та досить дешеве брендоване пакування.

Кожен з цих носіїв ретельно розроблений з урахуванням сучасних тенденцій в дизайні та технологіях друку. Використання фірмових кольорів, логотипу та єдиної типографіки забезпечує гармонійний і впізнаваний вигляд усіх елементів друкованої продукції. Це сприяє зміцненню бренду «Air Trails» та підвищенню довіри клієнтів до компанії. Завдяки продуманому дизайну та високій якості друку, фірмова продукція авіакомпанії буде відрізняється професійним виглядом і функціональністю.

7 РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ БРЕНДОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ

7.1 Створення макетів носіїв фірмового стилю

Процес створення макетів та дизайну є невід'ємною частиною розробки будь-якої поліграфічної продукції. У цьому розділі розглядаються етапи створення макетів для різних елементів фірмового стилю, що використовуються в даному проєкті. Основна увага приділяється розробці візитної картки, квитка, бланка, конверта та паттерну який наноситиметься на пакувальний папір для їжі. Кожен із цих елементів відіграє важливу роль у формуванні корпоративного іміджу та забезпеченні впізнаваності бренду, тому підхід до їх створення повинен бути ретельним та професійним.

При розробці фірмового стилю авіакомпанії було створено декілька варіантів для кожної позиції продукції, які будуть наведені у додатку А.

Як було зазначено в попередньому розділі, розмір візитної картки - 90×50 мм, але оскільки макет виконано у векторному редакторі Adobe Illustrator, то її також можна переформувати під європейський розмір 85×55 мм.

Логотип авіакомпанії розташований по центру лицьової сторони, а також розміщений і на звороті лівіше від центру. Він виконаний у бірюзовому (#00abca) та темно-синьому (#194093) кольорах, які використані за основні, а також з помаранчевими (#dd762c), як акцентним.

Безпосередньо фон візитної картки – білий, оскільки він підкреслює чистоту та професіоналізм, дозволяючи акцентувати увагу на логотипі та контактній інформації, а також утримує баланс від перенавантаження. Для створення динамічних вигнутих ліній, які додають руху та енергії до дизайну був використаний градієнт у фірмових кольорах. Градієнтні лінії плавно вигинаються, створюючи відчуття польоту та висхідного руху. Градієнт був створений таким чином, що при переході від насиченого темно-синього кольору до світлішого бірюзового кольору це викликало відчуття об'єму та глибини.

Контактна інформація розташована в нижньому правому куті картки на зворотній стороні. Використовується гарнітура Involve, що відрізняється сучасним і стильним дизайном, який додає візитівкам професійного та привабливого вигляду. Її витончені лінії та гармонійний баланс між класикою і

модерном роблять її ідеальною для представлення бренду авіакомпанії, яка прагне виглядати сучасно і водночас респектабельно. Візитівки повинні бути легко читабельними, а гарнітура Involve забезпечує високу чіткість тексту. Її добре продумані пропорції і відстані між символами роблять текст на візитівках легким для сприйняття, що особливо важливо для контактної інформації. Involve підходить для різних мов і символів, що робить її універсальною для міжнародного використання. Це особливо корисно для авіакомпанії, яка має клієнтів з різних країн і потребує відображення тексту на кількох мовах.

Поруч із контактною інформацією розташовані іконки телефону, електронної пошти та адреси, виконані у білому кольорі, що покращує сприйняття інформації та додає візуального інтересу.

На рисунку 7.1 приведено макет розробленої візитної картки для авіакомпанії «Air Trails».



Рисунок 7.1 –Макет візитної картки

Наступним елементом друкарської фірмової продукції є посадковий талон. Дана позиція була розроблена для двох типів класів: для пасажирів першого класу та економю. Авіаквиток має стильний та професійний дизайн, що підкреслює брендові кольори і стиль авіакомпанії «Air Trails». Він розділений на дві частини: основну частину та відривний талон. В обох випадках використовуються фірмові кольори та логотип.

Посадковий талон першого класу є двохстороннім. На лицьовій стороні лицьової частини розміщено логотип авіакомпанії, а на відривній – баркод для сканування квитка, номер воріт та посадкове місце у літаку. Фон усього квитку – білий, що слугує вдалим рішенням для кращого сприйняття інформаційного блоку. На звороті у лівому верхньому куті також розташований логотип авіакомпанії, праворуч від логотипу, у темно-синій зоні, великими літерами написано «BOARDING PASS FIRST CLASS», використовуючи гарнітуру

Involve, але різними накресленнями та розміром кеглю, щоб побудувати певну ієрархічність та показати акцент. Інформативні написи нижче написані темно-синім кольором та накресленням bold, щоб клієнт акцентувався на головному.

Середня частина квитка має інформацію про політ, ліва частина якої розміщена у бірюзових блоках, де розміщена вся основна інформація про політ, тому виконана накресленням bold. Праворуч від даних блоків розташоване ім'я пасажера та номер місця, використовуючи фірмові кольори.

Відривний талон має угорі помаранчеву плашку, яка асоціюється з розробленим брендом, а далі дублюється основна інформація про політ, яка розділена блоками для кращого сприйняття. А також додано штрих-код для сканування квитка при посадці.

Використання фірмових кольорів у даній розробці будувалась наступним чином: помаранчевий, використовується для акцентів та важливої інформації (час посадки, номер воріт, номер місця), темно-синій як основний колір для тексту та фонів секцій, бірюзовий, використовується у блоках інформації про політ, додає свіжості та ясності.

На рисунку 7.2 представлено розроблений квиток для першого класу.



Рисунок 7.2 – Квиток першого класу авіакомпанії «Air Trails»

Фірмовий бланк авіакомпанії створений для забезпечення професійного та привабливого вигляду офіційної документації компанії. Дизайн бланку поєднує в собі сучасні елементи, такі як градієнтні лінії та підложку у вигляді карти світу, що підкреслюють глобальний характер авіакомпанії. Основна мета дизайну – підкреслити ідентичність бренду, забезпечити зручність читання та додати естетичну привабливість.

Зліва у кутку розміщено логотип, також у верхній частині бланку розташовані градієнтні лінії, які додають відчуття динамічності. Як підложка для фону використовується карта світу, яка виконана в бірюзовому кольорі з прибраною непрозорістю, що робить її ледь помітною, не відволікаючи від основного тексту. Розташована по основній площині бланку, додаючи відчуття глобальності та міжнародного масштабу авіакомпанії. Унизу бланка розташована градієнтна плашка, на яку поміщено текстовий блок у білому кольорі, забезпечуючи контрастність і легкість читання. Загальний фон – білого кольору, для забезпечення чіткості тексту та іншої важливої інформації. Для розміщення основного текстового блоку можна використовувати будь-яку гарнітуру. На рисунку 7.3 наведено розроблений макет фірмового бланку.



Рисунок 7.3 – Макет фірмового бланку

Фірмовий конверт авіакомпанії «Air Trails» розроблений для забезпечення впізнаваності бренду та створення професійного іміджу компанії. Макет конверту не лише функціональний, але й естетично привабливий, що допомагає формувати позитивне враження про компанію серед клієнтів та партнерів.

На лицьовій стороні у лівому верхньому куту розміщено логотип авіакомпанії, а також контактна інформація компанії. Праворуч від логотипу відділено адресанта листа, що створює чіткий поділ між контактною інформацією компанії та адресою відправника. Розміщені у кутах конверта напівкільця, додають брендової ідентичності, Вони обрамлюють конверт і створюють відчуття руху та енергії. На звороті також вирішено розмістити логотип авіакомпанії. Готовий макет зображено на рисунку 7.4.



Рисунок 7.4 – Фірмовий конверт

Паттерн для фірмового стилю авіакомпанії має велике значення, оскільки він є частиною загального брендингу і створює перше враження у пасажирів. Цей конкретний паттерн відображає сучасний і привабливий дизайн, який гармонійно поєднує елементи, що підкреслюють тематику подорожей і

бортового харчування. Використовуючи різноманітні ілюстрації, паттерн демонструє асортимент їжі і напоїв, доступних на борту. Додатково, графічні елементи у вигляді паперових літачків та текст «Air Trails» в блакитних тонах додають динамічності і створюють відчуття польоту та легкості. Колірна гамма, що складається з фірмових кольорів, створює приємну і затишну атмосферу, яка сприяє позитивному сприйняттю бренду авіакомпанії.

На рисунку 7.5 приведено розроблений макет паттерну.



Рисунок 7.5 – Макет паттерну

7.2 Оформлення рекламних матеріалів

Рекламні матеріали відіграють ключову роль у формуванні та просуванні бренду, сприяючи залученню нових клієнтів. На вулицях, веб-сайтах, соціальних мережах, усюди можна розмістити рекламу і спостерігати за потоком нових споживачів, щоб дослідити її ефективність [28].

Банери є ефективним засобом зовнішньої реклами, який привертає увагу потенційних клієнтів. Для нашого проєкту було розроблено дизайн банерів різних розмірів. Основні елементи дизайну включають привабливі зображення, короткі й чіткі рекламні повідомлення, що сприяють запам'ятовуванню бренду. Банери розміщуються у стратегічних місцях, де найбільш ймовірний потік цільової аудиторії.

На рисунку 7.6 – наведено приклад розробленого банеру.



Рисунок 7.6 – Приклад розробленого банеру

Постери використовуються для внутрішньої та зовнішньої реклами на різних заходах, у торгових точках та громадських місцях. У даній роботі були створені постери, які відображають основні цінності бренду та його ключові пропозиції. Дизайн постерів включає великі зображення, що привертають увагу, та текстові блоки, виконані різними типами гарнітур (рис. 7.7).



Рисунок 7.7 – Приклад постеру

7.3 Розробка дизайну для сайту та мобільного додатку

Створення веб-сайту для авіакомпанії «Air Trails» має надзвичайно важливе значення з кількох причин. Перш за все, сайт стає центральною точкою взаємодії з клієнтами, забезпечуючи зручний доступ до інформації про рейси, бронювання квитків, спеціальні пропозиції та додаткові послуги. Завдяки цьому, клієнти можуть швидко і легко знаходити потрібну інформацію.

Основні проблеми, які допоможе вирішити новий сайт, включають:

- покращення взаємодії з клієнтами, таким чином сайт забезпечить зручний і інтуїтивно зрозумілий інтерфейс для користувачів, що дозволить їм легко знаходити інформацію, бронювати квитки та отримувати підтримку;
- автоматизація процесів бронювання – інтеграція системи онлайн-бронювання зменшить навантаження на кол-центри та інші канали підтримки, що дозволить ефективніше обробляти запити клієнтів і знижувати витрати на обслуговування;
- підвищення впізнаваності бренду, оскільки єдиний візуальний стиль та зручний інтерфейс сприятимуть кращій впізнаваності бренду «Air Trails» на ринку та створять позитивний імідж компанії [29].

На рисунку 7.8 наведено макет головної сторінки сайту «Air Trails».

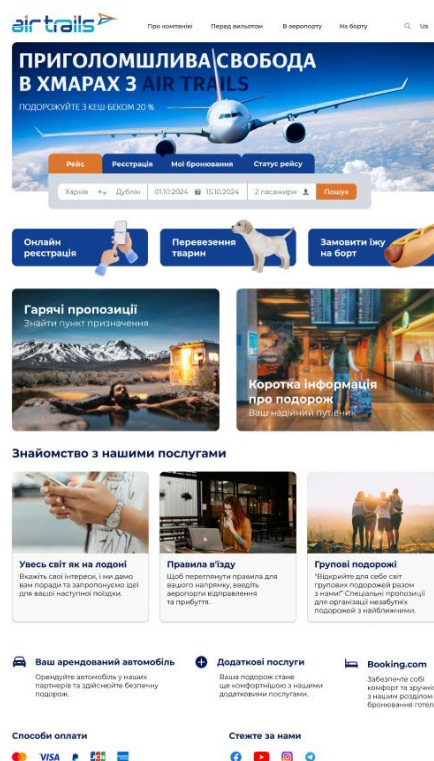


Рисунок 7.8 – Головна сторінка сайту

Мобільний додаток також стане не менш важливим інструментом для зручного та швидкого доступу до послуг компанії, забезпечуючи користувачам можливість взаємодіяти з «Air Trails» безпосередньо зі своїх смартфонів та планшетів. Даний мобільний додаток забезпечить клієнтам швидкий доступ до інформації про рейси, бронювання квитків, реєстрацію на рейс та інші послуги. Це дозволить користувачам здійснювати всі необхідні операції в будь-який час та з будь-якого місця, що підвищить їх задоволеність сервісом.

Також даний додаток дозволить впроваджувати персоналізовані пропозиції та сповіщення, що будуть адаптовані до потреб та вподобань конкретних користувачів. Це сприятиме підвищенню лояльності клієнтів та залученню нових користувачів. Завдяки сучасному та інтуїтивно зрозумілому дизайну, користувачі зможуть легко орієнтуватися в додатку, знаходити потрібну інформацію та виконувати необхідні дії. Це зменшить кількість помилок та покращить загальний досвід взаємодії з додатком.

Додаток може бути інтегрований з іншими сервісами, такими як системи бронювання готелів, оренди автомобілів, таксі тощо. Це надасть користувачам комплексний набір послуг для планування подорожей, роблячи їх досвід більш комфортним та зручним. На рисунку 7.9 зображено макет головної сторінки мобільного додатку авіакомпанії.

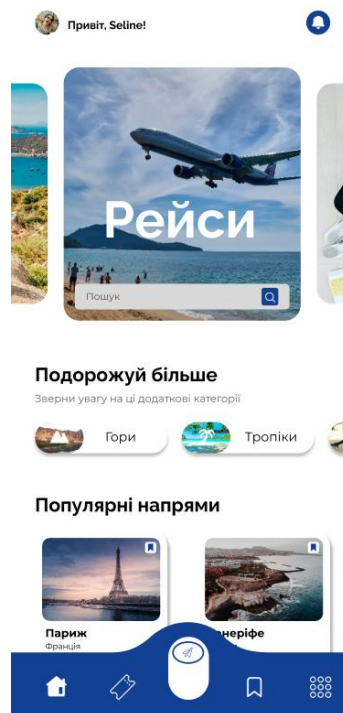


Рисунок 7.9 – Головний екран мобільного додатку

Таким чином, створення сучасного і функціонального сайту «та мобільного додатку «Air Trails» не лише покращать обслуговування клієнтів, але й сприятиме зростанню компанії, підвищенню її конкурентоспроможності та ефективності бізнес-процесів. Тому дизайн сайту та додатку також є складовою фірмового стилю авіакомпанії.

8 РОЗРОБКА ТЕХНОЛОГІЧНИХ СХЕМ ВИГОТОВЛЕННЯ ЕЛЕМЕНТІВ ФІРМОВОГО СТИЛЮ

При створенні фірмового стилю для авіакомпанії важливою складовою є якісна та професійно виготовлена акцидентна продукція (візитки, бланки, конверти тощо). Також для аналізу застосування фірмового стилю розглянуто виготовлення пакування для їжі.

У даному дослідженні розглядається технологічна схема виготовлення цієї акцидентної продукції, зосереджуючись на додрукарській підготовці, друці та післядрукарських процесах, що відбуваються за допомогою офсетного.

Додрукарська підготовка є першим і важливим етапом у виробництві поліграфічної продукції. На цьому етапі проводиться детальний аналіз елементів фірмового стилю авіакомпанії, розробляються макети для кожного виду продукції, підготовлюються тексти, графіка та ілюстрації. Також на цьому етапі обираються відповідні шрифти, виконується верстка та готується оригінальний макет для подальшого друку.

Процес створення друкованих матеріалів для авіакомпанії «Air Trails» вимагає ретельної додрукарської підготовки та вибору відповідних інструментів для забезпечення високої якості кінцевої продукції. У даному проекті для виготовлення різних типів друкованої продукції використовуються офсетний і флексографічний способи друку. Офсетний друк може бути застосований для виготовлення візитівок, квитків, постерів і білбордів, а флексографічний – для друку на пакувальному папері для їжі. Вибір правильних інструментів для додрукарської підготовки є ключовим етапом для досягнення високих стандартів якості.

Додрукарська підготовка для офсетного друку має складатись з підготовки графічних елементів, які були безпосередньо розроблені у програмних середовищах Adobe Illustrator (Illustrator дозволяє точно налаштувати кожен елемент дизайну, що особливо важливо для офсетного друку) та Adobe Photoshop (Photoshop дозволяє редагувати зображення, коригувати кольори та застосовувати різні ефекти для досягнення бажаного результату) та налаштувань параметрів друку, де необхідно настроїти: роздільну здатність зображення (макети повинні мати роздільну здатність не менше 300 dpi для забезпечення високої якості друку), вибір колірної моделі

(для офсетного друку використовується колірна модель СМУК, що дозволяє точно передати кольори на друкарській формі), а також відступи та припуски, щоб уникнути обрізання важливих елементів.

Додрукарська підготовка для флексографічного друку складається з подібних аспектів, але присутні певні нюанси, наприклад при підготовці графічних об'єктів в Illustartor слід пам'ятати, що даний спосіб друку вимагає простих графічних форм та ліній для забезпечення високої якості друку. Що стосується налаштувань параметрів друку, то для друку на пакувальному папері необхідно використовувати фарби, що швидко висихають і не втрачають своїх властивостей при контакті з харчовими продуктами.

Для додрукарської підготовки використовується багато програмного забезпечення, але основним є Adobe Illustrator для роботи з макетом, векторною графікою, розробки монтажу, Adobe Photoshop для роботи з растровою графікою, Adobe Acrobat для перевірки кольороподілу.

Далі настає етап безпосереднього друку продукції. Друк – це процес перенесення інформації з макету на друковану форму. У випадку акцидентної продукції для авіакомпанії, для виготовлення візитних карток, квитків на рейс, бланків, конвертів застосовується офсетний друк. Для паперу для пакування їжі на борту – флексографічний друк. Офсетний друк дозволяє отримати високоякісний друк великих тиражів на папері, тоді як флексоdruk застосовується для друкування на рулонному матеріалі зі спеціальним покриттям.

Одним з етапів офсетного друку є підготовка друкарської форми, це процес коли, формні пластини покриваються світлочутливим шаром і експонуються зображенням. Засвічені ділянки притягують воду і відштовхують фарбу, а незасвічені навпаки. Процес друку відбувається наступним чином: форма обмивається водою, після чого на неї наноситься фарба, зображення переноситься з друкарської форми на офсетний вал, а звідти – на папір. Візитівки, квитки, бланки друкуються на високоякісному папері з дотриманням всіх технічних вимог [30, 31].

Флексографічний друк також має свої специфічні етапи. Тут також є етап підготовки друкарської форми. Еластичні друкарські форми виготовляються з фотополімеру, що дозволяє наносити фарбу на різні матеріали, включаючи пакувальний папір. Сам процес друку полягає у тому, що фарба наноситься на друкарську форму і переноситься на пакувальний папір. Флексографічний друк

дозволяє наносити зображення на великі площі матеріалу, що робить його ідеальним для друку на пакувальних матеріалах.

Післядрукарський процес включає в себе різні операції обробки друкованої продукції після завершення друку. Це може включати порізку, фальцювання, ламінування та інші операції відповідно до вимог конкретної продукції. Наприклад, після друку візитних карток, квитків на рейс та бланків, проводиться їх порізка та перфорація. Також після друку паперу для пакування їжі на борту можуть виконуватися операції бігування та фальцювання для створення пакетів зручного розміру та форми.

Кожен метод друку має свої технологічні особливості та вимоги до підготовки макетів, які наведені на рисунка 8.1-8.2.



Рисунок 8.1 – Технологічна схема офсетного друку

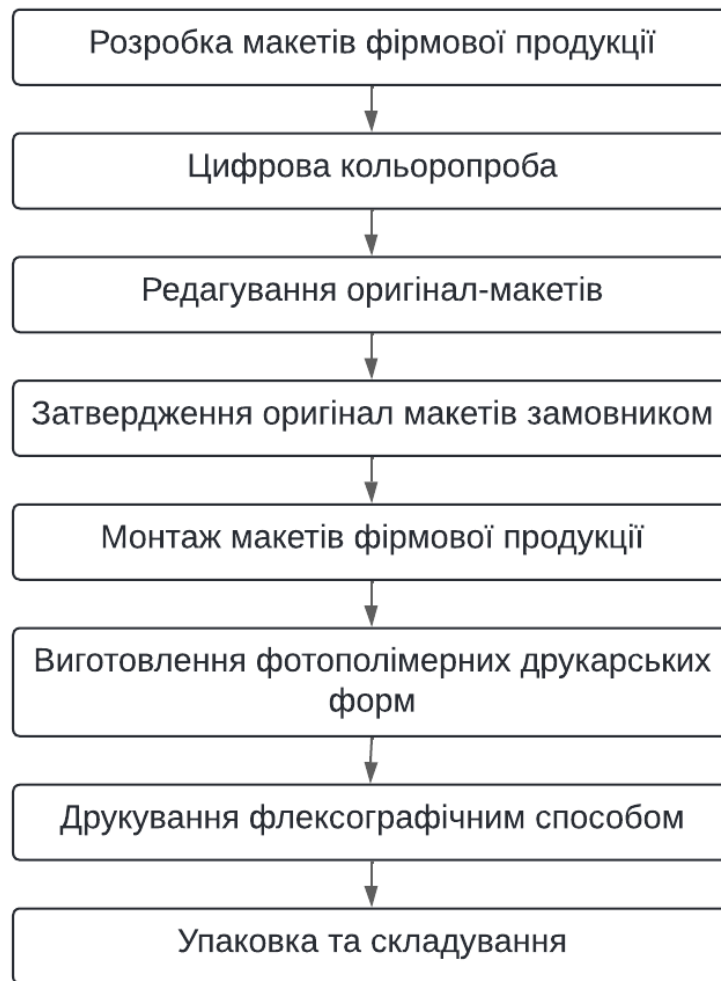


Рисунок 8.2 – Технологічна схема флексографічного способу друку

Успішна розробка фірмового стилю авіакомпанії потребує використання відповідних технологій друку, що відповідають специфічним вимогам кожного виду продукції. Завдяки офсетному друку досягається висока якість та точність для поліграфічної продукції, що вимагає детального опрацювання кольорів і дрібних деталей, таких як візитні картки, квитки, бланки та конверти. Флексографія, у свою чергу, забезпечує ефективність і швидкість друку на різних матеріалах, що є ідеальним для масового виробництва пакувального паперу для їжі.

9 ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПОЛІГРАФІЧНОГО ОБЛАДНАННЯ

Для вибору друкарського обладнання проаналізуємо сучасне обладнання, яке використовується в Україні і дозволяє виготовити якісну поліграфічну продукцію.

На етапі додрукарської підготовки розглянемо системи, які дозволяють виготовляти друкарські форми для флексодруку та офсетного друку за цифровою технологією. Ця технологія економічна, екологічна та відповідає всім вимогам з якості.

Флексографічний друк вирізняється використанням гнучких, еластичних друкарських форм та швидковисихаючих рідких фарб. Для цього виду друку використовують фарби на водній основі, а також ті, що розчиняються у спиртах чи інших розчинниках. Завдяки простій конструкції фарбового апарату, флексографічні друкарські машини мають меншу метало- та енергоємність у порівнянні з офсетними і високими друкарськими машинами.

Флексографія унікальна тим, що вона об'єднує переваги високого друку з відносною економічністю. Еластичні друкарські форми легко виготовляються і забезпечують високу якість відбитків, дозволяючи досягати великої кількості відбитків. Це збільшує термін використання форм і знижує собівартість готової продукції.

За статистикою, 90% цифрових флексоформ у всьому світі експонуються на лазерних граверах CDI (Cyrel Digital Imager), виготовлених компанією Esko [32]. На сьогоднішній день CDI у флексографії забезпечує такі результати, які раніше досягалися лише за допомогою офсетного або глибокого друку. Завдяки CDI фахівці з додрукарської підготовки та виробники пакування отримали можливість забезпечити найвищу якість продукції та стабільність друку. Компанія Esko виробляє CDI для широкого кола завдань, будь то вузькорулонний друк етикеток, широкорулонний друк гнучкого пакування або друк на гофрокартоні надвеликого формату. Це може бути однофарбовий друк на бурому макулатурному гофрокартоні, багатофарбове пакування з розширеним кольоровим охопленням або навіть спеціалізований захищений друк (security printing). Завжди можна вибрати відповідну модель CDI з необхідними технічними характеристиками. Не дивно, що зараз CDI є найпопулярнішим лазерним гравером для виготовлення цифрових флексоформ.

Для виготовлення друкарських форм для флексографічних машин можна розглянути CTP систему (Computer-to-Plate), спеціально призначену для флексографії. Одним зі зразків такого обладнання є Esko CDI Spark 4260, яка є популярним вибором серед виробників флексографічних машин.

Ця система забезпечує високу якість зображення завдяки високій роздільній здатності, що важливо для точності та деталізації друкарських форм. Вона має високу продуктивність та швидкість виготовлення пластин, що дозволяє ефективно працювати з великими обсягами виробництва. Крім того система забезпечує точність розміщення друкарських зображень на пластині, що є важливим для уникнення будь-яких відхилень під час друку. Esko CDI Spark 4260 має дружній інтерфейс користувача, що спрощує процес виготовлення друкарських форм. Крім того, вона сумісна з різними програмними засобами для дизайну та обробки зображень, що дозволяє легко інтегрувати її в поточний виробничий процес.

Для офсетного друку також рекомендується виготовлення друкарських форм за технологією CtP. Сучасна технологія Computer-to-Plate надає можливість прямого перенесення зображень з комп'ютера на друкований аркуш, без будь-яких додаткових операцій. Дана опція вдихнула нове життя в офсетний друк, дозволивши оперативно і надійно отримати більш якісні зображення. Виготовлення офсетних CtP форм здійснюється за допомогою лазерного променя і додаткової хімічної обробки. Вихід пластин займає набагато менше часу, а виключення з процесу людського фактора мінімізує можливі неточності [20]. З парку представленого додрукарського обладнання обрано CtP термального типу SCREEN PLATE RITE 8600, характеристики якого представлені в таблиці 9.1.

Таблиця 9.1 – CtP SCREEN PLATE RITE 8600

Характеристика	Параметр
Максимальний розмір пластин:	1150*940 мм
Мінімальний розмір:	450*370 мм
Швидкість експонування	22 пластин A1+ в годину при роздільній здатності 2400dpi
Процесор:	AT-M8001

Вибір обладнання для друку продукції в значній мірі залежить від типу та характеру продукції, що вимагає уважного розгляду. При обґрунтуванні вибору

обладнання враховуються не лише технічні та технологічні показники, але й економічні переваги.

Для друку великого тиражу візитівок, бланків та авіа квитків підійде офсетна друкарська машина, яка може забезпечити якісний і ефективний друк - офсетна друкарська машина Speedmaster SM 102VP (табл. 9.2). Це обладнання відзначається високою якістю при великій продуктивності, скороченням часу на переналаштування і надійністю завдяки використанню передових технологій. Heidelberg Speedmaster SM 102VP дозволяє впоратися з ростучими та постійно змінюючимися вимогами ринку. Всі конструктивні особливості, включаючи зв'язок з переддрукарською підготовкою або зручний для користувача пульт керування машиною, спрямовані на задоволення щоденних потреб та багатостороннє використання.

Таблиця 9.2 – Технічні характеристики Heidelberg Speedmaster SM 102VP

Кольоровість	4-х фарбова
Формат	B1 (1000×707 мм)
Максимальний формат аркушів	720×1020 мм
Мінімальний формат аркушів	280×420 мм
Максимальна швидкість	13'000 л/год
Товщина матеріалу	0,04 – 0,8 мм

Для офсетного друку на готових конвертах існують свої вимоги і особливості. При розробці дизайну важливо враховувати не лише технічні характеристики конверта (двошарову бумагу, клапан, клейовий шар), але й специфіку подачі конверта в друкарську машину. Під час подачі конверта в друкарську машину на ньому є незадрукована область - не менше 10 мм. Для друку конвертів використовуємо листову малоформатну чотириколірну друкарську машину – Ryobi 3304 H (див. табл. 9.3).

Таблиця 9.3 – Технічні характеристики Ryobi 3304 H

Характеристика	Значення
Мінімальний формат аркуша	90×100 мм
Максимальний формат аркуша	340×450 мм
Діапазон товщини паперу	0,04-0,3 мм
Мінімальна щільність паперу	30 г/м ²
Максимальна щільність паперу	300 г/м ²
Макс висоти стапеля самонаклада	44 см
Макс висоти стапеля прийомки	44 см
Максимальна швидкість	10000 відт/год

Для друку брендovanого паперу, буде використовуватись восьмифарбова флексографічна машина MPS EF 340/8. Ця машина здатна одночасно наносити вісім фарб та виконувати лакування за один прохід.

Ця флексографічна машина використовує УФ-фарби, які полімеризуються миттєво під впливом УФ-випромінювання, що робить відбиток готовим до подальшої обробки без необхідності сушки. УФ-чорнила надійно закріплюються на різних матеріалах і допускають нанесення будь-яких лаків для подальшої обробки. Завдяки своїм хімічним і фізичним властивостям, УФ-друк дозволяє детально опрацювати кожен елемент зображення і отримати насичений колір. Ця технологія є екологічно чистою та безпечною, а продукція, отримана з її використанням, не має запаху, стійка до механічних пошкоджень і температурних коливань.

Флексографічна машина оснащена додатковим вузлом, який дозволяє виконувати висічку і видаляти облой одночасно, що робить процес друку більш ефективним та економічним. Після завершення основного друку виконується обробка кромки та порізка на стрічки. Для цього процесу використовується машина Saturn, яка забезпечує точне різання за допомогою гострих ножів.

При друці ця машина може досягати швидкості до 200 м/хв. Для протяжки матеріалу через усю машину потрібно приблизно 40-50 метрів матеріалу. Крім того, щоб налаштувати всі форми і виставити кольори, знадобиться ще близько 25 метрів матеріалу. Основні характеристики якої наведені у таблиці 9.4.

Таблиця 9.4 – Основні характеристики MPS EF 340/8

Характеристика	Параметр
Тип	Флексографічний друк
Кількість матеріалу для старту друку	Повна протяжка машини – 50 м/п., Для приладки – 20 м/п
Формат задруківки, формат роля	Формат друку – 330 мм, Максимальний формат поля – 340 мм
Кількість фарб	8
Шаг друку, який залежить від валів	Змінюватися в діапазоні від 254 – 635 мм
Виробник	MPS Systems

До післядрукарських процесів можна віднести розрізання та перфорацію. Для розрізання використовується гідравлічний різак Polar 78X від Heidelberg.

Цей різак дозволяє з високою точністю та швидкістю підготовлювати папір до друку та здійснювати різання аркушів після друку.

Для перфорації квитків обрано CYKLOS GPM 450 SPEED Automatic Paper Perforator. Цей перфоратор працює автоматично, здатний перфоровати до 60 аркушів за хвилину, має зручну панель управління для налаштування рівномірності та глибини перфорації, а також забезпечує точну та однорідну перфорацію.

Ці процеси важливі для завершення виготовлення друкованої продукції та забезпечення її готовності до використання.

10 ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПОЛІГРАФІЧНИХ МАТЕРІАЛІВ

10.1 Обґрунтування вибору паперу для візиток

Для друку візитних карток була обрана модель паперу Mohawk Superfine. Білизна паперу Mohawk Superfine зазвичай становить близько 98-99% відбілювача. Такі значення вказують на високу якість білого кольору паперу, що робить його ідеальним вибором для друку візиток з чітким та насиченим зображенням. Щільність 270 г/м², має матове покриття та гладку текстуру. Підходить для різних типів друку, включаючи офсетний друк, цифровий друк та трафаретний друк. Mohawk Superfine відомий своєю високою якістю друку, яка забезпечує чіткість, насиченість та деталізацію зображень та тексту. Папір має високу стійкість до забруднень, що робить його ідеальним для виготовлення візиток, які витримують тривале використання [34].

10.2 Обґрунтування вибору паперу для авіаквитків

Для друку авіаквитків, рекомендовано використовувати спеціалізований папір, який відповідає вимогам авіаційної індустрії щодо друку білетів. Найпоширенішою моделлю паперу для року є SecureGuard™ DL Security Paper – це високоякісний папір, спеціально розроблений для друку документів з високим рівнем безпеки, таких як авіаквитки. Цей папір має спеціальні захисні функції, які унеможливають підробку та забезпечують безпеку документів.

Щільність зазвичай близько 80-100 г/м² для оптимальної якості та міцності. Друкована поверхня може бути спеціально оброблена для забезпечення чіткого та якісного друку, а також для підвищення стійкості до вологи та забруднень. Може містити різноманітні захисні елементи, такі як водяні знаки, захисні волокна, мікротекст або захист від копіювання [34].

10.3 Обґрунтування вибору паперу для бланків

До властивостей офсетного паперу висувають жорсткі вимоги, зумовлені особливостями технології офсетного друку. Важливу роль процесі друку

грають жорсткість паперу, її міцність, поглинання, проклейка і стійкість параметрів при зволоженні.

Для друку фірмових бланків вибрано папір XEROX Performer – надійний та економічний папір. Забезпечить гідну якість друку на всіх видах копіїв та принтерів, а також для офсетних апаратів та листових факс-апаратів. Щільність даного паперу – 80 г/м². Товщина паперу 104 мкм, а непрозорість складає 90%. Цей папір має високу білизну, що робить його відмінним вибором для друку фірмових документів. Крім того XEROX Performer володіє високою міцністю, що робить його дуже стійким до зношування та пошкоджень [34].

10.4 Обґрунтування вибору паперу для пакування їжі

Solid Bleached Sulfate (SBS) є одним з перевірених та ефективних варіантів паперу для пакування. Його висока білизна, міцність та можливості для якісного друку роблять його популярним вибором для упаковки їжі.

Білизна даного паперу варіюється від 80-90%, щільність – не менше 250 г/м², в залежності від конкретної потреби упаковки, тягова міцність SBS паперу може становити від 60 до 100 г/мм², що робить його дуже стійким до розтягування та розриву, а також SBS папір може витримувати велику кількість циклів згинання та стиску [34].

Такі характеристики SBS роблять його оптимальним вибором для упаковки їжі, де важливі надійність, якість та естетика.

10.5 Обґрунтування вибору офсетної фарби

Обираючи офсетну фарбу для друку візитівок, авіаквитків, бланків та конвертів, важливо врахувати деякі ключові фактори, такі як якість друку, стійкість до зносу, швидкість сушіння та сумісність із різними видами паперу.

Для офсетної друкарської системи потрібні пастоподібні друкарські фарби з високою в'язкістю (динамічна в'язкість $\eta = 40 \dots 100 \text{ Па} \cdot \text{с}$). Крім того, фарба має бути складена так, щоб вона не засихала на валиках фарбового апарату та передавалася з друкарської форми на гумотканинне полотно. Для звичайної офсетної друкарської системи (з використанням зволожувального розчину та фарби) фарба повинна поглинати певну кількість зволожувального розчину при контакті з друкарською формою або безпосередньо з

зволожувального апарата. У офсетній друкарській системі на друковану поверхню наносяться дуже тонкі шари фарби (приблизно 0,5—1,5 мм).

Тому була обрана офсетна фарба Sun Chemical SunLit®, оскільки дана компанія є провідним виробником друкарських матеріалів у світі. Ці фарби спеціально створені для використання в офсетній друкарській промисловості та відомі своєю високою якістю та надійністю і відповідають заданим вимогам.

10.6 Обґрунтування вибору флексографічної фарби

Фарба, призначена для флексографічного друку, повинна мати спеціальні характеристики, щоб забезпечити якість друку на широкому спектрі поверхонь. Фарба повинна мати високу в'язкість, щоб забезпечити стійкість та рівномірність друку на різних поверхнях. Також можливість швидкого висихання під час друку, щоб уникнути розмазування та підтічок. Фарба повинна міцно прилипати до поверхні, щоб забезпечити якісний друк без забруднень чи відклеювання.

Ці вимоги допомагають забезпечити якісний та ефективний друк за допомогою фарби для флексографічного способу.

Одна з популярних флексографічних фарб від компанії Flint Group – це Novaprint Flexo, яка повністю відповідає заданим параметрам. Ця фарба має широкий асортимент кольорів і відтінків, що дозволяє точно відтворювати багатобарвні дизайни. Novaprint Flexo відома своєю високою якістю друку, стійкістю до зносу та ефективністю на різних типах підложок. Ця фарба також відповідає вимогам щодо екологічності та безпеки, що робить її популярним вибором для друкарів у всьому світі.

11 МАРШРУТНО-ТЕХНОЛОГІЧНА КАРТА

Результатом виконання кваліфікаційної роботи є розроблений сучасний та унікальний фірмовий стиль авіакомпанії «Air Trails», що відповідає її іміджу та сприяє впізнаваності бренду. Підсумковим етапом є розробка маршрутно-технологічної карти, що містить дані щодо кожної з виконаних операцій, яка наведена у таблиці 11.1.

Таблиця 11.1 – Маршрутно-технологічна карта виготовлення рекламної друкованої продукції

№ з/п	Назва чи зміст технологічної операції	Технічна характеристика обладнання, приладів, технологічних режимів, програмного забезпечення	Основні матеріали	Методи та технічні засоби контролю технологічних операцій
1	2	3	4	5
1	Розробка оригінал-макетів	AMD Ryzen 5 4500U with Radeon Graphics 2.38 ГГц, програмне забезпечення Adobe Illustrator, Photoshop	Електронний макет	Візуальний
2	Пробний друк та затвердження оригінал-макетів	Intel Celeron 900 128К/100МГц BOX FC-PGA, програма Adobe Illustrator CS6, кольоровий принтер CANON i-SENSYS LBP7010C	Папір аркушевий для офісної техніки 80 г/м ²	Візуальний, перевірка помилок
3	Монтаж візиток, бланків, квитків	AMD Ryzen 5 4500U with Radeon Graphics 2.38 ГГц, програма Kodak Preps 6.0	Електронний монтаж	Візуальний
4	Виготовлення офсетних друкарських форм	CtP SCREEN PLATE RITE 8600	Офсетні CtP пластини	Інструментальний, денситометр
5	Виготовлення фотополімерних друкарських форм	Esko CDI Spark 4260	Фотополімерні пластини	Інструментальний, денситометр
6	Друк конвертів	Ryobi 3304 H	Конверти типу D1, офсетні CtP форми, фарба Sun Chemical SunLit	Інструментальний, денситометр

Продовження таблиці 11.1

1	2	3	4	5
7	Друк візитівок, бланків, квитків	Друкарська аркушева офсетна машина Heidelberg Speedmaster SM 102VP	Папір Mohawk Superfine, папір XEROX Performer, SecureGuard™ DL Security Paper, офсетна фарба Sun Chemical SunLit	Інструментальний, денситометр
8	Друк пакувального паперу для їжі	Друкарська флексомашина MPS EF 340/8	Папір Solid Bleached Sulfate, фарба для флексодруку Flint Group – це Novaprint Flexo	Інструментальний, денситометр
9	Розрізування продукції	Гідравлічний різак Polar 78X	Друкарські аркуші з візитками, бланками, авіаквитками	Візуальний
10	Нанесення перфорації на квитки	СЫKЛОS GPM 450 SPEED Automatic Paper Perforator.	Друкарські аркуші з авіаквитками	Візуальний
11	Упаковка	Ручна	Пакувальна плівка	Візуальний

12 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА

12.1 Характеристика продукції

У результаті виконання кваліфікаційної роботи розроблено сучасний та унікальний фірмовий стиль авіакомпанії «Air Trails», що відповідає її іміджу та сприяє впізнаваності бренду.

У процесі розробки фірмового стилю було враховано принципи графічного дизайну, особливості цільової аудиторії авіакомпанії, а також сучасні тенденції у дизайні фірмового стилю. Особливу увагу приділено забезпеченню високого рівня якості друкованої продукції, використовуючи офсетний та флексографічний способи друку.

Запропонована поліграфічна продукція має високий ступінь захищеності, оскільки використовує сучасні технології друку та матеріали, що забезпечують довговічність та привабливий зовнішній вигляд.

Основними перевагами даної продукції є висока якість друку, яка гарантується використанням офсетного та флексографічного друку. Це дозволяє досягти чіткості зображень та насиченості кольорів. Додатково, використання екологічно чистих фарб та матеріалів відповідає сучасним стандартам безпеки, роблячи продукцію безпечною для навколишнього середовища. Довговічність матеріалів забезпечує тривалий термін служби продукції, зберігаючи її первісний вигляд. Важливим аспектом є також унікальний дизайн, розроблений з урахуванням корпоративної ідентичності авіакомпанії, що створює цілісний образ бренду.

Проте деякі недоліки все ж можуть бути присутніми, зокрема, висока вартість виробництва через використання високоякісних матеріалів та передових технологій друку. Також, складність виробничого процесу може збільшити час виробництва, особливо для деяких елементів дизайну, які вимагають високої точності та контролю.

Розробка елементів корпоративної ідентифікації складається з наступних послідовних етапів:

- обговорення деталей проєкту та отримання технічного завдання на розробку від замовника;
- аналіз існуючих конкурентів та дослідження ринку;

- ескізування логотипу у декількох варіантах;
- відмальовування найбільш вдалих ідей логотипу у графічному редакторі, їх презентація замовнику та затвердження однієї з наданих опцій;
- розробка фірмової палітри кольорів;
- створення та підбір фірмової типографіки;
- розробка дизайну усіх необхідних елементів поліграфічної продукції, таких як: візитні картки, авіаквитки, фірмові бланки, конверти, брендований папір (папір для пакування їжі), банери, білборди та постери;
- розробка дизайну усіх необхідних елементів вебпродукції, таких як: дизайн сайту та мобільного додатку;
- внесення можливих корективів та затвердження дизайну усіх створених виробів;
- підготовка макетів для друку;
- кольоропроба;
- виготовлення фотоформ;
- друк;
- післядрукарська обробка (постпрес) готової друкованої продукції, а саме: перфорація, біговка, обрізка кутів;
- надання замовнику усіх розроблених матеріалів у вигляді готової друкованої продукції, зображення логотипу у форматах png та jpeg для використання його у електронних варіантах, макет дизайну сайту та мобільного додатку, а також вихідних програмних файлів у відповідному форматі.

Асортимент продукції включає візитні картки, квитки, бланки, конверти типу DL, банери, білборди, постери, брендований папір для їжі, дизайн сайту та мобільного додатку.

Відмінними особливостями даної продукції є інтеграція фірмового стилю, що підсилює впізнаваність бренду, та використання новітніх технологій друку та матеріалів. Це забезпечує унікальний дизайн та високу якість продукції, що привертає увагу клієнтів та партнерів, підвищуючи їх довіру до бренду.

Асортимент продукції відрізняється від наявних на ринку унікальним дизайном, розробленим спеціально для авіакомпанії «Air Trails». Всі елементи продукції містять фірмові кольори, логотип та інші графічні елементи, створюючи цілісний корпоративний стиль. Додатково, продукція відповідає високим стандартам якості та безпеки, що є важливим для сучасних

споживачів. Це робить продукцію відмінною від конкурентів та привабливою для широкої аудиторії.

Характеристика елементів фірмового стилю наведена в таблиці 12.1.

Таблиця 12.1 – Характеристика елементів фірмового стилю

№ п/п	Назва елемента корпоративної ідентифікації	Розмір, мм	Кількість, шт.	Кольоровість друкованого виробу
1	2	3	4	5
1	Логотип (знак + текстовий напис)	–	1	–
2	Візитна картка	90×50	2000	4+4
3	Авіаквиток	210×80	100000	4+4
4	Фірмовий бланк	210×297	6000	4+0
5	Фірмовий конверт	110×220	7000	4+4
6	Брендований папір	300 (ширина рулону)	50000	4+0
7	Білборд	3000×6000	7	4+0
8	Банер	2000×2500	20	4+0
9	Постер	841×1189	50	4+0
10	Дизайн сайту	–	1	–
11	Дизайн мобільного додатку	–	1	–
12	Фірмова кольорова палітра	–	1	–
13	Фірмова типографіка	–	1	–

12.2 Конкуренція

Аналізуючи конкурентів, було визначено основні компанії, що працюють на ринку авіаперевезень та мають добре розроблений фірмовий стиль і маркетингові стратегії.

До основних конкурентів авіакомпанії «Air Trails» відносяться наступні: Lufthansa, Emirates, Southwest airlines та інші провідні авіаперевізники, що відомі своїм високим рівнем сервісу, якістю обслуговування та сильним брендом. Вони інвестують значні ресурси у розробку та підтримку свого корпоративного стилю, що допомагає їм утримувати лояльних клієнтів та залучати нових пасажирів.

Також було виявлено кілька ключових моментів, які впливають на конкуренцію:

- якість обслуговування, оскільки провідні авіакомпанії зосереджуються на високому рівні обслуговування, що включає комфортні умови польоту, зручні графіки рейсів та додаткові послуги для пасажирів;

- ціни на квитки, цінова політика відіграє важливу роль у виборі авіакомпанії. Пропонуючи конкурентні ціни та акційні пропозиції, компанії можуть залучати більшу кількість клієнтів;

- фірмовий стиль та впізнаваність бренду, тобто сильний фірмовий стиль допомагає авіакомпаніям виділятися на ринку та підвищувати впізнаваність бренду. Це включає логотип, кольорову гаму, дизайн літаків, рекламу та корпоративний мерчандайз;

- технологічні інновації направлені на використання сучасних технологій у сфері обслуговування, таких як онлайн-реєстрація, мобільні додатки та системи управління багажем, покращує досвід пасажирів та підвищує конкурентоспроможність.

Авіакомпанія «Air Trails» планує використовувати ці ключові аспекти для підвищення своєї конкурентоспроможності. Підхід компанії включає створення унікального та привабливого фірмового стилю, який буде відображати цінності компанії та забезпечить впізнаваність на ринку. Крім того, додатково компанія може інвестувати у підвищення якості обслуговування та впровадження інноваційних технологій для покращення пасажирського досвіду.

Щодо рекламної продукції, то компанія буде використовувати високоякісні поліграфічні матеріали, що підсилюють корпоративну ідентичність та привабливість бренду. Це включає візитні картки, квитки, бланки, конверти, банери, білборди, постери та пакувальний папір для їжі, що розроблені з урахуванням найновіших тенденцій у дизайні та друкарських технологіях.

У підсумку, стратегія спрямована на забезпечення конкурентоспроможності авіакомпанії «Air Trails» через використання сильного бренду, високої якості обслуговування, технологічних інновацій та ефективною ціновою політикою. Це дозволить зайняти стійку позицію на ринку авіаперевезень та успішно конкурувати з провідними гравцями галузі.

12.3 Стратегія маркетингу

Для успішного впровадження та просування фірмового стилю авіакомпанії «Air Trails» необхідно розробити ефективну маркетингову стратегію, яка враховує особливості цільової аудиторії, конкурентне середовище та сучасні тенденції у маркетингу. Основні аспекти цієї стратегії включають дослідження ринку, позиціонування бренду, маркетингові комунікації та оцінку ефективності рекламних компаній.

Першим кроком у розробці маркетингової стратегії є глибоке дослідження ринку, що включає аналіз поточних тенденцій, конкурентного середовища та потреб цільової аудиторії. Для цього проводиться оцінка загальної ситуації на ринку авіаперевезень, визначення основних гравців та їх частки на ринку. Особлива увага приділяється вивченню сучасних тенденцій та інновацій у сфері авіаперевезень, включаючи нові технології та послуги. Аналіз конкурентів передбачає дослідження маркетингових стратегій та фірмових стилів провідних авіакомпаній, таких як Lufthansa, Emirates та Southwest airlines, для визначення сильних та слабких сторін конкурентів, що допоможе виявити унікальні можливості для «Air Trails». Аналіз цільової аудиторії включає визначення демографічних характеристик, поведінкових факторів та потреб потенційних клієнтів через опитування та фокус-групи.

На основі результатів дослідження ринку необхідно визначити унікальне позиціонування бренду «Air Trails», що відрізнятиме його від конкурентів. Унікальна торгова пропозиція включає визначення переваг та характеристик авіакомпанії, таких як високий рівень обслуговування, інноваційні послуги та зручні маршрути, підкреслюючи особливі риси фірмового стилю. Формулювання чіткої та зрозумілої бренд-обіцянки, що відображає цінності та місію компанії, є важливим елементом комунікації цієї обіцянки через усі маркетингові канали для створення єдиного образу бренду. Створення унікального голосу та тону комунікації, що відповідає цінностям та ідентичності бренду «Air Trails», дозволить використовувати фірмовий стиль для послідовного представлення бренду у всіх точках контакту з клієнтами.

Для ефективного просування фірмового стилю необхідно розробити комплексну стратегію маркетингових комунікацій, що включає традиційні та цифрові канали. Рекламні кампанії плануються та проводяться на різних медіа-платформах, включаючи телебачення, радіо, друковані видання та онлайн-

рекламу, використовуючи фірмовий стиль у всіх рекламних матеріалах для створення єдиного образу бренду. Стратегія цифрового маркетингу передбачає просування бренду у соціальних мережах, включаючи Facebook, Instagram, Twitter та LinkedIn, використовуючи SEO та контент-маркетинг для підвищення видимості вебсайту компанії у пошукових системах. Західний маркетинг включає участь у міжнародних авіаційних виставках та конференціях для представлення бренду та залучення нових клієнтів, а також організацію власних заходів, таких як презентації нових маршрутів та послуг.

Важливим аспектом маркетингової стратегії є постійний моніторинг та оцінка ефективності рекламних компаній. Визначення основних ключових показників ефективності, таких як кількість нових клієнтів, обсяги продажів та впізнаваність бренду, дозволить регулярно аналізувати результати та коригувати стратегію на основі отриманих даних. Збір та аналіз відгуків клієнтів для оцінки задоволеності та виявлення можливих проблем дозволить використовувати отримані дані для покращення якості послуг та вдосконалення маркетингової стратегії.

Таким чином, розробка та впровадження ефективної стратегії маркетингу є ключовим елементом успішного просування фірмового стилю авіакомпанії «Air Trails». Використання сучасних маркетингових інструментів та методів дозволить підвищити впізнаваність бренду, залучити нових клієнтів та зміцнити позиції компанії на ринку авіаперевезень.

12.4 План виробництва

Процес планування розробки елементів корпоративної ідентифікації базується на основі маркетингової стратегії та полягає у розрахунку витрат, до яких входять основна заробітна плата, додаткова заробітна плата, єдиний соціальний внесок, витрати на електроенергію та обслуговування техніки, що задіяна під час проєктування фірмового стилю. Визначення показників виробництва у натуральному вираженні представлено в таблиці 12.2.

Для розрахунку собівартості проєктування елементів корпоративної ідентифікації спочатку необхідно визначити обсяг заробітної плати кожного працівника.

Таблиця 12.2 – Визначення показників виробництва у натуральному вираженні

№ п/п	Операція	Од. вим.	Обсяг виробництва	Норма часу на од., хв.	Кількість, маш.-год	Чисельність, ос.	Кількість нормо-годин
1	Отримання технічного завдання на розробку	год.	2	–	2	1	2
2	Аналіз ринку та конкурентів	год.	4	–	4	1	4
3	Ескізування логотипу	шт.	6	60	6	1	6
4	Відмальовка логотипу у графічному редакторі	шт.	6	120	12	1	12
5	Презентація та затвердження логотипу	год.	6	–	6	1	6
6	Розробка фірмової палітри кольорів	год.	2	–	2	1	2
7	Створення фірмової типографіки	год.	3	–	3	1	3
8	Дизайн поліграфічної продукції	шт.	8	120	16	1	16
9	Дизайн сайту	шт.	1	960	16	1	16
10	Дизайн мобільного додатку	шт.	1	480	8	1	8
11	Внесення корективів	шт.	6	20	2	1	2
12	Підготовка макетів для друку	шт.	8	7	0,95	1	0,95

Розрахунок заробітної плати працівників, задіяних в розробці фірмового стилю, представлено в таблиці 12.3.

Таблиця 12.3 – Розрахунок заробітної плати працівників

Посада	Вид роботи	Кількість, ос.	Годинна ставка, грн	Тривалість виконання, год	Заробітна плата, грн
Менеджер	Отримання технічного завдання на розробку та обговорення деталей	1	96,00	2	192,00
Дизайнер	Аналіз ринку	1	102,00	75,95	7 746,90
	Розробка логотипу				
	Дизайн поліграфічної продукції компанії				
	Дизайн сайту та мобільного додатку				
Разом		2		77,95	7 938,90
Додаткова заробітна плата (20 %)					1 587,78
Усього (основна та додаткова заробітна плата)					9 526,68

Розмір єдиного соціального внеску становить 22 % від величини основної і додаткової заробітної плати:

$$9526,68 \times 0,22 = 2095,87 \text{ грн.}$$

Інші витрати включають у себе оплату електроенергії та обслуговування комп'ютерної техніки. Витрати на електроенергію визначаються, виходячи з енергоспоживання пристроїв та вартості електроенергії. У даному випадку використовується один ноутбук для дизайнера (усі інші працівники були найняті лише на один проєкт та працювали віддалено) потужністю 0,14 кВт/год. Вартість однієї кіловат-години електроенергії становить 2,64 грн.

Тривалість споживання електроенергії під час розробки дизайну становить 75,95 години (або близько 10 робочих дні). Тому сума оплати електроенергії становить:

$$0,14 \times 2,64 \times 75,95 = 28,07 \text{ грн.}$$

Витрати, пов'язані з обслуговуванням ноутбуку, залежать від вартості ноутбуку та тривалості його експлуатації до заміни (як правило, не більше 4 років). Упродовж року він задіяний протягом 248 робочих днів. Тому:

$$33\ 000,00 / (4 \times 8 \times 248) \times 75,95 = 315,82 \text{ грн.}$$

Зробимо розрахунок собівартості розробки фірмового стилю:

$$9\ 526,68 + 2\ 095,87 + 28,07 + 315,82 = 11\ 966,44 \text{ грн.}$$

Далі треба визначити величину прибутку у рамках даного проєкту (спираючись на рівень рентабельності, який становить 30 %):

$$11\ 966,44 \times 0,3 = 3\ 589,93 \text{ грн.}$$

Розрахуємо вартість створення елементів корпоративної ідентичності без податку на додану вартість (ПДВ):

$$11\ 966,44 + 3\ 589,93 = 15\ 556,37 \text{ грн.}$$

Здійснимо розрахунок вартості розробки фірмового стилю, враховуючи ПДВ, що становить 20% від ціни без ПДВ:

$$15\,556,37 + (15\,556,37 \times 0,2) = 18\,667,65 \text{ грн.}$$

Результати розрахунків витрат на розробку представлено у таблиці 12.4.

Таблиця 12.4 – Розрахунок витрат на розробку фірмового стилю

Стаття витрат	Сума, грн
Основна заробітна плата	7 938,90
Додаткова заробітна плата	1 587,78
Єдиний соціальний внесок	2095,87
Витрати на обслуговування ЕОМ	315,82
Витрати на електроенергію	28,07
Собівартість розробки фірмового стилю	11 966,44
Прибуток	3 589,93
Ціна без ПДВ	15 556,37
ПДВ	3 111,27
Ціна з урахуванням ПДВ	18 667,65

Спираючись на розрахунки, можна зробити висновок, що створення фірмового стилю займає 10 робочих дні, а загальна вартість – 18 667,65 грн, очікуваний прибуток – 3 589, 93 грн, що свідчить про доцільність реалізації проекту.

ВИСНОВКИ

Авіакомпанія «Air Trails» прагне стати лідером на ринку авіаперевезень, що вимагає створення чіткої та привабливої візуальної ідентичності. У сучасному конкурентному середовищі фірмовий стиль є важливим інструментом для досягнення цієї мети. Він допомагає формувати унікальний образ компанії, сприяє впізнаваності бренду та забезпечує його відповідність високим стандартам якості та сучасним тенденціям ринку.

У процесі розробки фірмового стилю авіакомпанії «Air Trails» було досягнуто суттєвих результатів, які забезпечують високу якість брендингу та його відповідність сучасним вимогам ринку. Проектування фірмового стилю є ключовим фактором у формуванні впізнаваності та унікальності авіакомпанії, що сприяє підвищенню лояльності клієнтів та конкурентоспроможності на арені авіаперевезень.

Під час роботи було проведено детальний аналіз ринку та конкурентного середовища, що дозволило визначити основні тенденції у сфері авіаперевезень та виявити найбільш ефективні стратегії брендингу. На основі отриманих даних було розроблено концепцію фірмового стилю, яка включає логотип, кольорову гаму, шрифти та інші візуальні елементи, що відображають цінності та місію компанії.

Особлива увага приділялась створенню цілісного візуального образу, який сприятиме ефективній комунікації з цільовою аудиторією. Усі елементи фірмового стилю були ретельно підібрані та узгоджені між собою, що забезпечує їх гармонійне поєднання та легке сприйняття. Крім того, було розроблено брендбук, який містить детальні рекомендації щодо використання фірмового стилю у різних контекстах, що дозволяє зберігати його цілісність та уникати спотворень.

Важливою частиною роботи було обґрунтування вибору способу друку та матеріалів для виготовлення різних носіїв фірмового стилю. Було проведено ретельний аналіз сучасних технологій друку, що дозволило вибрати найбільш оптимальні варіанти з точки зору якості, економічності та екологічної безпеки.

Для успішної реалізації створення фірмового стилю було обрано сучасне програмне забезпечення, таке як Adobe Illustrator, Photoshop та Figma, яке забезпечує високу точність та швидкість роботи, а також дозволяє

автоматизувати багато процесів, знижуючи таким чином витрати та ризик помилок.

Крім того, було складено маршрутно-технологічну карту, що дозволяє оптимізувати виробничі процеси та забезпечити високу якість продукції.

Економічний аналіз показав, що розробка та впровадження фірмового стилю є економічно доцільною, оскільки інвестиції у брендинг окупаються завдяки підвищенню впізнаваності бренду та збільшенню обсягу продажів. У довгостроковій перспективі це сприятиме зміцненню позицій авіакомпанії на ринку та забезпеченню стабільного розвитку.

Отже, результати проведеної роботи підтверджують, що розробка фірмового стилю авіакомпанії «Air Trails» є важливим стратегічним кроком, який сприяє зміцненню бренду та підвищенню його конкурентоспроможності. Впровадження цілісного та продуманого фірмового стилю дозволить компанії ефективно комунікувати зі своєю аудиторією, підвищувати лояльність клієнтів та досягати високих бізнес-результатів.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Аекер Д. Створення сильних брендів. Нью-Йорк: Simon & Schuster Ltd, 2020. 98 с.
2. Кліфтон Р. Бренди та брендинг: Profile book. Нью-Йорк: Bloomberg Press, 2009. 132 с.
3. Чеботарьова І.Б., Сушкова А.С. Використання кольорів при розробці фірмового стилю авіакомпанії // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. 2024. Т. 2. С. 212-214.
4. Балмер Дж. Стратегічне вирівнювання корпоративних брендів: перспективи корпоративних брендів на основі ідентичності// European Journal of Marketing. 2012. №7. С.5-9
5. Чеботарьова І.Б., Баришева В.С. Дослідження засобів підвищення ефективності реклами // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. 2021. Т. 1. С. 141-143
6. Цифровий маркетинг – модель маркетингу ХХІ сторіччя: монографія / М.А. Окландер, Т.О. Окландер, О.І. Яшкіна [та ін.]; за ред. д.е.н., проф. М.А. Окландера. Одеса: Астропринт, 2017. 292 с.
7. Chebotarova I., Astakhova A. Analysing the impact of motion design on audience engagement in social media // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. 2024. Т. 2. С. 56-58.
8. Чеботарьова І.Б., Гуріна К.В., Чеботарьов Р.І. AR-технології в сучасній рекламі // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. 2022. Т. 2. С. 34-36.
9. Чеботарьова І.Б. Основи маркетингу і рекламної діяльності: конспект лекцій. Харків: ХНУРЕ, 2013. 112 с.
10. Богуславец К.Д., Чеботарьова І.Б. Дослідження впливу кольору на купівельну спроможність товарів // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. 2014. № 4-5. С. 4-12.
11. Вовк О.В., Черемський Р.А. Інфографіка як ефективний засіб навчання // Системи обробки інформації. 2017. Випуск 4 (150). С. 199-205.

12. Король І.В. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник. Умань: Візаві, 2018. 191 с.
13. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій: навч. пос. К.: КНЕУ, 2010. 524 с.
14. Котлер П., Келлер К. Управління маркетингом. Лондон: Pearson, 2021. 385 с.
15. Чеботарьова І.Б., Черкашина Г.І. Основні тренди UI/UX дизайну 2024 року // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. 2024. Т. 2. С. 40-47.
16. Чеботарьова І.Б. Ребрендинг кафе з використанням екологічних матеріалів // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Інновації: колективна монографія. Харків: ТОВ «Друкарня Мадрид», 2022. С. 211-239.
17. Стрільяна К.Ю., Вовк О.В., Чеботарьова І.Б. Особливості використання екологічних матеріалів в пакуванні // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. 2022. Т. 2. С. 100-103.
18. Чеботарьова І.Б. Особливості ребрендингу закладів харчування з використанням екологічних матеріалів // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. 2022. Т. 1. С. 140-142.
19. Sushkova A., Chebotarova M., Chebotarova I., Yatsenko L. Zero waste programme – key principles and implementation prospects // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. 2023. Т. 2. С. 124-127.
20. Ткаченко В.П., Чеботарьова І.Б., Киричок П.О., Григорова З.В. Енциклопедія видавничої справи: навч. посібник. Х.: ХНУРЕ, 2008. 320 с.
21. Кіпхан Г. Енциклопедія друкованих засобів інформації. Берлін: Springer Science & Business Media, 2001. 611 с.
22. Ткаченко В.Ф., Манаков В.П. Цифровий оперативний друк: навч. посібник. Харків: ХНУРЕ, 2007. 236 с.
23. Гавриш Є.В., Григор'єв О.В., Чеботарьова І.Б. Оцінка якості широкоформатного друку // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. 2020. Т.2. С. 87-89.
24. Flexo vs Other Printing Methods. URL: <https://blog.flexoglobal.com/blog-articles/2019/luminite-01-flexo-vs-other-printing-methods.html> (дата звернення: 25.05.2024).

25. Illustrator. URL: <https://www.adobe.com/products/illustrator.html> (дата звернення: 25.05.2024).
26. Photoshop. URL: <https://www.adobe.com/products/photoshop.html> (дата звернення: 25.05.2024).
27. Figma. URL: <https://www.figma.com/> (дата звернення: 25.05.2024).
28. Чеботарьова І.Б., Олянішин В.В. Реклама як спосіб залучення уваги споживача // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. 2016. Т. 1. С. 172-173.
29. Чеботарьова М., Сушкова А. Як підвищити зацікавленість в рекламі користувачів інтернету // Інформаційні технології в сучасному світі: дослідження молодих вчених. 2023. С.133.
30. Дурняк Б.В., Ткаченко В.П., Чеботарьова І.Б. Стандарти в поліграфії та видавничій справі: довідник. Львів: УАД, 2011. 320 с.
31. Методичні вказівки з виконання кваліфікаційної роботи для студентів денної та заочної форми навчання першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 186 «Видавництво та поліграфія» за освітньою програмою «Видавничо-поліграфічна справа» / В.П. Ткаченко, А.В. Бізюк, О.В. Вовк, І.М. Єгорова, В.Ф. Челомбітько. Харків: ХНУРЕ, 2020. 68 с.
32. Системи Esko CDI та XPS для флексографії. URL: <https://www.bgt.com.ua/solutions/esko-cdi-xps.html> (дата звернення: 01.06.2024).
33. SCREEN PLATE RITE 8600 – СТР термального типу. URL:<https://exp-print.com.ua/category/ustatkuvannya/dodrukarske-obladnannya/> (дата звернення: 01.06.2024).
34. Сайт AVGUST.UA. Каталог паперів. URL: <https://avgust.ua/> (дата звернення: 01.06.2024).
35. Полозова Т.В. Методичні вказівки до виконання економічної частини кваліфікаційної роботи для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 186 Видавництво та поліграфія усіх форм навчання. Харків: ХНУРЕ, 2022. 47 с.