

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)

« 22 » травня 2023 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

студентові Ніконової Анастасії Юрїївни
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Проектування елементів корпоративної ідентифікації
для кафе-кондитерської «Vipny Wake»

Затверджена наказом по університету від 22.05.2023 р. № 506 Ст

2. Термін подання студентом роботи до екзаменаційної комісії 19.06 2023 р.

3. Вихідні дані до роботи

Елементи ідентифікації: логотип, вивіска, брендований одяг, картонне пакування, паперове пакування, чашки, тарілки, серветки, плакат, візитка, меню, пакети, слоган, анімаційний відеоролик; кольоровість вивіски, чашок, тарілок, плакату рекламного, стаканчиків, пакетів, серветок, пакування, брендovanого одягу співробітників – 4+0; кольоровість візитки та меню – 4+4; формат вивіски – 2000×600 мм; формат візитки – 50×90 мм; формат меню – 297×210 мм; формат плакату – 420×594 мм, розмір стаканчиків – 82×110×94 мм, розмір пакета – 320×150×380 мм, розмір серветки – 170×170 мм, розмір паперового пакування – 190×70×180 мм, розмір картонного пакування – 110×90×160 мм; тираж вивіски – 1 штука; тираж візиток – 800 штук; тираж меню – 20 штук; тираж плакатів – 3 штуки, тираж стаканчиків – 400 штук, тираж пакетів – 300 штук, тираж картонного та паперового пакування – 300 штук.

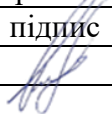
4. Перелік питань, що потрібно опрацювати в роботі

Вступ, Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу, Аналітичний огляд літератури за темою, Розробка технічних характеристик елементів, що проєктуються, Розробка схеми технологічного процесу виготовлення елементів фірмового стилю, Вибір та обґрунтування способів друку і друкарського обладнання, Вибір та обґрунтування програмного забезпечення, Створення елементів фірмового стилю, Розробка анімаційного ролика, Економічна частина, Висновки, Перелік джерел посилання, Додатки.

5. Перелік графічного матеріалу із зазначенням креслеників, схем, плакатів, комп'ютерних ілюстрацій (слайдів)

Титульний слайд; Мета; Актуальність; Психологічний портрет цільового клієнта; Унікальність проєкту; Вибір програмного забезпечення; Вибір технологій; Підбір друкарського обладнання; Технологічна схема; Економічна частина; Висновки.

6. Консультанти розділів роботи

Найменування розділу	Консультант (посада, прізвище, ім'я, по батькові)	Позначка консультанта про виконання розділу	
		підпис	дата
Основна частина	ст. викл. Бокарева Ю.С..		12.06.2023
Економічна частина	ас. Помогалова Н.В.		09.06.2023

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	<i>Аналіз завдання на кваліфікайну роботу</i>	15.02.2023-19.02.2023	Вик
2	<i>Аналітичний огляд літератури за темою</i>	20.02.2023-24.02.2023	Вик
3	<i>Розробка технічних характеристик елементів, що проєктуються</i>	25.02.2023-28.02.2023	Вик
4	<i>Розробка схеми технологічного процесу виготовлення елементів</i>	01.03.2023-04.03.2023	Вик
5	<i>Вибір та обґрунтування способів друку та друкарського обладнання</i>	05.03.2023-09.03.2023	Вик
6	<i>Вибір та обґрунтування програмного забезпечення</i>	10.04.2023-14.04.2023	Вик
7	<i>Створення елементів фірмового стилю</i>	16.04.2023-19.04.2023	Вик
8	<i>Розробка анімаційного ролика</i>	20.04.2023-25.04.2023	Вик
9	<i>Економічна частина</i>	26.04.2023-30.04.2023	Вик
10	<i>Оформлення пояснювальної записки</i>	01.05.2023-09.05.2023	Вик
11	<i>Оформлення графічної частини</i>	10.05.2023-29.05.2023	Вик

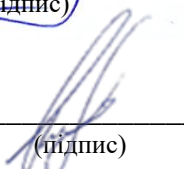
Дата видачі завдання 22.05.2023 р.

Студент


(підпис)

Ніконова А. Ю.

Керівник роботи


(підпис)

ст. викл. Бокарева Ю.С.
(посада, прізвище, ініціали)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка містить 89 стор., 20 табл., 33 рис., 1 дод.,
36 джерел

ФІРМОВИЙ СТИЛЬ, ЕЛЕМЕНТИ КОРПОРАТИВНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ, ЛОГОТИП, АНІМАЦІЙНИЙ РОЛИК, МЕНЮ, ВІЗИТКА, ПЛАКАТ, ВІВІСКА, ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ЛОГОТИПУ, ADOBE PHOTOSHOP, ADOBE ILLUSTRATOR, FIGMA, ADOBE AFTER EFFECTS.

У даній кваліфікаційній роботі було спроектовано елементи корпоративної ідентифікації для кафе-кондитерської Bunny Bake. У пояснювальній записці представлений огляд кроків та процесів, які були виконані при розробці елементів фірмового стилю для компанії.

Метою кваліфікаційної роботи є проектування елементів корпоративної ідентифікації для кафе-кондитерської Bunny Bake, а також дослідження технологій, що використовуються для їх розробки та виготовлення. Результатом роботи є створення ефективного фірмового стилю

Предметом дослідження є технологічний процес створення кожного елемента корпоративної ідентичності.

Було проведено детальний аналіз поставленого завдання на розробку, окрема, визначено вимоги та обсяг роботи, виконано дослідження літературних джерел, проведено розробку технічних характеристик елементів фірмового стилю. Також було описано розробку схеми технологічного процесу виготовлення виробів, розглянуто різні способи друку. Зроблено вибір програмного забезпечення, описано процес створення елементів. Описано процес розробки анімаційного ролика та проаналізовано економічну складову проекту, включаючи оцінку вартості розробки елементів фірмового стилю та прогнозовані економічні показники.

ABSTRACT

The explanatory note contains 89 p., 20 tabl., 33 pic., 1 app., 36 sources.

CORPORATE IDENTITY, CORPORATE IDENTITY ELEMENTS, LOGO, ANIMATED VIDEO, MENU, BUSINESS CARD, POSTER, SIGNBOARD, LOGO VISUALIZATION, ADOBE PHOTOSHOP, ADOBE ILLUSTRATOR, FIGMA, ADOBE AFTER EFFECTS.

In this qualification work, we designed corporate identity elements for the Bunny Bake cafe and confectionery. The explanatory note provides an overview of the steps and processes that were performed in the development of corporate identity elements for the company.

The purpose of the qualification work is to design corporate identity elements for the Bunny Bake confectionery cafe, as well as to study the technologies used to develop and produce them. The result of the work is the creation of an effective corporate identity.

The subject of the research is the technological process of creating each element of corporate identity.

A detailed analysis of the development task was carried out, the requirements and scope of work were determined, the literature sources were researched, and the technical characteristics of corporate identity elements were developed. We also described the development of a scheme for the technological process of manufacturing products, and considered various printing methods. The choice of software is made, the process of creating elements is described. The process of developing an animated video is described and the economic component of the project is analyzed, including an estimate of the cost of developing corporate identity elements and projected economic indicators.

ЗМІСТ

	С.
ВСТУП	8
1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ.....	11
2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ ЗА ТЕМОЮ	14
2.1 Поняття корпоративної ідентичності, її цілі та види	14
2.2 Елементи корпоративної ідентичності	15
2.3 Аналіз аналогів	17
2.4 Основні вимоги до фірмового стилю	24
3 РОЗРОБКА ТЕХНІЧНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ЕЛЕМЕНТІВ,	25
4 РОЗРОБКА СХЕМИ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ ВИГОТОВЛЕННЯ ЕЛЕМЕНТІВ ФІРМОВОГО СТИЛЮ	30
5 ВИБІР ТА ОБҐРУНТУВАННЯ СПОСОБІВ ДРУКУ ТА ДРУКАРСЬКОГО ОБЛАДНАННЯ	41
5.1 Вибір способів друку	41
5.2 Вибір друкарського та післядрукарського обладнання	50
6 ВИБІР ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ.....	57
6.1 Вибір програми для редагування векторних зображень.....	57
6.2 Вибір програми для редагування растрових зображень	59
6.3 Вибір програми для створення анімаційного ролика.....	62
7 СТВОРЕННЯ ЕЛЕМЕНТІВ ФІРМОВОГО СТИЛЮ	64
7.1 Проектування складової фірмового стилю.....	64
7.2 Розробка елементів фірмового стилю	66
8 РОЗРОБКА АНІМАЦІЙНОГО РОЛИКА.....	73
9 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА	74
9.1 Характеристика продукції.....	74
9.2 Оцінка ринків збуту	77
9.3 Конкуренція	80
9.4 Стратегія маркетингу.....	81

9.5 План виробництва	82
ВИСНОВКИ.....	86
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ	87
ДОДАТОК А Результат створення елементів корпоративної ідентичності...	90

ВСТУП

Фірмовий стиль та елементи корпоративної ідентифікації є важливими для будь-якого бізнесу, оскільки вони забезпечують впізнавану візуальну та вербальну репрезентацію бренду. Саме тому необхідно розробити елементи корпоративної ідентифікації для кафе-кондитерської Bunny Bake, а також дослідити технологій, що використовуються для їх розробки та виготовлення.

Сучасний стан проблеми полягає у тому, що фірмовий стиль та елементи ідентифікації мають вирішальне значення для успіху будь-якого бізнесу. На сучасному конкурентному ринку наявність «сильного» та впізнаваного фірмового стилю може допомогти компанії виділитися та залучити клієнтів. Однак розробка ефективного фірмового стилю та елементів ідентифікації є складним процесом, який включає в себе різні аспекти, такі як місія, бачення, цінності та цільова аудиторія компанії.

Метою кваліфікаційної роботи є проектування елементів корпоративної ідентифікації для кафе-кондитерської Bunny Bake, а також дослідження технологій, що використовуються для їх розробки та виготовлення задля створення цілісного візуального та вербального представлення бренду, яке буде взаємодіяти з цільовою аудиторією та ефективно доносити цінності та місію компанії.

Завдання, які необхідно вирішити для досягнення мети:

- проведення маркетингового дослідження та аналізу ринку для визначення цільової аудиторії, конкурентів та ринкових тенденцій, які можуть вплинути на розробку;
- розробка бренд-стратегії, яка визначає позиціонування, цінності та унікальну торгову пропозицію бренду;
- створення системи візуальної айдентики, що включає логотип, кольорову гаму, типографіку та інші графічні елементи, які відображають індивідуальність бренду та апелюють до цільової аудиторії;

- розробка анімаційного ролику для кращого запам'ятовування бренду та збільшення часу взаємодії з потенційними клієнтами;
- розробка пакування, елементів поліграфії та інших брендovаних матеріалів, що підсилюють послання та цінності бренду;
- створення дизайну уніформи для співробітників;
- розробка меню, яке буде візуально привабливим і зручним для читання.

Актуальність теми полягає в тому, що це допоможе створити «сильну» ідентичність бізнесу, залучити клієнтів та диференціювати серед конкурентів. На сучасному конкурентному ринку впізнаваність бренду має вирішальне значення, і ця робота дозволить Bunny Wake досягти цього. Крім того, використання технологій у розробці та виробництві елементів корпоративної ідентифікації не тільки підвищить ефективність процесу, але й дозволить Bunny Wake «йти в ногу» з останніми тенденціями в дизайні та маркетингу.

Сфера застосування цієї роботи – брендинг, маркетинг та графічний дизайн. Розроблений фірмовий стиль та елементи ідентифікації будуть використовуватися на різних носіях, таких як фізична вивіска кафе, веб-сайт, соціальні медіа-платформи, пакування та рекламні матеріали. Реалізація цієї роботи також матиме вплив на майбутню маркетингову стратегію кафе-кондитерської, оскільки сильна ідентичність бренду може допомогти залучити та утримати клієнтів, підвищити лояльність до бренду та генерувати позитивне «сарафанне радіо».

Виконання кваліфікаційної роботи окреслює низку послідовних етапів, які необхідно виконати.

На першому етапі необхідно провести аналіз завдання на кваліфікаційну роботу, у ході якого буде сформульовано мету та галузь застосування виконаної роботи. Також потрібно буде конкретизувати вимоги до елементів проєктування, послідовності етапів розробки та кінцевого результату роботи.

Другий етап включає у себе проведення аналітичного огляду літератури за темою «Проєктування та розробка елементів корпоративних

ідентифікації». Сформулювати визначення поняттю «корпоративна ідентичність», а також визначити її завдання та види. Перелік елементів фірмового стилю, їх опис, аналіз аналогів та формулювання основних вимог до розробки фірмового стилю є невід'ємними складовими цього етапу.

На третьому етапі потрібно розробити технічні характеристики елементів, що проєктуються.

Четвертим кроком йтиме розробка схеми технологічного процесу виготовлення елементів фірмового стилю.

П'ятий етап містить у собі вибір та обґрунтування способів друку та всього необхідного обладнання для тиражування.

На шостому етапі необхідно визначитись із програмним забезпеченням та обґрунтувати свій вибір. Потрібно обрати програми для створення та редагування растрових і векторних зображень, засіб для розробки анімації.

Наступним етапом є створення елементів фірмового стилю. Сюди буде входити проєктування складової корпоративної ідентичності та, безпосередньо, розробка дизайну усіх визначених елементів.

Восьмий розділ передбачає опис процесу розробки анімаційного ролика для Bunny Wake, включаючи створення сценарію, вибір візуального стилю та анімаційних ефектів.

У економічній частині необхідно оцінити ринки збуту, обрати стратегію маркетингу та розробити план виробництва. Також необхідно розрахувати собівартість, ціну та обсяг часу, витрачений на розробку даного проєкту.

Пояснювальна записка складається зі: вступу; аналізу завдання на кваліфікаційну роботу; аналітичний огляд літератури за темою роботи; розробки технічної характеристики видання, що проєктується; розробки схеми технологічного процесу виготовлення видання; вибір та обґрунтування способу друку і друкарського обладнання; вибір та обґрунтування програмного забезпечення; розробки анімаційного ролика; створення оригінал-макетів видання, переліку джерел посилання та додатків.

1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Під час аналізу технічного завдання на кваліфікаційну роботу, необхідно розглянути вихідні дані, що будуть використані для подальшого проєктування фірмового стилю (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Вихідні дані

№	Назва елементу корпоративної ідентифікації	Розмір, мм	Кількість шт.	Кольоровість друкованого виробу
1	Логотип (знак+текстовий напис)	–	1	–
3	Вивіска	2000x600	1	4+0
4	Анімаційний відеоролик	–	1	–
5	Візитка	50x90	800	4+4
6	Брендовані чашки	–	60	4+0
7	Брендовані тарілки	–	80	4+0
8	Паперові одноразові стаканчики	82x110x94	400	4+0
9	Плакат рекламний (зовнішній)	420x594 (A2)	3	4+0
10	Меню	297x210 (A4)	20	4+4
11	Брендовані пакети (картонні)	320x150x380	300	4+0
12	Брендовані серветки (двозгинні)	170x170	1000	4+0
12	Пакування паперове	190x70x180	300	4+0
13	Пакування картонне (прямокутний бокс)	110x90x160	300	4+0
14	Брендований одяг співробітників (фартушки)	–	20	4+0
15	Фірмова кольорова палітра	–	1	–
16	Фірмова типографіка	–	1	–
17	Слоган	–	1	–

Метою розробки фірмового стилю для кафе-кондитерської Bunny Bake є створення «сильного» та виразного образу бренду, який би ефективно передавав суть закладу, формував довіру, підтримував маркетингові зусилля, приєднав створенню довгострокового іміджу бренду та резонував з його

цільовою аудиторією. Фірмовий стиль слугує візуальним представленням цінностей, індивідуальності та пропозицій кафе, створюючи цілісний та незабутній досвід взаємодії із закладом.

Щоб визначити цільову аудиторію обраного закладу, потрібно врахувати різні фактори, такі як харчові вироби, які пропонує кафе, місце розташування та загальне позиціонування бренду. Bunny Wake розташоване у Києві та позиціонує себе як високоякісне кафе-кондитерська, що пропонує своїм клієнтам свіжоспечену випічку, вишукані десерти та каву преміум-класу. Основна увага приділяється використанню лише найкращих інгредієнтів та традиційних технік випікання для створення смачних, виготовлених вручну ласощів, які водночас є вишуканими та ситними.

На основі цих факторів можна зробити деякі припущення щодо ймовірних демографічних характеристик цільової аудиторії. Хоча продукцію, яку пропонує Bunny Wake, можуть споживати представники обох статей, більшість їхньої цільової аудиторії (приблизно 60%) швидше за все, будуть жінки, оскільки вони частіше споживають солодощі [1].

Цільова аудиторія Bunny Wake перебуває у віковому діапазоні 18-40 років, з акцентом на молодшу частину цього діапазону. Ця вікова група більш активна в соціальних мережах, що є важливим каналом для просування кафе. Потенційні покупці є освіченими з дипломом про середню освіту або вищим рівнем освіти, оскільки ця демографічна група, як правило, має більший дохід, який можна витратити на якісні продукти харчування.

Враховуючи розташування кафе в Києві, найчастішими відвідувачами кафе будуть міські жителі, зокрема студенти, офісні працівники та творчі люди, які шукають затишне місце, де можна відпочити та насолодитися смачною випічкою та якісною кавою.

Результатом роботи буде створення айдентики бренду та пов'язаних з нею компонентів, які можна буде використовувати на різних платформах, включаючи фізичну вивіску кафе, веб-сайт, соціальні мережі, пакування, рекламні матеріали тощо. Очікується, що впровадження цих змін позитивно

вплине на маркетингову стратегію кафе-кондитерської. Розробка «сильного» фірмового стилю може допомогти у залученні та утриманні клієнтів, підвищенні лояльності до бренду та створенні позитивного маркетингу «з вуст в уста» [2]. Галузь застосування виконаної роботи – брендинг, маркетинг та графічний дизайн.

У ході роботи необхідно буде розробити логотип та створити його анімацію. Також потрібно розробити дизайн візитки, паперових одноразових стаканчиків, меню, рекламного плаката, паперових пакетів, пакування десертів та випічки для двох розмірних варіантів. Далі необхідно виконати візуалізацію логотипу на вивісці, серветках, чашках, тарілках та на фартушках, які є складовою одягу співробітників кафе-кондитерської. Наступним кроком слід обрати спосіб друку для кожного елемента корпоративної ідентифікації. Після остаточної перевірки та затвердження всього дизайну потрібно підготувати всі макети для подальшого друку та окремо для перегляду на електронних носіях.

Аби процес розробки елементів корпоративної ідентифікації проходив максимально ефективно, зручно та швидко, слід попередньо обрати відповідне програмне забезпечення. Для розробки логотипу, візитки та пакування потрібен векторний редактор, для створення анімації – програма для редагування та створення відео. Вибір редактора растрових зображень дозволить виконати візуалізацію дизайну на мокапах, а векторний онлайн-сервіс розробки інтерфейсів допоможе швидко створити дизайн макету з великою кількістю однакових блоків такого, як меню.

2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ ЗА ТЕМОЮ

Незважаючи на те, що існує величезна кількість літератури про корпоративну ідентичність, все ще існують прогалини в знаннях у цій предметній області. Однією з суттєвих прогалин є відсутність досліджень щодо використання технологій у розробці та виробництві елементів фірмового стилю та ідентифікації. Крім того, існує обмежене розуміння того, як розробляти фірмовий стиль та елементи ідентифікації саме для кафе-кондитерських. Тому ця дипломна робота має на меті заповнити ці прогалини в знаннях, дослідивши технології, що використовуються для проектування та виробництва елементів корпоративної ідентифікації, а також розробивши їх для кафе-кондитерської Bunny Wake.

Останніми роками спостерігається значний «зсув у бік» діджиталізації, що суттєво вплинуло на розробку та виробництво елементів фірмового стилю. Використання цифрових інструментів, таких як програмне забезпечення для графічного дизайну, соціальні мережі та онлайн-платформи, полегшило бізнесу створення та просування фірмового стилю. Крім того, зростає тенденція до екологічного та сталого дизайну, що передбачає використання екологічно чистих матеріалів і методів виробництва.

2.1 Поняття корпоративної ідентичності, її цілі та види

Корпоративна ідентичність (фірмовий стиль) – це візуальне та емоційне представлення компанії, включаючи її цінності, переконання та індивідуальність. Це спосіб, у який компанія презентує себе громадськості, і він має вирішальне значення для створення сильного та впізнаваного іміджу бренду [3].

Кінцева мета фірмового стилю – створити позитивне сприйняття компанії у свідомості її цільової аудиторії та диференціювати її від конкурентів.

Існує кілька видів фірмового стилю, зокрема це:

- візуальна айдентика;
- вербальна айдентика;
- поведінкова ідентичність [4].

Візуальна айдентика містить у собі елементи дизайну, які представляють компанію, такі як логотип, кольорова гама, типографіка та графічні елементи. Ці візуальні елементи працюють разом, щоб створити послідовний і впізнаваний образ бренду. Вербальна айдентика включає в себе меседжі компанії, тон голосу та загальну індивідуальність бренду. Це спосіб, у який компанія спілкується зі своєю аудиторією, і він важливий для встановлення міцного емоційного зв'язку з клієнтами [5].

Поведінкова ідентичність охоплює дії та поведінку компанії такі, як:

- обслуговування клієнтів;
- ініціативи корпоративної соціальної відповідальності;
- загальні бізнес-практики.

Це спосіб, у який компанія демонструє свої цінності та зобов'язання перед клієнтами [6].

2.2 Елементи корпоративної ідентичності

Елементи корпоративної ідентичності впливають на споживача кількома способами. По-перше, вони створюють послідовний і впізнаваний образ бренду, що допомагає побудувати довіру і знайомство з компанією.

По-друге, вони можуть передавати цінності та індивідуальність компанії, що може допомогти встановити емоційний зв'язок зі споживачем.

Корпоративна ідентичність складається з багатьох елементів:

- назва бренду;
- фірмовий знак (логотип);
- унікальний слоган;
- фірмова колірна палітра;

- типографіка;
- графічні елементи;
- дизайн приміщення;
- дизайн одягу працюючого персоналу;
- єдині правила поведінки персоналу;
- використання фірмових запахів;
- реклама;
- візитка;
- пакування;
- банери;
- плакати;
- брендований посуд;
- серветки;
- вивіска;
- меню [7].

Логотип – це візуальний символ компанії, який часто є найбільш впізнаваним елементом фірмового стилю. Він повинен бути простим, таким, що запам'ятовується, і відповідати цілям компанії [8].

Колірна палітра – кольори, що використовуються у фірмовому стилі. Їх підбір повинен бути логічним і відображати індивідуальність бренду. Вони використовуються на різноманітних елементах дизайну, таких як логотип, веб-сайт, упаковка тощо. Як правило, комбінують декілька кольорів – два або три, рідше чотири. Рекомендується обирати не ті кольори, які подобаються особисто власнику або дизайнеру, а ті, які будуть працювати над просуванням бізнесу.

Шрифт, що є складовою фірмової типографіки повинен бути розбірливим та підкреслювати позиціонування бренду.

У якості графічних елементів можуть бути візерунки, ілюстрації, іконки або інші візуальні елементи, які послідовно використовуються в брендингу компанії.

Елементи корпоративної ідентичності допомагають виділити компанію серед конкурентів, що дуже важливо на переповненому ринку. Загалом, сильний та професійно спроектований фірмовий стиль має вирішальне значення для створення успішного іміджу бренду, що запам'ятовується.

2.3 Аналіз аналогів

Аналізуючи існуючі на ринку аналоги в рамках розробки дизайну елементів фірмового стилю, варто використати наступні шість критеріїв:

- візуальна привабливість;
- узгодженість бренду;
- унікальна відмінність;
- відповідність цільовій аудиторії;
- індивідуальність бренду;
- юзабіліті та функціональність [9].

Оцінка візуальної привабливості дизайну конкурентів допомагає визначити ефективне використання кольорів, типографіки, зображень та компонування. Цей критерій зосереджується на естетиці та на тому, наскільки добре елементи дизайну гармоніюють для створення привабливого та візуально ефектного фірмового стилю.

Критерій узгодженості дизайну в різних точках контакту, включаючи логотип, упаковку, вивіски та рекламні матеріали, має важливе значення. Цей фактор досліджує, наскільки добре конкуренти підтримують єдину та цілісну візуальну мову, яка зміцнює ідентичність їхнього бренду.

Аналіз унікальної відмінності демонструє як конкуренти вирізняються за допомогою дизайну, дозволяє виявити інноваційні та відмінні елементи. Цей критерій досліджує, як конкуренти використовують унікальні та виразні елементи дизайну, які виділяють їх з-поміж інших на ринку.

Оцінка того, наскільки вибір дизайну конкурентів відповідає їхній цільовій аудиторії, допомагає визначити найбільш успішну стратегію. Цей

критерій дозволяє встановити, наскільки добре конкуренти розуміють вподобання, прагнення та цінності своєї цільової аудиторії та адаптують елементи дизайну, які найкраще відображають їхні потреби.

Важливо також дослідити, як вибір дизайну конкурентів відображає індивідуальність та цінності їхнього закладу. Цей критерій зосереджується на загальному тоні, стилі та повідомленні, що передається клієнту через елементи дизайну, наприклад, чи викликають вони відчуття вишуканості, грайливості або автентичності.

Аналіз юзабіліті та функціональності допомагає оцінити те, як дизайн продукту конкурентів враховує зручність використання та практичність. Також це допомагає зрозуміти, чи враховані міркування з практичної точки зору. Даний критерій перевіряє, наскільки добре елементи дизайну підтримують користувацький досвід, читабельність і легкість навігації [10].

У якості аналогів для оцінювання було обрано такі заклади: «Dolcetea by Bassano», «Polverol» та «Sweet Heaven».

Починаючи з візуальної привабливості, Dolcetea by Bassano демонструє елегантну та витончену візуальну естетику в елементах свого брендингу. Логотип, який складається із графічного знаку та напису, є чистим та сучасним. Головною відмінністю є те, що він представлений компанією у двох варіативних написах. Можливою причиною цього є колаборація двох закладів. Перший «Dolcetea» розроблений із поєднанням шрифтів без зарубок, а другий варіант «Bassano» поєднує у собі шрифти із засічками та без них, що надає йому вишуканого та висококласного вигляду (рис. 2.1).

Дизайн пакування для кондитерських виробів та паперових стаканчиків є візуально привабливим, використовуючи мінімалістичний, але ефектний дизайн з якісними зображеннями та влучно підібраними кольорами (рис. 2.2).

З точки зору унікальної відмінності, Dolcetea by Bassano вирізняється своїм акцентом на преміальних та високоякісних кондитерських виробках. Що стосується відносин з цільовою аудиторією, заклад залучає клієнтів, які цінують висококласне виробництво та елітну розкіш. Індивідуальність

бренду орієнтована на людей, які шукають десерти з особливим смаком та вишуканістю.



Рисунок 2.1 – Логотип кафе DolceteKa by Bassano у двох варіаціях



Рисунок 2.2 – Дизайн пакування та стаканчиків DolceteKa by Bassano

Кафе Polverol фокусується на «грайливому» та яскравому візуальному образі. Логотип включає в себе «сміливу» типографіку та приємний зелений колір, створюючи живе, енергійне враження та відчуття затишку. Єдине, що варто покращити – це узгодження між двома обраними шрифтами, бо на даний момент слово «кафе» візуально трохи не вписується в цю композицію (рис. 2.3).



Рисунок 2.3 – Логотип кафе Polverol

Дизайн меню кафе (рис. 2.4) наслідує приклад фірмового знаку, використовуючи приємні відтінки. Він відображає сучасну естетику, що підкреслює динамічність бренду та його індивідуальність. У меню поєднано стильну типографіку та колоритні графічні ілюстрації. Макет добре структурований, що забезпечує легкість читання та навігації для клієнтів.



Рисунок 2.4 – Меню кафе Polverol

Кожен пункт меню супроводжується привабливим описом, який підкреслює унікальні смаки та інгредієнти виробів. Що стосується цін, то меню

містить лаконічну інформацію, що забезпечує прозорість для клієнтів. Ціни відображаються в розбірливому форматі, як правило, поряд з кожною позицією меню, що дозволяє клієнтам легко зрозуміти вартість бажаних ласощів.

Слід зазначити, що в макеті присутні також і недоліки, такі, як: «зліплення» описів страв і їх цін. Ще варто попрацювати над логікою та забезпечити прозорість цін для різних вагових категорій продукції, бо може скластись враження, що 100 та 250 грамів супу будуть коштувати однаково (бо в меню зазначено лише один варіант вартості).

Переходячи до дизайну дерев'яних дощочок з вигравіруваним логотипом, на яких подається кондитерські вироби, Polverol демонструє увагу до деталей і цілісність бренду в їхній презентації. Вигравіруваний логотип Polverol додає нотку вишуканості та слугує витонченим елементом брендингу (рис. 2.5).



Рисунок 2.5 – Дерев'яні дощочки з вигравіруваним логотипом

Polverol вирізняється своєю увагою до інноваційних смакових поєднань та нетрадиційних десертів. Їхні унікальні творіння приваблюють клієнтів, які шукають нові та захоплюючі смакові враження.

Дизайн кондитерської Sweet Heaven характеризується елегантною та вишуканою естетикою, зосередженою на створенні розкішних тортів, кексів та макарунів. Компанія підкреслює мистецький підхід та майстерність, які використовуються у їхніх кондитерських витворах.

Логотип Sweet Heaven (рис. 2.6) має більш вигадливий і чарівний візуальний стиль. Він містить графічний знак та текстову складову із назвою закладу. Використання «м'яких», пастельних, теплих відтінків кольору викликають відчуття тепла та ностальгії. Шрифт, який було використано у ході створення логотипу для напису «Sweet Heaven», є романським.



Рисунок 2.6 – Логотип кафе Sweet Heaven

Недоліком даного логотипу є надто тонкі лінії у графічному знаку та втрата ієрархії та узгодженості між ілюстрацією та написом. Текстовий блок та дескриптор варто збільшити, та, за потреби, трохи зменшити зображення дівчини. При зменшенні логотипу у масштабі або друку його на поліграфічній продукції доволі важко стає зчитувати, що там написано, а саме назва закладу має бути першою деталлю, на що споживач зверне увагу.

Sweet Heaven досягає успіху у створенні грайливого та візуально захоплюючого сезонного пакування, включаючи такі теми, як Хелловін, Новий рік та День матері у свої кондитерські вироби. Такі тематичні пакувальні бокси для кондитерських виробів надають додатковий рівень чарівності та краси до їх і без того чудових ласощів (рис. 2.7).

Пакування вирізняються яскравими кольорами у теплих відтінках, вигадливими, креативними ілюстраціями та грайливою графікою, що сприяє створенню веселої та святкової атмосфери. Тут демонструються знакові

символи свят, такі як гарбузи, білі ведмедики, Діди Морози та квіти. Шрифтові написи мають відповідний до свят характер. Наприклад, для весняної упаковки до Дня матері було використано витончений декоративний прописний шрифт, який асоціюється із ніжністю, красою та чарівністю.



Рисунок 2.7 – Сезонні тематичні пакування Sweet Heaven

Увага до деталей очевидна. Складні ілюстрації та ретельно продумані елементи дизайну створюють ефект занурення для покупців. Кожне пакування розповідає свою історію, запрошуючи клієнтів поринути у святковий дух і насолодитися солодощами, що містяться всередині.

Нарешті, оцінюючи зручність використання та функціональність, усі три розглянуті аналоги пропонують практичне та функціональне пакування та посуд. Кожен бренд гарантує, що його продукцію легко використовувати та споживати, що покращує загальний досвід споживача.

Конкуренти пропонують різні підходи до візуальної привабливості, послідовності бренду, унікальної відмінності, зв'язку з цільовою аудиторією,

індивідуальності бренду, а також зручності та функціональності. Розуміння їхніх стратегій та сильних сторін у цих сферах допоможе Bunny Bake визначити сфери можливостей та розробити стратегії для того, щоб краще вирізнятися на ринку.

2.4 Основні вимоги до фірмового стилю

Фірмовий стиль створений для того, щоб виділити компанію із загальної маси конкурентів. Тому всі елементи повинні:

- бути оригінальними;
- легко запам'ятовуватись;
- легко сприйматись;
- бути інформативними [11].

Дотримання положення про оригінальність є дуже важливим, і ним не можна нехтувати. Якщо ви розробите логотип, який дуже схожий на логотип відомої компанії, це може мати негативний вплив на ваш бізнес. Це пов'язано з тим, що споживачі можуть звертатися до оригінальної компанії, а не до вашої, якщо вони сприймуть ваш логотип як запозичений або скопійований.

Графічна продукція компанії повинна легко запам'ятовуватись та буквально кидатися в очі, проте слід не забувати про законодавчі обмеження і цензуру.

Легко сприйняття теж є не менш важливим фактором успішності фірмового стилю компанії. Не потрібно використовувати в своєму фірмовому стилі елементи, які важко розшифрувати та ідентифікувати звичайній людині. Це негативно позначиться на впізнаваності вашої торгової марки.

Під поняттям інформативності мається на увазі закладання у свій фірмовий стиль певного меседжу, який відобразатиме цінності та позиціонування компанії. Дане правило поширюється і на назву організації, і на її слоган [12].

3 РОЗРОБКА ТЕХНІЧНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ЕЛЕМЕНТІВ, ЩО ПРОЄКТУЮТЬСЯ

Розділ розробки технічних характеристик елементів, що проєктуються в рамках фірмового стилю присвячений технічним аспектам і специфікаціям компонентів, що формують цілісний фірмовий стиль. Необхідно розглянути наступні ключові моменти:

- технічні характеристики логотипу;
- рекомендації щодо типографіки;
- палітра кольорів;
- графічні елементи;
- дизайн фірмової поліграфічної продукції;
- цифрові медіафайли;
- керівні принципи бренду;
- інструкції з виробництва та друку;
- відповідність та стандарти використання;
- обслуговування та оновлення дизайну [13].

Розкриття зазначених пунктів повною мірою надає всебічний огляд практичних аспектів, пов'язаних із впровадженням та підтримкою фірмового стилю для кафе-кондитерської.

У описі технічних характеристик логотипу необхідно вказати його розмір, колірні варіації, включаючи коди, формати файлів, а також рекомендації щодо використання логотипу в різних контекстах (друкований і цифровий).

Застосувавши системний підхід для створення детальних інструкцій для кожного компонента, було зроблено докладний опис цього процесу та пов'язаних з ним аспектів.

Оптимальний розмір і пропорції логотипу визначаються залежно від його використання на різних носіях і повинні забезпечувати чіткість та читабельність. Проте існують загальні рекомендації щодо його критеріїв:

– розмір логотипу повинен бути достатньо великим, щоб забезпечити чіткість деталей, навіть при малому розміщенні. Зазвичай вказується мінімальний розмір логотипу, який гарантує його читабельність;

– фірмовий знак повинен мати гармонійні пропорції, які підкреслюють його естетичну цінність та візуальну збалансованість. Зазвичай встановлюються оптимальні співвідношення ширини та висоти логотипу.

Однак, конкретні розміри і пропорції логотипу будуть залежати від його дизайну і контексту використання. Наприклад, для друку на великому форматі можуть бути встановлені інші розміри, ніж для використання на веб-сайті чи в соціальних медіа.

Важливо враховувати, що логотип повинен бути масштабованим без втрати якості, тому рекомендується зберігати його у векторному форматі. Це дозволяє змінювати розмір логотипу без спотворень та розмивання зображення. Також необхідно встановити рекомендації щодо вільного простору навколо знаку компанії.

Було визначено оптимальний розмір і пропорції логотипу, щоб зберегти його чіткість і розбірливість у різних додатках.

Щоб розмістити розроблений логотип на веб-сайт або в соціальну мережу, будуть використовуватися файли PNG розміром 1024×1024 пікселів [14]. Більшість платформ веб-сайтів автоматично змінюють розмір доданого файлу до потрібного, але краще мати правильний формат із самого початку. Слід пам'ятати, що завжди краще зменшувати, ніж збільшувати. При збільшенні можна швидко помітити, що картинка стає піксельною, якщо не дотримуватись попередніх рекомендацій щодо розміру. Тому за будь-якої можливості обов'язково слід уникати цього небажаного ефекту, аби не погіршувати загальне візуальне враження.

Далі необхідно підібрати відповідні кольорові варіації, включаючи основні та додаткові опції, та надати кольорові коди у колірних режимах CMYK та RGB. Для універсальності потрібно створити версії логотипу для світлого і темного тла, а також монохромні варіанти [15].

Після ретельного аналізу потрібно обрати шрифти, які відповідають індивідуальності та цінностям бренду. Також треба визначити сімейства шрифтів, їхню вагу та розміри для різних застосувань, таких як заголовки, основний текст і підписи. Щоб забезпечити узгодженість, слід додатково надати рекомендації щодо поєднання шрифтів.

Після розробки гармонійної кольорової палітри, яка відображає ідентичність бренду та викликає бажані емоції, необхідно надати зразки кольорів з точними значеннями в системах RGB та CMYK, щоб забезпечити точне відтворення на різних носіях. Щоб забезпечити читабельність, потрібно провести перевірку контрастності та надати рекомендації щодо поєднання кольорів тексту та фону.

Технічні специфікації для друкованої поліграфічної продукції, включаючи візитки, меню, упаковки та інші друковані матеріали, містять у собі визначення розмірів макетів, їх безпечних зон, полів під обріз та форматів файлів, придатних для професійного друку.

Отож для візиток був обраний стандартний формат, а саме 50x90 мм. Такий розмір зумовлений тим, що у країнах СНД він вважається найзручнішим для друкарні, бо на одному друкованому аркуші поміщається рівно 24 візитки [16]. Дизайн повинен бути розміщений з двох сторін. На лицьовій було вирішено розмістити логотип та слоган, а на зворотній – QR-код та посилання, що ведуть на сайт компанії, призив до дії «Скануй та замовляй онлайн», адреса та номер телефону з відповідними іконками.

Вивіска буде розміром 2000x600 мм. Такий формат був обраний для того, щоб забезпечити видимість і читабельність здалеку, привертаючи увагу перехожих і ефективно просуваючи бренд.

Паперові стакани матимуть розміри 82x110x94 мм. Такий розмір забезпечує зручну та практичну місткість для напоїв, водночас гарантуючи зручність використання для клієнтів. Розміри були обрані таким чином, щоб відповідати стандартним розмірам напоїв і зберігати збалансований та візуально привабливий вигляд.

Зовнішній рекламний плакат буде розміром 420x594 мм (A2). Цей розмір було обрано, оскільки він забезпечує велику площу для демонстрації бренду та його пропозицій. Він дозволяє чітко бачити контент здалеку, привертаючи увагу потенційних клієнтів [17].

Для меню обрано розмір 297x210 мм (A4) і буде розроблено як двосторонній друкований продукт. Такий розмір надає достатній простір для представлення різноманітних пунктів меню, зберігаючи при цьому компактний і зручний для клієнтів формат. Двосторонній дизайн дозволяє включити більше контенту, не перевантажуючи читача, і покращує загальний досвід користувача.

Фірмові пакети матимуть розміри 320x150x380 мм. Цього більше, ніж достатньо для того, щоб вмістити різні хлібобулочні вироби та забезпечити стильне й універсальне пакувальне рішення. Розміри були підібрані таким чином, щоб пакет також було зручно носити з собою. Даний виріб буде створено із картону, що додасть міцності та надійності конструкції.

Паперове пакування матиме розміри 190x70x180 мм. Вони були визначені тим, що планується пакування невеликих за розміром хлібобулочних виробів, таких як окремі тістечка, донатси чи печиво. Це забезпечує компактну та візуально естетичне пакування, яке демонструє продукт, підтримуючи його цілісність та належну свіжість.

Прямокутне картонне пакування має розміри 110x90x160 мм. Цей формат пропонує універсальне пакувальне рішення для таких виробів, як торти або випічка великих та середніх габаритів. Рішення було прийнято з урахуванням форми та розміру кондитерських виробів, забезпечуючи таким чином їх надійну та максимально презентабельну подачу [18].

Промо-ролик (анімаційне відео з логотипом Bunny Wake та слоганом компанії) триватиме 5 секунд. Ця тривалість була обрана для того, щоб швидко привернути увагу та ефективно передати повідомлення бренду у стислій та захоплюючій формі. Коротші відео, як правило, більше

привертають увагу і мають більшу ймовірність бути переглянутими та поширеними на різних платформах [19].

Обрані розміри для елементів корпоративної ідентичності були визначені на основі ретельного балансу між практичністю, візуальною привабливістю та враженнями клієнтів. Мета полягала в тому, щоб створити послідовні та візуально приємні компоненти брендингу, які б відповідали іміджу Bunny Wake та ефективно доносили її пропозиції до цільової аудиторії.

Заключний етап створення елементів фірмового стилю полягає в наданні усіх дизайн-макетів і вихідних файлів (у форматах EPS, AI, PNG, JPEG, PDF), рекомендацій щодо використання типографіки, розміщення логотипу та використання кольорів, щоб забезпечити цілісну візуальну ідентичність.

4 РОЗРОБКА СХЕМИ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ ВИГОТОВЛЕННЯ ЕЛЕМЕНТІВ ФІРМОВОГО СТИЛЮ

Метою розробки схеми технологічного процесу виготовлення елементів фірмового стилю є докладний опис кожного кроку технологічного процесу, що допоможе забезпечити якість та послідовність у виробничих операціях. Даний розділ передбачає складання характеристики додрукарських, друкарських та післядрукарських процесів.

Технологічний процес виготовлення двостороннього меню розмірами 297x210 мм горизонтальної орієнтації включає наступні етапи:

- додрукарський етап;
- друкарський процес;
- післядрукарський процес;
- контроль якості;
- фасування [20].

На етапі підготовки додрукарського процесу розробляється дизайн макету згідно потребам та побажанням замовника. Після утвердження остаточного варіанту потрібно провести перевірку дизайну та контенту меню на відповідність вимогам замовника та бренду. Далі слід обрати тип картону або паперу, що відповідає якості та естетичним вимогам. Заключним кроком є збереження файлу із дизайн-макетом меню у векторному форматі для забезпечення високої якості друку.

Друкарський процес передбачає вибір методу друку, такого як, наприклад, офсетний друк або цифровий, в залежності від обсягу тиражу та вимог якості. Потім необхідно здійснити налаштування друкарського обладнання для друку на листі форматом А3 з урахуванням двостороннього друку. Після цього треба завантажити дизайн меню у друкарське програмне забезпечення та налаштувати параметри друку, такі як колір, яскравість та розмір.

У ході післядрукарського процесу виконується різання картону на окремі аркуші формату А4 з урахуванням точних розмірів 297x210 мм. Ламінування аркушів також є важливим етапом для забезпечення додаткової захисту, високої якості та збереження меню в ідеальному стані протягом тривалого періоду [21].

На етапі контролю якості перевіряється результат кожного етапу виробництва меню, включаючи додрукарські процеси, друкарські операції та післядрукарську обробку. Також проводиться визначення відповідності якості друку, кольору та розмірів вимогам замовника і його бренду. За необхідності відбувається процес виправлення будь-яких виявлених недоліків та вжиття заходів для покращення якості.

Кінцевий етап полягає у фасуванні меню в захисне пакування для гарантії безпеки під час транспортування та зберігання. На рисунку 4.1 зображено технологічну схему процесу створення меню.



Рисунок 4.1 – Технологічна схема процесу створення меню

Наступним також важливим елементом фірмового стилю є двостороння візитки розміром 50x90 мм. Опис технологічний процесу її виготовлення аналогічний опису, який був наведений для меню.

Технологічний процес виготовлення вивіски розміром 2000x600 мм, яка буде розміщена на будівлі кафе-кондитерської, складається з таких кроків:

- підготовчий етап;
- виготовлення основи вивіски;
- друкарський процес;
- післядрукарська обробка;
- монтаж на будівлі;
- тестування та завершення.

Підготовчий етап полягає у знятті розмірів майбутньої вивіски та визначенні усіх деталей щодо розміщення і місця розташування вивіски на фасаді будівлі закладу. Далі потрібно розробити безпосередньо дизайн вивіски з врахуванням цінностей бренду, технічних і естетичних вимог. Після цього відбувається процес передачі дизайну до підрядної друкарні або виробництва вивісок.

На етапі виготовлення основи вивіски потрібно зробити вибір відповідного матеріалу, такого як метал, пластик або композитний матеріал. Далі відбувається обробка матеріалу для отримання необхідних розмірів та форми вивіски. Після цього за необхідністю, наносяться фарби або покриття на основу вивіски.

Друкарський процес містить у собі передачу готового дизайну вивіски на друкарську машину та друкування дизайну на основі вивіски за допомогою високоякісних фарб і обраних технологій друку.

У ході післядрукарської обробки поверхня вивіски ламінується для захисту від шкідливих зовнішніх впливів та забезпечення довговічності. Наступним кроком відбувається обрізка вивіски до необхідних розмірів та форми. По завершенню встановлюються кріпильні елементи для кріплення вивіски на будівлі.

Етап монтажу на будівлі включає підготовку місця для монтажу вивіски на фасаді будівлі та фіксацію вивіски на будівлі з використанням необхідних кріпильних елементів та інструментів.

Завершальним етапом є перевірка належної якості та справної роботи вивіски, включаючи освітлення (якщо воно передбачено). Також на цьому

етапі здійснюється вирішення будь-яких можливих неполадок або несправностей. І на останок необхідно формально завершити процес виготовлення вивіски та передати готовий результат замовнику [22].

На рис. 4.2 технологічна схема процесу виготовлення вивіски.



Рисунок 4.2 – Технологічна схема процесу виготовлення вивіски

Розглянемо детальний процес розробки картонного пакування у вигляді коробки розмірами 110x90x160 мм. Технологічний процес даного елемента фірмового стилю складається з наступних етапів:

- дизайн пакування;
- вибір матеріалу;
- підготовка шаблону;
- виготовлення штанцформи;
- друкарський процес;
- постпрес;
- збірка та склеювання;
- контроль якості;
- фінальна перевірка та пакування [23].

Розглянемо детальний процес розробки картонного пакування у вигляді коробки розмірами 110x90x160 мм.

Спочатку необхідно визначити потреби та вимоги клієнта щодо дизайну та функціональності пакування. Далі розробляється дизайн, що поєднує інформацію про бренд, логотип, графічні елементи та є візуально

привабливим. Необхідно також врахувати необхідні розміри та форму упаковки для зручного розміщення продукту.

На етапі вибору матеріалів проводиться визначення вимог до міцності, стійкості та зовнішнього вигляду упаковки та на основі цього робиться вибір високоякісного картону, який задовольняє встановлені вимоги.

Процес підготовки шаблону включає у себе розробку шаблону коробки з врахуванням потрібних розмірів та форми. При цьому передбачається використання комп'ютерного програмного забезпечення або спеціалізованих шаблонів для створення точного макету коробки.

У процесі виготовлення пакування виникає необхідність надання фігурного контуру виробу, і в даному випадку не обійтися без висічного штампа, який називається штанцформа. Штанцформа має фанерну основу, на якій надійно закріплені спеціальні бігуючі, ріжучі або перфоруючі сталеві ножі, що повторюють контур зображення, яке потрібно відокремити від аркуша паперу або картону.

До друкарського процесу входить підготовка дизайну пакування для друку, використання друкарських технологій, таких як офсетний друк або цифровий друк, для відтворення дизайну на картоні. Також сюди відноситься застосування високоякісних фарб та спеціальних технологій для отримання чіткого та привабливого вигляду друку.

Етап постпресу (післядрукарської обробки) містить у собі комплекс маніпуляцій, що здійснюються під час виготовлення поліграфічної продукції після її друку [24]. У нашому випадку до таких входить вирізання, згинання (біговка), ламінування, збірка та склеювання.

Процес вирізання та бігування відбувається таким чином, що спочатку здійснюється використання спеціалізованих обробних машин для вирізання шаблону та формування деталей коробки, а потім робиться згинання картону за встановленими лініями, щоб утворити потрібну форму коробки.

Етап ламінування передбачає застосування ламінаційного покриття на поверхню картонної упаковки. Саме вона забезпечує захист від вологи,

подряпин та інших зовнішніх впливів, а також підвищує візуальну привабливість упаковки.

Далі відбувається процес збирання коробки шляхом склеювання відповідних деталей за допомогою спеціального клейового з'єднання. У кінці перевіряється якість склеювання та впевненість, що пакування готове до використання.

Завершальним етапом є перевірка відповідності отриманого пакування вимогам та специфікаціям. Пакування розробленого пакування у захисні матеріали або пластикові пакети для зберігання та транспортування.

Кожен етап вимагає точності, професійності та якісного контролю, щоб забезпечити отримання високоякісного та привабливого виробу. На рис. 4.3 зображено технологічну схему процесу створення пакування.

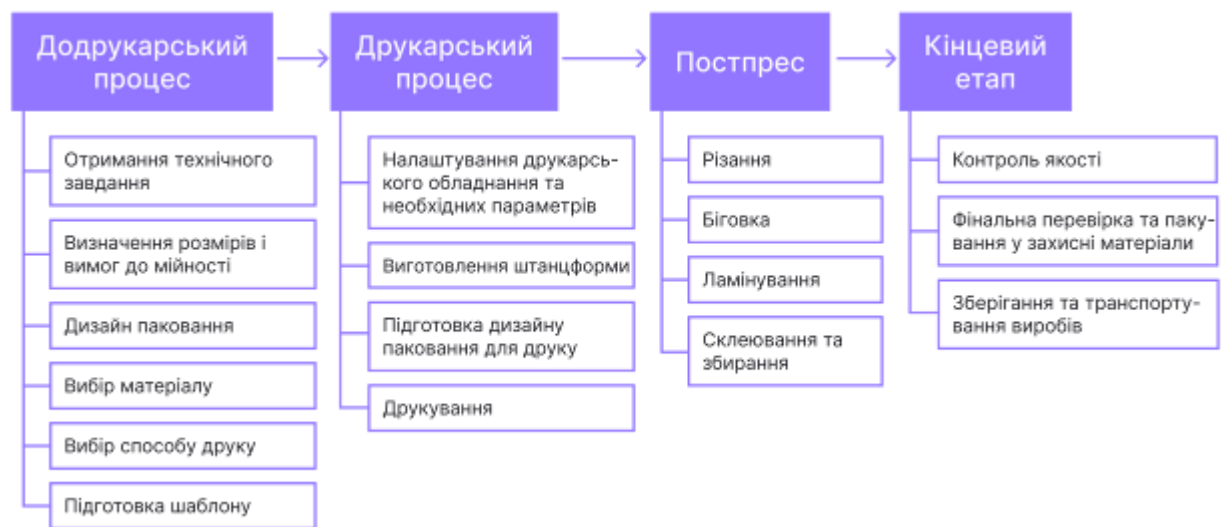


Рисунок 4.3 – Технологічна схема процесу створення пакування

Наступним елементом корпоративної ідентичності є одноразовий паперовий стаканчик, призначений для напоїв. Технологічний процес його виготовлення містить наступні стадії:

- створення дизайну макету;
- вибір та підготовка сировини;
- друкарський процес;

- формування стаканчика;
- післядрукарська обробка (ламінування);
- додавання додаткових елементів.

Спочатку створюється дизайн-макет стаканчика згідно усіх вимог щодо розміру та візуальних аспектів. Другим кроком потрібно зробити вибір високоякісного паперу, що відповідає стандартам якості та безпеки та здійснити підготовку сировини шляхом нарізки аркушів паперу на відповідний розмір для виготовлення стаканчиків.

Далі потрібно підготувати макет із готовим дизайном для друку. У ході друкарського процесу відбувається використання флексографічного або офсетного друку для нанесення дизайну та логотипу на папір. При чому варто надати перевагу використанню безпечних та високоякісних фарб для друку, щоб забезпечити яскравість та чіткість зображень.

Етап формування стаканчика передбачає використання спеціальної машини для формування паперу у вигляді циліндричного виробу, а також згинання та склеювання країв стаканчика для створення міцної та стійкої конструкції. Ще важливою складовою є формування дна виробу для забезпечення стійкості та стабільності при використанні.

Наступним кроком іде застосування ламінаційного покриття на поверхню стаканчика, що забезпечує додатковий захист від протікання, забруднень та покращує зовнішній вигляд.

Кінцевим етапом є встановлення пластикової кришки для захисту напою та зручності пиття і додавання паперової прокладки на дно стаканчика для підвищення міцності.

На рис. 4.4 технологічна схема процесу створення паперового стаканчика.

Тепер розглянемо детальний технологічний процес виготовлення брендovanого картонного пакета. Спочатку проводиться вибір високоякісного картону, що відповідає стандартам якості та міцності, обирається метод друку та розробляється дизайн макету, включаючи елементи логотипу та іншу можливу графіку.

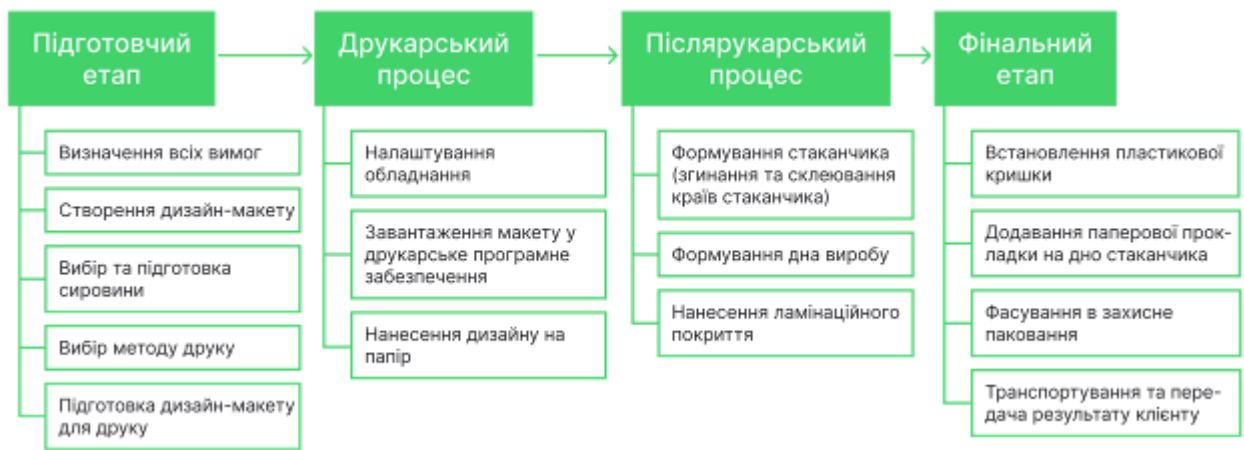


Рисунок 4.4 – Технологічна схема процесу створення стаканчика

Під час друкарського процесу розробки пакета потрібно підготувати усі наявні файли дизайну для друку та провести налаштування обладнання. Використовується офсетний друк для нанесення дизайну на картон. Застосовуються якісні фарби для досягнення точного кольору та яскравості.

Далі слідує етап формування та склеювання пакета, у ході якого використовуються спеціальні машини для вирізання та формування картону в плоскі деталі пакета. Виконується згинання та склеювання країв пакета, щоб сформувати його стійку конструкцію, використовуючи клей або інші доступні методи склеювання, щоб забезпечити міцність з'єднань.

Наступний крок передбачає додавання ручок для зручного носіння пакета та додаткових декоративних елементів, якщо необхідно (наприклад, фольгування, тиснення, додаткові вставки тощо). Також можна застосувати матове або глянсове покриття для покращення зовнішнього вигляду та захисту пакета.

На етапі перевірки необхідно провести захід контролю якості кожного виготовленого пакета, перевірити відповідність розмірів, друку, з'єднань та загального вигляду.

Останнім кроком потрібно запакувати готові пакети в картонні коробки або інші зручні контейнери для збереження їх цілісності під час транспортування. На рис. 4.5 представлено технологічну схему процесу виготовлення пакета.



Рисунок 4.5 – Технологічна схема процесу виготовлення пакета

Переходячи до брендування чашок і тарілок, можна виділити наступні етапи технологічного процесу:

- підготовка дизайну;
- вибір методу друку;
- вибір матеріалу посуду;
- вибір постачальника;
- підготовка до друку;
- друкування;
- сушіння та фіксація;
- контроль якості
- фасування;
- транспортування чи зберігання [25].

Спочатку виконується розробка брендованого дизайну для чашок та тарілок з урахуванням обмежень та вимог щодо розмірів та форми посуду. Далі відбувається вибір методу друку, який передбачає вибір найбільш підходящого методу залежно від матеріалу та типу чашок та тарілок.

Потім потрібно розглянути різні матеріали посуду, таких як кераміка, фарфор, скло, пластик або столовий картон та обрати найбільш підходящий. При чому слід врахувати естетичні, функціональні та екологічні фактори.

Наступним кроком іде дослідження та вибір надійних постачальників посуду, які забезпечують високу якість та відповідність стандартам безпеки.

Тут необхідно оцінити їх можливості щодо брендування, таких як доступність методів друку або спеціальні послуги.

На етапі підготовки до друку потрібно передати дизайн на пристрій друку та налаштувати необхідні параметри, такі як кольори, роздільна здатність та інші налаштування, для досягнення бажаного результату.

У ході друкування застосовується обраний метод друку на чашки або тарілки з використанням спеціального обладнання, що наносить брендований дизайн на поверхню посуду.

Наступною стадією слідує процес сушіння та фіксації друку, щоб забезпечити його надійність та стійкість до стирання з використанням спеціального обладнання або технологій, які дозволяють зафіксувати друк на поверхні чашок і тарілок.

Етап контролю якості у цьому випадку передбачає перевірку кожного брендovanого виробу на відповідність стандартам якості. Слід не нехтувати цим процесом, щоб забезпечити точність друку та відповідність дизайну замовленому.

Далі готові вироби необхідно розфасувати у захисне пакування для подальшого їх транспортування або зберігання. На рисунку 4.6 представлено технологічну схему процесу брендування чашок і тарілок.



Рисунок 4.6 – Технологічна схема процесу брендування чашок і тарілок

Ще одним додатковим елементом фірмового стилю, який буде розроблено, є промо-ролик компанії (або відеоанімація). Процес створення такого ролика передбачає кілька етапів, які поєднуються для отримання якісного та ефективного результату:

- розробка концепції;
- створення сценарію;
- вибір анімаційного стилю;
- створення візуальних компонентів;
- анімація та монтаж;
- звуковий дизайн.

Починаючи з розробки концепції, визначаються цілі та аудиторія, до якої звертається відеоролик. Наступним кроком є створення сценарію, де вибирається підходящий текст, що включає ключові повідомлення та назви продуктів чи послуг компанії. Важливим етапом є вибір анімаційного стилю, який найкраще відповідає бренду та цілям відео.

Після цього розробляються візуальні компоненти, такі як графічний дизайн, стилізація та візуальна стратегія. Створюються анімаційні персонажі, об'єкти або ілюстрації, які будуть використовуватись у відео.

Наступним кроком є анімація та монтаж, де рухомі ефекти, переходи, анімаційні сцени та елементи об'єднуються згідно зі сценарієм.

Останнім етапом є звуковий дизайн, де додається підходящий аудіосупровід, фонові музика або звукові ефекти, що доповнюють візуальну частину відео. Крім того, на кожному етапі процесу враховується контроль якості, щоб забезпечити відповідність стандартам і бажанням компанії. У результаті всіх цих кроків створюється відеоанімація, яка ефективно доносить повідомлення компанії та залучає увагу цільової аудиторії.

5 ВИБІР ТА ОБҐРУНТУВАННЯ СПОСОБІВ ДРУКУ ТА ДРУКАРСЬКОГО ОБЛАДНАННЯ

5.1 Вибір способів друку

Для виготовлення візиток, меню та плакатів А2 оптимальним вибором є цифровий друк у випадку, коли наклад менше 1000 штук. Цей метод має декілька переваг, які обґрунтовують його використання. По-перше, кольори, відтворювані цифровим друком, на 100% відповідають екранному зображенню, що забезпечує точну передачу кольорів і дизайну.

По-друге, цифровий друк є швидким і ефективним, що дозволяє отримувати результати в найкоротші терміни. Це особливо корисно, коли потрібно виконати замовлення в обмежений строк.

Крім того, цей метод дозволяє друкувати на різних видах паперу, відкриваючи широкі можливості для вибору матеріалу, який найкраще відповідає потребам і бажанням компанії. Це означає, що можна використовувати якісний картон або папір із певними характеристиками, такими як текстурність або водостійкість.

Нарешті, цифровий друк забезпечує якісний результат, що дозволяє створювати професійні і привабливі візуальні матеріали. Він здатний точно відтворити деталі, текст і кольори з високою якістю. Такий підхід дозволяє компаніям представляти свою продукцію та послуги в найкращому світлі і залишати позитивне враження у своїх клієнтів.

Узагалі, цифровий друк виявляється важливим інструментом для підприємств у сучасному світі, де швидкість, гнучкість і якість грають вирішальну роль у досягненні успіху.

Обираючи спосіб друку, можна виділити такі основні критерії:

- формат видання;
- кольоровість видання;

- вид матеріалу, що задруковується;
- кількість примірників видання;
- економічні витрати, пов'язані з друком тиражу;
- час, необхідний для виконання замовлення.

В таблиці 5.1 наведені переваги та недоліки таких основних видів друку, як: офсетного, трафаретного, цифрового та флексографічного.

Таблиця 5.1 – Переваги та недоліки різних методів друку

Метод друку	Переваги	Недоліки
Офсетний друк	Друкує з високим рівнем якості, зберігаючи різкість деталей та відтворюючи всі елементи, текстове наповнення та кольорову палітру	Для виготовлення виробів цим методом потрібна підготовка друкарських пластин
	Ефективність для великих тиражів. Забезпечує високу продуктивність, що дозволяє друкувати велику кількість матеріалів за короткий час	Має високі початкові витрати, особливо при невеликих обсягах виробництва. Це може зробити його менш ефективним в порівнянні з іншими методами друку
	Гнучкість щодо вибору матеріалів. Дозволяє друкувати на матовому, глянцевому, покритому чи непокритому, тонкому або товстому папері	Вимагає підготовки спеціальних друкарських форм, таких як металеві пластини. Цей процес може бути часо- та працезатратним
Цифровий друк	Є швидким і ефективним процесом, особливо для невеликих тиражів. Він не вимагає підготовки друкарських форм, що зберігає час і зусилля	Іноді під час двостороннього друку зображення може бути видимим з одного боку на інший.
	Дозволяє виготовляти індивідуальні та персоналізовані друковані матеріали	Вищий за вартістю при великих обсягах виробництва
	Гнучкість і низькі витрати на підготовку	Обмеженість вибору матеріалів
	Сучасні цифрові принтери забезпечують високу якість друку з відтворенням деталей, тексту і кольорів	Повільніший у виробництві великих обсягів матеріалів

Продовження таблиці 5.1

Трафаретний друк	Забезпечує високу стійкість друку на різних матеріалах, включаючи текстиль, пластик, скло та метал. Він витримує зношування, стирання і вплив негативних факторів набагато краще, ніж інші методи друку	Має обмежену кольорову гаму порівняно з іншими методами друку, такими як офсетний або цифровий друк. Це може обмежувати можливості відтворення складних кольорових схем або точних кольорів
	Дозволяє друкувати на нерівних поверхнях, таких як рельєфні матеріали, текстурований картон або текстуровані поверхні	При великих обсягах виробництва є вищим за вартістю порівняно з іншими методами друку, особливо якщо потрібно виготовити багато друкарських пластин
	Дозволяє використовувати спеціальні фарби і ефекти, такі як флуоресцентні фарби, металізовані покриття, глясові або матові ефекти. Це дає можливість створювати унікальні та привабливі дизайни	Для даного способу друку потрібно виготовити спеціальну друкарську пластину, що вимагає додаткового часу та зусиль
Флексографічний друк	Є швидким методом, що дозволяє ефективно виготовляти великі обсяги друкованих матеріалів.	Потрібно виготовити спеціальні друкарські форми, такі як гумові кліше, флексошаблони
	Дозволяє друкувати на різних типах матеріалів, включаючи папір, картон, плівки, текстиль, пластик та інші	Не забезпечує таку високу деталізацію, як офсетний або цифровий друк. Тонкі лінії або складні ефекти можуть погано задруковуватись
	Низькі витрати на матеріали. Даний метод використовує спеціальні фарби і кольорові субстрати, які мають низьку вартість, що дозволяє знизити витрати	Має обмежену кольорову гаму порівняно з іншими методами друку, особливо з точністю відтворення складних кольорових схем

Для виготовлення вивіски, яка буде розміщена на будівлі кондитерської, оптимальним вибором є широкоформатний друк на самоклеючій прозорій плівці ORACAL з ламінацією. Цей спосіб друку має кілька переваг, що обґрунтовують його використання.

По-перше, плівка ORACAL з ламінацією забезпечує стійкість до різних погодних умов, ультрафіолетового випромінювання, вологості, температурних змін та інших природних впливів. Це гарантує тривале збереження яскравих, насичених і чітких зображень високої якості. Плівка також забезпечує захист від подряпин і механічних пошкоджень, зберігаючи вивіску в привабливому стані протягом тривалого періоду [26].

Широкоформатний друк дозволяє отримати яскраві, насичені та деталізовані зображення з високою роздільною здатністю. Цей метод передає всі нюанси дизайну та кольору, створюючи ефектне візуальне враження. Крім того, такий друк на плівці ORACAL забезпечує можливість виготовлення вивіски зі зручним самоклеючим шаром, що дозволяє легко і швидко встановити її на будівлі без необхідності в додаткових кріпленнях.

Переваги та недоліки таких способів друку вивіски, як: широкоформатний, екстер'єрний (зовнішній) та інтер'єрний, представлено в таблиці 5.2.

Таблиця 5.2 – Переваги та недоліки широкоформатного, екстер'єрного та інтер'єрного друку

Метод друку	Переваги	Недоліки
Широкоформатний	Можливість виготовлення великих розмірів друкованої продукції	Висока вартість
	Висока якість зображення. Передає дрібні деталі та насичені кольори	Деякі типи матеріалів можуть бути несумісні з даним друком
	Збереження якості друківаних матеріалів протягом тривалого часу	Великі розміри друку вимагають достатньої площі для експлуатації обладнання
Екстер'єрний (зовнішній)	Дозволяє створювати великі зовнішні рекламні матеріали, такі як банери, білборди та постери	Витрати на матеріали, обладнання та монтаж можуть є досить великими
	Матеріали є стійкими до погодних умов та здатні зберігати свій вигляд і якість протягом тривалого часу	Залежність від погодних умов

Продовження таблиці 5.2

Метод друку	Переваги	Недоліки
Інтер'єрний	Надає можливість персоналізувати простір з урахуванням конкретних потреб та бажань	Зазвичай має обмежені розміри в порівнянні з зовнішнім друком
	Дозволяє використовувати яскраві кольори, високу роздільну здатність та різні матеріали	Потрібна регулярна підтримка та обслуговування виробів для забезпечення належної якості

Для брендування посуду попередньо було проаналізовано переваги та недоліки таких видів друку, як: деколь, шовкотрафаретний і сублімаційний друк. Результати наведені в таблиці 5.3.

Таблиця 5.3 – Переваги та недоліки деколі, шовкотрафаретного і сублімаційного друку

Метод друку	Переваги	Недоліки
Деколь	Забезпечує детальне та реалістичне зображення на поверхні. Він дозволяє відтворювати складні дизайни	Може легше пошкоджуватись або стиратись при надмірному терті або зношуванні
	Можливість застосовувати на різних типах матеріалів, таких як скло, кераміка, пластик, метал та інші. Можливість нанесення на нерівні поверхні	Вимагає гладкої та рівної поверхні для нанесення зображення
	Довговічність та стійкість	Обмежений колірний спектр
Сублімаційний	Забезпечує високу якість відтворення кольорів з великою різноманітністю тонів і плавними переходами.	Може бути застосований лише на спеціальних матеріалах, які мають спеціальне покриття для забезпечення зв'язку інфузії фарби
	Зображення, виготовлені методом сублімації, мають високу стійкість до викривлення, стирання та ультрафіолетового випромінювання, забезпечуючи довговічність і довготривалу яскравість кольорів	Вимагає спеціального обладнання та використання спеціальних чорнил, що може бути дорожчим порівняно з іншими методами друку

Продовження таблиці 5.3

Метод друку	Переваги	Недоліки
Шовкотрафаретний	Забезпечує високу якість друку з відтворенням деталей, різних тонів кольору і градацій. Він дозволяє отримати чіткі, насичені зображення	Обмежений у кольоровій палітрі, особливо при використанні багатьох кольорів у складному зображенні
	Широкий вибір матеріалів	Деякі матеріали можуть бути складними для обробки шовкотрафаретним методом, що обмежує його використання на різних типах поверхонь
	Можливість друку на різних поверхнях	
	Шовкотрафаретний друк є ефективним для великих тиражів, оскільки його вартість залежить від складності дизайну і кількості кольорів, а не від кількості друкованих екземплярів	

Отже, для брендування чашок тиражем 60 штук і тарілок тиражем 80 штук найкращим вибором є сублімаційний друк. Цей метод друку має кілька переваг, що роблять його ефективним і практичним варіантом.

По-перше, сублімаційний друк забезпечує тривалий термін експлуатації брендovanого посуду, зберігаючи яскравість і чіткість зображення протягом тривалого часу. По-друге, цей метод дозволяє друкувати малі тиражі, починаючи від 1 одиниці, що є важливим для замовлення персоналізованих або невеликих партій посуду. Крім того, сублімаційний друк забезпечує високу якість зображення з чіткою передачею деталей і кольорів [27].

Щоб визначитись із методом друку для виготовлення одноразових паперових стаканчиків було розглянуто та проаналізовано переваги та недоліки таких видів друку, як: офсетний та цифровий.

Офсетний друк є найкращим вибором для виготовлення одноразових паперових стаканчиків. Цей метод має декілька переваг, що роблять його оптимальним для даного виду виробів. По-перше, офсетний друк забезпечує плавний перехід відтінків і півтонів, що гарантує чітку і точну передачу всіх

кольорів. Це особливо важливо при друку зображень з великою кількістю відтінків і нюансів.

По-друге, офсетний друк дозволяє нанести зображення будь-якої кількості відтінків та кольорів, що дає безліч можливостей для створення яскравих та привабливих дизайнів на стаканчиках [28].

Крім того, офсетний друк є ефективним методом для виробництва великих обсягів стаканчиків, оскільки він дозволяє швидко та ефективно друкувати велику кількість однотипних виробів. Це важливо для забезпечення високої продуктивності та вчасної їх постачання замовнику.

Для друку картонного пакування у вигляді коробки з кришкою розміром 110x90x160 мм та тиражем 300 штук було обрано флексографічний друк. Є кілька причин чому це є оптимальним виробом.

В таблиці 5.4 наведені переваги та недоліки таких видів друку, як: цифровий, офсетний та флексографічний.

Таблиця 5.4 – Переваги та недоліки цифрового, офсетного та флексографічного друку

Способи друку	Переваги	Недоліки
Цифровий	Здатність друкувати на матеріалах зі значною товщиною	Висока ціна для невеликих замовлень і недостатня точність передачі світлих відтінків
Офсетний	Значне зниження вартості при великому обсязі друку; гнучкість вибору матеріалу	Високі витрати та незручності, пов'язані з додрукарською підготовкою, роблять друк малих тиражів економічно не вигідним
Флексографічний	Швидке та ефективне виконання друку без необхідності витрат на складання друкарської підготовки	Друк великих кількостей супроводжується значною фінансовою витратою

Характеристики, за якими було оцінено цифровий, флексографічний та офсетний друк представлені в таблиці 5.5.

Таблиця 5.5 – Характеристики цифрового, флексографічного та офсетного друку

Характеристики	Цифровий друк	Офсетний друк	Флексографічний друк
Якість друку	Висока	Відмінна	Хороша
Точність кольору	Хороша	Відмінна	Хороша
Час налаштування	Мінімальний	Середній	Середній
Ефективність витрат	варіюється	Висока	Середня
Можливість роботи з малими тиражами	Відмінна	Середня	Обмежена
Здатність до великих тиражів	Обмежена	Відмінна	Відмінна
Швидкість виробництва	Висока	Висока	Середня
Вплив на довкілля	Низький	Середній	Середній

По-перше, флексографський друк забезпечує високу якість друку на різних типах картону, включаючи картон, що використовується для виготовлення упаковки. Він дозволяє отримати чіткі, насичені кольори та деталізовані зображення, що робить упаковку привабливою та професійною.

По-друге, флексографський друк є економічно вигідним для середніх та великих накладів, таких як 300 штук. Він дозволяє швидко та ефективно виготовляти багато примірників упаковки, забезпечуючи при цьому стабільну якість друку. Завдяки своїй продуктивності та швидкості, флексографський друк дозволить зменшити час виробництва та витрати на друкування.

Ще однією перевагою є те, що флексографський друк є стійким до зносу та забезпечує високу стійкість друку на картонній упаковці. Він витримує вплив зовнішніх факторів, таких як волога, тертя та механічні пошкодження, що є важливим для забезпечення цілісності та естетичного вигляду упаковки протягом тривалого часу [29].

Також варто відзначити, що флексографський друк дозволяє застосовувати спеціальні фарби та лаки. Вони використовуються у даному методі друку та можуть надавати додаткові функціональні властивості упаковці. Наприклад, можна використовувати фарби зі спеціальними властивостями, такими як водостійкість або стійкість до тертя, що робить упаковку більш міцною та довговічною. Лакове покриття може надавати блискучий або матовий ефект, а також захищати виріб від подряпин та зносу.

Однією з важливих переваг флексографського друку для упаковки є його можливість друкувати на гофрованому картоні. Гофрований картон часто використовується для виготовлення коробок, оскільки він має високу міцність та захищає товар від пошкоджень. Флексографський друк забезпечує високу якість друку навіть на таких поверхнях, забезпечуючи чітке зображення та збереження деталей.

Варто також звернути увагу на те, що даний метод гнучко працює з різними форматами та розмірами упаковки. Він дозволяє виробляти упаковку з різних матеріалів, зокрема картону, паперу та інших видів матеріалу, а також налаштовувати друк відповідно до вимог замовника та його дизайну.

Для друку на паперовій упаковці розміром 190x70x180 мм та тиражем 300 штук рекомендовано обрати офсетний друк (аналогічно як для меню і паперових стаканчиків). Він забезпечує високу якість друку на різних типах паперу, є економічно ефективним для середніх і великих накладів та дозволяє швидко виготовити багато примірників упаковки і відрізняється стійкістю до зовнішніх впливів та забезпечує довговічність друку на упаковці.

Таким чином, обґрунтовано вибір способу друку для кожного поліграфічного виробу фірмового стилю. Цифровий друк підходить для візиток та плакату А2 з невеликими накладками. Широкоформатний друк на плівці ORACAL із ламінацією відповідає вимогам для виготовлення вивіски на будівлі. Сублімаційний друк ідеально підходить для брендуння посуду, таких як чашки і тарілки. А офсетний друк є найкращим варіантом для

виготовлення паперових стаканчиків, меню та картонних упаковок зі зображеннями великої кількості кольорів та деталей.

5.2 Вибір друкарського та післядрукарського обладнання

Для друку візиток, плакатів та меню необхідно обрати цифрове друкарське обладнання. Таке як цифровий принтер, є ідеальним вибором для друку невеликих накладів з високою якістю зображення. Воно дозволяє отримати яскраві та деталізовані друковані матеріали, а також забезпечує швидкість та гнучкість виробництва. Для даного виду друку відмінно підійде цифровий принтер високої продуктивності (Xerox Versant 180 Press, HP Indigo 7900 Digital Press»). Обидва ці пристрої забезпечують високу якість друку, точну передачу кольорів та можливість друку на різних видів паперу.

Цифровий принтер «Xerox Versant 180 Press» має наступні переваги [30]:

- висока продуктивність і швидкість друку, що дозволяє виготовляти великий обсяг друкованої продукції протягом короткого часу;
- висока якість друку з точною передачею кольорів і деталей;
- можливість друкувати на різних видів паперу, що дозволяє вибрати оптимальний матеріал для візуального ефекту та функціональності.

Окрім переваг, даний пристрій має також і деякі недоліки. Першим є обмеження максимального розміру паперу, що може бути використаний. До другого недоліка можна віднести вищу вартість друку в порівнянні з іншими видами друку для великих накладів.

Цифровий принтер HP Indigo 7900 Digital Press (рис. 5.1) вирізняється наступними позитивними аспектами [31]:

- висока якість друку з точністю передачі кольорів, півтонів і деталей;
- широкий вибір матеріалів для друку, включаючи різні типи паперу і спеціальні покриття;
- можливість друкувати на великому аркуші, що дозволяє виготовляти великі формати друкованої продукції.

До недоліків можна віднести вимогу спеціального підготовчого процесу перед друкуванням, що може займати більше часу та вищу вартість обладнання та експлуатації.



Рисунок 5.1 – Цифровий принтер «HP Indigo 7900 Digital Press»

Технічні характеристики цифрового принтера «HP Indigo 7900 Digital Press» наведено в таблиці 5.6.

Таблиця 5.6 – Технічні характеристики цифрового принтера «HP Indigo 7900 Digital Press»

Технічна характеристика	Інформація
Виробник	Компанія HP, країна США
Технологія друку	Цифровий лазерний друк
Роздільна здатність (dpi)	812 і 1219 dpi при 8 bit, 2438x2438 dpiHDI
Максимальний розмір листа	330 x 482 мм (13 x 19 дюймів)
Мінімальний розмір листа	210 x 297 мм
Швидкість друку	До 160 сторінок на хвилину в кольоровому режимі
Функції	Використовує технологію рідких чорнил ElectroInk для отримання яскравих і точних кольорів; забезпечує точне узгодження кольорів, гарантуючи точне відтворення фірмових кольорів і відтінків Pantone®; підтримує широкий спектр матеріалів, зокрема папір із покриттям і без нього, синтетичні матеріали, етикетки та пакувальні матеріали
Товщина матеріалів, які задруковуються	70 - 400 мікрон (460 мікрон - опція)
Спеціальні ефекти друку	Текстурні ефекти, рельєфний друк

Для широкоформатного друку вивіски на самоклеючій прозорій плівці ORACAL з ламінацією рекомендовано використовувати широкоформатний принтер, такий як «Roland TrueVIS VG2-640» або «HP Latex 570». Ці пристрої забезпечують високу якість друку на великих поверхнях і мають вбудовану систему ламінації для додаткового захисту вивіски [32].

Широкоформатний принтер Roland TrueVIS VG2-640 має низку переваг:

- висока якість друку з насиченими кольорами і деталізацією;
- можливість друкувати на самоклеючій прозорій плівці з ламінацією, що забезпечує стійкість до погодних умов та зносу;
- розширені можливості для різання та фінішних процесів розробки продукції.

Недоліками є обмежена ширина друку, що впливає на максимальний розмір вивіски та вища вартість в порівнянні з іншими типами друку.

Технічні характеристики широкоформатного принтера «Roland TrueVIS VG2-640» представлено в таблиці 5.7.

Таблиця 5.7 – Технічні характеристики широкоформатного принтера «Roland TrueVIS VG2-640»

Технічна характеристика	Інформація
Виробник	Roland, країна Японія
Технологія друку	П'єзоелектрична струменева
Максимальна роздільна здатність (dpi)	1200 dpi
Максимальний розмір листа	1625 мм (64 дюйма) завширшки
Мінімальний розмір листа	Не вказано
Швидкість друку	До 10,6 м ² /год
Функції	Двосторонній друк, автоматичний режим очистки, автоматична компенсація кольорів
Товщина матеріалів, які задруковуються	До 1 мм
Матеріали, які можна друкувати	Плівка, банери, папір, тканини, самоклеїтка, тощо

Для сублімаційного друку на посуді, такому як чашки та тарілки, необхідно обрати сублімаційний принтер. Було вирішено обрати такі обладнання, як «Sawgrass Virtuoso SG800» або «Epson SureColor SC-F570». Ці пристрої спеціально призначені для друку на виробах з покриттям під сублімацію і забезпечують високу якість зображення та довговічність друку [33]. Сублімаційне друкарське обладнання надає можливість друкувати навіть невеликі тиражі. Але слід зазначити, що даний друк використовується тільки для білого посуду зі спеціальним покриттям, яке забезпечує передачу зображення на виріб.

Розглянемо переваги сублімаційного принтера «Sawgrass Virtuoso SG800». До таких належать:

- висока якість друку з гладкими переходами кольорів і деталізацією;
- можливість друкувати на посуді з покриттям під сублімацію, що забезпечує тривалу стійкість зображень;
- можливість друкувати невеликі тиражі, що робить його ідеальним для невеликих персональних замовлень.

До недоліків входять:

- обмеження у виборі матеріалів, на які можна наносити зображення;
- пристрій такого типу друку вимагає спеціального паперу та чорнил для сублімації.

Технічні характеристики сублімаційного принтера «Sawgrass Virtuoso SG800» наведено в таблиці 5.8.

Таблиця 5.8 – Технічні характеристики широкоформатного принтера «Sawgrass Virtuoso SG800»

Технічна характеристика	Інформація
Виробник	Sawgrass, країна США
Технологія друку	Сублімаційний друк.
Максимальна роздільна здатність (dpi)	1200 x 1200 точок на дюйм (dpi)
Максимальний формат листа	A3+ (329 x 483 мм)

Продовження таблиці 5.8

Технічна характеристика	Інформація
Швидкість друку	30-45 секунд на одну сторону для формату А4 (залежить від налаштувань принтера)
Функції	Високоякісний друк зображень на різних типах матеріалів за допомогою сублимаційної технології
Товщина матеріалів, які задрукуюються	До 1,5 мм
Матеріали, які можна друкувати	Поліестерові тканини, кераміка, метал, скло та інші матеріали з покриттям для сублимації

Вибір конкретного друкарського обладнання залежить від багатьох факторів, таких як бюджет, очікувана якість друку, розмір накладу та вимоги до матеріалів. Розглянуті друкарські машини, згадані вище, є хорошими та оптимальними варіантами для виготовлення необхідних фірмових виробів.

Для процесу ламінування було вирішено обрати ламінатор з роликовою системою, такий як «GBC Ultima 65». Ось деякі причини, чому варто обрати дане обладнання:

- максимальна ширина ламінації;
- гаряча та холодна ламінація;
- висока швидкість;
- цифровий контроль температури та швидкості;
- надійність та якість;
- широкий спектр застосувань;
- компактні розміри.

У таблиці 5.9 представлено технічні характеристики «GBC Ultima 65».

Етап бігування передбачає використання відповідного обладнання для післядрукарських процесів. Було розглянуто представлені на ринку моделі та обрано найбільш оптимальний варіант, а саме: бігувальний верстат DC-16B.

Перш за все, DC-16B є надійним та високоефективним верстатом. Він оснащений потужним двигуном, що забезпечує стабільну та швидку роботу.

Таблиця 5.9 – Технічні характеристики ламінатора з роликовою системою «GBC Ultima 65»

Технічна характеристика	Інформація
Виробник	GBC (General Binding Corporation), країна США
Максимальна ширина ламінації	27.5 дюймів (698,5 мм)
Швидкість ламінації	10 футів на хвилину (3 метри на хвилину)
Тип ламінаційного матеріалу	Гаряча ламінація
Робочі режими	Гаряча ламінація, холодна ламінація, монтаж
Попередній нагрів	4 хвилини
Товщина ламінаційного матеріалу	До 10 міліметрів
Механізм регулювання температури	Цифровий
Механізм регулювання швидкості	Цифровий

Це дозволяє ефективно виробляти біговку на великому обсязі та знижує час, потрібний для завершення завдань.

Крім того, DC-16B має гнучкість у регулюванні. Завдяки регульованому натискному балансу, верстат може пристосовуватися до різних типів картону та товщини матеріалів, що дозволяє досягти бажаної якості біговки.

Додатковою перевагою є його компактність та простота в експлуатації. DC-16B займає невеликий простір у робочій зоні і має зручне управління, що спрощує його використання навіть для недосвідчених користувачів.

Технічні характеристики бігувального верстата DC-16B наведено в таблиці 5.10.

Для формування паперових стаканчиків на етапі післядрукарського процесу необхідно було визначитися з відповідним обладнанням, функції якого передбачають такий вид діяльності. Оптимальним вибором стала автоматична машина «ZBJ-X12 Ultrasonic».

Таблиця 5.10 – Технічні характеристики бігувального верстата DC-16B

Технічна характеристика	Інформація
Виробник	Dingsheng Machinery Manufacturing Co, країна Китай
Максимальний розмір бігування	700 мм x 500 мм
Мінімальний розмір бігування	100 мм x 100 мм
Швидкість бігування	До 60 вибитків за хвилину
Максимальна товщина матеріалу	До 2 мм
Час налаштування	приблизно 5-10 хвилин

Перевагами даної моделі є те, що вона забезпечує швидке та ефективне формування паперових стаканчиків у великій кількості за короткий проміжок часу. Також вона виконує точне та якісне формування паперових стаканчиків, що гарантує їхню міцність та стабільність, має гнучкі налаштування, що дозволяють використовувати різні розміри та типи паперу.

У таблиці 5.11 наведено технічні характеристики «ZBJ-X12 Ultrasonic».

Таблиця 5.11 – Технічні характеристики машини «ZBJ-X12 Ultrasonic» для формування стаканчиків

Технічна характеристика	Інформація
Виробник	Sini Machinery Company, країна Китай
Спосіб з'єднання стаканчика	За допомогою ультразвуку
Сировина	Папір з одностороннім поліетиленовим покриттям (для гарячих напоїв) або з двостороннім покриттям (для холодних напоїв)
Об'єм стаканчиків	85-340 мл
Висота стаканчиків	30-115 мм
Діаметр верхньої частини	45-90 мм
Діаметр нижньої частини	35-80 мм
Продуктивність	60-70 шт/хв

6 ВИБІР ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

У процесі розробки елементів фірмового стилю для кафе-кондитерської Bunny Wake було обрано та використано кілька програмних додатків для забезпечення ефективного та якісного дизайну. Наступні інструменти були ретельно відібрані на основі їхніх специфічних можливостей та придатності для кожного елемента.

6.1 Вибір програми для редагування векторних зображень

Перед початком роботи з векторними зображеннями було досліджено можливості таких відомих програм, як Adobe Illustrator та CorelDRAW. У таблиці 6.1 наведена порівняльна характеристика цих інструментальних засобів.

Таблиця 6.1 – Порівняльна характеристика редакторів векторної графіки Adobe Illustrator та CorelDRAW

Критерій оцінки	Adobe Illustrator	CorelDRAW
Інтерфейс	Інтуїтивно зрозумілий, звичний для користувачів Adobe Creative Cloud. Має добре організовані панелі і меню, що спрощує роботу з програмою.	Менш інтуїтивно зрозумілий. Надмірна кількість функцій. Відсутність шаблонів та необхідної ресурсної бази
Функціональність	Має велику кількість інструментів та можливостей для створення та редагування векторної графіки. Підтримує продуктивні режими роботи, інтеграцію з іншими програмами Adobe та обмін даними з ними.	Також надає багато інструментів для створення векторної графіки, зокрема функціонал для дизайну логотипів, ілюстрацій та макетів. Має унікальні можливості для роботи з шрифтами та кривими.

Продовження таблиці 6.1

Критерій оцінки	Adobe Illustrator	CorelDRAW
Редагування тексту	Забезпечує широкий набір інструментів для редагування та стилізації тексту, включаючи вибір шрифтів, розмірів, керування накресленням та простором між символами.	Обмежена робота з текстом: Відсутність широкого набору функцій для редагування тексту, як у Adobe Illustrator. Є менш гнучким у роботі з текстовими ефектами, вирівнюванням та стилізацією. Часті проблеми із невбудованими шрифтами. Складнощі з конвертацією тексту в криві.
Інтеграція та сумісність файлів	Широкий спектр підтримуваних форматів (AI, EPS, PDF, SVG та інші). Легкий імпорт та експорт файлів між Adobe Photoshop, InDesign, After Effects, Adobe Creative Cloud, Sketch, Affinity Designer.	Має свій власний формат файлів (.cdr), часто це може створювати проблеми зі сумісністю файлів з іншими програмами. Може імпортувати файли з Adobe Illustrator.
Доступність на операційних системах Windows та macOS	Доступна як для Windows, так і для macOS. Повністю оптимізована для обох операційних систем, забезпечуючи рівномірну продуктивність та функціональність на обох платформах.	Також доступний як для Windows, так і для macOS, але наявність деяких функцій може варіюватись в залежності від платформи. Деякі функції та інструменти обмежені або відсутні на macOS.
Керування кольором	Розширені можливості для керування кольором, включаючи вибір кольорових просторів, градієнтів, малювання з заповненням та обводкою. Можливість редагування кольорових профілів.	Відсутність повної підтримки кольорових управлінських систем. Складність установки та налаштування профілів кольорових пристроїв. Відсутність інструментів якісної кольорової конвертації.

Adobe Illustrator був обраний завдяки своїм можливостям зручної та ефективної роботи із векторною графікою та винятковій технологічності. Він слугував основним програмним забезпеченням для створення, редагування та вдосконалення дизайну логотипу Bunny Bake. Завдяки широкому набору інструментів і точності в роботі з векторною графікою Adobe Illustrator дозволив створити унікальний, візуально привабливий та універсальний логотип. Це програмне забезпечення значно спрощує створення чітких ліній, плавних кривих і складних елементів логотипу, а також забезпечує можливість змінювати розмір векторного логотипу без шкоди для якості. Дана програма також була обрана у якості середовища для проектування та розробки візитної картки та плаката.

Спеціально для розробки меню кафе було обрано веб-інструмент для дизайну Figma. Завдяки хмарному сховищу даних він став ідеальним вибором безперешкодного обміну дизайнерськими ресурсами. Інтуїтивно зрозумілий інтерфейс Figma дозволяє ефективно створювати та максимально швидко змінювати макет меню, типографіку та візуальні елементи. Дане програмне забезпечення ідеально підходить для дизайну макетів із великою кількістю однакових елементів, які повторюються. Завдяки своїй вбудованій функції створення компонентів такого типу макети можна змінювати дуже швидко, що важливо для ефективної роботи дизайнера [34].

6.2 Вибір програми для редагування растрових зображень

Для роботи з растровою графікою було обрано дві найвідоміші програми Adobe Photoshop та Corel PaintShop Pro та проведено їх порівняльну характеристику для точного розуміння того, з яким програмним засобом буде краще та ефективніше працювати. Порівняльна характеристика цих додатків представлена в таблиці 6.2.

Таблиця 6.2 – Порівняльна характеристика редакторів растрової графіки Adobe Photoshop та Corel PaintShop Pro

Критерій оцінки	Adobe Photoshop	Corel PaintShop Pro
Інтерфейс	Є добре організованим, інтуїтивно зрозумілим та забезпечує зручний доступ до всіх інструментів та налаштувань.	Зручний та інтуїтивно зрозумілий з функціями організації та швидким доступом до інструментів.
Функціональність	Має широкий спектр інструментів та функцій для редагування растрових зображень, включаючи ретушування, корекцію кольору, створення спеціальних ефектів, малювання.	Кількість інструментів та функцій для редагування растрових зображень велика, але є меншою у порівнянні з Adobe Photoshop
Продуктивність	Програма демонструє високу продуктивність навіть при роботі з великими та складними файлами, завдяки ефективній оптимізації та підтримці потужностей обчислювальних систем.	Програма забезпечує задовільну продуктивність при роботі з растровими об'єктами різної складності, але може виявитися менш швидкою у порівнянні з Adobe Photoshop.
Коригування кольору	Широкі можливості для точного коригування кольору, включаючи різноманітні інструменти, шари коригування та фільтри. Присутність таких інструментів, як Curves, Levels і Hue/Saturation, дозволяє точно налаштувати кольорову палітру зображення.	Функціональність інструменти для коригування кольору є менш розширеною порівняно з Adobe Photoshop. Деякі спеціалізовані корекційні інструменти відсутні, що обмежує точність і деталізацію налаштувань кольору.

Продовження таблиці 6.2

Критерій оцінки	Adobe Photoshop	Corel PaintShop Pro
Робота з шарами	Потужні засоби для роботи з шарами, що дозволяє ефективно управляти окремими елементами зображення та їх взаємодією. Завдяки шарам, можна створювати складні композиції, редагувати окремі елементи та застосовувати ефекти безпосередньо на певні ділянки зображення.	Підтримує роботу з шарами, але може мати обмежену функціональність. Деякі продвинуті функції, такі як розширені режими злиття шарів або робота з масками шарів, є менш розвиненими або зовсім відсутніми.
Обробка фотографій	Дана програма є стандартом для професійної обробки фотографій. Вона надає широкий набір інструментів для виправлення дефектів, ретуші, видалення елементів, нанесення косметичних покращень, налаштування рівнів освітлення та тіней, а також для додавання спеціальних ефектів.	Надає базові інструменти для обробки фотографій, але не має такого рівня глибини та розширення функцій, як Adobe Photoshop. Деякі професійні функції, такі як розумне заповнення, створення HDR-зображень або панорам обмежені.

Отже, на основі ретельного аналізу та порівняльної характеристики двох програмних засобів було прийняте рішення використовувати у даному проєкті для роботи із растровою графікою саме Adobe Photoshop.

Дане програмне забезпечення було обране завдяки своїм потужним функціям створення, редагування та маніпулювання зображеннями растрової графіки. Хоча він відігравав допоміжну роль у загальному процесі розробки, Photoshop допоміг у створенні візуалізації логотипу на різноманітних предметах, таких як чашки, тарілки, серветки, одяг тощо.

6.3 Вибір програми для створення анімаційного ролика

При виборі програми для створення анімаційного ролика важливо враховувати різноманітні критерії, які визначатимуть зручність роботи, доступність необхідних функцій та якість отриманих результатів. Двома найпопулярнішими та потужними інструментами в цій галузі є Cinema 4D та Adobe After Effects. Вони відрізняються своїми можливостями та спеціалізацією. Обидві програми мають свої переваги і обмеження, і вибір між ними залежатиме від потреб, рівня знань та вподобань [35].

У таблиці 6.3 представлено порівняльну характеристику цих інструментальних засобів.

Таблиця 6.3 – Порівняльна характеристика програм, призначених для створення анімації, Cinema 4D та Adobe After Effects

Критерій оцінки	Cinema 4D	Adobe After Effects
Функціональність	Високий рівень функціональності для анімації, текстурування та рендерингу	Спеціалізація на створенні анімаційних ефектів, композицій та рухливої графіки.
Рівень складності	Потребує певного рівня знань та навичок у трьохвимірному моделюванні.	Має більш швидку навчання та зручний інтерфейс для анімаційних ефектів та композицій.
Трьохвимірна анімація	Повний доступ до інструментів та функцій для створення складної трьохвимірної анімації.	Обмежений в трьохвимірному просторі, але забезпечує можливості для анімації шарів та об'єктів у трьохвимірному просторі.
Ефекти та композиція	Можливості для створення складних ефектів та композицій в трьохвимірному середовищі.	Спеціалізація на анімаційних ефектах та композиціях, деякі з яких можуть бути застосовані до трьохвимірних елементів.

Продовження таблиці 6.3

Критерій оцінки	Cinema 4D	Adobe After Effects
Інтеграція з іншими програмами	Має розширені можливості для інтеграції з іншими програмами трьохвимірного моделювання та рендерингу.	Входить до складу Adobe Creative Cloud, що дозволяє легко співпрацювати з іншими програмами Adobe, такими як Photoshop та Illustrator.
Рендеринг	Можливість використовувати різні движки рендерингу, включаючи вбудований Physical Renderer.	Підтримує підключення зовнішніх движків рендерингу для отримання високоякісного рендерингу.

Загалом, обидві програми мають свої унікальні переваги та обмеження. Рішення щодо вибору слід приймати на основі головної мети та ідеї, яка повинна бути реалізована за допомогою обраної програми. Cinema 4D є потужним інструментом для трьохвимірного моделювання та анімації, забезпечуючи високий рівень функціональності. З іншого боку, Adobe After Effects спеціалізується на створенні анімаційних ефектів та композицій зі зручним інтерфейсом та легким використанням. Тому, оскільки у якості стилю майбутньої анімації було обрано flat style, то й потреби у використанні такої складної та важкої програми, як Cinema 4D, просто немає.

Отже, на основі розглянутих переваг і обраного стилю майбутнього відеоролика, Adobe After Effects може бути оптимальним вибором. Цей інструмент дозволяє створювати рухливі графічні елементи, анімовані ілюстрації, переходи та ефекти, які відповідають флет дизайну. Вона надає багато інструментів для контролю кольору, форми та руху об'єктів, що допомагає досягти потрібного вигляду та анімації відеоролика в флет стилі.

7 СТВОРЕННЯ ЕЛЕМЕНТІВ ФІРМОВОГО СТИЛЮ

7.1 Проектування складової фірмового стилю

Проектування складової фірмового стилю є важливим аспектом створення сильного та незабутнього образу бренду для кафе-кондитерської Bunny Bake. Цей процес передбачає ретельне продумування та увагу до деталей, щоб на наступному етапі створити цілісні та візуально привабливі елементи, які відображають цінності бренду та резонують з його цільовою аудиторією.

В рамках майбутньої розробки фірмового стилю для кафе-кондитерської Bunny Bake буде створено комплексний набір елементів для формування чіткого та цілісного образу компанії. Основна увага буде приділена наступним елементам: логотип, слоган, фірмова колірна палітра, типографіка, візитка, картонна упаковка у вигляді прямокутної коробки, паперове пакування, плакат, вивіска, двостороннє меню, брендвана уніформа працюючого персоналу, серветки, посуд (чашки й тарілки), одноразові паперові стаканчики.

Одним із ключових компонентів дизайну фірмового стилю є логотип, який слугує візуальним центром, основним представленням бренду та відповідає за створення довготривалого враження. Він буде ретельно розроблений, щоб втілити суть Bunny Bake, включаючи елементи, які нагадують про затишну та приємну атмосферу кафе. Логотип матиме гармонійне поєднання типографіки, кольорової палітри та графічних елементів, які відобразатимуть індивідуальність бренду та резонуватимуть з цільовою аудиторією.

Окрім логотипу інші елементи корпоративної ідентичності теж потребують ретельного продумування дизайну. Візитна картка слугуватиме матеріальним представленням кафе, тому важливо, щоб логотип і ключова

контактна інформація були розміщені у візуально приємному та легко читабельному форматі. Дизайн повинен створювати професійне враження.

Меню кафе відіграє доволі важливу роль у формуванні загального враження про заклад. Воно має бути візуально привабливим, зручним для користування та відповідати візуальній мові бренду. Ретельний підбір типографіки та зображень, правильне розміщення усіх позицій, які пропонує заклад, підвищить естетичну привабливість меню та ефективно продемонструвати асортимент пропозицій. Важливо забезпечити узгодженість з логотипом та іншими візуальними елементами.

У самому меню буде представлено 6 категорій, 5 з яких буде відведено для кондитерських виробів (пирогов, тістечок, печива, донатси, торти) та 1 – для кавових напоїв. У правому верхньому куті передньої сторони меню буде розміщено слово «Menu», а в лівому – логотип Bunny Bake. Нижче будуть розташовані 3 стовбчики по 13 позицій виробів, які складатимуться з назви, короткого опису, ціни та ваги. Зворотня сторона меню буде майже аналогічною передній за виключенням того, що тут не буде розміщено логотип та слово «Menu». Також буде додано більше позицій у кожному із трьох категорій виробів.

Далі буде розроблено рекламний плакат, щоб покращити впізнаваність кафе-кондитерської. Він міститиме переконливі візуальні ефекти, слоган, QR-код, контактні дані та логотип, щоб посилити впізнаваність бренду та викликати цікавість серед потенційних клієнтів.

Брендування посуду, включно з тарілками, чашками та серветками, дає можливість створити цілісний образ бренду для клієнтів. На кожному предметі посуду буде розміщено логотип, а також будуть використані однакові кольорові схеми. Таке брендування покращить загальний досвід відвідування кафе та залишить незабутнє враження у клієнтів.

Ретельно продумане пакування має важливе значення як для надійності зберігання виробу, так і для впізнаваності бренду. Буде спроектовано дизайн, який міститиме логотип, слоган, відповідні зображення та узгоджені

елементи дизайну, що забезпечить цілісну та візуально приємну презентацію всіх продуктів.

Паперове пакування для донатсів матиме мінімалістичний та приємний вигляд. На ній буде розміщено фірмовий знак та назву закладу.

Ретельно розробляючи ці елементи корпоративної ідентичності, Bunny Bake має на меті створити сильну та незабутню презентацію бренду на ринку. Кожен компонент буде створений з максимальною увагою до деталей, з використанням цілісних елементів дизайну, типографіки та кольорів.

7.2 Розробка елементів фірмового стилю

Процес створення макетів для запланованих елементів складової корпоративної ідентифікації Bunny Bake включає кілька етапів, які забезпечують ретельний і послідовний підхід.

Початковий етап передбачає ескізування та «мозковий штурм», щоб втілити ідеї у візуальні образи. Цей процес дозволяє досліджувати та експериментувати, розглядаючи різні елементи дизайну, композиції та варіанти типографіки. Були створені грубі ескізи та швидкі макети для візуалізації початкових напрямків дизайну (рис. 7.1–7.2).



Рисунок 7.1 – Ескіз логотипу

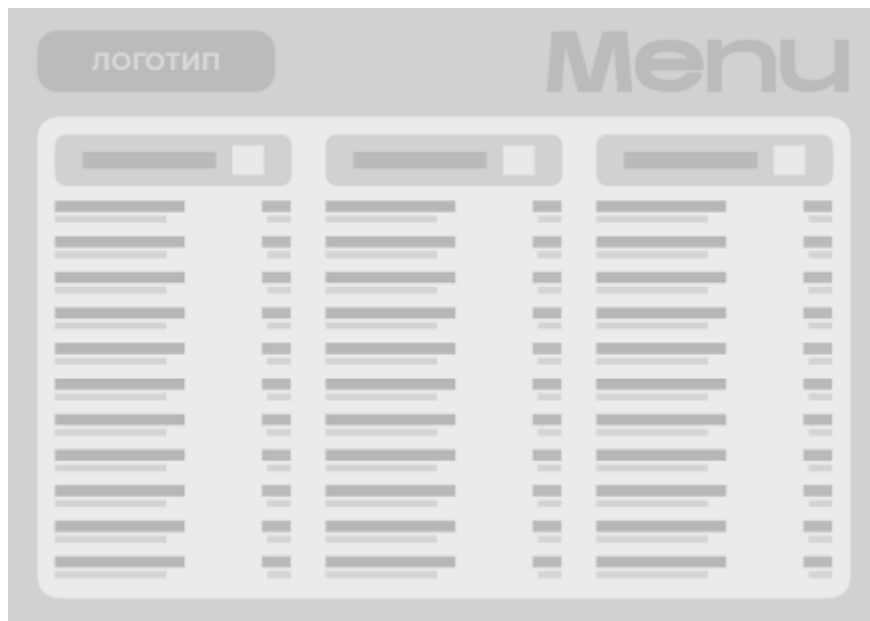


Рисунок 7.2 – Ескіз меню

Логотип, який є фундаментом візуальної ідентичності бренду, пройшов комплексний дизайн-процес. Було розроблено кілька концепцій логотипу, що містили в собі різні стилі типографіки, графічні елементи та кольорову палітру. Обрана концепція логотипу була доопрацьована, щоб забезпечити його масштабованість, розбірливість, універсальність для різних сфер застосування та розмірів.

У якості шрифту було вирішено взяти Noken у накресленні Semibold. Даний вибір ґрунтується на ретельному врахуванні цінностей бренду. Шрифт Noken випромінює атмосферу елегантності та вишуканості, що добре узгоджується з позиціонуванням Bunny Bake як закладу високої якості. Чіткі лінії, збалансовані пропорції та вишукані форми літер передають відчуття класу та професіоналізму.

Накреслення шрифту Noken Semibold забезпечує відмінну розбірливість, що робить його легко читабельним навіть при невеликих розмірах. Це має вирішальне значення для логотипу, оскільки гарантує, що назва бренду буде зрозумілою та впізнаваною. Універсальність та адаптивність шрифту робить його придатним для різних дизайнерських застосувань в рамках фірмового стилю Bunny Bake. Незалежно від того, чи

використовується він у меню, вивісках, упаковці або на цифрових платформах, шрифт Noken зберігає свою чіткість і візуальну привабливість.

Допоміжним шрифтом для проектування типографіки був обраний Montserrat у накресленнях Bold, Semibold та Medium. Він має чистий і сучасний дизайн літер, його геометричні форми та збалансовані літери випромінюють відчуття елегантності та професіоналізму. Даний шрифт пропонує різноманітні варіанти накреслення та стилів, включаючи класичні, напівжирні та курсивні варіанти. Така універсальність дозволяє створювати візуальну ієрархію та ефективно підкреслювати ключову інформацію, зберігаючи при цьому узгодженість і цілісність усіх елементів дизайну. Завдяки чітко окресленим формам літер і достатній відстані між ними шрифт Montserrat забезпечує відмінну читабельність навіть при невеликих розмірах.

Наступним кроком було відмальовано іконку логотипу за раніше розробленим ескізом у програмі Adobe Illustrator.

Не менш важливу роль у створенні ефективної корпоративної ідентичності відіграють кольори. Саме тому була розроблена цілісна кольорова палітра, що складається з основних і другорядних відтінків. Було застосовано правило 60-30-10 суть якого полягає в тому, що 60 відсотків простору в дизайні будь-якого продукту має займати основний колір (бажано не строкатий), 30 відсотків – первинний колір та 10 відсотків необхідно відвести під акценти.

Вибір фіолетово-синього (C=61%, M=51%, Y=0%, K=0% для друку, та #9276FF для монітору) як акцентного кольору, білого (C=3%, M=2%, Y=2%, K=0% для друку, та #F8F8F9 для монітору) як основного та первинного темно-синього (C=82%, M=78%, Y=34%, K=24% для друку, та #433D63 для монітору) для фірмового стилю Bunny Wake гармонійно поєднується з концепцією кондитерської та слугує переконливою та доречною кольоровою палітрою. Фірмова палітра кольорів представлена на рисунку 7.3.



Рисунок 7.3 – Фірмова палітра кольорів

Фіолетово-синій колір асоціюється з вишуканістю, творчістю і спокоєм. Ці кольори передають відчуття спокою, безтурботності та елегантності, створюючи гармонійну та привабливу атмосферу в кафе. Використовуючи ці кольори, компанія може забезпечити спокійне та комфортне середовище для відвідувачів, щоб вони могли насолоджуватися випічкою та напоями.

Поєднання білого, темно-синього та фіолетово-синього створює візуально привабливу та збалансовану кольорову палітру. Білий колір означає чистоту, бездоганність і простоту, що відображає прихильність Bunny Bake до якісних інгредієнтів і чистого естетичного вигляду. Темно-синій додає загальній палітрі глибини, стабільності та елегантності. Контраст між цими кольорами забезпечує чітку розбірливість і читабельність усіх елементів дизайну.

У результаті підбору шрифту, процесу створення фірмового знаку та кольорової палітри було отримано унікальний, привабливий та оригінальний логотип Bunny Bake (рис. 7.4).

Наступним етапом було розроблено двостороннє меню форматом А4 у програмному середовищі Figma. Було використано чіткі заголовки та розподіл за категоріями, щоб полегшити клієнтам навігацію. Додано візуально вирашні ілюстративні елементи, такі як високоякісні png зображення смаколиків у стилі казкового 3D (придбані на дизайн-платформі UI8), аби підвищити рівень естетичної складової меню.

Меню складається з шести категорій, п'ять з яких присвячені кондитерським виробам (пироги, тістечка, печиво, пончики, торти), а одна – спеціально для кавових напоїв. На лицьовій стороні у правому верхньому

куті було розміщено слово «Меню», а в лівому куті – логотип Bunny Bake. Нижче ми розмістили три колонки, що містять загалом тринадцять найменувань продуктів у кожній колонці. Кожна позиція має назву, короткий опис, ціну та інформацію щодо ваги страви.

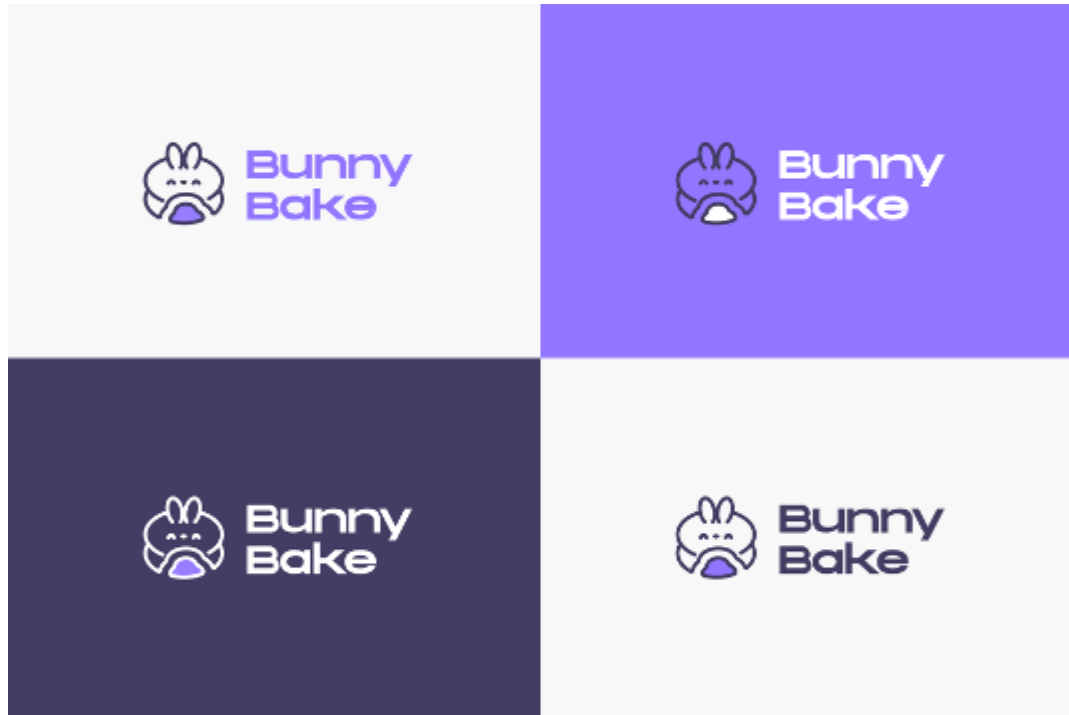


Рисунок 7.4 – Створений логотип у різних кольорових варіаціях

Зворотний бік меню було зроблено схожим на лицьовий, за винятком того, що на ньому не було розміщено логотип та слово «Меню». Крім того, кожна з трьох категорій товарів на зворотному боці має розширений вибір позицій. Тут було поєдано класичні страви з фірмовими делікатесами, які демонструють досвід кафе та відрізняють його від конкурентів.

Створення плакату відбувалось за допомогою програмного забезпечення Adobe Illustrator. Після чіткого визначення мети та завдання плаката, розуміння ключової інформації та заклику до дії було розпочато розробку дизайну. Перед початком роботи у програмі нами були задані вихідні розміри, а саме 420x594 мм (формат A2) та налаштовано колірний режим CMYK відповідно до вимог друку. У правому верхньому куті розмістили QR-код з посиланням на сайт, зліва – заклик до дії. Нижче було

вирішено вказати номер телефону та адресу поруч із доречно підібраними іконками. Центральним образом плакату став ілюстративний 3D-елемент торта, що розкриває та підкреслює його посил та мету.

Дизайн паперових стаканчиків було розроблено в програмі Figma. На лицьовій стороні розміщено логотип Bunny Bake, слоган «Краще, ніж просто кава». На зворотній стороні було вирішено вказати список усіх можливих позицій кавових напоїв, які може замовити клієнт. Поруч було додано маленькі квадрати із заокругленими кутами та білою заливкою, призначені для встановлення відмітки «галочки» навпроти замовленого варіанту.

Дизайн візитної картки був створений у Adobe Illustrator. На передній стороні розмістився логотип Bunny Bake та слоган «Краще, ніж просто кондитерська», а на зворотній – QR-код та посилання, що ведуть на сайт компанії, призив до дії «Скануй та замовляй онлайн», адреса та номер телефону з відповідними іконками.

Макет для картонного пакування був створений у програмі Adobe Illustrator. На верхній частині кришки коробки було розміщено назву «Bunny Bake», слоган «Краще, ніж просто кондитерська», а збоку додано фірмовий знак (зайчика). По боках кришки було вирішено написати адресу сайту кафе.

Щодо нижньої складової коробки, то зпереду було розміщено номер телефону, адресу та графічний знак, а на бічних частинах – QR-код, який веде на сайт компанії, для підвищення його конверсії. На рис. 7.5 зображено розгортку картонного пакування.

Дизайн паперового пакування був розроблений у векторному програмному забезпеченні Adobe Illustrator і включав у себе такі графічні елементи, як назву закладу та логотип.

Процес візуалізації логотипу на різних носіях, таких як чашки, тарілки, серветки, фартушки та вивіска в Adobe Photoshop включає кілька етапів, щоб забезпечити точне зображення та реалістичні ефекти. Спочатку були обрані та завантажені необхідні шаблони та мокапи з високою роздільною здатністю. Далі було розміщено та змінено розмір логотипу, щоб він

відповідав потрібній ділянці об'єкта. Було використано інструменти трансформації, такі як масштабування, поворот та нахил, щоб налаштувати перспективу логотипу відповідно до форми об'єкта.

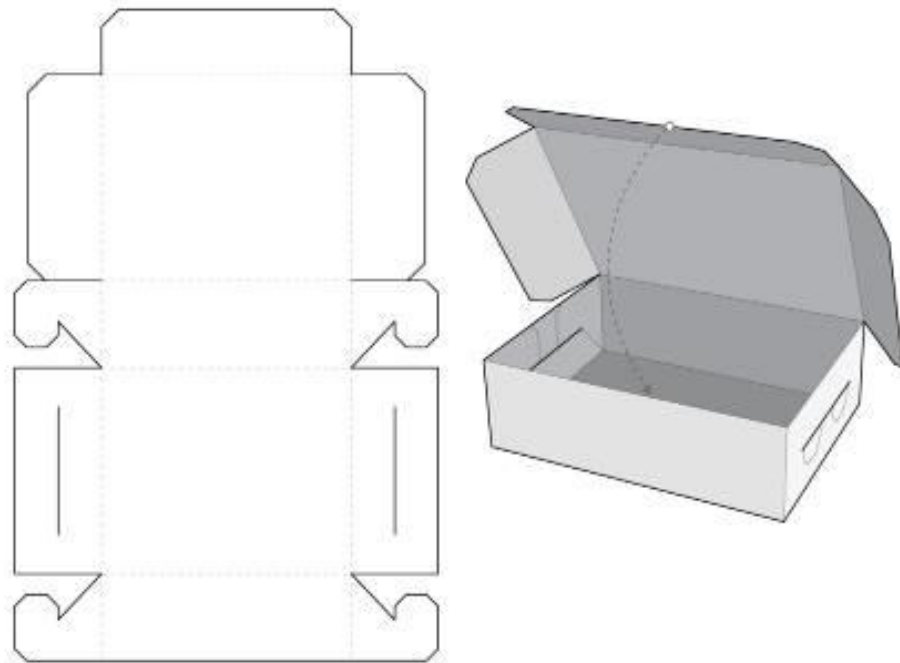


Рисунок 7.5 – Розгортка картонного пакування

Створений комплексний дизайн усіх елементів корпоративної ідентичності представлений у додатку А на рисунках А.1–А.14.

8 РОЗРОБКА АНІМАЦІЙНОГО РОЛИКА

Розробка анімаційного відеоролику для Bunny Bake в програмному середовищі Adobe After Effects передбачає послідовний і творчий процес. Спочатку було визначено стиль анімації, ефекти та переходи. Обрано грайливий та вигадливий флет стиль, але водночас збережено сучасний мінімалізм та лаконічність.

Тривалість 5 секунд була обрана для того, щоб швидко привернути увагу та ефективно передати повідомлення бренду у стислій та захоплюючій формі. Коротші відео, як правило, більше привертають увагу.

Перед безпосереднім процесом анімування було збережено та імпортовано усі необхідні файли, включаючи логотип, слоган «Краще, ніж просто кондитерська» та інші графічні елементи, з високою роздільною здатністю у форматі PNG.

Була використана панель часової шкали в After Effects, щоб керувати анімацією та контролювати її. Маніпулювання ключовими кадрами допомогло контролювати час і рух елементів. Було змінено різні властивості, такі, як: положення, масштаб та непрозорість.

Наступним етапом стало додавання звукового супроводу, щоб посилити ефектність анімації та зберегти фокус уваги глядача впродовж усього ролика.

Завершальний крок передбачав додання готового відео до черги рендерингу, налаштування усіх необхідних параметрів (розміру, формату, кількості кадрів на секунду, кольорового простору, відтворення звуку) та застосування кодеку для зменшення розміру кінцевого файлу. Далі відео було збережено його на особистий пристрій у форматі AVI.

Із результатом розробки анімаційного ролика можна ознайомитись за посиланням: <https://vimeo.com/834736901?share=copy>.

9 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА

9.1 Характеристика продукції

Результатом виконання кваліфікаційної роботи є створені елементи корпоративної ідентичності для кафе-кондитерської «Bunny Bake». Розробка сильного та виразного фірмового стилю є невід'ємним етапом становлення будь-якого бізнесу для залучення клієнтів, ефективного донесення цінностей та диференціювання його від конкурентів.

Варто розглянути основні переваги створеного фірмового стилю, а саме: індивідуальність, високоякісний друк та увага до дизайну

«Bunny Bake» пропонує поліграфічну продукцію, яка адаптована до фірмового стилю кафе. Кожен аспект друкованих матеріалів, від візиток до меню, відображає його унікальний імідж та естетику бренду. Шляхом узгодження всіх елементів фірмового стилю на різних видах продукції створюється гармонійне та професійне враження.

Акцент на візуальній естетиці та ретельно продуманий дизайн кожного елемента дозволяє піднятися на рівень вище серед конкурентів, відобразити ідентичність бренду та створити унікальний і приємний досвід для клієнтів.

Попри достатню кількість переваг цього проєкту, існують і деякі можливі недоліки, які також необхідно враховувати.

До першого мінуса можна віднести вартість даної розробки. Оскільки пропонуються високоякісні та індивідуальні друковані продукти, їхня вартість може бути дещо вищою порівняно зі стандартними друкованими виробами. Однак додана вартість та унікальні характеристики виправдовують інвестиції для клієнтів, які бажають отримати висококласний сервіс.

Ще одним недоліком є час виробництва. Через індивідуальний підхід і увагу до деталей, що притаманні розробці фірмового стилю, може

знадобитися дещо більше часу на виготовлення порівняно з готовими варіантами.

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, презентування їх замовнику та затвердження однієї з наданих опцій;
- розробка фірмової палітри кольорів;
- створення та підбір фірмової типографіки;
- розробка слогану;
- створення промо-ролика компанії (як додаткова опція);
- розробка дизайну усіх необхідних елементів поліграфічної продукції, таких як: вивіска кафе, меню, візитка, рекламний плакат, брендований посуд (чашки та тарілки), паперова упаковка, картонне пакування у вигляді прямокутного боксу, брендovanі пакети, серветки, одяг співробітників (фартушки) та одноразові стаканчики;
- внесення можливих корективів та затвердження дизайну усіх створених виробів;
- підготовка макетів для друку;
- кольоропроба;
- друк;
- виготовлення штанц-форми (для картонної упаковки у вигляді прямокутного боксу);
- післядрукарська обробка (постпрес) готової друкованої продукції, а саме: ламінування, висічка (штанцювання), біговка, обрізка кутів, склеювання;
- збирання упаковок;

– надання замовнику усіх розроблених матеріалів у вигляді готової друкованої продукції, зображення логотипу у форматах png та jpeg для використання його у соціальних мережах, відеофайлу зі створеним промо-роликом, а також вихідних програмних файлів у відповідному форматі.

Асортимент елементів корпоративної ідентичності для закладу «Bunny Bake» є доволі схожим на той, який вже існує на ринку. Меню, логотип, вивіска, серветки, пакування для десертів, брендований посуд та паперові стаканчики – це все те, без чого в наш час важко собі уявити подібного виду кондитерську.

Та, попри необхідність мати певні подібні з іншими закладами елементи, перенасичений конкурентами ринок потребує певних креативних ідей та рішень. Без підтримання необхідного рівня популярності та зацікавленості серед потенційних відвідувачів, кафе має шанс швидко втратити свою конкурентоспроможність. Отож, для підкреслення своєї унікальності та уникнення втрати бажаної популярності, було вирішено додатково створити анімаційний відеоролик, в якому увага зацентрована на логотипі та слогані. Рух – дуже сильний магніт для уваги людини, тому дане рішення є цілком ефективним та виправданим.

Характеристика елементів фірмового стилю наведена в таблиці 9.1.

Таблиця 9.1 – 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	–
3	Вивіска	2000x600	1	4+0
4	Анімаційний відеоролик	–	1	–
5	Візитка	50x90	800	4+4
6	Брендovanі чашки	–	60	4+0
7	Брендovanі тарілки	–	80	4+0

Продовження таблиці 9.1

1	2	3	4	5
8	Паперові одноразові стаканчики	82x110x94	400	4+0
9	Плакат рекламний (зовнішній)	420x594 (A2)	3	4+0
10	Меню	297x210 (A4)	20	4+4
11	Брендовані пакети (картонні)	320x150x380	300	4+0
12	Брендовані серветки (двозгинні)	170x170	1000	4+0
12	Упаковка паперова	190x70x180	300	4+0
13	Упаковка картонна (прямокутний бокс)	110x90x160	300	4+0
14	Брендований одяг співробітників (фартушки)	—	20	4+0
15	Фірмова кольорова палітра	—	1	—
15	Фірмова типографіка	—	1	—
16	Слоган	—	1	—

9.2 Оцінка ринків збуту

Для оцінки ринків збуту кондитерських виробів та кави, які пропонує кав'ярня «Bunny Wake», необхідно врахувати декілька факторів:

- демографічні фактори;
- запропонований асортимент виробів;
- ринкові тенденції;
- аналіз конкурентів;
- аналіз місцезнаходження;
- загальне позиціонування бренду
- прогнозування продажів.

Оцінюючи вище зазначені фактори ринку, можна зробити наступні висновки. Враховуючи те, що кав'ярня «Bunny Wake» розташована в Києві, очікується, що основними відвідувачами будуть міські жителі, зокрема студенти, офісні працівники та люди з творчими нахилами.

Акцентуючи увагу на позиціонуванні себе як кондитерської преміум-класу та використанні першокласних інгредієнтів, заклад створює ласощі, які не можуть коштувати відносно дешево. Тому цільові клієнти – добре освічені люди, з принаймні середньою освітою та фінансовими можливостями, готові витратити кошти на трохи дорожчу, але більш якісну їжу.

Враховуючи фактор запропонованого асортименту, можна припустити, що цільовою аудиторією є як чоловіки, так і жінки, але останні становлять приблизно 60 % клієнтської бази. Основний віковий діапазон для «Bunny Bake» – 18-40 років, з фокусом на молодший сегмент всередині цього показника. Ця вікова група є найбільш активною в соціальних мережах, що слугує важливою платформою для просування кафе.

Взявши до уваги тенденції ринку, слід зазначити, що останнім часом помітно зростає попит на крафтові та вишукані кондитерські вироби, а також на фірмові кавові напої. Клієнти стають все більш вибагливими та бажають досліджувати унікальні смаки та преміальні пропозиції, що дає можливість «Bunny Bake» задовольнити ці вподобання.

Також планується колаборація з готелями, кав'ярнями та кейтеринговими компаніями України у рамках рекламної кампанії.

Дані про потенційних клієнтів і передбачувану кількість продажів на найближчі 3 роки представлено в таблиці 9.2.

Таблиця 9.2 – Прогноз обсягу продажів продукції Bunny Bake

Період	Організації-споживачі (сегменти)	Кількість об'єктів, що купуватиме продукцію	Кількість продажів одному об'єкту, шт.	Місткість сегменту, шт. (ст.3хст.4)	Всього (містк. сегменту) за місяць, шт.
1	2	3	4	5	6
Перший рік реалізації					
Січень	Готелі	40	2	80	15 680
	Кав'ярні	80	6	480	
	Заклад Bunny Bake	1 000	6	6 000	
Лютий	Готелі	40	2	80	12 120
	Кав'ярні	70	5	350	
	Заклад Bunny Bake	900	5	4 500	

Продовження таблиці 9.2

1	2	3	4	5	6
Березень	Готелі	30	2	60	14 100
	Кав'ярні	60	3	180	
	Заклад Bunny Bake	800	5	4 000	
	Кейтерингові компанії	50	5	250	
Квітень	Готелі	30	2	60	13 950
	Кав'ярні	50	3	150	
	Заклад Bunny Bake	800	5	4 000	
	Кейтерингові компанії	50	5	250	
Травень	Готелі	30	2	60	12 450
	Кав'ярні	50	3	150	
	Заклад Bunny Bake	700	5	3 500	
	Кейтерингові компанії	50	5	250	
Червень	Кав'ярні	40	3	120	10 400
	Заклад Bunny Bake	700	5	3 500	
	Кейтерингові компанії	60	5	300	
Липень	Кав'ярні	40	3	120	10 400
	Заклад Bunny Bake	700	5	3 500	
	Кейтерингові компанії	60	5	300	
Серпень	Кав'ярні	40	3	120	10 400
	Заклад Bunny Bake	700	5	3 500	
	Кейтерингові компанії	60	5	300	
Вересень	Кав'ярні	80	5	400	15 040
	Заклад Bunny Bake	800	6	4 800	
	Кейтерингові компанії	60	5	300	
Жовтень	Готелі	30	2	60	13 000
	Кав'ярні	70	5	350	
	Заклад Bunny Bake	900	6	5 400	
Листопад	Готелі	40	2	80	14 140
	Кав'ярні	70	6	420	
	Заклад Bunny Bake	900	6	5 400	
Грудень	Готелі	40	2	80	15 680
	Кав'ярні	80	6	400	
	Заклад Bunny Bake	1 000	6	6 000	
Всього за перший рік	4 сегмента	11 300	167	–	1 887 100
Другий рік реалізації					
I квартал	Готелі+кав'ярні+ Bunny Bake	3 600	48	172 800	–
II квартал	Готелі+кав'ярні+ Bunny Bake+ кейтерингові компанії	3 800	40	152 000	–
III квартал	Кейтерингові компанії +кав'ярні+ Bunny Bake	2 500	36	90 000	–
IV квартал	Готелі+кав'ярні+ Bunny Bake	3 900	52	202 800	–
Всього за другий рік	4 сегмента	13 800	176	–	2 428 800

Продовження таблиці 9.2

1	2	3	4	5	6
Третій рік реалізації					
Всього за третій рік	4 сегмента	14 500	190	–	2 755 000
Усього	4 сегмента	39 600	533	–	7 070 900

9.3 Конкуренція

Місцевий ринок має помірний рівень конкуренції з кількома відомими кафе-кондитерськими. Однак «Bunny Bake» може диференціювати себе, зосередившись на високоякісних продуктах, затишній атмосфері та персоналізованому обслуговуванні клієнтів. Існує також можливість виділитися, пропонуючи унікальні смакові поєднання та інноваційні кондитерські вироби.

Було проведено комплексний аналіз конкурентного середовища для «Bunny Bake» серед існуючих аналогічних закладів.

«Polverol» – добре відома кондитерська в Києві, знаменита своїм широким асортиментом вишуканих десертів та ремісничої випічки. Вона націлена на схожий сегмент аудиторії та має сильну позицію на ринку.

Наступним потенційним конкурентом можна вказати «Dolceteka by Bassano». Це популярна мережа кафе, яка пропонує широкий асортимент кондитерських виробів, включаючи торти, тістечка, печиво та десерти. Вони спеціалізуються на солодошах в італійському стилі, з акцентом на ремісничій техніці випічки та високоякісних інгредієнтах. Вони обслуговують як приватних осіб, так і бізнес, включаючи кафе, ресторани та готелі, які шукають десерти преміум-класу для свого меню.

Висококласна пекарня «Sweet Heaven» спеціалізується на виготовленні тортів на замовлення та випічки преміум-класу. Вони обслуговують особливі випадки та події, приваблюючи клієнтів, які шукають розкішні та індивідуальні ласощі.

Далі було проаналізовано стратегії та методи конкурентів. Перший конкурентний заклад зосереджується на використанні органічних та місцевих

інгредієнтів, просуваючи свою прихильність до якості та сталого розвитку. «Dolcetecca by Bassano» робить акцент на зручності, пропонуючи швидке обслуговування та комфортну атмосферу. А ось «Sweet Heaven» диференціює себе завдяки персоналізованому обслуговуванню, пропонуючи консультації щодо дизайну тортів на замовлення та створюючи відчуття ексклюзивності.

На наступному кроці увага приділена оцінці організаційної структури та фінансового стану. Кондитерська «Polverol» працює як самостійна кондитерська з командою кваліфікованих кухарів-кондитерів і хорошою репутацією на місцевому ринку. Розглядаючи стан «Dolcetecca by Bassano», хоча конкретна інформація в мережі відсутня, можна зробити висновок, що їхня стійка позиція в Києві, інвестиції в якісні інгредієнти та кваліфікованих кондитерів свідчать про стабільну та добре структуровану роботу. Третій конкурент є незалежною пекарнею з невеликою командою талановитих кондитерів, яка зосереджується на створенні високоякісних індивідуальних продуктів.

Політика ціноутворення така, що перший заклад застосовує преміальну цінову стратегію, позиціонуючи свою продукцію як ремісничу та ексклюзивну, другий дотримується конкурентного підходу до ціноутворення, пропонуючи привабливі комбіновані пропозиції та акції, а третій має цінову стратегію, що базується на цінності, виправдовуючи вищі ціни використанням інгредієнтів преміум-класу та персоналізованого дизайну.

9.4 Стратегія маркетингу

Метою маркетингової стратегії «Bunny Bake» є залучення цільової аудиторії вибагливих клієнтів, які цінують ручну роботу, ремісничі ласощі та вишукану атмосферу кафе. Зберігаючи фокус на преміальних пропозиціях, «Bunny Bake» також наголошуватиме на доступності, щоб задовольнити ширше коло клієнтів. Кондитерська застосовуватиме багаторівневу цінову стратегію, щоб задовольнити різні сегменти споживачів. Ціни на окремі тістечка

коливатимуться від 50 до 200 гривень, пропонуючи доступну насолоду для щоденного задоволення. Спеціальні торти, призначені для особливих випадків, коштуватимуть від 400 до 1500, залежно від розміру та складності. Така цінова структура дозволить «Bunny Bake» досягти балансу між наданням високоякісної продукції та підтримкою доступності для ширшої клієнтської бази.

Виняткове обслуговування клієнтів буде відмінною рисою «Bunny Bake». Добре навчений персонал надаватиме персоналізоване та уважне обслуговування. Такий підхід створить теплу та гостинну атмосферу, яка підвищить загальне задоволення від їхньої продукції.

Для просування продажів і залучення клієнтів компанія буде використовувати різні методи, такі як: сезонні акції; програма лояльності, яка винагороджує клієнтів за їхні повторні відвідування та покупки; співпраця з місцевим бізнесом.

«Bunny Bake» використовуватиме таргетовану рекламу, щоб ефективно охопити бажану аудиторію. Буде використано соціальні медіа-платформи, такі як Instagram та Facebook. Також планується налагодження співпраці з інфлюенсерами та блогерами, що може допомогти підвищити впізнаваність бренду та створити резонанс.

9.5 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 проектування фірмового стилю. Визначення показників виробництва у натуральному вираженні представлено в таблиці 9.3.

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

Таблиця 9.3 – 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.	3	60	3	1	3
4	Відмальовка логотипу у графічному редакторі	шт.	3	100	5	1	5
5	Презентація та затвердження логотипу	год.	3	–	3	1	3
6	Розробка фірмової палітри кольорів	год.	2	–	2	1	2
7	Створення фірмової типографіки	год.	3	–	3	1	3
8	Розробка слогану	шт.	1	120	2	1	2
9	Створення промо-ролика	шт.	1	360	6	1	6
10	Дизайн поліграфічної продукції	шт.	12	160	32	1	32
11	Внесення корективів	шт.	10	20	3,3	1	3,3
12	Підготовка макетів для друку	шт.	9	7	1,05	1	1,05

Розрахунок заробітної плати працівників, задіяних в розробці фірмового стилю, представлено в таблиці 9.4.

Таблиця 9.4 – 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	62,35	6 359,70
	Розробка логотипу				
	Дизайн поліграфічної продукції компанії				
	Створення промо-ролика (анімації)				
Маркетолог	Розробка слогану	1	113,60	2	227,20
Разом		3		66,35	6778,90
Додаткова заробітна плата (20 %)					1355,78
Усього (основна та додаткова заробітна плата)					8134,68

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

$$8134,68 * 0,22 = 1789,63 \text{ грн.}$$

Інші витрати включають у себе оплату електроенергії та обслуговування ЕОМ. Витрати на електроенергію визначаються, виходячи з енергоспоживання пристроїв та вартості електроенергії. У даному випадку вважаємо, що 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 62,35 години (або 7,8 робочих дні). Тому сума оплати електроенергії становить:

$$0,14 * 2,64 * 62,35 = 23,04 \text{ грн.}$$

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:

$$27\ 000,00 / (4 * 8 * 248) * 62,35 = 212,13 \text{ грн.}$$

Зробимо розрахунок собівартості розробки фірмового стилю:

$$8\ 134,68 + 1\ 789,63 + 23,04 + 212,13 = 10\ 159,48 \text{ грн.}$$

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

$$10\ 159,48 * 0,3 = 3\ 047,84 \text{ грн.}$$

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

$$10\,159,48 + 3\,047,84 = 13\,207,33 \text{ грн.}$$

Далі знайдемо ПДВ, що становить 20 % від ціни без ПДВ:

$$13\,207,33 * 0,2 = 2\,641,47 \text{ грн.}$$

Здійснимо розрахунок вартості розробки фірмового стилю, враховуючи податок на додану вартість (ПДВ):

$$13\,207,33 + 2\,641,47 = 15\,848,79 \text{ грн.}$$

Результати розрахунків витрат на розробку представлено у таблиці 9.5.

Таблиця 9.5 – Розрахунок витрат на розробку фірмового стилю

Стаття витрат	Сума, грн
Основна заробітна плата	6 778,90
Додаткова заробітна плата	1 355,78
Єдиний соціальний внесок	1 789,63
Витрати на обслуговування ЕОМ	212,13
Витрати на електроенергію	23,04
Собівартість розробки фірмового стилю	10 159,48
Прибуток	3 047,84
Ціна без ПДВ	13 207,33
Податок на додану вартість (ПДВ)	2 641,47
Ціна з урахуванням ПДВ	15 848,79

Спираючись на розрахунки, можна зробити висновок, що створення фірмового стилю займає 8,3 робочих дні, а загальна вартість – 15 848,79 грн.

ВИСНОВКИ

Фірмовий стиль та елементи корпоративної ідентифікації є важливими для будь-якого бізнесу, оскільки вони забезпечують впізнавану візуальну та вербальну репрезентацію бренду. На сучасному конкурентному ринку впізнаваність бренду має вирішальне значення, і тому наявність сильного та впізнаваного фірмового стилю може допомогти компанії виділитися та залучити клієнтів.

У результаті кваліфікаційної роботи були спроектовані елементи корпоративної ідентифікації для кафе-кондитерської Bunny Bake, що має за мету створення цілісного візуального та вербального представлення бренду, яке буде взаємодіяти з цільовою аудиторією та ефективно доносити цінності та місію компанії, створення сильної ідентичності бізнесу, залучення клієнтів та диференціювання його від конкурентів.

Проект, розроблений у ході кваліфікаційної роботи, дав цінне розуміння концепції фірмового стилю та його значення. Завдяки розробці різних елементів, таких як логотип, анімація, візитка, вивіска, плакат, пакування, паперові стаканчики, меню, брендований посуд та уніформа ми отримали більш глибоке розуміння того, як ці компоненти сприяють створенню цілісного та виразного іміджу компанії.

Використовуючи однакову фірмову типографіку, кольорову палітру та елементи дизайну на різноманітних носіях, ми забезпечили уніфіковану та впізнавану візуальну ідентичність Bunny Bake. Процес розробки елементів корпоративної ідентичності вимагав стратегічного планування, включаючи дослідження ринку, аналіз цільової аудиторії та аналіз конкурентів. Ці знання стали основою для процесу прийняття рішень.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Why Women Crave Sugary Foods More Than Men. URL: <https://cathe.com/why-women-crave-sugary-foods-more-than-men/> (дата звернення: 06.05.2023).
2. How a Strong Corporate Identity Can Boost Business Performance. URL: <https://www.ignitebrands.com/corporate-identity/> (дата звернення: 07.05.2023).
3. Фірмовий стиль. URL: <https://azbyka.com.ua/uk/firmennyj-stil1/> (дата звернення: 08.05.2023).
4. 3 Elements of A Strong Corporate Identity. URL: <https://www.manupixels.co/blog/post/corporate-identity#the-elements-of-corporate-identity> (дата звернення: 08.05.2023).
5. З чого складається айдентика бренду: приклади та етапи розробки. URL: <https://xn--90aamhdбасрқ0s.xn--j1amh/teoriya/aydentika-brendu/> (дата звернення: 09.05.2023).
6. Чому для бренду важливо зберігати свою ідентичність та фірмовий стиль?. URL: <https://7dreamsport.ua/blog/chomu-dlya-brendu-vazhливо-zberigati-svojudentichnst-ta-frmoviy-stil/> (дата звернення: 09.05.2023).
7. Що таке фірмовий стиль і нащо він потрібен кожній компанії. URL: <https://ideadigital.agency/blog/firmovij-stil/> (дата звернення: 10.05.2023).
8. Для чого потрібен логотип, його функції та види. URL: <https://fractus.com.ua/uk/blog/dlya-chogo-potriben-logotip-jogo-funkcii-ta-vidi/> (дата звернення: 10.05.2023).
9. Аналіз фірмового стилю. URL: http://4ua.co.ua/management/va3bc68a5c53b88421306d36_0.html (дата звернення: 11.05.2023).
10. Айдентика: що таке айдентика бренду та як її створити. URL: <https://lanet.click/aidentyka-brendu/> (дата звернення: 12.05.2023).
11. Вимоги до фірмовому стилю. URL: <http://rua.pp.ua/trebovaniya-firmennomu-stilyu-26813.html> (дата звернення: 13.05.2023).
12. Розробка фірмового стилю: 5 головних етапів. URL: <https://wedesign-studio.com/blog/rozrobka-firmovoho-styliu-5-holovnykh-etapiv/> (дата звернення: 13.05.2023).

13. Основні елементи та цілі формування фірмового стилю. URL: <https://studfile.net/preview/5283293/page:7/> (дата звернення: 15.05.2023).
14. Розміри зображення на екрані та після друку. URL: <https://helpx.adobe.com/ua/photoshop/kb/advanced-cropping-resizing-resampling-photoshop.html> (дата звернення: 15.05.2023).
15. Посібник з використання стандартів логотипу і фірмового стилю. URL: <https://creativeeurope.in.ua/downloads/logos/2021/brand-book.pdf> (дата звернення: 16.05.2023).
16. Вимоги до макету візиток. URL: <https://vrm.com.ua/uk/vumogu-do-maketiv-vizitivok.html> (дата звернення: 17.05.2023).
17. Розміри плакатів для друку. URL: <https://loveprint.com.ua/uk/news/sizes-poster-print/> (дата звернення: 18.05.2023).
18. Типи конструкцій і форми картонних коробок. URL: <https://epicentrk.ua/ua/articles/tyпу-konstruktsiy-i-formy-kartonnykh-korobok.html> (дата звернення: 19.05.2023).
19. Дудківська Т.Ю., Пруднікова К.О. Анімація логотипів // Національний авіаційний університет. Київ, 2021. С. 41.
20. Захарчук В.Г., Кунділовська Т.А., Гайдукович Г.Є. Технологія продукції ресторанного господарства: навч. посіб. Одеса, 2016. 117 с.
21. Основні етапи технологічного процесу виготовлення друкованої продукції (додрукарська підготовка, друк, післядрукарська обробка). URL: https://vuzlit.com/698059/osnovni_etapi_tehnologichnogo_protseesu_vigotovlennya_drukovanoyi_produktsiyi_dodrukarska_pidgotovka_druk_pislyadrukarska (дата звернення: 27.05.2023).
22. Технологія виготовлення вивісок. URL: <https://farolmedia.com.ua/ua/blog/design-technology> (дата звернення: 27.05.2023).
23. Етапи виробництва упаковки. URL: <https://lunapack.com.ua/kartonnaya-upakovka/upakovka-dlja-kharchovikh-produktiv> (дата звернення: 28.05.2023).
24. Післядрукарська робота. URL: <https://formata.com.ua/posttype-work#> (дата звернення: 29.05.2023).
25. Друк на чашках. URL: <https://bigfish.lviv.ua/suvenirna-produktsiya/posud/chashky/> (дата звернення: 30.05.2023).

26. Друк на плівці Оракал. URL: <https://art-light.com.ua/pechat-na-plyonke-orakal> (дата звернення: 01.06.2023).
27. Сублимаційний друк. Переваги сублимаційного друку. URL: <https://pr-reklama.com.ua/ru/content/15-sublimaciya> (дата звернення: 02.06.2023).
28. Переваги офсетного друку. URL: <https://westcupgroup.com/perevagi-ofsetnogo-druku/> (дата звернення: 02.06.2023).
29. Флексодрок: технологія і переваги. URL: <https://koribum.com/fleksodruk-tekhnohiiia-i-perevahu-73/> (дата звернення: 02.06.2023).
30. Xerox® Versant® 180 Press – інструмент ефективного обслуговування корпоративних клієнтів. URL: <https://printus.com.ua/article/read/4047> (дата звернення: 02.06.2023).
31. Комерційні друкарські машини. URL: <https://www.hpindigo.com.ua/> (дата звернення: 03.06.2023).
32. Друк на самоклеючій плівці. Процес та технології. URL: <https://koribum.com/druk-na-samokleiuchii-plitvsi-protses-ta-tekhnohii-63/> (дата звернення: 03.06.2023).
33. Sawgrass Virtuoso SG800 Sublimation Printer Review 2023. URL: <https://printerlake.com/sawgrass-virtuoso-sg800-sublimation-printer/> (дата звернення: 03.06.2023).
34. Огляд Adobe Photoshop, Adobe Illustrator і Figma. URL: <https://blog.ithillel.ua/articles/graficni-redaktori-dlya-pocatktivciv-oglyad-adobe-photoshop-adobe-illustrator-i-figma> (дата звернення: 04.06.2023).
35. After Effect Vs Cinema 4D. URL: <https://www.educba.com/adobe-after-effect-vs-cinema-4d/> (дата звернення: 04.06.2023).
36. Ніконова А.Ю., Бокарева Ю.С. Використання портретів людини в рекламі, як психологічний метод впливу на споживача // Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Видавничо-поліграфічний інститут, ГО «Науково-технічне об'єднання поліграфістів». Київ, 2020. С. 184-185.