



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 \_\_\_\_\_ *Мещеряковій Анні Вячеславівні* \_\_\_\_\_  
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи \_\_\_\_\_ *Розробка та виготовлення елементів фірмового стилю* \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ *для тату-студії «annushka.tatts»* \_\_\_\_\_

Затверджена наказом по університету від \_\_\_\_\_ 20 травня 2024 р. № 458 Ст. \_\_\_\_\_

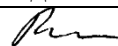
2. Термін подання студентом роботи до екзаменаційної комісії \_\_\_\_\_ 6 червня 2024 р. \_\_\_\_\_

3. Вихідні дані до роботи  
*Вид продукції фірмового стилю: візитні картки 90x50 мм; пам'ятка по догляду 210x148 мм; фірмова кружка 195x95 мм наклад 10 примірників; фірмові футболка, шопер, стікери.*

4. Перелік питань, що потрібно опрацювати в роботі  
*Вступ; Мета роботи; Аналіз цільової аудиторії; Вимоги та обмеження; Аналіз аналогів; Поняття фірмового стилю, його цілі та функції; Елементи фірмового стилю та етапи їх створення; Інструментальні засоби розробки графічного дизайну; Вибір програмних засобів макетування; Вибір способів друку; Проектування технологічного процесу; Проектування інформаційної структури фірмового стилю; Створення «мудборду»; Визначення шрифтових гарнітур та кольорової гами; Створення логотипу та слогану; Розробка дизайну і модульної сітки елементів фірмового стилю; Результати проектування; Економічна частина; Висновки.*

5. Перелік графічного матеріалу із зазначенням креслеників, схем, плакатів, комп'ютерних ілюстрацій (п. 5 включається до завдання за рішенням випускової кафедри)  
*Мета роботи; Аналіз цільової аудиторії; Аналіз аналогів; Фірмовий стиль; Елементи фірмового стилю; Інструментальні засоби розробки; Проектування технологічного процесу; Розробка елементів фірмового стилю; Результати проектування; Економічна частина; Висновки.*

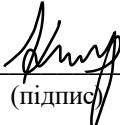
6. Консультанти розділів роботи (п. 6 включається до завдання за наявності консультантів згідно з наказом, зазначеним у п. 1)

Найменування розділу	Консультант (посада, прізвище, ім'я, по батькові)	Позначка консультанта про виконання розділу	
		підпис	дата
Основна частина	доцент Челомбiтько В. Ф.		02.06.24
Економічна частина	ас. Помогалова Н.В.		05.06.24


### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Отримання завдання	20.05.2024	виконано
2	Аналіз літератури за темою роботи	22.05.2024	виконано
3	Аналіз характеристик бренду та його цільової аудиторії	23.05.2024	виконано
4	Аналіз існуючих аналогів бренду	24.05.2024	виконано
5	Вибір інструментальних засобів для виконання завдання	25.05.2024	виконано
6	Вибір та обґрунтування шрифтових рішень, кольорової гами та модульної сітки	27.05.2024	виконано
7	Розробка оригінал-макету елементів фірмового стилю бренду	29.05.2024	виконано
8	Економічна частина	31.05.2024	виконано
9	Оформлення пояснювальної записки	01.06.2024	виконано
10	Оформлення графічної частини	04.06.2024	виконано

Дата видачі завдання 20 травня 2024 р.

Студент \_\_\_\_\_  
(підпис) 

Мещерякова А.В.

Керівник роботи \_\_\_\_\_  
(підпис) 

доц. Челомбiтько В. Ф.  
(посада, прізвище, ініціали)

## РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка кваліфікаційної роботи: 52 с., 7 табл., 12 рис., 5 дод., 19 джерел.

**ФІРМОВИЙ СТИЛЬ, БРЕНДИНГ, ДИЗАЙН, СУВЕНІРНА ПРОДУКЦІЯ, ПОЛІГРАФІЯ, МОДУЛЬНА СІТКА, ЛОГОТИП, ТАТУ.**

Об'єктом дослідження є фірмовий стиль тату-студії «annushka.tatts», який передає образ та основний напрям діяльності досліджуваного бренду.

Метою роботи є проектування дизайну елементів фірмового стилю з візуальною ідентичністю та привабливістю для споживачів, а також виготовлення продукції з використанням елементів фірмового стилю.

Під час виконання кваліфікаційної роботи необхідно дослідити можливості та варіанти створення елементів фірмового стилю через аналіз аналогів тату-студії та виявлення їх сильних та слабких сторін, а також через дослідження сучасного стану проблеми за темою завдання; окреслити вибір технологій для виготовлення фірмової продукції; розробити шрифтове та графічне оформлення; створити дизайн елементів фірмового стилю.

Фірмовий стиль є важливою частиною бренду, завдяки якому споживачі знайомляться з компанією та формують своє враження про неї.

## ABSTRACT

Explanatory note of the qualification work: 52 p., 7 tables, 12 figures, 5 appendices, 19 sources.

COMPANY STYLE, BRANDING, DESIGN, SOUVENIR PRODUCTS, PRINTING, MODULAR MESH, LOGO, TATTOO.

The object of the study is the corporate style of the tattoo studio "annushka.tatts", which conveys the image and main direction of the brand under study.

The purpose of the work is to design the corporate style elements with visual identity and attractiveness for consumers, as well as the production of products using corporate style elements.

During the qualification work, it is necessary to investigate the possibilities and options for creating corporate style elements through the analysis of tattoo studio analogues and identifying their strengths and weaknesses, as well as through the study of the current state of the problem on the topic of the task; outline the choice of technologies for the manufacture of branded products; develop font and graphic solution; create a design of corporate style elements.

Corporate style is an important part of a brand, thanks to which consumers get to know the company and form their impression about it.

## ЗМІСТ

	С.
ВСТУП.....	8
1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ .....	10
1.1 Мета роботи .....	10
1.2 Аналіз цільової аудиторії.....	11
1.3 Вимоги та обмеження.....	12
1.4 Аналіз аналогів .....	14
2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ ЗА ТЕМОЮ РОБОТИ .....	16
2.1 Поняття фірмового стилю, його цілі та функції .....	16
2.2 Елементи фірмового стилю.....	17
2.3 Основні етапи створення елементів фірмового стилю .....	18
2.4 Інструментальні засоби розробки графічного дизайну .....	19
3 ТЕХНІЧНІ ЗАСОБИ РОЗРОБКИ ЕЛЕМЕНТІВ ФІРМОВОГО СТИЛЮ ....	21
3.1 Вибір програмних засобів макетування .....	21
3.2 Вибір та обґрунтування способів друку .....	22
4 ПРОЕКТУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ .....	26
5 ПРОЕКТУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ЕЛЕМЕНТІВ ФІРМОВОГО СТИЛЮ .....	29
6 РОЗРОБКА ЕЛЕМЕНТІВ ФІРМОВОГО СТИЛЮ ДЛЯ ТАТУ-СТУДІЇ «ANNUSHKA.TATTS» .....	31
6.1 Створення «мудборду» .....	31
6.2 Визначення шрифтових гарнітур та кольорової гами .....	31
6.3 Логотип та слоган .....	34
6.4 Розробка дизайну і модульної сітки елементів фірмового стилю .....	35
6.5 Результати проектування .....	37
7 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА .....	38
7.1 Характеристика продукції.....	38
7.2 Оцінка ринків збуту.....	38

7.3 Конкуренція .....	39
7.4 План виробництва .....	40
7.5 Організаційний план .....	44
7.6 Фінансовий план.....	45
7.7 Висновки .....	48
ВИСНОВКИ .....	49
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ .....	50
ДОДАТОК А Аналіз аналогів .....	53
ДОДАТОК Б Елементи фірмового стилю .....	55
ДОДАТОК В Технологічні процеси .....	58
ДОДАТОК Г Елементи фірмового логотипу .....	59
ДОДАТОК Д Фірмова продукція .....	62

## ВСТУП

Сфера тату-індустрії продовжує розвиватися. Проте, якщо раніше реклама тату-студій знаходилася переважно на вуличних банерах та на веб-сайтах, зараз сучасні майстри активно ведуть професійні Інстаграм-сторінки, де можуть регулярно викладати пости нових робіт, ескізів та рекламувати себе через професійну панель Інстаграм [1].

Сучасний тату-майстер зараз не тільки робить татуювання, а й є брендом з унікальним стилем, який обирають люди зі схожими смаками та поглядами на життя. Окрім того, з розвитком соціальних мереж набуває нової форми поняття фірмового стилю, адже для контент-мейкерів важливо виділятися, бути цікавим та неповторним для аудиторії. Не є винятком тату-майстри, які щодня шукають нові шляхи розвитку особистого бренду та залучення клієнтів.

Одним з розповсюджених методів підвищення пізнаваності тату-студії може бути створення мерчу – кружки, футболки, шопери з фірмовим логотипом, якими можуть користуватися як клієнти тату-студії, так і самі майстри, візитівки та пам'ятки по догляду за тату.

Метою даної роботи є розробка елементів фірмового стилю для тату-студії «annushka.tatts», а саме проектування дизайну логотипу тату-студії та розробка айдентики тату-студії, таких як візитівка та пам'ятка по догляду за тату, фірмова продукція: чашки, шопери, стікери та футболки.

Для виконання поставленого завдання необхідно:

- а) дослідити особливості та характеристики особистого бренду тату-студії, а також його аналогів;
- б) виконати огляд теоретичних відомостей та літератури за темою відповідної роботи;
- в) проаналізувати вхідні вимоги від замовника проекту та варіанти інструментальних засобів для реалізації роботи;

- г) сформувати технічні характеристики розроблюваних елементів даного проекту;
- д) розробити схему технологічного процесу, обрати спосіб друку та обладнання для виготовлення матеріалів;
- е) обґрунтувати вибір програмного забезпечення та технічних засобів щодо відповідної реалізації;
- ж) створити оригінал-макет логотипу, візитівки, пам'ятки для тату-студії, кружки, а саме:
  - розробити модульну сітку для елементів фірмового стилю;
  - підготувати текстову та графічну інформацію;
  - обґрунтувати вибір гарнітури та кольорів;
  - виконати верстку оригінал-макетів елементів фірмового стилю;
- з) виконати розрахунки економічного обґрунтування роботи.

Дана робота націлена на розробку елементів фірмового стилю та технології виготовлення продукції у малому тиражі для тату-студії на основі проаналізованої концепції бренду. Такі вироби справляють позитивне враження на споживачів як елементи самовираження людини.

# 1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

## 1.1 Мета роботи

Фірмовий стиль – це ключова характеристика бренду, від якої залежить пізнаваність та привабливість бренду для певної аудиторії споживачів. Фірмовий стиль може включати в себе такі елементи, як логотип, слоган, набір поліграфічної та сувенірної продукції, яких об'єднує спільна стилістика, що може проявлятися у виборі кольорової гами, гарнітури, текстури тощо. Розроблений фірмовий стиль впливає на перше враження та формує подальше ставлення потенційних клієнтів до компанії, тож важливим етапом є детальний аналіз характеристик цільової аудиторії при розробці фірмового стилю.

Метою роботи є розробка елементів фірмового стилю для тату-студії «annushka.tatts», а саме:

- кольорова гама та шрифти;
- адаптивний комбінований логотип;
- фірмовий слоган;
- оригінал-макет візитівки в двох варіантах;
- оригінал-макет пам'ятки по догляду за тату;
- оригінал-макет дизайну фірмової кружки (2 варіанти)
- варіанти корпоративної продукції (стікери, кружки, футболки, шопери) на прикладі мокапів.

Розроблені елементи фірмового стилю для тату-студії «annushka.tatts» впроваджують стилістичну єдність між елементами тату-студії та її професійною Інстаграм-сторінкою з представленими роботами, а також персоналізують та роблять бренд впізнаваним за допомогою окреслення фірмових кольорів, шрифту, використання елементів фірмового стилю на предметах широкого вжитку: кружки, футболки, шопери. Введення

авторської пам'ятки по догляду та візитівки до елементів брендингу виділяє тату-студію серед конкурентів та справляє позитивне враження на споживача – як метод комунікації з ним та обмін досвідом.

Серед цілей розробки елементів брендингу можна назвати наступні: розширення застосування фірмового стилю тату-студії на різних носіях для пізнаваності бренду та розширення можливостей комунікації з аудиторією тату-майстра за допомогою створення поліграфічної продукції.

## 1.2 Аналіз цільової аудиторії

Основна цільова аудиторія тату-студії «annushka.tatts» за соціально-демографічними характеристиками досліджена за допомогою інструментів просування («Professional dashboard») сторінки «annushka.tatts» в Інстаграм (рис. 1.1):

- вік: 18-25 років;
- стать: жінки;
- місце проживання: Амстердам (Нідерланди), Київ (Україна);
- дохід: середній, вище середнього;
- сімейний стан: неодружені, без дітей;
- рівень освіти: переважно вища (коледж або університет);
- знання української, англійської мови;
- сфера діяльності: студент, творчі напрямки діяльності [1].

Варто зазначити, що «Professional dashboard» - інструмент просування бренду в Інстаграм – визначає місце проживання аудиторії у двох країнах, проте елементи фірмового стилю будуть розроблятися для потенційних клієнтів в Україні, що спілкуються українською мовою, а також знають англійську. Відповідно, елементи фірмового стилю можуть бути представлені українською та/або англійською мовами.

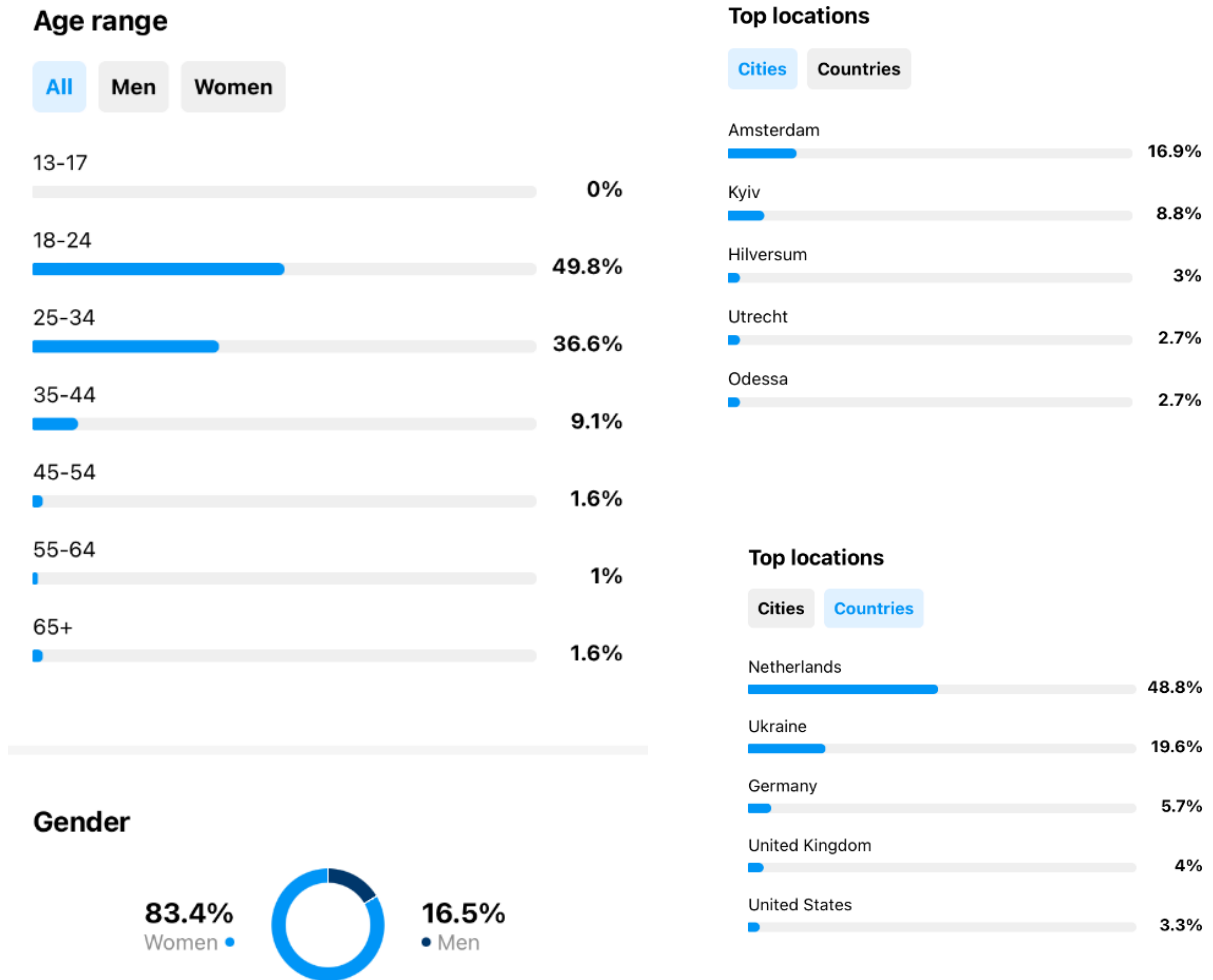


Рисунок 1.1 – Опис аудиторії сторінки панелі «Professional dashboard»

### 1.3 Вимоги та обмеження

Тату-студія «annushka.tatts» має власну сторінку в Інстаграм [1, 2]. В роботах тату-майстра та Інстаграм-сторінці переважають рожеві та зелені відтінки (рис. 1.2). Саме ці кольори повинні бути акцентними у фірмовому стилі, що буде стилістично вписуватися до наповнення та оформлення сторінки в соціальній мережі. Окрім того, розроблюваний логотип має адаптуватися для подальшого друку його зображення на кружках, футболках та шоперах різного кольору в якості мерчу.



Рисунок 1.2 – Візуальне оформлення профілю тату-майстра annushka.tatts [2]

Пам'ятка по догляду та візитівка мають бути необтяжені зайвою інформацією – лише необхідні текстові та графічні елементи в єдиній стилістиці. Розроблювана фірмова продукція буде створена для використання переважно клієнтами та потенційними клієнтами тату-майстра.

Для виконання завдання необхідно розробити дизайн елементів фірмового стилю відповідно до висунутих умов. Після цього, слід обрати найвигідніший метод та обладнання для друку відповідно до задрукованого матеріалу, формату та тиражу. Планується виготовлення друкованої продукції малим накладом. Також, слід виконати підрахунки економічної вигоди створюваного проекту.

Як результат роботи – розроблений логотип та дизайн поліграфічної продукції, а також надруковані елементи фірмового стилю тату-студії на сувенірній продукції, що може бути використана в якості мерчу відповідного тату-майстра.

#### 1.4 Аналіз аналогів

Кожна сучасна тату-студія має свою окреслену концепцію та фірмовий стиль, що передають образ тату-майстра та стиль його робіт. Такий підхід до втілення власного бренду є запорукою правильного визначення основної аудиторії та успішної комунікації з клієнтами тату-студії.

Проте, з аналізу Інстаграм-сторінок українських тату-майстрів, можна дійти висновку, що не всі приділяють увагу розробці різноманітних елементів фірмового стилю. В більшості випадків присутні тільки логотип (або і його немає), фірмові кольори та шрифти. Далі будуть наведені приклади тату-студій, які є впізнаваними завдяки роботі з фірмовим стилем.

Окремо можна виділити тату-студію «BOO.STUDIO» та її власницю тату-майстриню «BOO.TATTOO» (локація: Варшава), яка постійно працює над оновленням особистого бренду, що має логотип, свій фірмовий розроблений шрифт. Дослідивши Інстаграм-сторінку майстрині, можна помітити тенденцію до використання синього відтінку, яскравих кольорів та чорно-білих сценаріїв фото у профілі [3]. Окрім того, на рахунку тату-майстрині інформаційний посібник для починаючих тату-майстрів, стікери, дизайн пакування для засобів догляду для тату (рис. А.1). В розроблених

елементах фірмового стилю простежується передача образу тату-майстра та його розвитку як бренду.

Інший проект «VeAn Tattoo» має 150 тату-студій у 17 країнах Європи. І хоча «VeAn Tattoo» має досить неоднозначну репутацію, про цю мережу тату-студій багато хто чув. Тату-студія «VeAn Tattoo» має свій логотип та використовує фірмовий шрифт для нього, а також чорний та білий основні кольори, готичні мотиви [4]. На сайті тату-студії вказано, що вона пропонує на продаж сувенірну продукцію у вигляді футболки, світшотів, шоперів, кепок, шкарпеток, кружок, бит та блокнотів, на яких зображений логотип тату-студії або мотив ескізу тату у стилі VeAn. Приклади сувенірної продукції мережі тату-студій «VeAn Tattoo» представлені на рис. А.2.

## 2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ ЗА ТЕМОЮ РОБОТИ

### 2.1 Поняття фірмового стилю, його цілі та функції

У сучасному світі фірмовий стиль бренду (компанії) відіграє важливу роль у залученні та утриманні аудиторії, адже дає перше враження про імідж та образ бренду. В епоху розвитку соціальних мереж споживач має величезну кількість пропозицій з ринку товарів та послуг, тому бренд має виділятися серед конкурентів. Це можливо завдяки розробці фірмового стилю.

Фірмовий стиль – це набір колірних, графічних, словесних, типографських, дизайнерських постійних повторюваних елементів, що забезпечують візуальну та (або) змістову єдність товарів вихідної від бренду інформації, його оформлення.

Основні цілі та завдання фірмового стилю:

- ідентифікація виробів та вказівка на їх зв'язок із брендом;
- пізнаваність бренду;
- виділення окремих виробів із загальної маси аналогічних товарів відповідних конкурентів;
- справлення позитивного враження бренду на споживача [5].

З цього випливають ключові функції фірмового стилю:

- диференційна – виділення продукції та рекламного контенту із загального шару конкурентного середовища;
- ідентифікуюча – візуальний стиль забезпечує пізнаваність товару та вказує на його тісний зв'язок з компанією;
- іміджева – персоналізація бренду, формування позитивного образу навколо компанії, який впливає на імідж та репутацію бренду [6, 7].

Використання фірмового стилю може бути досить гнучким, адже елементи бренду можна наносити не тільки на предмети для прямої реклами (транспорт, зовнішні носії тощо), але й на речі споживчого значення: кружки, блокноти, ручки, футболки, шопери, буклети, візитівки [6].

## 2.2 Елементи фірмового стилю

Елементами стилю бренду можуть бути логотип, слоган, фірмовий набір кольорів та комплект шрифтів тощо. Єдність оформлення елементів фірмового стилю досягається використанням певної кольорової гами, графічних елементів, шрифтових гарнітур в оформленні продукції бренду [5, 7].

Логотип (від грецької *logos* – слово, *typos* – відбиток) – це символічна, шрифтова або змішана композиція, яка створюється на основі назви фірми та є відображенням внутрішнього образу компанії. Існують різні варіанти логотипів, опис яких надано нижче.

Словесний логотип (торговельна марка) – для створення такого логотипу використовують назву компанії з характерним обраним шрифтом. Розмір слова та простота його звучання та читання є ключовими вимогами для легкого сприйняття.

Приклади словесного логотипу представлені на рис. Б.1.

Логотип-аббревіатура – в якості логотипу - аббревіатура назви компанії (рис. Б.2). Прикладом є логотипи компаній «BMW» (*Bayerische Motoren Werke*), «HP» (*Hewlett-Packard*) та інші, які влучно використовують свої логотипи для виділення себе поміж конкурентів.

Логотип-символ – використання певного знаку, який транслює філософії компанії та галузі її роботи.

Сьогодні лише 6% ринку використовують у своєму брендингу такий логотип, адже новому бренду у суспільстві споживачів важко передати свою цінність незнайомій аудиторії лише за допомогою знаку. Відомі логотипи-символи представлені на рис. Б.3.

Комбінований логотип – поєднує знак (символ) та текстову частину (назву) і є найбільш популярним видом логотипу на сучасному ринку. Так, компанії легше позиціонувати себе на ринку та донести до споживачів свою ідею. Також, компанії використовують адаптивний варіант комбінованого

логотипу, коли символ та назва використовуються окремо, що покращує зручність використання логотипу на невеликих предметах (рис. Б.4).

Фірмовий слоган – це коротке гасло, яке використовується у комунікації зі споживачами та у фірмовій продукції бренду. Слоган може мати скритий сенс, каламбур, відображати цінності компанії, нести ідею продукту/послуги, або привертати увагу сміливими прийомами гумору. Наприклад, фірма Nike: «Тільки зроби це!» (Just Do It!).

Фірмовий блок - сполучення декількох елементів фірмового стилю. Найчастіше може містити логотип-символ, назву бренду та його слоган. Приклад використання фірмового блоку наведений на рис. Б.5.

Фірмові кольори – це кольори та їх комбінації, які використовуються на носіях фірмового стилю. Такі кольори підбираються згідно психологічного впливу кольору та соціокультурним контекстом у країні використання. Для точної передачі кольору на всіх носіях використовуються міжнародні позначення кольору. Приклад використання фірмових кольорів наведено на рис. Б.6.

Фірмові шрифти – це набір гарнітур, які використовуються для набору тексту для елементів фірмового стилю. Бажано використовувати не більше трьох різних шрифтів [8, 9].

### 2.3 Основні етапи створення елементів фірмового стилю

Розробка елементів фірмового стилю - це комплексний процес, що складається з великої кількості етапів.

Перший етап – отримання відомостей про особливості бренду та вимог до розробки елементів фірмового стилю від замовника.

Другий етап – збір додаткових даних про специфіку діяльності та характер компанії для якісної розробки фірмового стилю компанії, аналіз відповідних конкурентів.

Третій етап – створення «мудборду» - колажу із зображень, який передає концепцію та атмосферу фірмового стилю бренду.

Четвертий етап – розробка ідеї для створення особистого стилю, яка є оригінальною, відповідає вимогам замовника, придатна для застосування на різних фірмових елементах, підходить для окресленої цільової аудиторії.

П'ятий етап – реалізація ідеї – визначення кольорової гами, стилістичних особливостей, вибір шрифтових гарнітур; подальше створення елементів фірмового стилю.

Шостий етап – визначення дизайну носіїв інформації та адаптація елементів фірмового стилю до форматів носіїв [7].

Отже, виділимо основні заходи щодо можливого впровадження фірмового стилю до носіїв інформації:

- використання фірмового стилю на уніформі працівників тату-студії;
- створення сувенірної продукції з фірмовими елементами студії;
- використання фірмових кольорів та шрифтів при оформленні студії та Інстаграм-сторінки бренду [6].

#### 2.4 Інструментальні засоби розробки графічного дизайну

Для реалізації ідеї та розробки графічних елементів фірмового стилю слід обрати спеціалізований графічний редактор. В залежності від їх типу та цілі використання існують растрові, векторні, текстові редактори.

Растрові графічні редактори - спеціалізовані програми для створення і обробки растрових зображень, що використовують матрицю точок (bitmap) для створення зображення та дозволяють зберігати його у растрових форматах: JPEG, PNG, GIF, TIFF й інших, з застосуванням алгоритмів стискування. До таких програм належать Adobe Photoshop та GIMP.

Дані програми слугують для створення та редагування растрових файлів та частково підтримують роботу з векторною графікою, мають великий функціонал та досить зручний, проте перевантажений іконками, інтерфейс, що піддається кастомізації, надають можливість підключення будь-яких плагінів.

Векторні графічні редактори - використовуються для створення векторних ілюстрацій, логотипів, типографічних елементів, діаграм та схем, які складаються з ліній різних форм, а також геометричних примітивів та їх видозмін. Зберігаються дані у форматах векторної графіки: SVG, EPS, PDF та інших. Найбільшої популярності набули векторні редактори CorelDRAW, Adobe Illustrator, Inkscape [10].

Виготовлення оригінал-макета супроводжується використанням настільно-видавничих систем (НВС) – DeskTop Publisher (DTP). І однією з головних складових НВС є програма верстання.

В Україні найбільш поширеними програмами для верстки та макетування є Adobe FrameMaker, Microsoft Word, QuarkXPress, Corel Ventura Adobe PageMaker, Adobe InDesign.

Ці програми дозволяють робити оригінал-макети практично будь-якої складності, але відрізняються методами побудови [11]. Кожна програма має свою спеціалізацію, свої переваги і недоліки.

## 3 ТЕХНІЧНІ ЗАСОБИ РОЗРОБКИ ЕЛЕМЕНТІВ ФІРМОВОГО СТИЛЮ

### 3.1 Вибір програмних засобів макетування

В якості інструментальних засобів для створення дизайну логотипу та макетування фірмового стилю буде використовуватися програма з пакету Adobe Creative Cloud.

Adobe Illustrator — професійний графічний редактор для створення та редагування векторної графіки від компанії Adobe. Особливостями Illustrator можна назвати зручний та зрозумілий інтерфейс, роботу одразу з декількома монтажними областями, можливості створення тривимірних зображень, розширені можливості роботи з текстом, просту довідкову систему. Проте задля забезпечення усіх цих функцій програма потребує значних технічних можливостей. Дана програма буде використана для розробки графічних елементів та оригінал-макетів елементів фірмового стилю.

Переваги Adobe Illustrator:

- інтегрування з іншими продуктами Adobe;
- модульність - можливість підключати додаткові модулі для розширення можливостей програми;
- налаштування гарячих клавіш;
- коректна робота з кольором;
- автоматизація створення PDF;
- робота з шарами;
- можливість створення і використання бібліотек.

Недоліки Adobe Illustrator:

- високі вимоги до комп'ютера (для нормальної роботи необхідно, як мінімум, 96 МБ оперативної пам'яті);
- мінімальні можливості налаштування програми під користувача;
- невелика кількість можливостей для роботи з редагуванням налаштувань тексту;

– відсутність безкоштовної версії програми.

Для розробки елементів фірмового стилю обрано саме програму Adobe Illustrator, адже саме вона чудово підходить для роботи з векторною графікою та шрифтовими рішеннями, а також, у разі чого, дозволяє інтегрування між продуктами Adobe та швидкий обмін інформацією між ними відповідно. Таким чином, це робить процес створення дизайну та розробку макету швидшою та більш автоматизованою на всіх етапах [10].

Для розроблюваних елементів фірмового стилю необхідно підготувати файли до друку, а саме виконати розміщення файлів на монтажі, що забезпечує необхідну кількість елементів на аркуші певного розміру. Для таких операцій чудово підходить програма Adobe Acrobat Pro з використанням плагіну Quite Imposing Plus [11].

### 3.2 Вибір та обґрунтування способів друку

Оскільки атрибутами фірмового стилю бренду можуть бути предмети широкого спектру вжитку, розміру, матеріалів, геометричної форми, то для перенесення зображення на різні поверхні існують різноманітні способи друку, що мають свої слабкі та сильні сторони, в залежності від розміру накладу, особливостей оригінал-макету, вимог до фінального результату.

Замовлення на елементи фірмового стилю для тату-студії «annushka.tatts» виконується у малому тиражі.

Серед спеціальних видів друку для малого тиражу фірмової продукції виділяють термотрансфер та цифровий друк.

Термотрансфер – технологія перенесення трансферу на задруковуваний матеріал із термотрансферного паперу за допомогою термопресу. Час перенесення зображення на задруковуваний матеріал варіюється від 5 до 30 секунд, а температура лежить в межах 120 - 180°C. Термотрансферний папір — папір з нанесеною спеціальною прозорою плівкою, на яку переноситься дзеркальне зображення за допомогою лазерного або струминного принтера. Приклад роботи термотрансферу зображений на рис. В.1.

#### Особливості термотрансферного друку:

- висока точність відтворення зображення та висока якість друку;
- рентабельність друку як при масових, так і при поодиноких тиражах через високу швидкість виготовлення та відносно невелику вартість;
- низька стійкість до агресивних миючих засобів;
- обмеження у кількості кольорів та дрібних деталях макету;
- краща якість на світлих матеріалах.

Прямий цифровий друк — це метод друку зображення на матеріалі без проміжних носіїв за допомогою струменевого принтера. Для друку використовують органічні фарби на водяній основі та оксидів металів. При використанні прямого друку необхідна підготовка матеріалу – наприклад, пригладжування ворсу (для тканини) та післяобробка виробу – фіксація нагріванням (до 150° С). Роботу прямого цифрового друку зображено на рис. В.2.

#### Особливості прямого цифрового друку:

- передача яскравості фарб, великої кількості відтінків, градієнтів;
- якісне зображення на матеріалах світлих і темних тонів;
- висока стійкість до УФ-променів без істотної втрати якості;
- оптична роздільна здатність до 1440 dpi (фактично залежить від текстури матеріалу, що задруковується) та високий рівень деталізації зображення;
- низька собівартість при малих тиражах, швидкість, гнучкість зміни макета [12].

Виходячи з даних умов, для друку візитівок, пам'яток по догляду та наліпок слід обирати цифрову технологію друку, що чудово підходить для друку графічної інформації у малому тиражі через відсутність друкарської форми та високу швидкість друку для малого тиражу. Для друку на футболках та шоперах обрано технологію прямого цифрового друку, що є стійким до прання та пошкоджень, а також приємний до тіла, адже фарба напряму потрапляє у волокна тканини.

Для друку на кружках обрано термотрансфер – це поширена технологія для малого тиражу, що характеризується відносно низькою вартістю та високою якістю перенесення зображення.

Саме технологія друку на кружках, а також її технологічні та економічні аспекти будуть розглянуті у даній роботі.

Для термотрансферної технології друку обрано такі технічні засоби як принтер Epson L121 та термопрес Inksystem m-01, характеристики яких представлені у табл. 3.1 та табл. 3.2.

Таблиця 3.1 – Принтер Epson L121: основні характеристики [13]

Формат друку	A4
Кількість кольорів	4
Тип з'єднання	USB
Виробник	Epson
Пристрій	принтер
Технологія друку	струменева
Номери оригінальних картриджів	T6641, T6642, T6643, T6644
Роздільна здатність друку	720 dpi
Швидкість ч/б друку і	9 стор./хв.
Швидкість кольорового друку і	4.8 стор./хв.
Об'єм лотка подачі паперу	50
Щільність носія друку, мінімальна	64 г/м <sup>2</sup>
Щільність носія друку, максимальна	95 г/м <sup>2</sup>
Мова драйверів	російська, англійська, українська
Операційні системи	Windows, Mac OS
Споживана потужність	10 Вт
Габарити (Width x Depth x Height)	461x215x130 mm
Розмір	Настільний
Вага	2.4 кг

Таблиця 3.2 – Термопрес Inksystem m-01: основні характеристики [14]

Виробник	INKSYSTEM
Сфера застосування	Сувенірний друк
Тип пресу	Для кухлів (кружок, чашок)
Спосіб відкриття/підняття	Розсувний
Кількість насадок	1
Діаметр заготовок	7.5-9.5 см
Покриття нагрівального елемента	Тефлонова тканина
Розташування заготовки	Горизонтальне
Форма заготовок	Циліндрична
Температурний режим	1-250 °С
Спосіб фіксації температури	Ручний, з можливістю встановити верхню і нижню межі нагріву
Таймер	0-999 секунд
Сигналізація закінчення таймера	Звуковий сигнал
Тип замка фіксації заготовки	Механічний
Особливості моделі	Цифрова панель управління таймером і температурою, механічне регулювання тиску притиску
Призначення	Для друку на чашках
Корпус	Металевий
Панель управління	Кнопочна

## 4 ПРОЕКТУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ

В ході виконання дипломного проекту передбачається перенесення деяких елементів фірмового стилю для тату-студії «annushka.tatts» на фізичні носії, а саме друк логотипу тату-студії на кружках.

Планується виготовлення фірмових кружок у малому тиражі - 10 штук, тому в якості технології обрано термотрансферний друк для сувенірної продукції, адже зображення, що будуть друкуватися на кружках – це векторні недеталізовані елементи.

Загальна схема технологічного процесу виготовлення кружок як елементів фірмового стилю представлена на рис. 4.1.

Після отримання замовлення від клієнта відбувається розробка оригінал-макету, що включає в себе вибір колірних та шрифтових рішень, а також підготовку графічної і текстової інформації.

Це може займати від 2 до 6 годин для одного екземпляру продукції.

Наступним етапом є обов'язкове узгодження макету із замовником або доопрацювання оригінал-макету після коректури.

На це може піти ще 2-4 години.

Після цього макет необхідно підготувати до друку, що займає до 1 години:

- розмір макету (для кружок): 195x95 мм (включно з відступами по 2 мм з кожної сторони);
- колірна модель СМҮК;
- формат збереження PDF (усі шрифти переведені у криві);
- роздільна здатність файлу: 300 dpi.

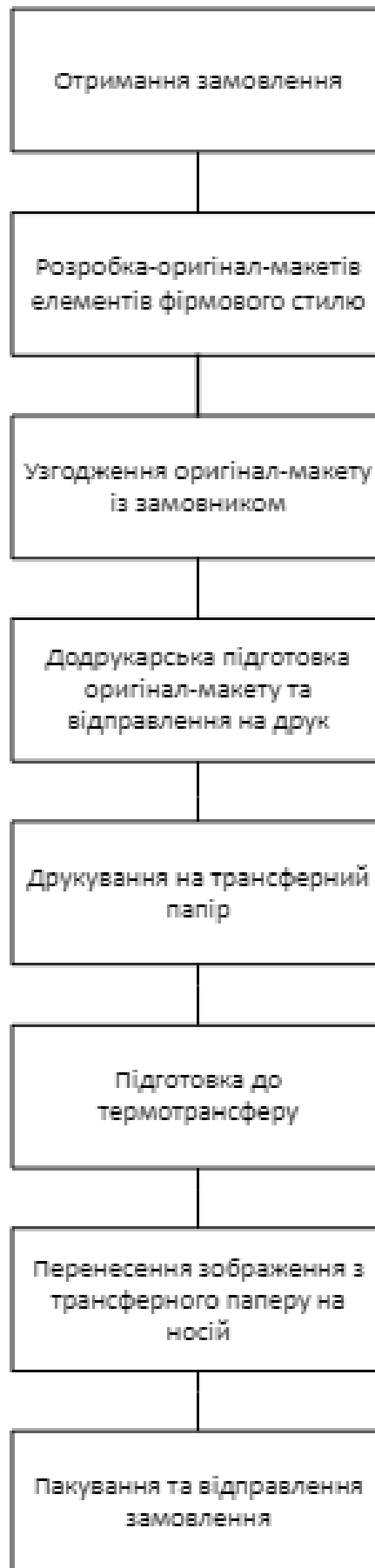


Рисунок 4.1 – Схема технологічного процесу виготовлення фірмових кружок

Після цього необхідно підготувати принтер та відправити файл на друк. Варто зазначити, що бувають випадки, коли зображення після друку відправляється на додрукарську обробку для доопрацювання та виправлення помилок у макеті. Швидкість друку принтера в середньому складає 4.8 стор./хв. для кольорових зображень [13].

Наступним етапом є перенесення трансферу з паперу на кружку, що займає до 1 хвилини для 1 екземпляру, а отже близько 10 хвилин на заданий тираж 10 штук.

Фінальним кроком процесу виготовлення продукції в друкарні є пакування її в коробки та відправка замовнику, що займає до 1 години [15].

Варто зазначити, що частими є випадки, коли замовник вже має свій оригінал-макет. Тоді це суттєво зменшує тривалість виконання замовлення для поліграфічної компанії, адже не потребує розробки макета для клієнта.

## 5 ПРОЕКТУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ЕЛЕМЕНТІВ ФІРМОВОГО СТИЛЮ

До розроблюваних складових елементів фірмового стилю тату-студії входять логотип, слоган, візитівка, пам'ятка по догляду за тату та кружка.

Логотип – за наповненням складається з графічних та текстових елементів (власне назва тату-студії), що можуть в результаті бути використаними для різних носіїв різної форми та кольору.

Необхідно створити комбінований адаптивний логотип, який зможе підлаштовуватися для зображення його на різних носіях інформації.

Це розширить коло можливостей для використання логотипу та власне пізнаваності бренду.

Розроблений дизайн логотипу представлений на рис. Г.1.

«My body`s choice, my skin`s apparel» - слоган бренду, що в перекладі означає «Вибір мого тіла, одяг моєї шкіри» (рис. Г.2). Такий посил перегукується з основною діяльністю компанії та не дає чіткої сформованої думки, пропонуючи кожному клієнту обрати свій сенс.

В даному випадку слоган не є головним елементом фірмового стилю, проте доповнює образ тату-студії короткою тематичною думкою про значення тату.

Візитівка – створено 2 варіанти оформлення лицьової та задньої сторони. На лицьовій стороні знаходиться логотип тату-студії у фірмових кольорах, на задній стороні – інформативна складова, а саме назва Інстаграм-сторінки або QR-код. Варіанти оригінал-макету візитівки представлені на рис. Г.3 та рис. Г.4.

Розроблені оригінал-макети для фірмової кружки представляють собою 2 варіанти дизайну з комбінуванням логотипу та слогану тату-студії «annushka.tatts», що представлені на рис. Г.5 та рис. Г.6.

Пам'ятка по догляду за тату «ТАТТОО догляд після сеансу» на лицьовій стороні має назву пам'ятки та логотип тату-студії, на зворотній стороні – інформативну частину: рекомендації для загоєння тату, що розбиті на 2 логічні частини (рис. Г.7).

Окрім цього, розроблені приклади варіантів носіїв логотипу та слогану тату-студії «annushka.tatts», а саме футболка, шопер, кружка, стікер. Варіанти використання елементів фірмового стиля на сувенірній продукції представлені у додатку Д.

## 6 РОЗРОБКА ЕЛЕМЕНТІВ ФІРМОВОГО СТИЛЮ ДЛЯ ТАТУ-СТУДІЇ «ANNUSHKA.TATTS»

### 6.1 Створення «мудборду»

Мудборд (від англ. mood board – дошка настрою) – добірка світлин, ілюстрацій, кольорів, слів, текстур, різноманітних елементів, що мають спільну концепцію [16].

Оскільки дана робота направлена на розробку елементів фірмового стилю для тату-студії, в якості елементів мудборду обрано фото татуювань, ескізів та загальної атмосфери студії (рис. 6.1).

Дошка настрою передає основну концепцію, що включає в себе колірну гаму, образ фірмового стилю. Серед головних елементів можна виділити основні кольори: зелений та рожевий, примітивний мінімалістичний «дитячий» стиль татуювань та ботанічні мотиви. Саме ці елементи будуть використані для розробки візуального стилю бренду.

### 6.2 Визначення шрифтових гарнітур та кольорової гами

Колірна гама фірмового стилю повинна відповідати атмосфері тату-студії та створеного мудборду. В першу чергу було обрано шрифтове рішення та розроблено кольорову схему для тату-студії.

В якості основної гарнітури обрано акцентний Mateur – це рукописний шрифт, що схожий на написаний від руки, трохи неакуратний (рис. 6.2). Таке накреслення чудово підходить для створення логотипу, акцентних рішень та асоціюється з малюванням, скетчами – роботою тату-майстра.



Рисунок 6.1 – Створення «мудборду»

THE quick brown fox jumps over the lazy dog  
 Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm  
 Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
 1234567890 (.,!/?# \$%& \* / \ @ :: ; )

Рисунок 6.2 – Гарнітура Mateur

В якості додаткової гарнітури обрано Roboto – гарнітура без засічок, стримана, вона не відволікає від основної гарнітури та лише доповнює її. Дана гарнітура має дуже багато варіантів накреслень, що робить її універсальною для застосування на різній поліграфічній продукції (рис. 6.3). Roboto в даному випадку буде використовуватися як підпис до логотипу, у тексті великого об'єму [17].

100 – Roboto-Thin

Жебракують філософи при ґанку церкви в Гадячі, ще й шатро їхнє п'яне знаємо.

300 – Roboto-Light

Жебракують філософи при ґанку церкви в Гадячі, ще й шатро їхнє п'яне знаємо.

400 – Roboto-Regular

Жебракують філософи при ґанку церкви в Гадячі, ще й шатро їхнє п'яне знаємо.

500 – Roboto-Medium

**Жебракують філософи при ґанку церкви в Гадячі, ще й шатро їхнє п'яне знаємо.**

700 – Roboto-Bold

**Жебракують філософи при ґанку церкви в Гадячі, ще й шатро їхнє п'яне знаємо.**

900 – Roboto-Black

**Жебракують філософи при ґанку церкви в Гадячі, ще й шатро їхнє п'яне знаємо.**

Рисунок 6.3 – Гарнітура Roboto

Колірна схема логотипу представляє собою поєднання двох акцентних кольорів – рожевий та зелений. У розробці поліграфічної продукції з'являється додатковий білий колір (рис. 6.4).

Зелений колір асоціюється з природою, органікою, свіжістю, а рожевий – передає ніжність, мрійливість. В цілому, така колірна гама відповідає образу тату-студії та акцентним кольорам у татуюваннях.



Рисунок 6.4 – Колірна схема фірмового стилю

### 6.3 Логотип та слоган

В якості логотипу необхідно створити комбінований логотип, що буде також адаптуватися в залежності від носія фірмового стилю. Загальна композиція логотипу перегукується з роботами тату-студії – це переважно елементи ботаніки та мінімалізму в ескізах тату.

Як результат – створено адаптивний логотип з елементом ботаніки та з використанням гарнітури Mateur для назви, а Roboto – для підпису. Версії логотипу тату-студії представлені на рис. Г.1: це словесний, символічний та комбінований логотипи.

Слоган тату-студії «annushka.tatts» - «My body`s choice, my skin`s apparel» представлений у вигляді текстового блоку з використанням гарнітури Mateur (рис. Г.2).

Отже, логотип містить рожевий та зелений кольори, створюючи яскравий і привабливий дизайн. Вибір шрифту сміливий і сучасний, який відповідає стилю майстра татуювань. Додавання крапки у формі квітки в логотипі між «annuska» і «tatts» допомагає підкреслити поділ і додає унікальний штрих. Дизайн ефективно представляє бренд тату-студії.

#### 6.4 Розробка дизайну і модульної сітки елементів фірмового стилю

Дизайн елементів фірмового стилю є мінімалістичним, складається з комбінування варіацій логотипу та слогану, а також відповідних декоративних векторних елементів.

Оскільки шрифт, підібраний для логотипу не має чітких розмірів для кожної літери, для реалізації дизайну візитівки обрано 48x16 модульну сітку, бо вона надає широкі можливості у розміщенні окремих елементів (рис. 6.5). Для пам'ятки по догляду обрано 36x12 модульну сітку (рис. 6.6). Для розробки оригінал-макету для друку на кружках обрано модульну сітку 36x12, що зображена на рис. 6.7.



Рисунок 6.5 – Модульна сітка для візитівки

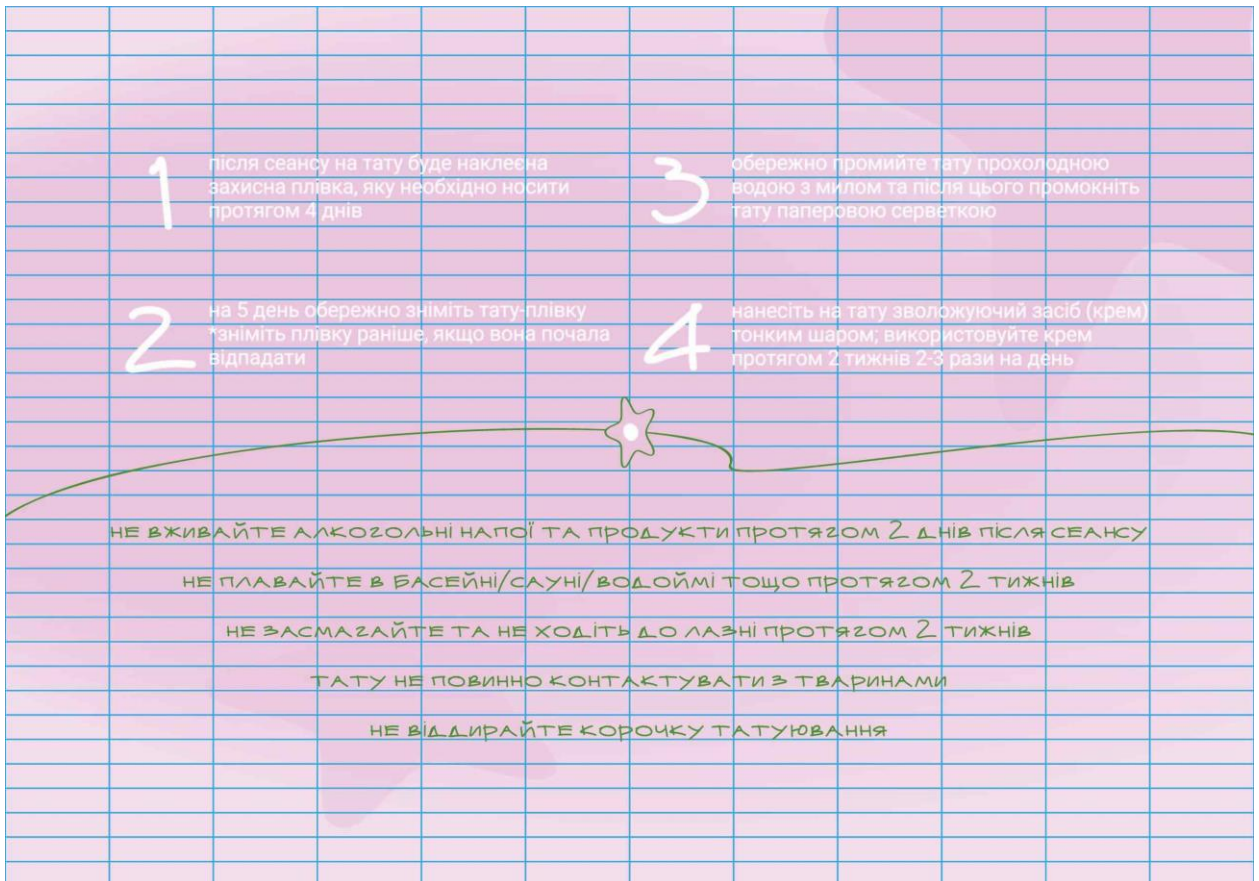


Рисунок 6.6 – Модульна сітка для пам'ятки «ТАТТОО догляд після сеансу»



Рисунок 6.7 – Модульна сітка макету для фірмової кружки

## 6.5 Результати проектування

В результаті проектування елементів фірмового стилю розроблено текстові та графічні елементи для наповнення поліграфічної та сувенірної продукції, які додано у відповідні місця у дизайн-макеті. Спроектовано оригінал-макети візитівок (2 варіанти), пам'ятки по догляду за тату, фірмової кружки (2 варіанти). Розроблені елементи фірмового стилю представлені у Додатку Г на рис. Г.1-Г.7.

Також створено приклади використання елементів фірмового стилю на сувенірній продукції з використанням мокапів, що представлені у Додатку Д на рис. Д.1-Д.5.

## 7 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА

### 7.1 Характеристика продукції

Під час виконання кваліфікаційної роботи розроблено елементи фірмового стилю для тату-студії «annushka.tatts», а також технологічна схема процесу створення, за етапами якої визначено основний склад робіт та необхідне обладнання.

Фірмова продукція виробляється в такому порядку: отримання та аналіз замовлення, аналіз ринку, розробка оригінал-макету, коригування та затвердження макету із замовником, підготовка фінального варіанту оригінал-макету до друку, надсилання файлів на друк та друкування, післядрукарська обробка, пакування готової продукції та відправка замовнику. В якості замовлення виготовляються фірмові кружки тиражем 10 шт., з використанням термотрансферного друку. Подальший опис розрахунків буде здійснюватися для елементів, що пропонуються для видання, а саме для фірмових кружок.

Послуги з розробки та виготовлення елементів фірмового стилю користуються попитом у нових брендів або тих, що планують провести редизайн фірмового стилю.

Розроблювана фірмова продукція задовольняє потреби бренда у рекламі та представленні себе, а також інформує споживача.

### 7.2 Оцінка ринків збуту

Розроблювані елементи фірмового стилю тату-студії призначені, насамперед, для використання клієнтами та працівниками тату-студії. Фірмова продукція направлена саме на підкреслення образу та стилю «annushka.tatts», що виділяється серед конкурентів, а отже не має ідентичних відповідних аналогів.

Потенційні споживачі – особи, переважно жінки віком 18-25 років, які мешкають здебільшого у Києві або інших великих містах України та можуть замовити даний товар через доставку; з рівнем доходу середнім або вище середнього; з творчим напрямом діяльності; неодружені; без дітей.

Продукція, що виготовляється, а саме фірмові кружки – функціональна в побуті річ, що використовується кожен день багатьма людьми. Кружки з кераміки – посуд високої якості, що є зручним для використання.

Продаж фірмових кружок планується у філіалі тату-студії «annushks.tatts», через замовлення на Інстаграм-сторінці тату-студії, на ярмарках. Територія розповсюдження – Україна.

### 7.3 Конкуренція

Підприємство, що розробляє дане замовлення – має у своєму складі дизайнерський та виробничий відділи, що забезпечує пряму комунікацію із клієнтом та швидке виконання замовлень.

Подібні фірми здебільшого виконують замовлення від фізичних осіб малого тиражу та малого формату, проте можуть відрізнитися спектром послуг (видами друку), що пропонується для клієнта. Конкурентами даного підприємства є друкарні, що виготовляють сувенірну продукцію малим тиражем у м. Київ.

Одним з конкурентів є «PRINT design studio» (м. Київ), що виготовляє широкий спектр поліграфічної продукції: сувенірна продукція, цифровий друк, офсетний друк та інше. Дана фірма має офіційний сайт та сторінку в Інстаграм, що давно не оновлювалася. Оскільки зараз платформа Інстаграм виступає одним з головних майданчиків для реклами та комунікації з клієнтами, саме це може стати основним інструментом для розвитку досліджуваного підприємства та занепаду його конкурентів.

Подібні фірми працюють за принципом нульового рівня розповсюдження (прямий маркетинг), тобто «Виробник – Споживач» або «Типографія – Замовник».

#### 7.4 План виробництва

План виробництва передбачає визначення показників виробництва продукції в натуральному виразі, розрахунок собівартості та сформованої ціни продукції відповідно до норм рентабельності.

Визначення показників виробництва в натуральному виразі сформовано у табл. 7.1.

Таблиця 7.1 – Визначення показників виробництва в натуральному виразі

№ з/п	Операція	Одиниця виміру	Обсяг виробництва	Норма часу на од., хв.	Кількість, маш.-год	Чисельність, ос.	Кількість нормо-годин
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Отримання замовлення	шт.	1	60	1	1	1
2	Розробка оригінал-макету	шт.	2	120	4	1	4
3	Узгодження із замовником	шт.	1	60	1	1	1
4	Підготовка до друку	шт.	2	30	1	1	1
5	Друк	шт.	10	1	0,17	1	0,17
6	Підготовка термотрансферу	шт.	10	4	0,67	1	0,67
7	Перенесення трансферу	шт.	10	0,5	0,08	1	0,08
8	Пакування та відправка	шт.	10	5	0,83	1	0,83

Для розрахунку собівартості технологічних процесів виробництва кружок необхідно визначити заробітну плату працівників, а також розрахувати основні та додаткові матеріали, що витрачаються на виготовлення продукції.

Менеджер по роботі з клієнтами отримує замовлення та узгоджує правки із замовником – 2 години на замовлення. Дизайнер розробляє оригінал-макет та готує його до друку – усього 5 годин. Технолог-друкар займається друком, підготовкою термопресу та перенесенням трансферу – 0,92 години. Комірник пакує та відправляє замовлення – 0,83 години на 1 замовлення. Розрахуємо заробітну плату на 1 замовлення кружок тиражем 10 штук у табл. 7.2.

Таблиця 7.2 – Розрахунок заробітної плати працівників

Посада	Чисельність, ос.	Основна заробітна плата за 1 год. (оклад), грн	Тривалість виконання, годин	Заробітна плата, грн	Додаткова заробітна плата (премії та доплати)		Усього, грн (основна та додаткова заробітна плата)
					процент, %	сума, грн	
Менеджер по роботі з клієнтами	1	62,50	2	125,00	5	6,25	131,25
Дизайнер	1	62,50	5	312,50	5	15,63	328,13
Технолог-друкар	1	62,50	0,92	57,50	5	2,88	60,38
Комірник	1	50,00	0,83	41,50	5	2,08	43,58
Усього	4	237,50	8,75	536,50	5	26,84	563,34

Сума єдиного соціального внеску дорівнює 22 % від суми основної та додаткової заробітної плати: 123,94 грн на весь обсяг.

Також при калькуляції собівартості необхідно враховувати вартість основних матеріалів. У даному проєкті це: термотрансферний папір 165 г/м<sup>2</sup> формату А4, кольоровий тонер, скотч пакувальний, кружки (10 шт.), пакувальний папір 80 г/м<sup>2</sup>, пакувальна коробка 115x90x105мм (10 шт.). Розрахунки наведено у табл. 7.3.

Таблиця 7.3 – Витрати на основні матеріали

№ з/п	Назва матеріалу	Одиниця виміру	На одиницю продукції			На обсяг виробництва	
			витратна норма матеріалу	ціна матеріалу, грн	витрати, грн	кількість матеріалу	витрати, грн
1	Термотрансферний папір А4	арк.	0,5	22,9	11,45	5	114,50
2	Тонер кольоровий	кг	0,0156	1400	21,84	0,156	218,40
4	Скотч	м	0,2	0,25	0,05	2	0,50
5	Кружка біла керамічна	шт.	1	22,80	22,80	10	228,00
6	Пакувальний папір	м <sup>2</sup>	1	3,32	3,32	10	33,20
7	Пакувальна коробка	шт.	1	6,13	6,13	10	61,30
Усього					65,59		655,90

Витрати на матеріали на одиницю продукції розраховуються як добуток витратної норми на матеріал ( $V_{од}^M$ ) і ціни матеріалу ( $\Pi_M$ ):

$$V_{од}^M = H_M \cdot \Pi_M. \quad (7.1)$$

Кількість матеріалу на весь обсяг виробництва ( $K_{об}^M$ ) розраховується за формулою:

$$K_{об}^M = V_{од}^M \cdot O_{нат}, \quad (7.2)$$

де  $O_{нат}$  – обсяг виробництва в натуральному виразі.

Витрати на матеріали на весь обсяг виробництва ( $V_{об}^M$ ) розраховуються за формулою:

$$V_{об}^M = K_{об}^M \cdot \Pi_M \text{ або } V_{об}^M = V_{од}^M \cdot O_{нат}. \quad (7.3)$$

Для знаходження ціни та собівартості продукції, необхідно розрахувати наступні дані:

- витрати на утримання та експлуатацію устаткування складають 35 % від основної заробітної плати основних виробничих робітників;
  - загальновиробничі витрати складають 40 % від основної заробітної плати основних виробничих робітників;
  - адміністративні витрати складають 40 % від основної заробітної плати основних виробничих робітників;
  - витрати на збут складають 3 % від виробничої собівартості продукції.
- Розрахунок собівартості продукції наведено у табл. 7.4.

Таблиця 7.4 – Зведений розрахунок калькуляції собівартості та ціни продукції

№ з/п	Показник	Сума витрат на одиницю продукції, грн	Сума витрат на весь обсяг виробництва, грн
1	2	3	4
1	Матеріали	65,59	655,90
2	Куповані напівфабрикати та комплектувальні вироби, роботи і послуги виробничого характеру сторонніх підприємств та організацій	0,02	0,20
3	Паливо й енергія на технологічні цілі	0,50	5,00
4	Основна заробітна плата основних виробничих робітників (ОЗП)	53,65	536,50
5	Додаткова заробітна плата основних виробничих робітників (ДЗП)	2,68	26,83
6	Єдиний соціальний внесок (22 % від ОЗП+ДЗП)	12,39	123,93
7	Витрати на утримання та експлуатацію устаткування	18,78	187,78
8	Загальновиробничі витрати	21,46	214,60
9	Виробнича собівартість (сума рядків 1-8)	175,07	1750,73
10	Адміністративні витрати	21,46	214,60
11	Витрати на збут (3 % від рядка 9)	5,25	52,52
12	Повні витрати (сума рядків 9-11)	201,79	2017,85
13	Прибуток (30 % від рядка 12)	60,54	605,36
14	Відпускна ціна (сума рядків 12-13)	262,32	2623,21
15	ПДВ (20 % від суми рядка 14)	52,46	524,64
16	Ціна з урахуванням ПДВ (сума рядків 13-14)	314,79	3147,85

Ціна реалізації продукції включає виробничу собівартість, адміністративні витрати, витрати на збут і прибуток:

$$Ц = ВС + В_a + В_з + П, \quad (7.4)$$

де Ц – ціна реалізації продукції (послуг);

ВС – виробнича собівартість продукції (послуг);

В<sub>a</sub> – визнані адміністративні витрати;

$V_3$  – витрати на збут продукції;

$\Pi$  – сума прибутку.

Таким чином, розрахована ціна продукції склала 844,83 грн з урахуванням ПДВ (вартість усього обсягу продукції дорівнює 8448,34 грн з урахуванням ПДВ).

### 7.5 Організаційний план

Досліджуване підприємство є невеликим і налічує 4 основних співробітників. До основного персоналу відносяться менеджер по роботі з клієнтами, дизайнер, технолог-друкар, комірник. Органом, що керує організацією, є власник, він же директор, що частково бере участь у підтримці роботи компанії та займається питаннями фінансів. Організаційна структура підприємства наведена на рис. 7.1. Зі схеми видно, що всі виконавці взаємодіють між собою та утворюють цільну організацію.

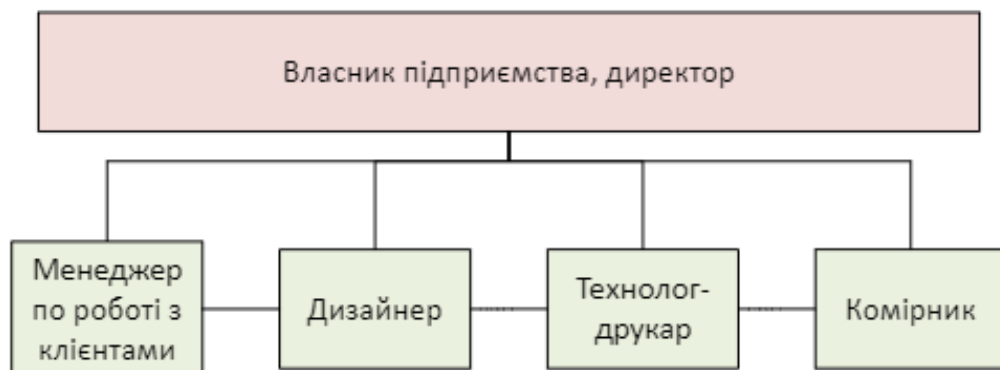


Рисунок 7.1 – Організаційна структура підприємства

Менеджер по роботі з клієнтами відповідає за прийом замовлень та пряму комунікацію з клієнтом протягом виконання замовлення, відстежує процес створення тиражу. Дизайнер розробляє оригінал-макети, готує їх до друку. Друкар відповідає за всі етапи друкарських процесів. Комірник пакує готову продукцію відповідно до замовлення та займається відправкою продукції. Варто зазначити, що, оскільки підприємство є невеликим, кожен

член команди має володіти навичками роботи усього циклу виробництва та вміти замінити колег у разі екстрених ситуацій.

Кадри підприємства обираються власником підприємства відповідно до кваліфікаційних вимог – наявність освіти, пов'язаної з видавництвом та поліграфією. Підбір працівників на роботу здійснюється шляхом співбесіди та перевірки професійних навичок під час пробного терміну, що триває 1 місяць. Підготовка персоналу здійснюється поступово, під час виробничої практики. Окрім того, у колективі практикуються неформальні дні «тімбілдінгу», що спрямовані на покращення відносин усередині колективу.

## 7.6 Фінансовий план

Метою побудови фінансового плану є узагальнення попередніх розрахунків та визначення точки беззбитковості виробництва продукції.

Собівартість одиниці продукції ( $C_{\text{од}}^i$ ) та усього випуску ( $C_{\text{вип}}^i$ ) для  $i$ -го обсягу виробництва з використанням змінної та постійної частин розраховуються за формулами:

$$C_{\text{од}}^i = b + \frac{A}{x_i}, \quad (7.5)$$

$$C_{\text{вип}}^i = A + b \cdot x_i, \quad (7.6)$$

де  $b$  – змінні витрати на одиницю продукції;

$A$  – постійні витрати на весь обсяг виробництва;

$x_i$  –  $i$ -й обсяг виробництва, для якого розраховується собівартість продукції.

За змінні витрати на поліграфічному підприємстві прийнято обирати такі статті як «Матеріали», «Куповані напівфабрикати та комплектувальні вироби, роботи і послуги виробничого характеру сторонніх підприємств та організацій», «Паливо й енергія на технологічні цілі» та «Витрати на збут».

За постійні – ОЗП, ДЗП, «Єдиний соціальний внесок», «Витрати на утримання та експлуатацію устаткування», «Загальновиробничі витрати», «Адміністративні витрати». Отже, розрахунок за формулами (7.5) та (7.6), проводиться з такими даними:

$$C_{\text{од}}^i = 71,36 + (1304,23 / 10) = 201,79 \text{ грн,}$$

$$C_{\text{виш}}^i = 1304,23 + 71,36 \times 10 = 2017,85 \text{ грн.}$$

Беззбитковість виробництва визначається двома способами, аналітичним та графічним. Аналітичним способом обсяг, за якого виробництво не буде зазнавати збитків, визначається за формулою (7.7):

$$O_6 = \frac{A}{C - b}, \quad (7.7)$$

де  $C$  – ціна продукції, грн.

Таким чином, беззбитковий обсяг виробництва складає:

$$1304,23 / (262,32 - 71,36) = 6,83 \approx 7 \text{ шт.}$$

Для визначення точки беззбитковості графічним методом спочатку заповнимо табл. 7.5.

Виручка (дохід) від реалізації продукції розраховується як добуток обсягу виробництва в натуральному виразі ( $O_{\text{нат}}$ ) і ціни продукції ( $C$ ).

Собівартість на весь обсяг виробництва розраховується за формулою (7.6).

Прибуток на весь обсяг виробництва розраховується як різниця між виручкою від реалізації продукції та собівартістю продукції на весь обсяг такого виробництва.

Таблиця 7.5 – Визначення беззбитковості виробництва

Процент використання виробничої потужності, %	Обсяг виробництва, шт.	Виручка від реалізації, грн	Собівартість на весь обсяг виробництва, грн	Прибуток на весь обсяг виробництва, грн	Рентабельність продукції, %
1	2	3	4	5	6
20	3	786,96	1518,32	-731,36	-48,17
40	5	1311,60	1661,04	-349,44	-21,04
60	8	2098,57	1875,13	223,44	11,92
80	10	2623,21	2017,85	605,36	30,00
100	13	3410,17	2231,94	1178,23	52,79

За результатами, отриманими у табл. 7.5, побудовано графік беззбитковості, наведений на рис. 7.2.

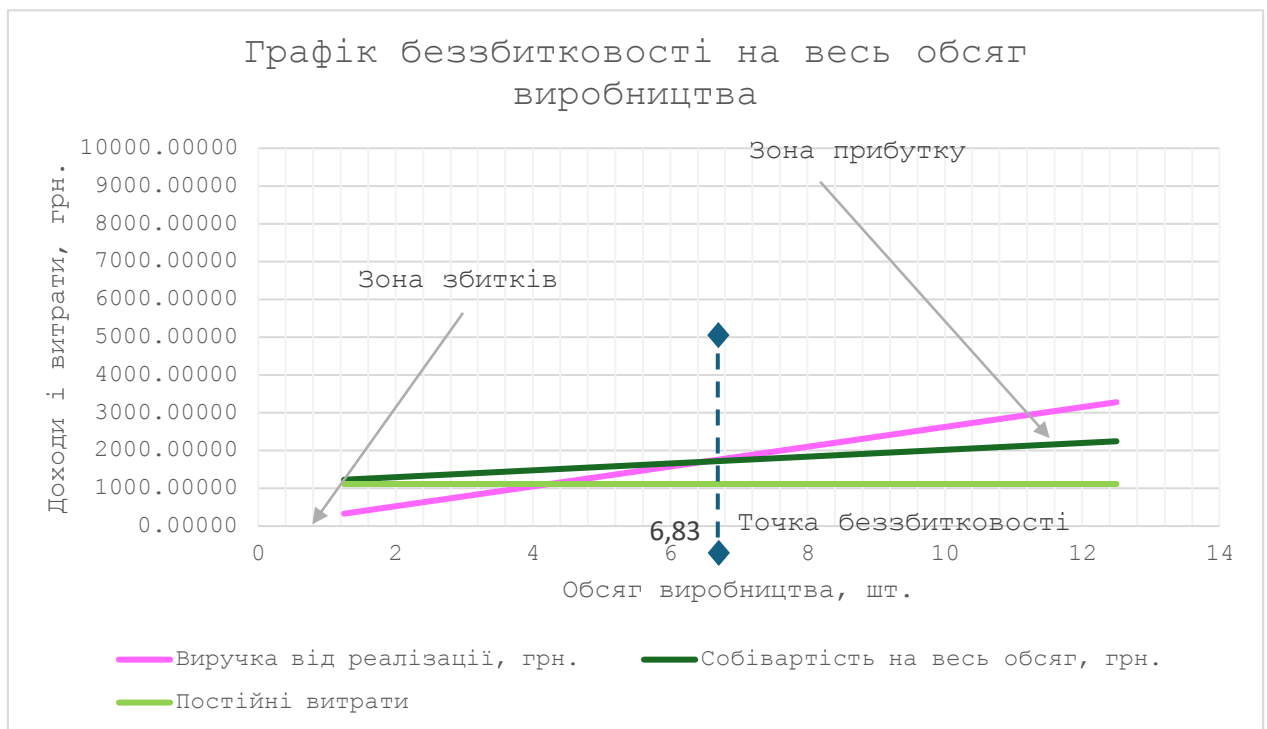


Рисунок 7.2 – Визначення точки беззбитковості

Виходячи з цього, можна підсумувати, що обсяг беззбитковості виробництва, при якому підприємство не зазнає збитків, але й не отримує прибуток, складає 7 шт.

## 7.7 Висновки

Таким чином, у результаті виконання економічної частини кваліфікаційної роботи з розробки та виготовлення елементів фірмового стилю для тату-студії «annushka.tatts» було охарактеризовано продукцію, що виготовляється, проведено аналіз ринку збуту та конкурентного середовища.

Сформовано виробничий, організаційний та фінансовий плани. Виконано калькуляцію собівартості та розраховано ціну продукції, що становить 314,79 грн з урахуванням ПДВ. Вартість усього обсягу продукції склала 3147,85 грн з урахуванням ПДВ. В результаті визначено точку безбиткового обсягу виробництва, що дорівнює тиражу 7 штук кружок.

## ВИСНОВКИ

У результаті виконання кваліфікаційної роботи був створений дизайн елементів фірмового стилю тату-студії «annushka.tatts», а саме логотип, слоган, візитівка, пам'ятка по догляду, фірмова кружка.

Дана робота опанована з метою впровадження елементів бренду тату-майстра (логотипу та слогану) на різних варіантах сувенірної продукції та предметах широкого вжитку. Це, в свою чергу, позитивно вплине на розвиток особистого бренду тату-майстра та привабить цільову аудиторію завдяки унікальному дизайну та функціональності продукції.

Так, елементи фірмового стилю характеризуються стилістичною єдністю графічного оформлення та привабливістю з боку споживачів. Колірна гама бренду відповідає його образу та роду діяльності. Цікавий, трохи хаотичний, проте легкий логотип дає аудиторії зрозуміти напрямок та стиль робіт у тату-студії.

Простий дизайн та приємний стиль оформлення з елементами ботаніки не обтяжують інформацією продукцію тату-студії та приваблюють майбутніх клієнтів, що також є поціновувачами такої атмосфери.

Під час виконання роботи розроблено технологію виготовлення фірмових кружок з використанням термотрансферного друку у малому тиражі. За допомогою економічних розрахунків проаналізовано доцільність виготовлення продукції за заданими параметрами та розраховано точку беззбиткового обсягу виробництва, що дорівнює тиражу 8 штук кружок.

Дана робота стане в нагоді студентам-поліграфістам, а також працівникам поліграфічних підприємств як приклад розробки та створення елементів фірмового стилю під час виконання подібних задач у професійній діяльності.

## ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Мещерякова А. В. Аналіз ведення інстаграм-сторінки для просування особистого бренду тату-майстра. XXVIII Міжнародний молодіжний форум «Радіоелектроніка та молодь у XXI столітті»: Тези до конф., м. Харків, 16–18 квіт. 2024 р.
2. Handpoke tattoo Amsterdam (@annushka.tatts). Instagram. URL: [https://www.instagram.com/annushka.tatts/?locale=en\\_GB](https://www.instagram.com/annushka.tatts/?locale=en_GB) (дата звернення: 14.05.2024).
3. TATTOO WARSAW (@boo.tattoo) • Instagram photos and videos. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/boo.tattoo/> (дата звернення: 01.06.2024).
4. VeAn Tattoo | The largest tattoo network in the world. VeAn Tattoo. URL: <https://vean-tattoo.com/en/> (дата звернення: 01.06.2024).
5. Фірмовий стиль. Вікіпедія. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Фірмовий\\_стиль](https://uk.wikipedia.org/wiki/Фірмовий_стиль) (дата звернення: 10.05.2024).
6. DSpace HНPU: Головна. URL: <https://dspace.hnpu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/36b7a809-fe89-4dfe-a2f2-6a5e78bddb0c/content> (дата звернення: 12.05.2024).
7. Електронний архів КНУТД: Головна сторінка. URL: [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/19965/1/GDIVP\\_mono\\_2022\\_P059-078.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/19965/1/GDIVP_mono_2022_P059-078.pdf) (дата звернення: 10.05.2024).
8. Васильєва О. С., Пашкевич К. Л., Васильєва І. В., Гричанюк О. В., Калун О. Ю. Логотип та емблема як складові фірмового стилю закладів освіти України. Art and design. 2020. №4(12). С. 70–80.
9. Брендінг – високоефективна технологія завоювання і утримання споживача. StudFiles. URL: <https://studfile.net/preview/9296242/page:15/> (дата звернення: 01.06.2024).

10. Adobe Creative Cloud. Електронний ресурс.  
URL: <https://www.adobe.com/ua/products/illustrator.html> (дата звернення: 11.05.2024).

11. Програмні засоби для верстання. Засоби оргтехніки.  
URL: [https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/firen/9bortnyk\\_zasoby\\_orgtehniky/29.html](https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/firen/9bortnyk_zasoby_orgtehniky/29.html) (дата звернення: 11.05.2024).

12. Мещерякова А. В. Аналіз методів друку на натуральній тканині для малого тиражу. IX Міжнародна науково-технічна конференція «Поліграфічні, мультимедійні та web-технології»: Тези до конф., м. Харків, 14–18 трав. 2024 р.

13. Принтер Epson L121 з оригінальною СБПЧ та чорнилом INKSYSTEM(C11CD76414). Офіційний інтернет-магазин компанії INKSYSTEM Системи безперервної подачі чорнила (СБПЧ) та принтери – [www.inksystem.biz](http://www.inksystem.biz). URL: <https://www.inksystem.biz/ua/printers-tank-ciss/l121-ink.html> (дата звернення: 01.06.2024).

14. Термопрес INKSYSTEM M-01 для кухлів. Офіційний інтернет-магазин компанії INKSYSTEM Системи безперервної подачі чорнила (СБПЧ) та принтери – [www.inksystem.biz](http://www.inksystem.biz). URL: <https://www.inksystem.biz/ua/termopress/inksystem/dlya-pechat-na-chashkah.html#characteristic> (дата звернення: 01.06.2024).

15. 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» / Упоряд.: В.П. Ткаченко, А.В. Бізюк, О.В. Вовк, І.М. Єгорова, В.Ф. Челомбійко. – Харків: ХНУРЕ, 2020. – 68 с.

16. Що таке мудборди та як їх використовувати на уроках. Освітній проект «На Урок» для вчителів. URL: <https://naurok.com.ua/post/scho-take-mudbordi-ta-yak-h-vikoristovuvati-na-urokah> (дата звернення: 01.06.2024).

17. Contributors to Wikimedia projects. Roboto. Wikipedia.  
URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Roboto> (дата звернення: 14.05.2024).

18. Друк на чашках. PRINT design studio.  
URL: <https://printstudio.top/suven%D1%96rna-produkc%D1%96ya/druk-na-chashkah> (дата звернення: 01.06.2024).

19. Методичні вказівки до виконання економічної частини кваліфікаційної роботи для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 186 Видавництво та поліграфія усіх форм навчання / Упоряд. Т.В. Полозова. Харків: ХНУРЕ, 2022. 47 с.