

МЕТОДИКА РОЗРОБКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНИХ КАЛЕНДАРІВ ЗА ЇХ МОРФОЛОГІЧНИМИ ХАРАКТЕРИСТИКАМИ

Сучасний ринок календарів характеризується надзвичайною різноманітністю форм, форматів і дизайнерських підходів [1]. Календар сьогодні перетворився на повноцінний елемент маркетингової комунікації. Календар, особливо корпоративний або подарунковий, виконує подвійну функцію – інформаційну та іміджеву. З одного боку, він забезпечує користувача зручним засобом планування часу, з іншого – виступає носієм фірмового стилю, брендової айдентики та емоційного впливу.

Основною метою роботи є дослідження впливу якості матеріалів і оздоблення на підвищення привабливості й естетичності календарів різних типів, а також вивчення різних конструктивних і дизайнерських рішень у процесі створення календарної продукції.

Результати досліджень показали, що експерти радять звернути увагу на такі основні аспекти при підготовці календарів: вивчити цільову аудиторію; не робити надмірного акценту на рекламу; стежити за якістю матеріалів та якістю виготовлення [2].

Під час виконання роботи узагальнено сучасні дизайнерські й технологічні тенденції у створенні календарів; визначено критерії оцінювання календарів для різних вподобань споживачів за якістю виконання, матеріалів та екологічності за допомогою методу аналізу ієрархій.

У ході дослідження розроблено методику створення конкурентоспроможних календарів на основі аналізу їх морфологічних характеристик, яка забезпечує системний підхід до проектування та оцінювання календарної продукції. Методика ґрунтується на структуризації ключових параметрів виробу – формату, конструкції, матеріалів, способів оздоблення, стилістики та дизайну – з урахуванням вимог ринку й цільової аудиторії. На основі аналізу ринкових аналогів визначено ключові параметри, що мають вирішальний вплив на споживчий вибір та формування конкурентних переваг.

Застосування розробленої методики дозволяє: обґрунтовано проектувати календарі з урахуванням вимог цільової аудиторії та ринкових тенденцій; оцінювати рівень конкурентоспроможності календарної продукції на етапі проектування; виявляти сильні та слабкі сторони існуючих зразків і формувати рекомендації щодо їх удосконалення; підвищувати якість, функціональність і естетичну привабливість календарів.

Розроблена методика може бути використана: – у діяльності поліграфічних і рекламно-виробничих підприємств під час проектування та оновлення асортименту календарної продукції;

– у роботі дизайнерів і маркетологів для формування конкурентоспроможних рішень;

– у наукових дослідженнях, пов'язаних з аналізом споживчих властивостей поліграфічної продукції та розробкою нових методів її оцінювання;

– при розробці корпоративних, рекламних і сувенірних календарів.

Розроблена процедура створення робочих концепцій різних типів настільних та настінних календарів за допомогою морфологічного аналізу з урахуванням вимог до матеріалів та технологій виготовлення календарів дозволяє підвищити естетичну привабливість, функціональність і споживчу цінність календарів, а також сформувати стійкі конкурентні переваги на етапі проектування. Використання якісних матеріалів і сучасних поліграфічних технологій друкування та обробки дозволило отримати конкурентоспроможну продукцію з оптимізованою собівартістю, що підтверджує висунуту в роботі гіпотезу щодо впливу сучасного дизайну та оздоблення на зростання попиту на календарну продукцію.

Результати проведеного соціологічного опитування підтверджують ефективність запропонованого підходу – більшість респондентів позитивно оцінили розроблені концепції календарної продукції з харківською тематикою. Розроблено макети календарів, присвячених Харкову з урахуванням як технологічних факторів, так і вподобань споживачів. Що забезпечує їх високу конкурентоспроможність. Представлені варіанти враховують як обрану концепцію, так і морфологічні характеристики календарів, визначені в процесі аналізу, зокрема дизайн, стиль, цільову аудиторію та додаткові елементи оздоблення.

Список літератури

1. Чеботарьова, І.Б., & Горлов, М.В. (2024). Класифікація і конструкція настільних календарів. *Поліграфічні, мультимедійні та web-технології*. Т. 2. (с. 67-71).
2. Чеботарьова, І.Б., & Цвігун, А.О. (2025). Сталий підхід у графічному дизайні: екологічні матеріали та етичне виробництво. *Поліграфічні, мультимедійні та web-технології*. Т. 2. (с. 79-82).
Науковий керівник: Чеботарьова І.Б.