

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»

Видавничо-поліграфічний інститут
Кафедра технології поліграфічного виробництва

До захисту допущено:

Завідувач кафедри

_____ Тетяна КИРИЧОК

«___» _____ 2021 р.

Дипломний проєкт

на здобуття ступеня бакалавра

за освітньо-професійною програмою

«Технології друкованих і електронних видань»

зі спеціальності 186 Видавництво та поліграфія

на тему: «Візитка барбершопу «Gentlemen's house» з розробкою конструкції,
технології виготовлення та Landing Page»

Виконала:

студентка IV курсу, групи СТ-71

Коваль Софія Іванівна

Керівник:

доцент, к.т.н., доцент Бараускене О.І.

Консультант з економічної частини:

к.е.н., ст. викладач кафедри МВПП Сірик М. В.

Рецензент:

доцент, к.т.н., доцент, Кохановський В.О.

Засвідчую, що у цьому дипломному
проєкті немає запозичень з праць інших
авторів без відповідних посилань.

Студентка _____

Київ – 2021 року

ВІДОМІСТЬ ДИПЛОМНОГО ПРОЄКТУ

№ з/п	Формат	Позначення	Найменування	Кількість листів	Примітка
1	A4		Завдання до дипломного проекту	1	
2	A4	ДП СТ-7114.00.000 ПЗ	Пояснювальна записка	78	
3	A1	ДП СТ-7114.01.000 ТК	Дизайн візитки, макет, розкладка на аркуші	1	
4	A1	ДП СТ-7114.02.000 ТК	Технологічна блок-схема та обґрунтування вибору устаткування	1	
5	A1	ДП СТ-7114.03.000 ТК	Алгоритм процесу додрукарської підготовки, циклограма технологічного процесу	1	
6	A1	ДП СТ-7114.04.000 ТК	План робочого місця додрукарської ділянки	1	
			ДП СТ-7114.00.000.00		
	ПІБ	Підп.			
Розробн.	Коваль С. І.		Відомість дипломного проекту	Аркуш	Аркушів
Керівн.	Бараускене О. І.			1	1
Консульт.	Сірик М. В.			КПІ ім. Ігоря Сікорського Каф. ТПВ Гр. СТ-71	
Н/контр.					
Зав. кафедри	Киричок Т. Ю.				

Пояснювальна записка
до дипломного проєкту

на тему: «Візитка барбершопу «Gentelmen's house» з розробкою
конструкції, технології виготовлення та Landing Page»

Київ – 2021 року

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Видавничо-поліграфічний інститут

Кафедра технології поліграфічного виробництва

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Спеціальність – 186 «Видавництво та поліграфія»

Освітньо-професійна програма: «Технології друкованих і електронних видань»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Тетяна КИРИЧОК

«___» _____ 2021 р.

ЗАВДАННЯ

на дипломний проект студентці

Коваль Софії Іванівні

1. Тема проекту «Візитка барбершопу «Gentelmen's house» з розробкою конструкції, технології виготовлення та Landing Page», керівник проекту Бараускене, доцент, к.т.н., затверджені наказом по університету від «21» травня 2021 р. № 1252-с
2. Термін подання студентом проекту 4 червня 2021 рік.
3. Вихідні дані до проекту: Візитка: формат аркушу, мм – 350x500 (B3), розмір візитки 50x90 мм, обсяг видання у фіз. друк. арк. 2. Наклад 1000 шт. Фарбовість 1+1. Спосіб оздоблення – вибіркове лакування.

Landing Page: мова розмітки – HTML, домен сайту, кегель для основного тексту та заголовків – 22 і 36 рх відповідно, формат зображень .jpeg.

4. Зміст пояснювальної записки: розробка дизайну та конструкції візитки та сайту; вибір додрукарського, друкарського та післядрукарського обладнання, блок схема виконання технологічних операцій; розрахунок витратних матеріалів; складання циклограми виготовлення видання; розробка маршрутно-технологічної карти; аналіз умов роботи на додрукарській ділянці, розробка алгоритму процесу додрукарської підготовки та проектування плану робочого місця. Проведення економічних розрахунків.

5. Завдання до дипломного проекту 1 аркуш, пояснювальна записка – 78, дизайн візитки, макет, розкладка на аркуші – 1, технологічна блок-схема та обґрунтування вибору устаткування – 1, алгоритм процесу додрукарської підготовки, циклограма технологічного процесу – 1, план робочого місця додрукарської ділянки– 1.

6. Консультанти розділів проекту

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Економічна частина	Кандидат економічних наук, старший викладач Сірик М.В.		

7. Дата видачі завдання 12 квітня 2021 року

Календарний план

№ з/п	Назва етапів виконання дипломного проекту	Термін виконання етапів проекту	Примітка
1.	Аналіз візиток та сайтів барбершопів	12.04.2021	виконала
2.	Обґрунтування пріоритетних напрямів розробки візитки та Landing Page	19.04.2021	виконала
3.	Розробка конструкції та дизайну, визначення технічних характеристик візитки та Landing Page	21.04.2021	виконала
4.	Вибір додрукарського, друкарського та післядрукарського обладнання	27.05.2021	виконала
5.	Вибір витратних матеріалів, розробка блок схеми, технологічні розрахунки, маршрутно-технологічна карта	01.05.2021	виконала
6.	Аналіз робочого місця додрукарського процесу, розробка алгоритму процесу	17.05.2021	виконала
7.	Проектування плану робочого місця	28.05.2021	виконала
8.	Економічні розрахунки	1.06.2021	виконала
9.	Оформлення пояснювальної записки і графічного матеріалу	03.06.2021	виконала
10.	Здача проекту на кафедру	04.06.2021	виконала

Студент

Софія КОВАЛЬ

(підпис)

Керівник проекту

Оксана БАРАУСКЕНЕ

(підпис)

РЕФЕРАТ

Дипломний проєкт на тему візитка барбершопу «Gentelmen's house» з розробкою конструкції, технології виготовлення та Landing Page» складається з вступу, чотирьох розділів, висновків до кожного з них, загальних висновків, списку літератури та додатків. Пояснювальна записка містить 76 сторінок, 31 таблицю, 25 рисунків, 13 використаних джерел та 1 додаток.

Мета дипломного проєкту – розробка найбільш доцільного технологічного процесу, що відповідає сучасним тенденціям розвитку поліграфічного виробництва і забезпечить випуск високоякісної візитки.

У дипломному проєкті розроблено конструкцію та дизайн для візитки та Landing Page, обрано устаткування для додрукарських, друкарських та післядрукарських процесів та витратні матеріали. Проаналізовано умови обслуговування робочого місця, запроектовано план робочого місця дільниці. Зроблено відповідні економічні розрахунки.

Ключові слова: ВІЗИТКА, LANDING PAGE, АКТУАЛЬНІСТЬ ЦИФРОВИЙ ДРУК, ЛАКУВАННЯ, ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ПРОЦЕС, ЦИКЛОГРАМА, СОБІВАРТІСТЬ.

SUMMARY

The diploma project on the topic "Barbershop business card "Gentlemen's house" with the development of design, manufacturing technology and Landing Page" is composed of the introduction, four chapters, conclusions to these chapters, general conclusions, the reference list and applications. The explanatory note contains 76 pages, 31 tables, 25 pictures, 13 references and 1 application.

The aim of the diploma project is the development of the most appropriate technological process that meets the current trends in the development of the printing industry and will ensure the production of high quality business cards.

The diploma project has developed the construction and design for the business card and Landing Page, the equipment for prepress, printing and postpress processes and cost materials. The conditions of the workplace maintenance are analyzed, the plan of the workplace of the pulpit is designed. The corresponding economical calculations were made.

Keywords: BUSINESS CARD, LANDING PAGE, RELEVANCE, DIGITAL PRINTING, VARNISHING, TECHNOLOGICAL PROCESS, CYCLOGRAM, PRODUCTION COST.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	11
РОЗДІЛ 1 КОНСТРУКТОРСЬКА ЧАСТИНА.....	12
1.1 Аналіз візиток.....	12
1.1.1 Аналіз видів візиток.....	12
1.1.2 Аналіз дизайну візиток.....	14
1.2 Аналіз веб-сайтів барбершопів.....	15
1.3 Обґрунтування пріоритетного напрямку розробки візитки.....	25
1.4 Обґрунтування пріоритетного напрямку розробки Landing Page.....	29
1.5 Розробка конструкції та дизайну.....	31
1.5.1 Розробка конструкції та дизайну для друкування візитки.....	31
1.5.2 Розробка конструкції та дизайну Landing Page.....	34
1.6 Технічні характеристики для виготовлення візитки.....	36
1.7 Технічні характеристики створення Landing Page.....	37
Висновки до першого розділу.....	38
РОЗДІЛ 2 ТЕХНОЛОГІЧНА ЧАСТИНА.....	39
2.1 Вибір додрукарського обладнання.....	39
2.2 Вибір друкарського обладнання.....	39
2.3 Вибір післядрукарського обладнання	41
2.4 Вибір основних і допоміжних витратних матеріалів	45
2.5 Блок-схема технологічного процесу виготовлення візитки.....	46
2.6 Технологічні розрахунки.....	48
2.6.1 Розрахунок кількості витратних матеріалів.....	48
2.6.2 Циклограма виконання технологічного процесу виготовлення візитки.....	49
2.7 Маршрутно-технологічна карта	51
Висновки до другого розділу.....	53

РОЗДІЛ 3 ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОЧОГО МІСЦЯ ДОДРУКАРСЬКОГО ПРОЦЕСУ.....	54
3.1 Аналіз умов обслуговування робочого місця	54
3.2 Розробка алгоритму процесу додрукарської підготовки видання	56
3.3 Проектування плану робочого місця	59
Висновки до третього розділу.....	60
РОЗДІЛ 4 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА.....	61
4.1 Обсяги виробництва технологічних операцій	61
4.2 Собівартість продукції.....	61
4.3 Витрати на амортизацію устаткування та транспортних засобів.....	62
4.4 Витрати на поточний ремонт.....	63
4.5 Розрахунок повної собівартості продукції.....	63
4.6 Зведення економічних показників	64
Висновки до четвертого розділу.....	64
ВИСНОВКИ.....	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	66
Додаток А.....	68

ВСТУП

Історія походження візиток, як одного з найбільш відомих різновидів друкованої продукції цілком не вивчена, в тому числі невідомо, коли точно виникли перші їх приклади. У Західній Європі вони поширені з більш ранніх пір, ніж на території нашої держави. Є навіть думка, що візитка могла бути істотно трансформованою гральною картою з видозміненими функціями. Безумовно, в той час, ця картка використовувалася не так легко, як це відбувається зараз, тоді були жорсткі правила щодо використання візиток. На даний момент ситуація достатньо змінилась [1].

Кожного року з'являється безліч різних магазинів, ресторанів, підприємств, людей, які продають свої послуги – загалом сучасний бізнес, який важко уявити без візитки. Вона дозволяє не тільки обмінюватись контактами з майбутніми партнерами, але й складає перше враження про вашу організацію.

На теоретичному рівні вести бізнес і не володіти візитною карткою абсолютно можливо. Однак це не надто добре позначиться на репутації компанії. Прийшовши на ділову зустріч, стане незручно у випадку, якщо партнер дасть власну візитку, а взамін нічого не отримає. Безумовно, можна відзначити, що візитки зараз друкуються, однак уявлення про організацію вже стане складено. Спостерігаючи новітні інновації, з якими ми перейшли у нове століття електроніки, візитки не тільки продовжують існувати, але й демонструють ознаки перспективності та спроможності компанії, які вони представляють [2].

Отже, мета і завдання дипломного проекту – розробка найбільш доцільного технологічного процесу, що відповідає сучасним тенденціям розвитку поліграфічного виробництва і забезпечить випуск високоякісної візитки.

РОЗДІЛ 1 КОНСТРУКТОРСЬКА ЧАСТИНА

1.1 Аналіз візиток

1.1.1 Аналіз видів візиток

Загальносвітова практика має досвід застосування різноманітних видів візиток, які різняться функціональним призначенням. Існують різні види візиток:

– стандартна візитка застосовується при першому знайомстві, яке гарантує подальші відносини. Візитка повідомляє про прізвище, ім'я, по батькові (ПІБ), посаду, найменування підприємства, контакти. Існує два головних види візиток - ділові і персональні, а також багато різних похідних від них;

– ділові візитки - один із значущих елементів фірмового стилю компанії. Для збереження хорошого авторитету компанії всі співробітники зобов'язані мати службові візитки. Вони повинні бути всі в одному стилі. Невід'ємною вимогою є те, що відтінки на візитках повинні бути регламентовані та дотримані. Є 2 види ділових візиток - представницька і візитка компанії:

1) представницька - це візитка, яка застосовується у випадках, коли етикет зобов'язує вручення візитки, але власник не планує продовжувати спілкування. На візитці написано назву компанії, посаду, повне ім'я. Але не містить контактну інформацію. Нерідко на таких візитках пишуть посилання на сайт. Таку візитку можна задіяти при передачі сувенірного презенту добре знайомої людини, яка знає ваші контакти;

2) візитна картка компанії або організації має повні контакти, назву цієї фірми, факс. Вручається ймовірним спонсорам перед початком партнерських зустрічей. Прийняти візитку – це дати можливість опонентові скористатися вказаною інформацією з 9:00 до 19:00. Якщо вам дають таку картку, потрібно дотримуватися правил ввічливості, і не просити особистих контактів людини. Також їх можна залишати секретарям, для того щоб не допустити помилки при

оформленні документів. Представницькі картки також кладуть в букети з квітами;

- при здійсненні великих заходів керівники закупають великі візитні картки і вказують на них ім'я та прізвище учасника, його обов'язки, яку фірму він представляє. Візитку підчіплюють на лівій частині грудей і надягають виключно в місці проведення заходу. Скоріше за все, бейдж - єдина картка, на якій можна поруч з іменем людини поставити її фотокартку; на інших візитках це зайве;

- CD-картки - це ще один з видів візиток. Реклама – це ще одна функція, яку вони здійснюють. Це простий диск, на який треба записати чимало сторінок тексту, відображень, діаграм, а ще музику і мультиплікацію. CD-картки застосовуються для презентацій на прес-конференціях. До речі, якщо взяти туристичні компанії, то вони застосовують їх як буклети турів, економічні компанії і банки – як корисний бонус до пакету послуг, маркетингові агентства - як резюме цікавих робіт;

- візитки творчих людей сильно відрізняються, від усіх інших. Їх головна мета - бути не схожими на інші за допомогою неординарних розмірів і матеріалів візитки. Їх часто конструюють рекламні або дизайнерські агентства. Саме такі картки відмінно запам'ятовуються;

- персональні картки нерідко містять прізвище власника, а ще, будь-яку допоміжну інформацію (номер, пошту, мобільний номеру, статус). Посли обмінюються аналогічними візитками під час неофіційних приїздів, акцентуючи на тому, що вони висуваються як приватні особи. У бізнесі персональні картки застосовуються і на офіційних аудієнціях, під час обмірковування умов роботи, альтернатив взаємообміну співробітників між компаніями;

- для дослідницьких і творчих співробітників, які найчастіше працюють не в офісі а вдома, розглядаються візитки, на яких поруч зі службовими контактами вказуються сімейні координати;

- візитки для неофіційних мотивів повідомляють тільки про ПІБ і місце проживання. Таку картку частіше презентують дівчатам;

– рекламні картки-флаєра. У перекладі з англійської «Fly» - мчати. Це більш-менш розумно, оскільки призначення флаєра-візитки - опанувати увагою майбутнього клієнта, надати інформацію про заплановану подію. Керівники різних компаній (частіше модних вечірок) роздають усім перехожим. Досить часто вони вміщують інформацію про бонуси та призи, які може отримати людина, що має при собі цей флаєр.

У методиці партнерських взаємин існує велике число візиток, які відрізняються від вищеперелічених і використовуються поза бізнесом. До речі, це візитки публіцистів чи соціології, церкви. Їх розмір, гарнітура, гладкість та колір паперу не регламентовані якимись правилами, тому можуть мати будь який колір, різні нестандартні шрифти, та бути різної форми [3].

1.1.2. Аналіз дизайну візиток

Дизайн візиток, певно, ще вибагливіший. Його характер залежить передусім від типу візитки. Особиста або родинна візитна картка має бути неофіційною, правила її розробки не такі суворі, як принципи дизайну ділової візитки. Це ж, хоча і з певним застереженням, можна сказати і про комбіновані візитки. А саме ділова візитка має відповідати всім вимогам ділового стилю, відхиляючись від них лише настільки, наскільки це обумовлює специфіка локальних традицій, загальна культура поліграфічної продукції [4].

Передусім, візитка будь-якого типу повинна мати усталені розміри, прийняті в переважній більшості країн. Звичайно вони складають 50х90 мм (у США дещо інакше – 51х89мм), у деяких країнах жіночі картки трохи менші – 45х85 мм (крім Великої Британії, де відбувається навпаки – там картки жінок за розміром більші за чоловічі), а картки молодих дівчат ще менші – 35х80 мм. Бувають візитки, які роблять у вигляді своєрідних книжечок, тоді вони у складеному вигляді мають інші розміри. Від цих параметрів відступати не бажано.

Кути візиток інколи заокруглюють. Цього робити не слід, бо такі візитки сприймаються як прояв несмаку або ж гірше – дурного тону. Візитка може бути

як горизонтальною, так і вертикальною, хоча перший різновид більш поширений. Але площа кожної картки, на якій можна розташовувати текстові блоки та якісь зображення, менша, бо візитка повинна мати відступи однакові з усіх боків (5 мм), на які не можна поміщати жодної літери навіть у тих випадках, коли основного місця не вистачає. Краще використовувати менший кегль, робити меншими за розміром декоративні елементи, але не займати поля.

Поряд із фактурою та кольором тла візитки головну роль відіграють основні елементи її дизайну – шрифт і логотип. Загальний стиль картки залежить саме від її професійно розробленої композиції, грамотно підбраного шрифту, а головне – від того, наскільки органічно будуть співіснувати всі ці компоненти. Потрібно звертати увагу на те, щоб усе трималося в єдиному стилі, щоб фактура паперу, його колір відповідав правильно підбраному шрифту, щоб у загальну композиційну схему вправно було вписано логотип, який має поставити композиційну крапку над “і”, нарешті, щоб усе це стилістично відповідало характеру, віку, статі та роду професійної діяльності замовника [5].

1.2 Аналіз веб-сайтів барбершопів

На сьогоднішній день практично кожна організація має власний веб-сайт. В умовах використання сучасних інформаційних технологій – це необхідний чинник існування, що дозволяє розширити поле рекламної діяльності і привернути тим самим додаткових клієнтів.

Розглянемо декілька варіантів сайтів барбершопів. На рис. 1.1 зображено сайт «Хоттабыч» [6].

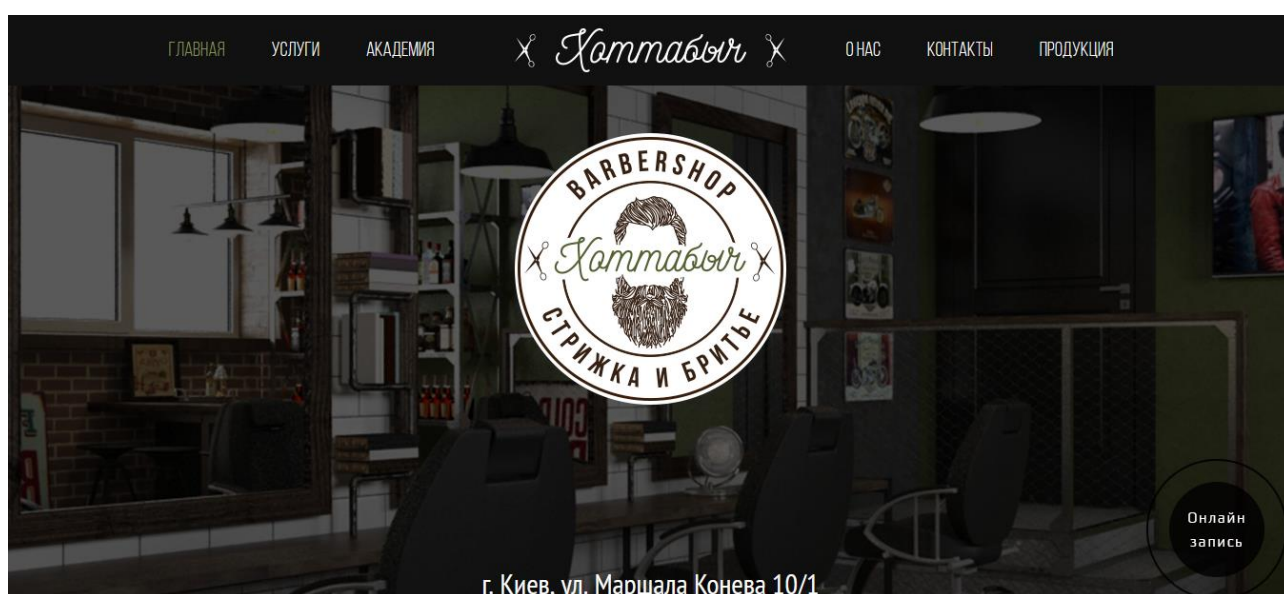
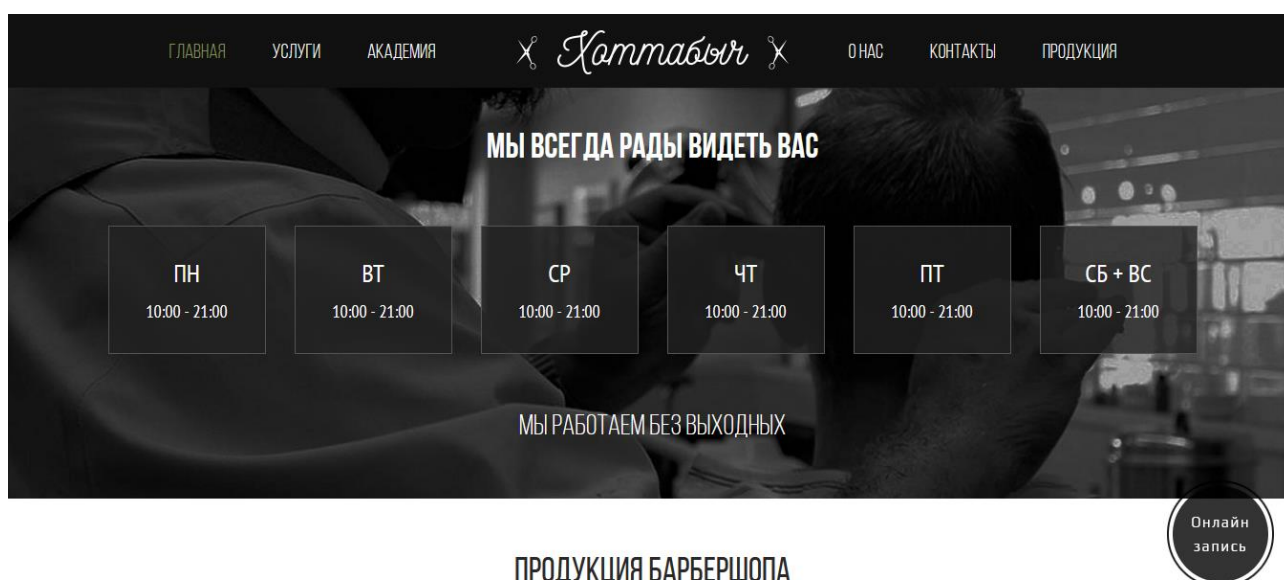
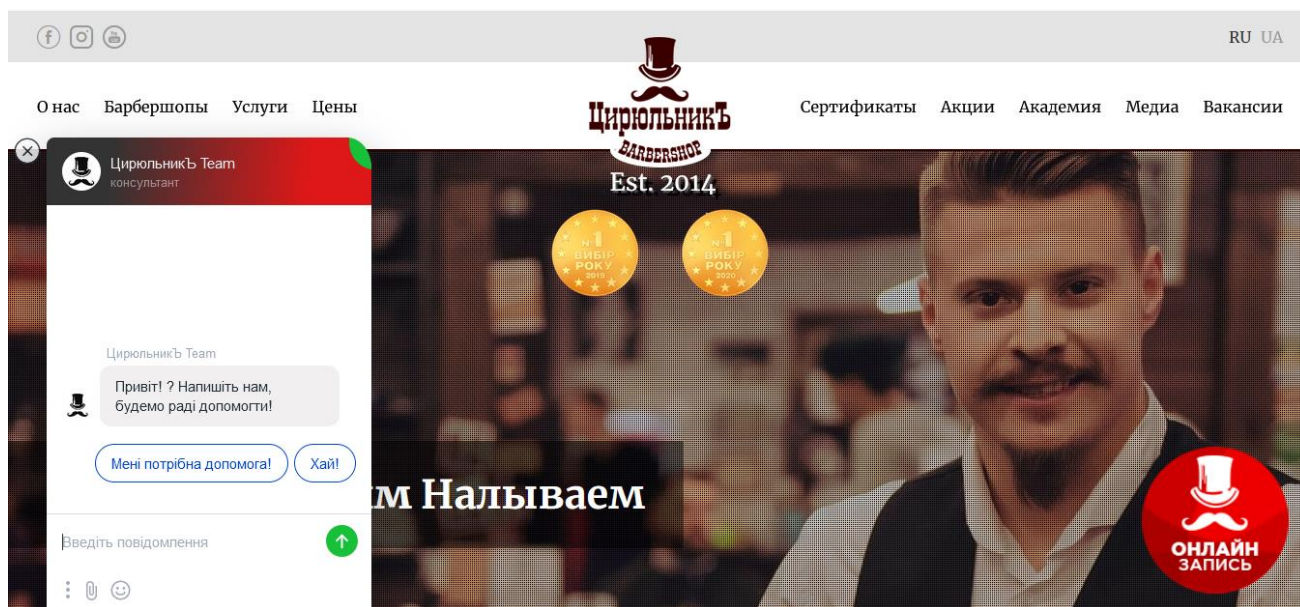


Рисунок 1.1 – Огляд веб-сайту «Хоттабыч»

Сайт достатньо стильно виглядає за рахунок чорно-білого оформлення. Вся інформація структурована, слова читабельні, шрифти підібрані вірно і все зрозуміло. Помітних недоліків на цьому сайті не виявлено.

На рис. 1.2 зображено сайт «Цирюльник» [7].



%MINIFYHTML3790d75e1a463d222f938fd46828af1c7%

ЦирюльникЪ — 21 барбершоп в Киеве и области.

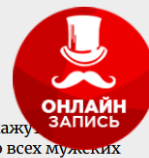
«ЦирюльникЪ Barbershop» — **собственная сеть мужских парикмахерских** старой, традиционной школы. Филиалы работают в таких городах: Киев и **Бровары**. В нашем штате более 100 барберов. Стригут во всей сети только мужчины. Каждый барбершоп имеет аутентичный, присущий только нам стиль и собственную атмосферу. Гостей в ЦирюльникЪ ждут угощения от бара: Hankey Bannister, пиво и другие напитки на выбор. В парикмахерских оборудованы удобные зоны отдыха: диваны, телевизоры, игровые приставки, настольные игры. С особой тщательностью мы выбираем музыкальное сопровождение. У нас гости не только стригутся, но и **отдыхают**.

Мужская парикмахерская ЦирюльникЪ и наши услуги:

Каждый из наших мастеров обладает талантом, прошел специальное обучение и имеет исключительно положительный опыт в собственной сфере. Качество выполнения работ вас приятно удивит будь то мужская стрижка или стрижка бороды. Полный перечень услуг:

- Мужская стрижка,
- Детская стрижка,
- Укладка,
- Бритье головы,
- Стрижка бороды,
- Королевское бритье опасной бритвой,
- Моделирование бороды,
- Камуфляж седины (камуфлирование бороды и головы),
- Массаж,
- Маникюр и педикюр.

Кроме представленных услуг, мастера **помогут** подобрать форму бороды или прическу, посоветуют косметическое средство и расскажут о том, что стрижки и бритье должны быть доступны, мы сохраняем приемлемые цены. Во всех мужских парикмахерских ЦирюльникЪ средства по уходу за бородой и волосами от производителей с мировым именем.



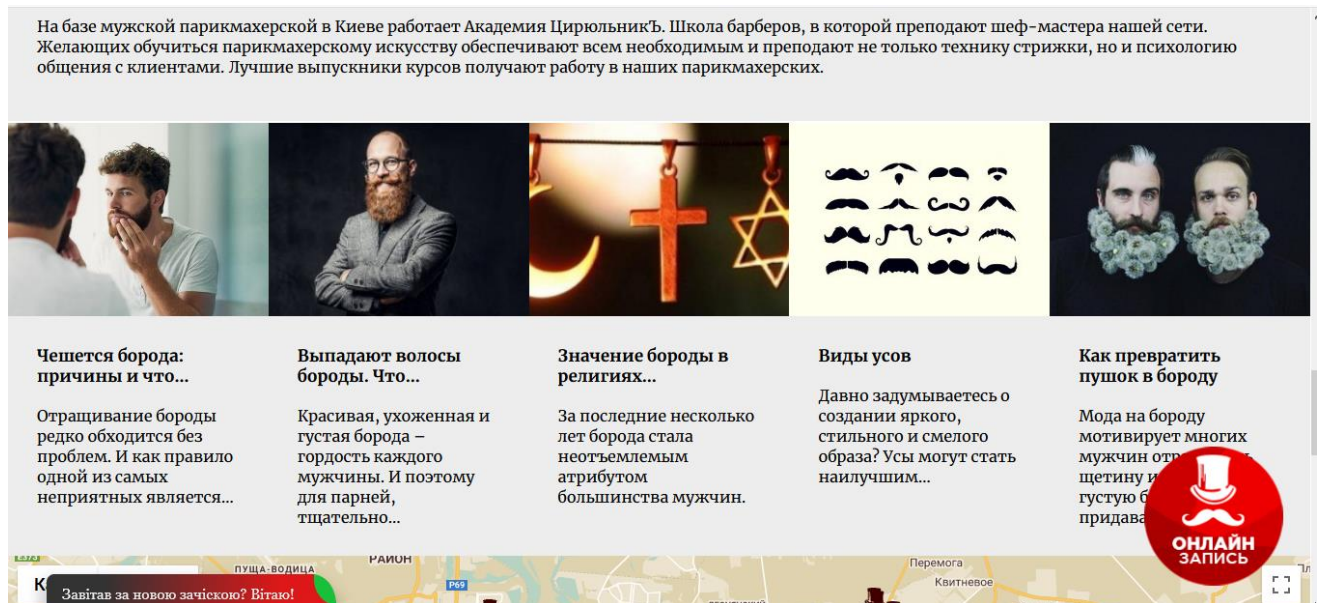
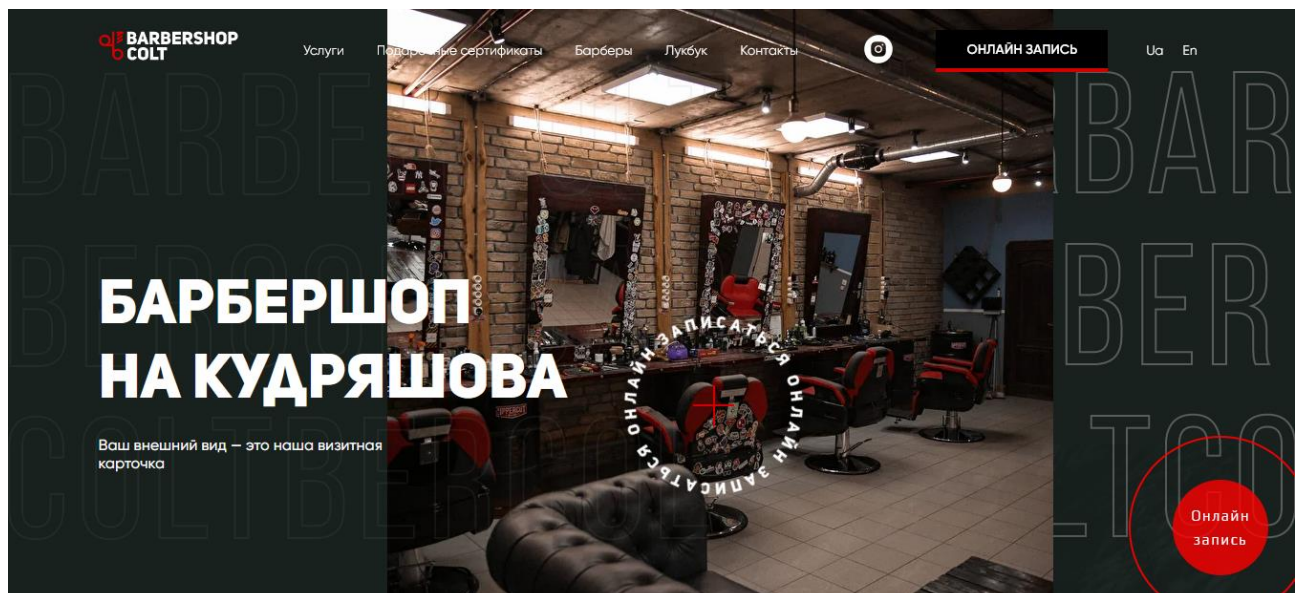


Рисунок 1.2 – Огляд веб-сайту «Цирюльник»

На сайті невірно підібрані шрифти, відступи та міжрядкові інтервали. Текст зливається, і стає нечитабельним. Верстка також недопрацьована, картинки не стилізовані під сайт. На деяких рядках зустрічаються помилки як в словах так і в мові розмітці.

На рис. 1.3 зображено сайт «Barbershop Colt» [8].



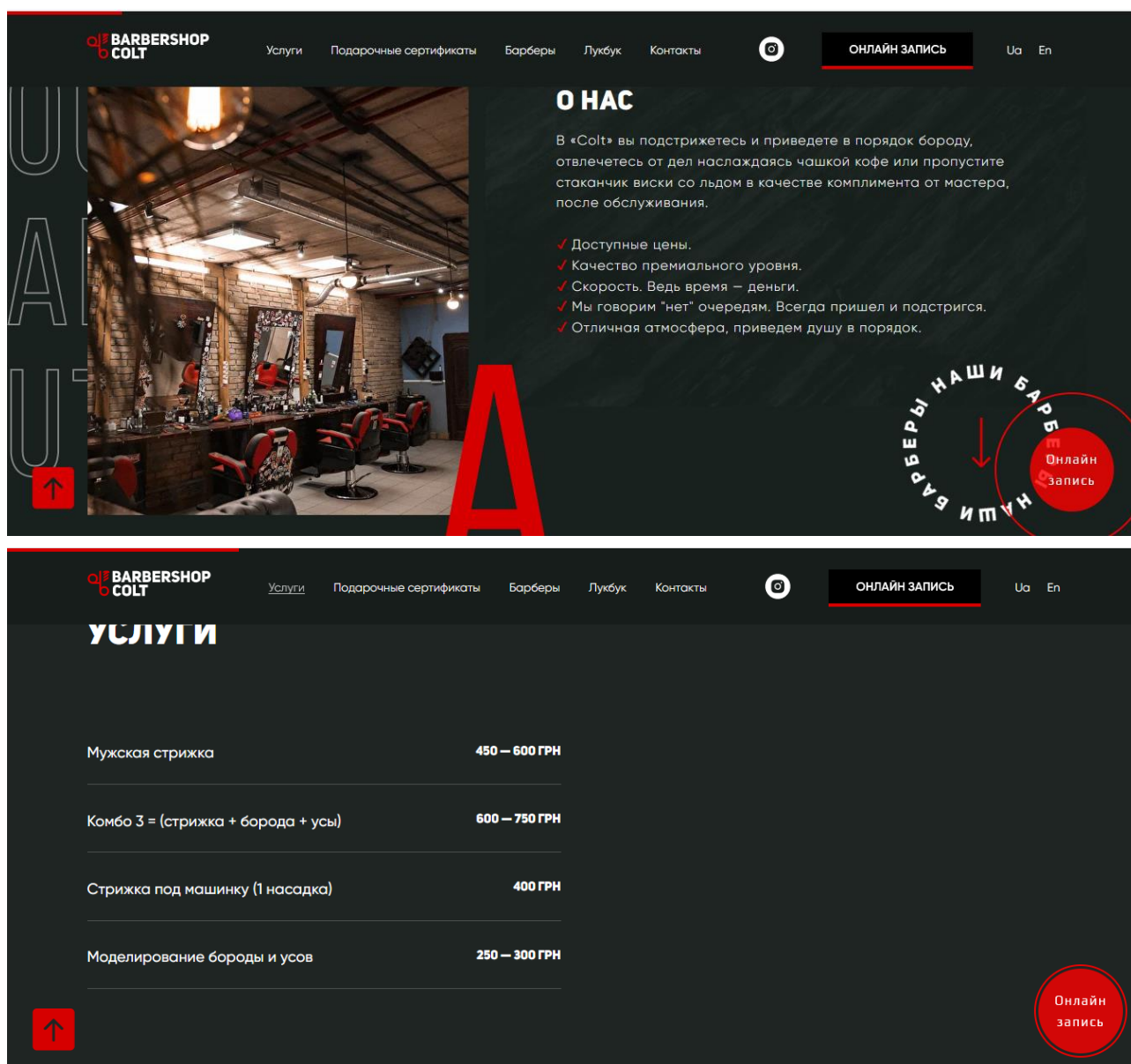


Рисунок 1.3 – Огляд веб-сайту «Barbershop Colt»

Сайт візуально гарно виглядає, основні кольори – білий, чорний і червоний. Шрифти підібрані правильно, інформація зрозуміла, її легко знайти на сайті. Можливо, можна було б краще попрацювати над версткою, або над швидкістю анімації, бо іноді інформація «губиться».

На рис. 1.4 зображено сайт «Sheriff» [9].



SHERIFF
BARBERSHOP

SHERIFF - первый Барбершоп
в Киеве на Оболони

проспект Героев Сталинграда, 49

Онлайн запись

+38 097 004 07 04

+380 99 004 07 04

Instagram icon Facebook icon

Прайс-лист

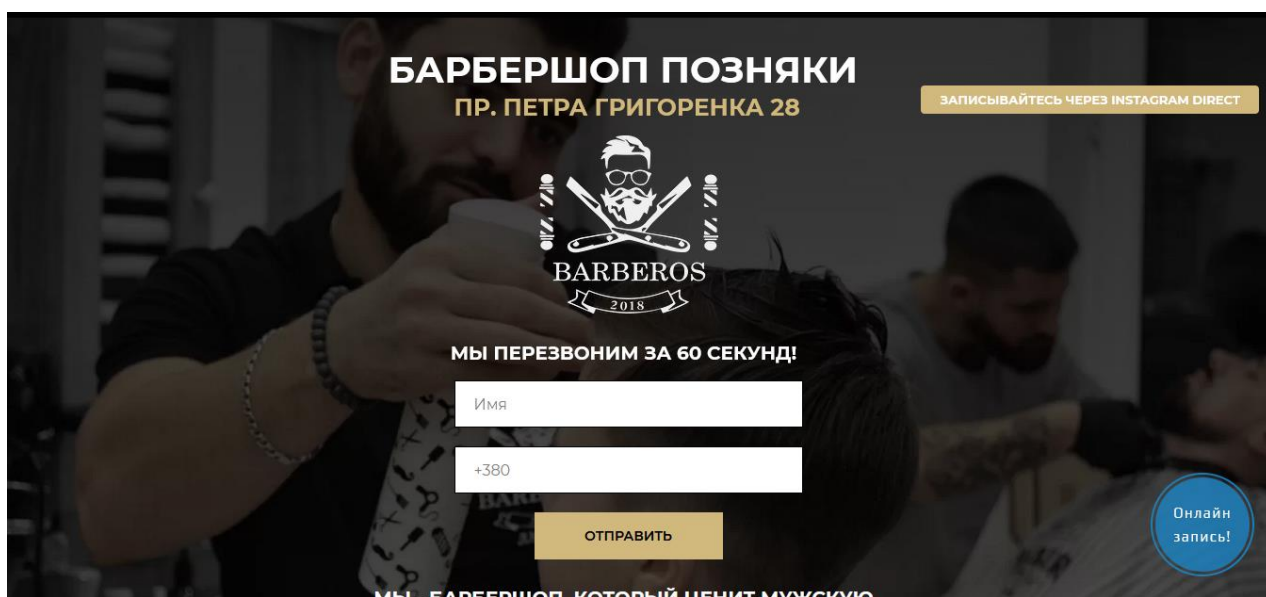
Онлайн запись

Прайс-лист	
УСЛУГА	СТОИМОСТЬ
Мужская стрижка	400 €
Детская стрижка (до 12 лет)	300 €
Стрижка машинкой	250 €
Стрижка усов	100 €
Моделирование бороды	250 €
Мужская стрижка и моделирование бороды	650 €
Королевское бритье	350 €
Укладка	100 €
Камуфлирование седины	400 €
Hair tattoo	100 €

Рисунок 1.4 – Огляд веб-сайту «Sheriff»

Сайт створено у чорно-білому стилі. Відкриваючи посилання, перше, що ми бачимо – назву сайту та район, в якому знаходиться цей барбершоп та чоловіка, що рухається за допомогою анімації. Контактна інформація висвітлена нечітко, адже номери телефонів «губляться», на них немає акценту (хоча це важлива інформація для відвідувачів сайту). Таким чином верстка зроблена некоректно, шрифт задрібний.

На рис. 1.5 зображено сайт «Barberos» [10].



НАШИ БАРБЕРЫ

ЗАПИСЫВАЙТЕСЬ ЧЕРЕЗ INSTAGRAM DIRECT



Сафар
Барбер



Элшан
Барбер



Николай
Барбер



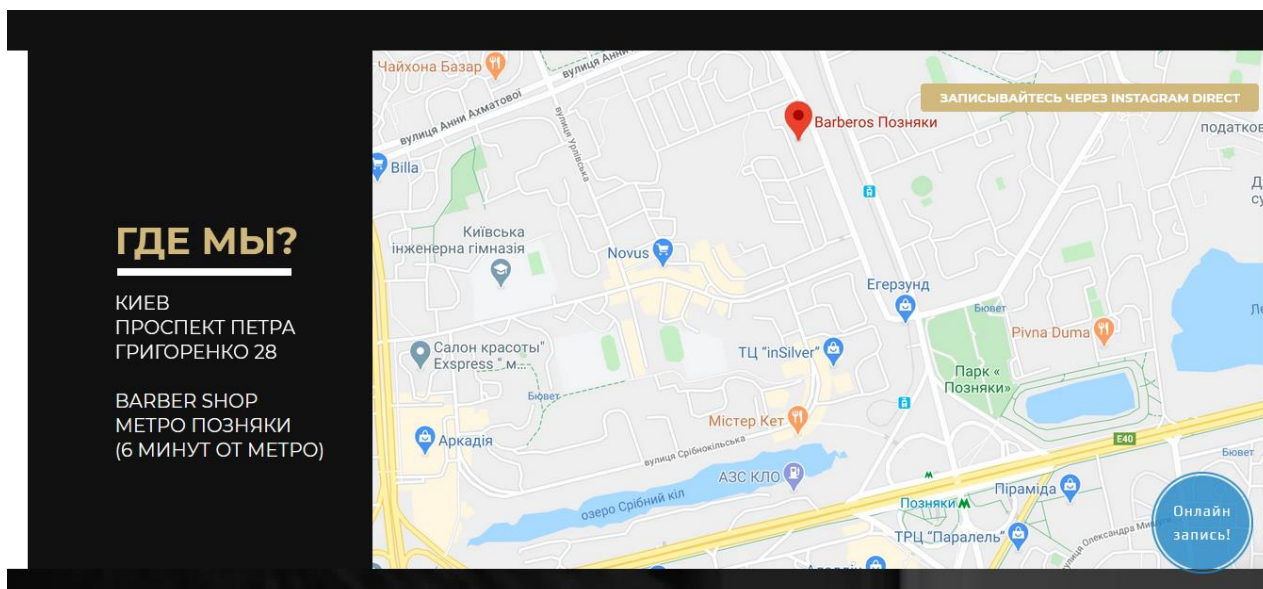
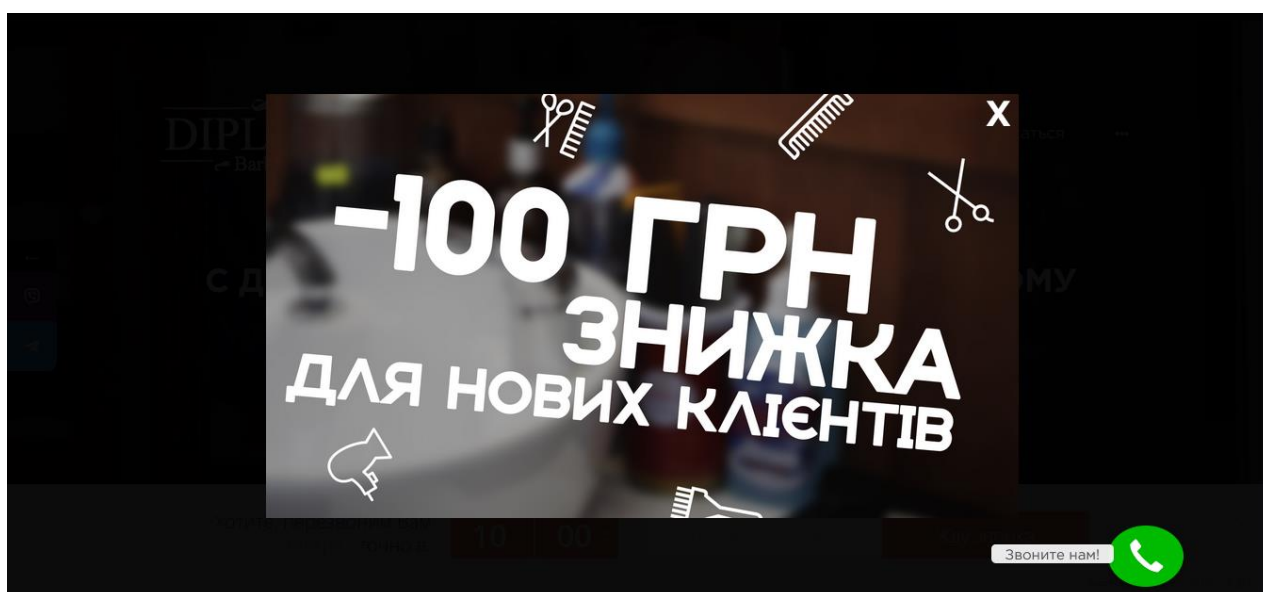


Рисунок 1.5 – Огляд веб-сайту «Barberos»

Сайт зроблено якісно та стильно. Відразу ж, при переході на сайт, бачимо таку опцію, як 3Д тур, натиснувши на неї візуально можемо оцінити атмосферу у барбершопі. Кольорова гама – темні кольори, які гарно поєднані один з одним. Постійно присутня активна кнопка «Запис через Інстаграм», це є актуально і корисно, адже платформа Інстаграм зараз дуже активна та користується попитом, особливо у молоді. Інформація подана чітко, структуровано, шрифти підібрані вдало, текст читабельний.

На рис. 1.6 зображено сайт «Дипломат» [11].



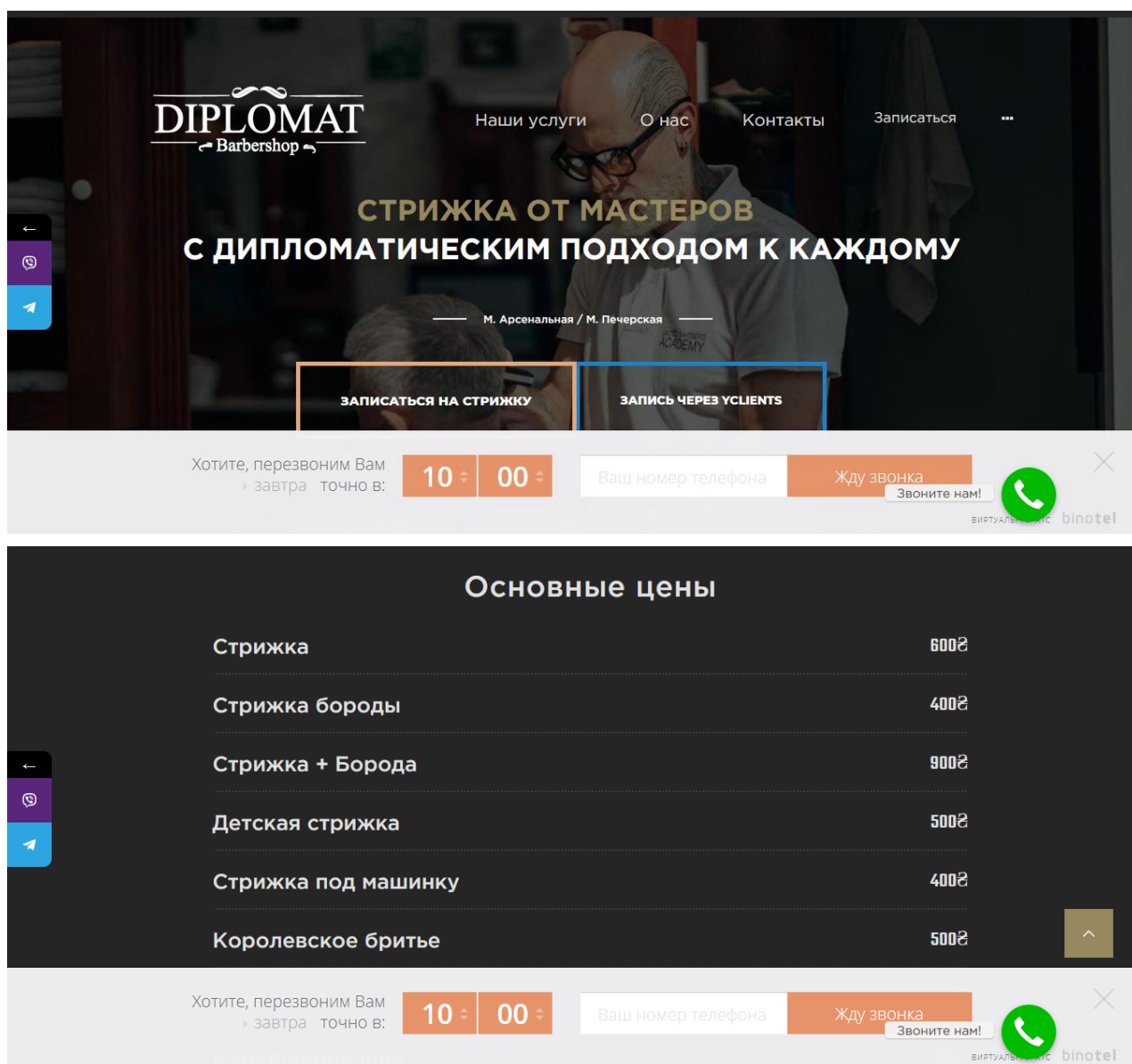


Рисунок 1.6 – Огляд веб-сайту «Дипломат»

Одразу ж при переході на сайті впливає віконце «-100 грн знижка для нових клієнтів» - це непоганий рекламний хід для заохочення нових клієнтів. Сайт стильний у витриманих кольорах. Текст читабельний. Але постійне плаваюче віконце внизу сторінки зашироке, і коли ознайомлюєшся з інформацією на сайті, його хочеться закрити. Отже його можна було б зробити вужчим, або розмістити в іншому місці.

Проаналізувавши існуючі сайти барбершопів, умовно можна виділити п'ять стильових рішень, які відповідно відображаються в оформленні сайту:

1) вінтажний (вміле поєднання старовини і сучасних деталей обстановки);

- 2) класичний (витримана колірна гама, використання дорогих оздоблювальних матеріалів і меблів);
- 3) лофт (просторе приміщення з високими стелями);
- 4) сучасний (прямі лінії, мінімальна кількість декору і аксесуарів, природне світло);
- 5) хіпстер-стиль (незвичайні елементи декору, сучасна техніка).

Однозначно кожен із представлених варіантів мають право на існування та при вірному оформленні сайтів кожен із представлених можуть заохочувати клієнтів своєю унікальністю.

Якщо говорити про тренди в дизайні сайтів барбершопів, то можна виділити декілька головних:

- темні благородні кольори максимально нейтральні і не викликають зайвих асоціацій, тому ідеальні для створення чоловічого простору як в реальності, так і в інтернеті;
- виразна типографіка (шрифти), кожне рішення в якій здатне донести думки і викликати асоціації не гірше фотографій;
- розкладка з ламаною «сіткою» - з накладенням картинок і тексту один на одного здатна створити унікальний експериментальний дизайн;
- монохромні іконки. Невелике заповнення варіаціями одного кольору зробить іконку візуально привабливою, а не тільки інформативною, і вміє її в загальний дизайн;
- негативний простір для створення мінімалістичного стилю. Виглядає особливо насичено при наповненні вільного поля яскравими квітами, геометричними фігурами та візерунками;
- елементи з вбудованою анімацією ненав'язливо допомагають користувачеві в процесі перегляду сайту. Вони прикрашають очікування повного завантаження контенту і проявляються при взаємодії з елементами на сторінці (наприклад, при скролінгу або наведенні фокусу на певний блок);

Таблиця 1.2 — Експертне опитування респондента Кириченко Ірини

X_i	Ч	З	О	Я	Д	І	ВН	Σa_j	Вага параметру
Ч	1	1,5	1,5	1,5	0,5	0,5	1,5	8	0,163
З	0,5	1	1,5	1,5	1	1,5	1,5	8,5	0,173
О	0,5	0,5	1	1,5	0,5	0,5	1,5	6	0,122
Я	0,5	0,5	0,5	1	1	1,5	1,5	6,5	0,133
Д	1,5	1	1,5	1	1	0,5	1,5	8	0,163
І	1,5	0,5	1,5	0,5	1,5	1	1,5	8	0,163
ВН	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	1	4	0,092
Σa_i								49	1,000

Таблиця 1.3 — Експертне опитування респондента Багрій Юлії

X_i	Ч	З	О	Я	Д	І	ВН	Σa_j	Вага параметру
Ч	1	1,5	0,5	0,5	1,5	0,5	1,5	7	0,143
З	0,5	1	0,5	0,5	0,5	0,5	1,5	5	0,102
О	1,5	1,5	1	1,5	0,5	1,5	1,5	9	0,184
Я	1,5	1,5	0,5	1	1,5	1,5	1,5	9	0,184
Д	0,5	1,5	1,5	0,5	1	1,5	1,5	8	0,163
І	1,5	1,5	0,5	0,5	0,5	1	1,5	7	0,143
ВН	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	1	4	0,082
Σa_i								49	1,000

Таблиця 1.4 — Експертне опитування респондента Дем'яненка

Костянтина

X_i	Ч	З	О	Я	Д	І	ВН	Σa_j	Вага параметру
Ч	1	1,5	0,5	1,5	1,5	0,5	1,5	8	0,163
З	0,5	1	0,5	0,5	0,5	0,5	1,5	5	0,102
О	1,5	1,5	1	0,5	1,5	1,5	1,5	9	0,184
Я	0,5	1,5	1,5	1	1,5	1,5	1,5	9	0,184

Для точності результатів побудовано діаграму Парето (рис. 1. 7), де стовпчиками та кумулятивною кривою демонструється визначена вага параметрів.

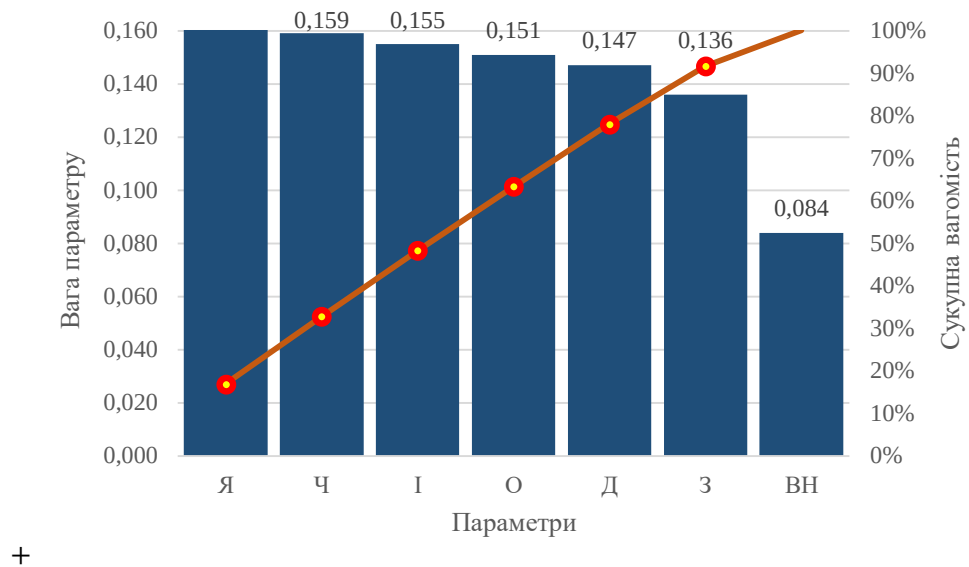


Рисунок 1.7 – Діаграма Парето для візитки

Отже, з діаграми Парето видно, що найважливішим параметром є якість, адже візитка – це обличчя компанії, і воно повинно виглядати відповідно, адже якісно оформлена продукція приваблює споживача. На другому місці одночасно два параметра читабельність та інформативність. Інформація має бути зрозуміла і читабельна кожному потенційному споживачу, і звісно ж, нести якийсь сенс. На третій позиції знаходиться дизайн та естетичність. Особливий підхід до створення композиції надає відмінних рис, і дозволяє вирізнити вас серед конкурентів на ринку. На четвертому місці – довговічність у користуванні, даний параметр прямопропорційно пов'язаний із якістю виготовлення продукції. Безперечно після того, як візитка побуває у гаманці чи кишені, вона все одно повинна мати достойний вигляд. З невеликим відривом п'яте місце займає зручність конструкції при експлуатації, тобто візитка не має викликати труднощів при експлуатації, бути зручною. І на останньому місці доцільність для великих накладів. Дійсно, візитки – це продукція, для якої нехарактерні великі

наклади, адже дизайн, вміст інформації та конструкція можуть змінюватись відповідно до інших чинників.

1.4 Обґрунтування пріоритетного напрямку розробки Landing Page

Для визначення пріоритетних напрямків для створення односторінкового сайту було застосовано метод експертних оцінок [12]. Визначено наступні параметри оцінки:

- дизайн (Д);
- зручність навігації (Н);
- читабельність (Ч);
- інформативність (ІФ);
- інтерактивність (ІН);
- швидкість завантаження сторінки (Ш).

В табл. 1.7 представлена сумарна матриця експертних опитувань тих же респондентів, які брали участь у визначенні пріоритетних параметрів для візитки.

Таблиця 1.7 — Сумарна таблиця експертних опитувань для сайту

X_i	ІФ	ІН	Ч	Д	Н	Ш	Σa_j	Вага параметру
ІФ	5,0	4,5	5,5	4,0	4,5	7,0	30,5	0,169
ІН	5,5	5,0	2,5	5,0	4,5	4,0	26,5	0,147
Ч	4,5	7,5	5,0	6,5	4,0	5,0	32,5	1,181
Д	6,0	5,0	3,5	5,0	4,0	4,5	28	0,155
Н	5,5	5,5	6,0	6,0	5,0	6,5	34,5	0,192
Ш	3,0	6,0	5,0	5,5	3,5	5,0	28	0,155
Σa_i							180	1,000

Для точності результатів побудовано діаграму Парето (рис. 1. 8), де стовпчиками та кумулятивною кривою демонструється визначена вага параметрів.

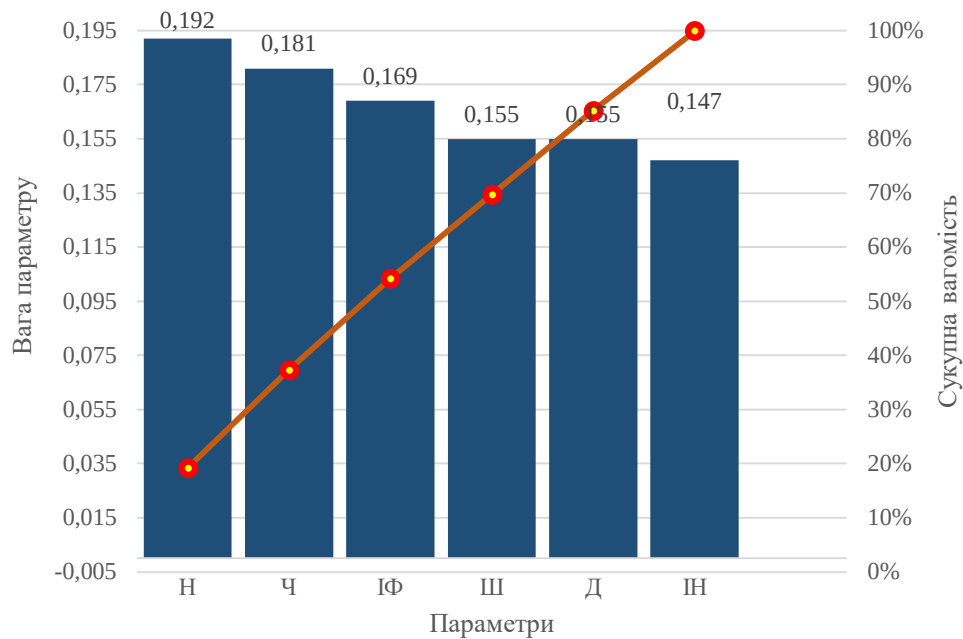


Рисунок 1.8 – Діаграма Парето для створення Landing Page

Отже, з діаграми Парето видно, що найважливішим параметром є зручність навігації, адже в першу чергу сайт – це зручність та доступність пошуку певної інформації. Якщо ми переходимо на сайт і не розуміємо що там, або інформація розташована незрозумілим чином, ми відразу переходимо на інший сайт. На другому місці – читабельність. Шрифти та їх розмір мають бути підібрано відповідно, адже слова мають бути читабельні та зрозумілі. Далі параметр інформативність, що є немаловажливим фактором, адже головна задача сайту – надати потрібну інформацію. Наступні два параметри однакові по своїй вагомості – це швидкість завантаження сторінки та дизайн. Приємно, коли сайт естетично красивий, структурований та відповідає тематиці запиту. Водночас коли сайт «літає» і швидко завантажує нам потрібну інформацію – це теж важливо. На останньому місці інтерактивність – це додатковий параметр, який додає сайту певної оригінальності, але зробити якісний структурований сайт можна без цього параметру.

1.5 Розробка конструкції та дизайну

1.5.1 Розробка конструкції та дизайну для друкування візитки

Візитка «Gentelmen's house» проектується для барбершопу, тому повинна виглядати стильно і мінімалістично. Для цього основний колір візитки обрано білим, друк буде чорною фарбою. Макет візитки зображено на рис. 1. 9.



Рисунок 1.9 – Макет візитки «Gentelmen's house»

Водночас, візитка повинна зацікавити клієнта у послугах, переконати що саме це місце ідеальне для його догляду, та, в ідеалі, зробити так, щоб потенційний клієнт її не викинув, а зберіг на довший час. Для цього наша візитка буде виконувати функцію картки клієнта. На рис. 1.10 зображений графічний елемент нашої візитки (у масштабі та кольором), який в подальшому буде змінювати свій вигляд.



Рисунок 1.10 —Графічні елементи візитки для плотерної порізки

Кожен предмет, який зображений в квадратику буде вирізаний. Суть у тому, для того, щоб мати гарну доглянуту бороду потрібно в середньому 5 відвідувань (5 іконок) до барбершопу. Тобто цей елемент, зображений на рис. 4 зображає процес перетворення людини, яка прийшла в капелюсі (можливо яка до цього не відвідувала подібні заклади) до стильної людини з гарною бородою. Кожне відвідування адміністратор барбершопу буде відрізати один елемент, а коли відріже останній – клієнт отримає карту постійного клієнта, яка надає йому постійну знижку 5% на послуги.

Мабуть, до п'ятого сеансу клієнту звичайна візитка уже не знадобилась би, але за рахунок заохочуючої знижки клієнт, ймовірно, її збереже.

У візитівці використана одна гарнітура і дві величини кеглю.

Гарнітуру для назви барбершопу, його опису та контактів обрано Montserrat – шрифт без засічок, стильно вписується в «чоловічий» стиль візитки (рис. 1. 11).

Назва виконана напівжирним накресленням, кеглем 15,2 пунктів. Основний текст такою ж гарнітурою, звичайним накресленням кеглем 5,7 пунктів.

GENTLEMEN'S HOUSE

BARBERSHOP - IS A LIFE STYLE

+38 066 765 29 39
GENTLEMENSHOUSE.COM

KIEV
TARAS SHEVCHENKO BOULEVARD, 11

Рисунок 1.11 – Гарнітура візитки

Макет візитки та розкладку на аркуші зображено на рис. 1.12 та 1.13 відповідно.

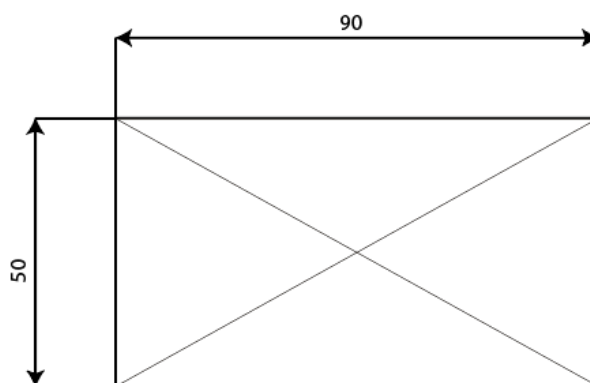


Рисунок 1.12 – Макет візитки

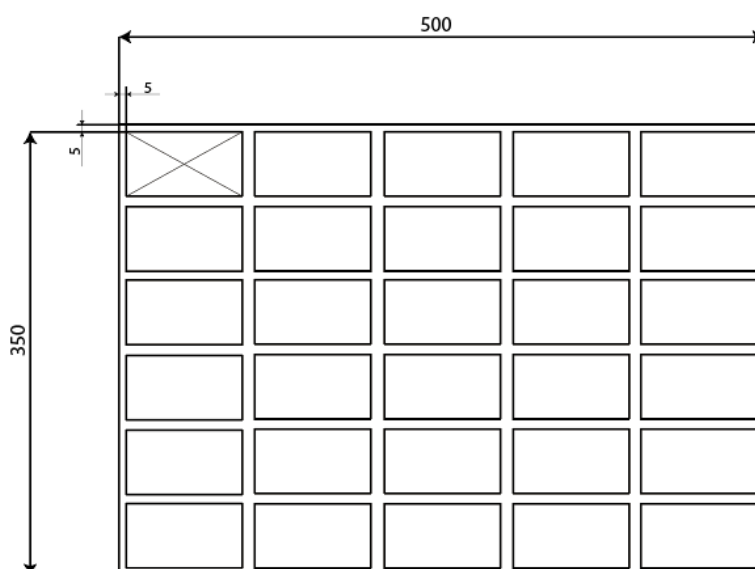


Рисунок 1.13 – Розкладка на аркуші

1.5.2 Розробка конструкції та дизайну Landing Page

При виборі дизайну для будь-якого сайту перш за все потрібно звертати увагу на тематику сайту. Барбершоп – це ціла історія, і справжні поціновувачі знають, що це виключно чоловіче місце зі своєю атмосферою. Відповідно, сайт теж повинен відображати це за допомогою кольорової гами, шрифтів, подачі інформації. На рис. 1.14 зображена верхня частина сторінки сайту (шапка), після переходу на нього.

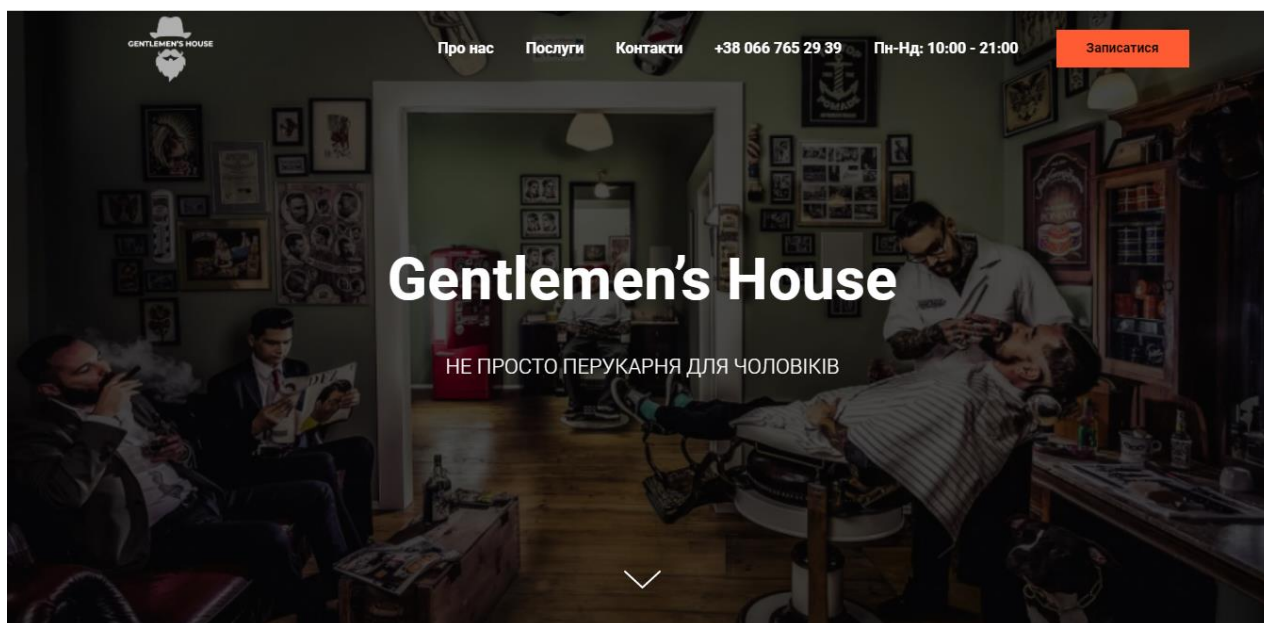


Рисунок 1.14 – Верхня частина сторінки сайту (шапка)

Кольорова гама виконана в стриманих темних тонах, на фоні ілюстрація антична, що передає атмосферу справжніх давніх чоловічих барбершопів. На верхньому полі зображено навігаційне меню, при переході на яке ми отримуємо найбільш важливу інформацію: контактна інформація, графік роботи та кнопка онлайн запису. Також, обов'язково, логотип барбершопу в лівому верхньому кутку шапки.

На рис. 1.15-1.18 зображені головні розділи сайту.

Наші барбери



Сергій Романюк

Записатися



Ізмаїл Ганават

Записатися



Юрій Голик

Записатися

Рисунок 1.15 – Розділ сайту «Барбери»

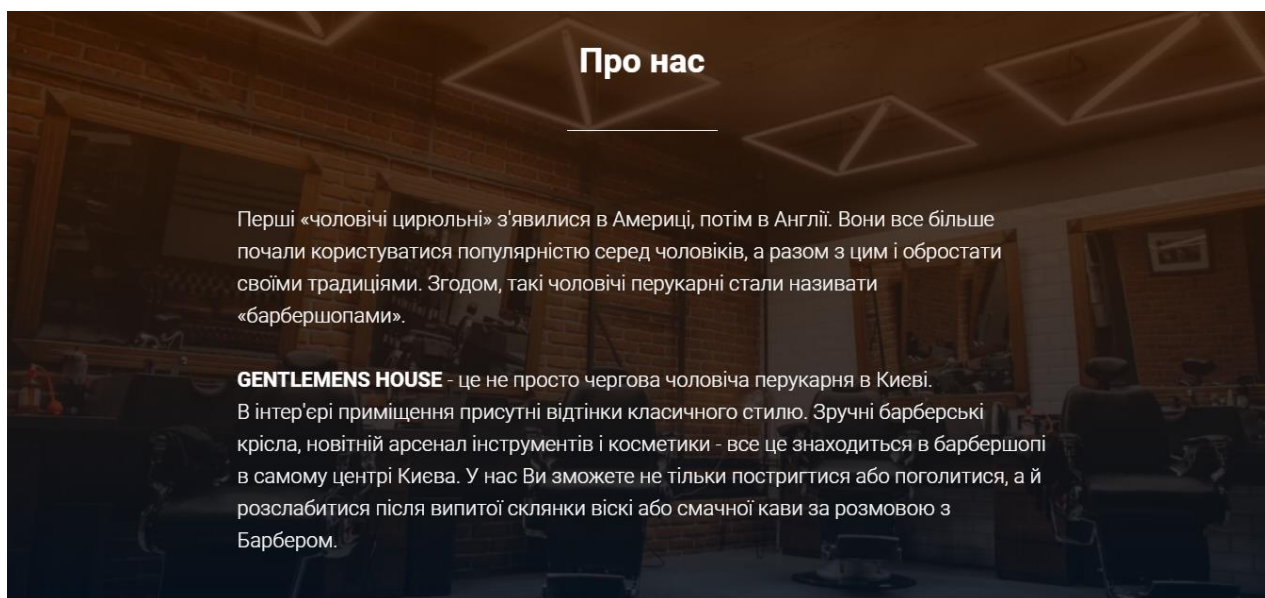


Рисунок 1.16 – Розділ сайту «Про нас»

Ціни на послуги

Чоловіча стрижка	500.0 ₴	Стрижка + стрижка бороди Старший Барбер.....	900.0 ₴
Чоловіча стрижка Старший Барбер.....	600.0 ₴	Стрижка бороди.....	250.0 ₴
Королівське гоління.....	300.0 ₴	Стрижка бороди Старший Барбер.....	300.0 ₴
Королівське гоління Старший Барбер.....	400.0 ₴	Чоловіча стрижка Молодший Барбер.....	300.0 ₴
Стрижка + стрижка бороди.....	700.0 ₴	Стрижка бороди Молодший Барбер.....	150.0 ₴

Записатися на стрижку

Рис. 1.17 – Розділ сайту «Ціни»

Наші контакти

+38 (066) 765 29 39
Gentlemenshouse.com

Пн-Нд: 10:00 - 21:00
Вхід тільки для чоловіків

E-mail

Ім'я

Повідомлення

Записатися

Рис. 1.18 – Розділ сайту «Контакти»

Шрифт обрано рублений без засічок – «Roboto», «Arial», «Sans-serif». Кегель 22 пікселі – зрозумілий та читабельний. Зображення використано у форматі .jpeg, мова розмітки – HTML.

Розмітку сайту наведено в Додатку А.

1.6 Технічні характеристики для виготовлення візитки

В табл. 1.8 наведено основні технічні характеристики для виготовлення візитки.

Таблиця 1.8 – Технічні характеристики для виготовлення візитки

№ п/п	Найменування показника	Визначення
1	Тип продукції	візитка
2	Розмір візитки, мм	50x90
3	Формат аркушу, мм	B3 (350x500)
4	Обсяг: фіз.друк.арк. кількість візиток на аркуші	2 30
5	Фарбовість	1+1
6	Ілюстрації	векторні
7	Шрифт Гарнітура Кегель, пт	Montserrat 15,2 ; 5,7
8	Матеріал для друку	Дизайнерський картон Plike white, 330г/м ²
9	Метод друку	Цифровий
10	Спосіб оздоблення	Вибіркове лакування
11	Тираж, тис. прим.	1

1.7 Технічні характеристики створення Landing Page

В табл. 1.9 наведено основні технічні характеристики для створення Landing Page.

Таблиця 1.9 – Технічні характеристики для створення Landing Page

№ п/п	Найменування показника	Визначення
1	Мова розмітки	HTML
2	Домен сайту	gentlemenshouse.tilda.ws
3	Хостинг-провайдер	HOSTiQ
4	Гарнітури шрифтів	Roboto Arial Sans-Serif
5	Кегель для: - основного тексту, рх - заголовків, рх	22 36
6	Міжрядковий інтервал, рх	22
7	Формат зображень	.jpeg

Висновки до першого розділу

У першому розділі було проаналізовано види візиток та їх дизайн, актуальність та необхідність їх у бізнесі, аналіз дизайну та стильових оформлень сайтів барбершопів. Завдяки експертним опитуванням респондентів було складено діаграму Парето, яка визначила пріоритетний напрям розробки візитки та створення Landing Page.

Було запроектовано дизайн та конструкцію візитки барбершопу «Gentelmen's house», підібрані шрифти та відтворено ідею заохочування потенційних клієнтів до збереження візитки на більш довгий термін. Розроблено макет та розкладку на друкарському аркуші, наведено технічні характеристики видання. Було розроблено дизайн сайту барбершопу «Gentelmen's house», підібрана кольорова гама та шрифти та наведено технічні характеристики Landing Page.

РОЗДІЛ 2 ТЕХНОЛОГІЧНА ЧАСТИНА

2.1 Вибір додрукарського обладнання

Сучасна додрукарська підготовка видань в основному повністю комп'ютеризована і здійснюється за рахунок використання програмних пакетів. Тож дана робота виконується за допомогою ПК. Тому правильний вибір обладнання є дуже важливим. Для вибору ПК для додрукарської обробки було обрано HP ProOne 440 G3. Він має потужну відеокарту, великий жорсткий диск та приємну ціну для досить високої якості. Технічні характеристики наведено в табл. 2.1.

Таблиця 2.1 – Технічні характеристики HP ProOne 440 G3

Технічні характеристики	Параметр
Діагональ екрану	23.8
Максимальна роздільна здатність	1920x1080 (Full HD)
Кількість ядер	2
Частота процесора, Гц	3.4
Об'єм HDD	1 TB
Об'єм встановленої пам'яті	4 Гб
Модель відеокарти	HD Graphics 630
Габарити (ШхВхГ)	582x383x53 мм

2.2 Вибір друкарського обладнання

Технічні характеристики обраних варіантів друкарського обладнання занесено до табл. 2.2

Таблиця 2.2 – Технічні характеристики цифрових друкарських машин

Технічні характеристики	Fujifilm Jet Press 720	Komori KM-1	Landa S7 Nanographic Printing Press	MGI AlphaJet
Максимальний формат (k_1), мм	750×530 (0,3975 м ²)	520 x 720 (0,3744 м ²)	530×750 (0,3975 м ²)	520×740 (0,3848 м ²)

Продовження табл. 2.2

Технічні характеристики	Fujifilm Jet Press 720	Komori KM-1	Landa S7 Nanographic Printing Press	MGI AlphaJet
Мінімальний формат(k_2), мм	542 x 382 (0,207 м ²)	260 x 280 (0,0728 м ²)	360 x 520 (0,1872 м ²)	350 x 520 (0,182 м ²)
Швидкість друку (k_3), відб/год	3600	15 000	12 000	3000
Роздільна здатність (k_4), dpi	1200	1800	600	1200
Діапазон товщин матеріалів (k_5), мм	0,6	0,04 – 0,8	0,06-0,6	0,06-0,7
Габарити, м	7,3x2,65x2,6	2,95x5,3x2,2	4,4x3,2x1,85	3,4x6,4x2,3

Розрахунок площі:

$$S = S_{k_1 \cdot k_2} + S_{k_2 \cdot k_3} + S_{k_3 \cdot k_4} + S_{k_4 \cdot k_5},$$

де $S_{k_1 \cdot k_2}$ – площа трикутника зі стороною k_1 і k_2 (і так до кожного трикутника).

Таблиця 2.3 – Таблиця для підрахунку площі

Показник якості	1	2	3	4
k_1	0,3975	0,3744	0,3975	0,3848
k_2	0,207	0,0728	0,1872	0,182
k_3	3600	15 000	12 000	3000
k_4	1200	1800	600	1200
k_5	0,6	0,6	0,6	0,7
Площа обладнання	2052354	12825518	3421067	1710259

$$1) 0,039 + 353,97 + 2052000 + 342 + 0,113 = 2052696$$

$$2) 0,013 + 518,7 + 12825000 + 513 + 0,107 = 12826031$$

$$3) 0,035 + 1067,04 + 3420000 + 171 + 0,113 = 3421238$$

$$4) 0,033 + 259,35 + 1710000 + 399 + 0,128 = 1710658$$

Керуючись даними наведеними у табл. 2.3 було зроблено порівняльний аналіз технічних характеристик машин за допомогою пелюсткової діаграми. Діаграму наведено на рис. 2.1.

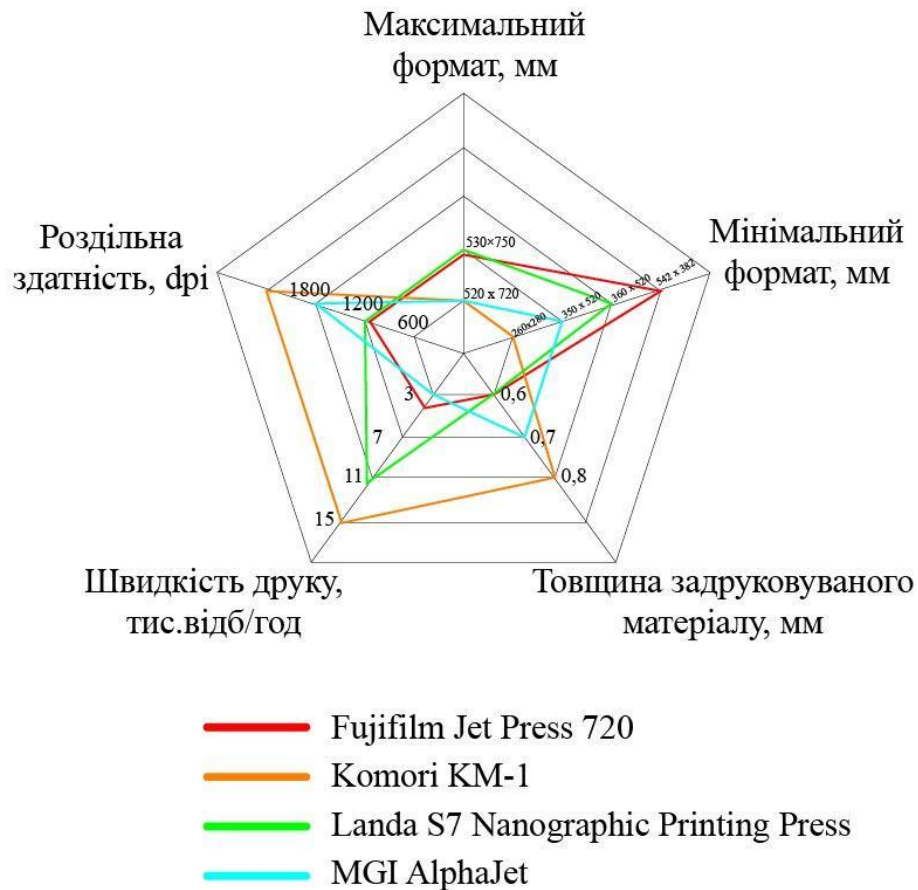


Рисунок 2.1 – Пелюсткова діаграма порівняння цифрових друкарських машин

Як видно з діаграми, всі представлені машини мають практично однакові характеристики, проте все ж найбільшу площу займає пелюстка машини Komori KM-1. Обрана машина має найбільшу швидкість друку з досить високою роздільною здатністю, у порівнянні з іншими представленими машинами.

2.3 Вибір післядрукарського обладнання

Для післядрукарських процесів нам необхідна лакувальна машина та плотер.

Технічні характеристики обраних варіантів лакувальних машин занесено до табл. 2.4.

Таблиця 2.4 – Технічні характеристики лакувальних машин

Технічна характеристика	Steinemann Junior 74	MGI UVarnish	Duplo ULTRA 200 UV
Максимальний формат (k_1), мм	540×740 (0,3996 м ²)	360 x 520 (0,1872 м ²)	508x710 (0,3607 м ²)
Мінімальний формат (k_2), мм	210×280 (0,0588 м ²)	140 x 290 (0,0406 м ²)	216x270 (0,0583 м ²)
Швидкість (k_3), арк./год	5000	2 400	2 000
Щільність матеріалу (k_4), г/м ²	від 70 до 400	від 150 до 500	від 120-350
Потужність (k_5), кВт	12	18	4,6
Габарити, мм	2000x800x1200	3600x730x1230	1752x1000x1220

Розрахунок площі:

$$S = S_{k_1 \cdot k_2} + S_{k_2 \cdot k_3} + S_{k_3 \cdot k_4},$$

де $S_{k_1 \cdot k_2}$ – площа трикутника зі стороною k_1 і k_2 (і так до кожного трикутника).

Таблиця 2.5 – Таблиця для підрахунку площі

Показник якості	1	2	3
k_1	0,3996	0,1872	0,3607
k_2	0,0588	0,0406	0,0583
k_3	5000	2 400	2 000
k_4	400	500	350
Площа обладнання	1000226,9	600095,5	350121,4

$$1) 0,0117 + 147 + 1000000 + 79,92 = 1000226,9$$

$$2) 0,0038 + 48,72 + 600000 + 46,8 = 600095,5$$

$$3) 0,0105 + 58,3 + 350000 + 63,1 = 350121,4$$

Керуючись даними наведеними у табл. 2.5 було зроблено порівняльний аналіз технічних характеристик машин за допомогою пелюсткової діаграми. Діаграму наведено на рис. 2.2.

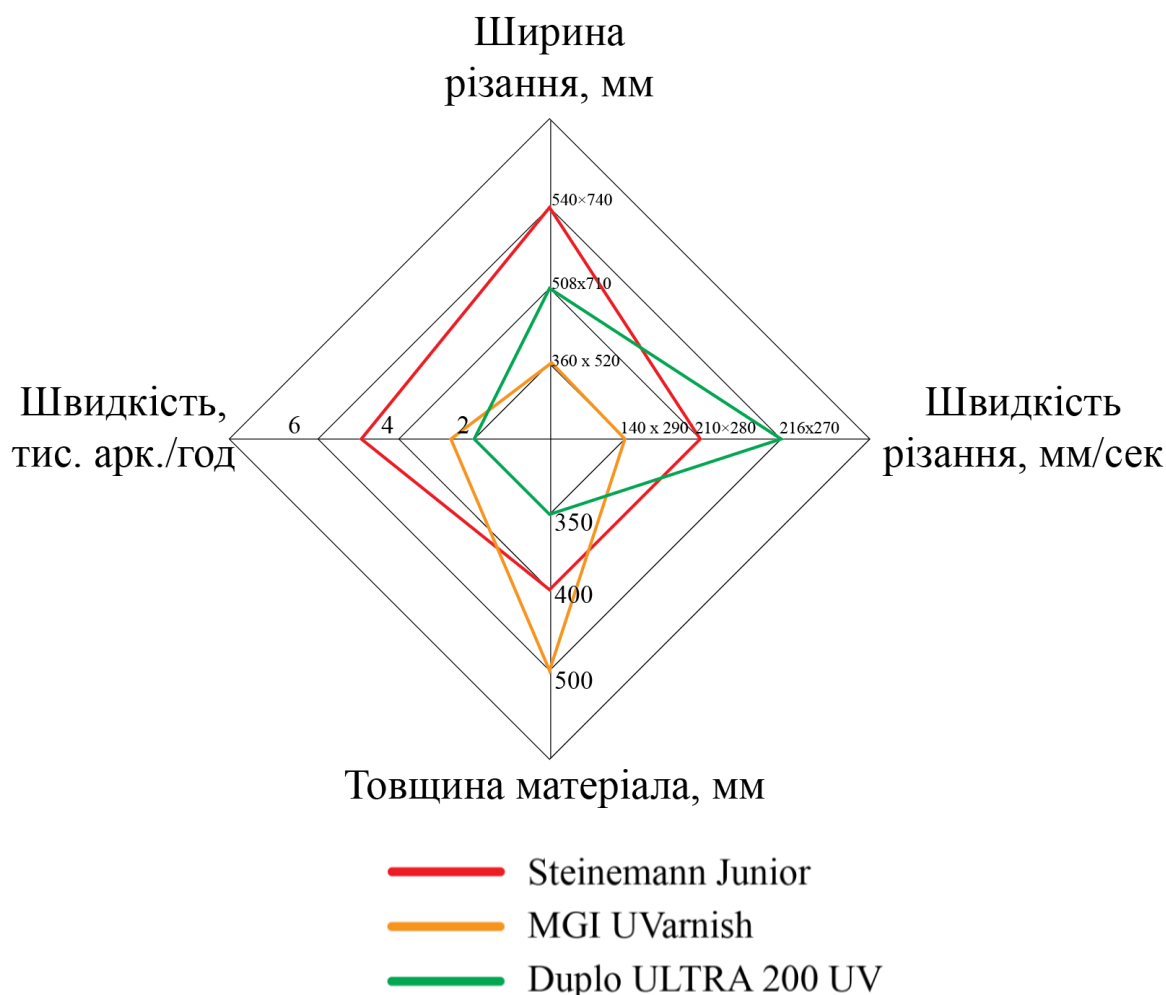


Рисунок 2.2 – Пелюсткова діаграма порівняння технічних характеристик лакувальних машин

Як видно з діаграми, всі представлені машини мають практично однакові характеристики, проте все ж найбільшу площу займає пелюстка машини Steinemann Junior 74. Обрана машина має найбільшу швидкість друку, задовольняє за форматом та щільністю матеріалу.

Порівняльна характеристика плотерів для плотерної порізки представлена в табл. 2.6

Таблиця 2.6 – Технічні характеристики різальних плотерів

Технічна характеристика	GCC Puma S-60	SummaCut D60R-2E	Roland GX-300
Ширина різання (k_1), мм	590	600	737
Швидкість різання (k_2), мм/сек	600	1130	850
Товщина матеріала (k_3), мм	0,8	0,7	0,6
Потужність (k_4), Вт	100	110	95
Габарити, мм	879x220x258	1000x350x300	1144x727x1113

Розрахунок площі:

$$S = S_{k_1 \cdot k_2} + S_{k_2 \cdot k_3} + S_{k_3 \cdot k_4},$$

де $S_{k_1 \cdot k_2}$ – площа трикутника зі стороною k_1 і k_2 (і так до кожного трикутника).

Таблиця 2.7 – Таблиця для підрахунку площі

Показник якості	1	2	3
k_1	590	600	737
k_2	600	1130	850
k_3	0,8	0,7	0,6
k_4	100	110	95
Площа обладнання	206780	372434	348516

$$1) 177000 + 240 + 40 + 29500 = 206780$$

$$2) 339000 + 395,5 + 38,5 + 33000 = 372434$$

$$3) 313225 + 255 + 28,5 + 35007,5 = 348516$$

Керуючись даними наведеними у табл. 2.7 було зроблено порівняльний аналіз технічних характеристик машин за допомогою пелюсткової діаграми. Діаграму наведено на рис. 2.3.

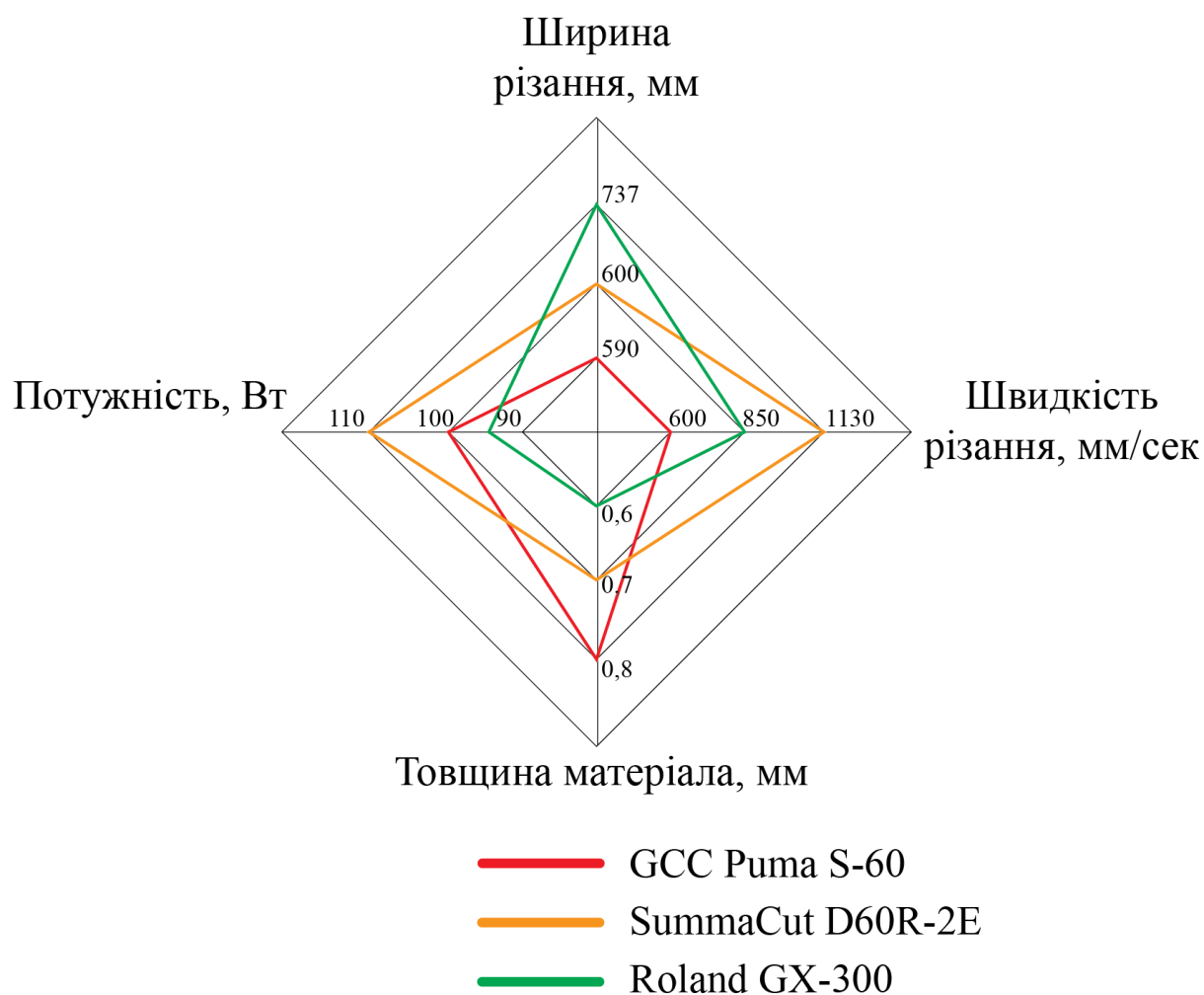


Рисунок 2.3 – Пелюсткова діаграма порівняння технічних характеристик різальних плотерів

Як видно з діаграми, всі машини мають майже однакові основні технічні характеристики, але для розрізування було обрано машину SummaCut D60R-2E, так як вона має оптимальний формат, найбільшу швидкість роботи, що дає змогу опрацьовувати велику гамму матеріалів.

2.4 Вибір основних і допоміжних витратних матеріалів

Для друку візитки обираємо дизайнерський картон Plike White щільністю 330 г/м². Колір дизайнерського картону – білий, має покриття з особливим «гумовим» («пластиковим») тактильним відчуттям.

Для цифрової друкарської машини обираємо фарбу HP ElectroInk. Маленький розмір частинок, з яких складається рідка фарба, забезпечує високу

роздільну здатність, рівномірний глянець, чіткий край зображення, дуже тонкі шари, які щільно прилягають до задрукованої поверхні. Це гарантує високу якість продукції, оскільки текстура матеріалу залишається однаковою як на задрукованій поверхні, так і на пробільних ділянках.

Для оздоблювального процесу – лакування, обираємо лак УФ-затвердіння Wessco 3002 – високоглянцевий лак для лакувальних секцій і машин. Характеристики кінцевого продукту:

- рівний, гладкий високоглянцевий шар лаку;
- хороше ковзання;
- високі еластичні властивості;
- висока якість післядрукарської обробки;
- висока стійкість до стирання;
- високий рівень хімічної стабільності;
- може бути перероблений шляхом очищення від лаку.

Для пакування візиток обрано крафт папір 40 г/м².

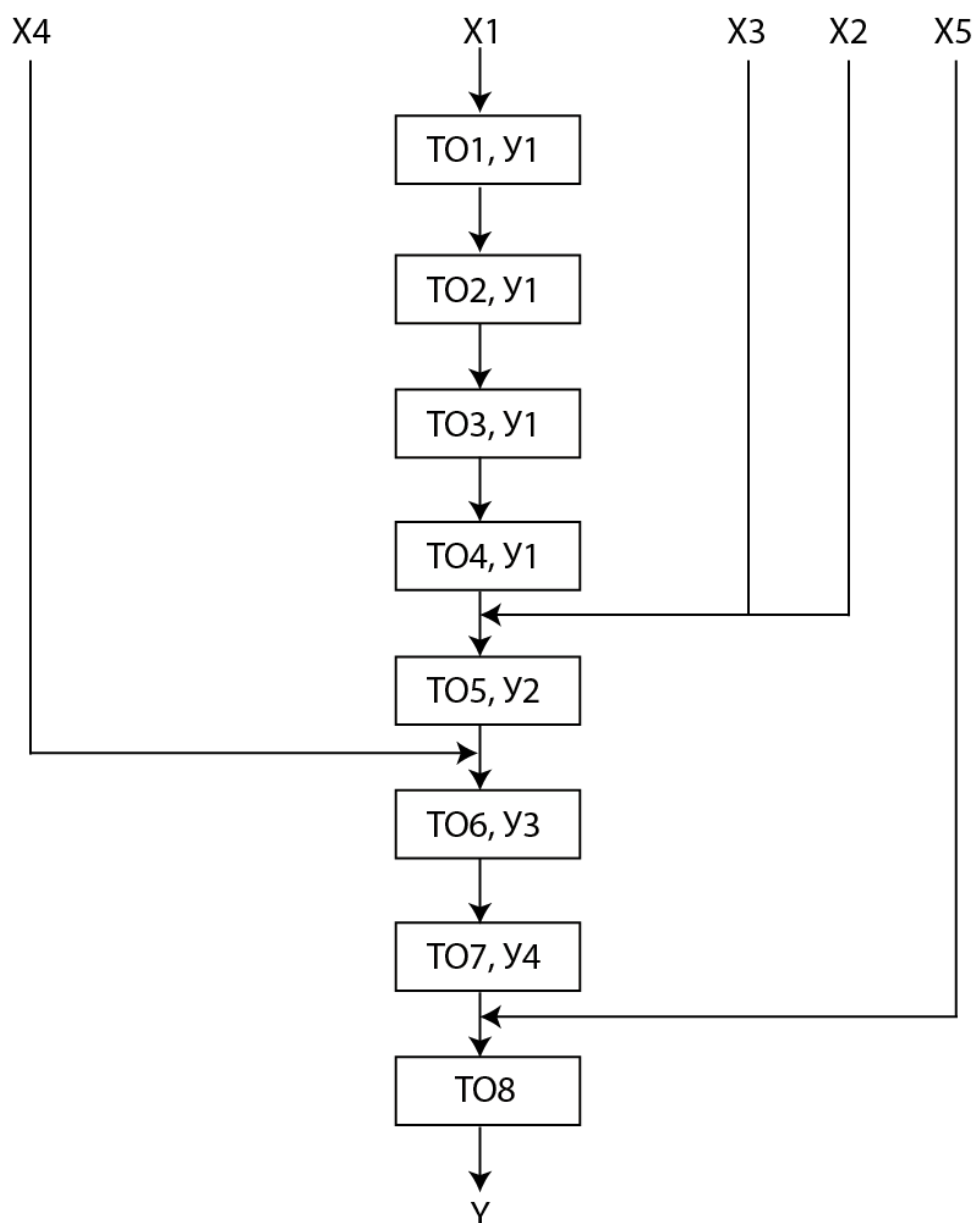
Всі витратні матеріали занесено до табл. 2.8.

Таблиця 2.8 – Перелік витратних матеріалів

Витратний матеріал	Марка
Картон	Plike White, 330 г/м ²
Фарба	HP ElectroInk
Лак	УФ Wessco 3002
Упаковка	Крафт папір, 40 г/м ²

2.5 Блок-схема технологічного процесу виготовлення візитівки

На рис. 2.4 наведена поопераційна блок-схема виготовлення візитки, яка передбачає весь комплекс необхідних технологічних операцій та перелік обладнання і матеріалів для їх здійснення.



Пояснення до рисунку 2.4: Т – технологічні операції, Т1 – набір текстової інформації; Т2 – обробка зображення; Т3 – верстка; Т4 – розкладка візиток на друкарському аркуші; Т5 – цифровий друк візитки; Т6 – УФ-лакування; Т7 – плотерна порізка; Т8 – пакування візиток. У – устаткування; У1 – комп’ютер HP ProOne 440 G3; У2 – цифрова друкарська машина Komori KM-1; У3 – лакувальна машина Steinemann Junior 74; У4 – плоттер ріжучий SummaCut D60R-2E; Х – матеріали; Х1 – вхідна інформація; Х2 – фарба для цифрового друку HP Electrolnk; Х3 – дизайнерський картон Plike White; Х4 – лак Wessco 3002; Х5 – крафт папір; Y – Готова до відвантаження продукція.

2.6 Технологічні розрахунки

2.6.1 Розрахунок кількості витратних матеріалів

1) Кількість аркушів для друку тиражу:

$$A_{\text{від}} = V_{\text{ф.д.а}} \times T \times K_{\text{в}}, \text{ де}$$

$V_{\text{ф.д.а}}$ – фізичних друкарських аркушів;

T – тираж, шт;

$K_{\text{в}}$ – коефіцієнт, що враховує відходи паперу, 1,15.

$$A_{\text{від}} = \frac{1}{30} \times 1000 \times 1,15 = 39 \text{ аркушів}$$

2) Кількість фарби для друку тиражу:

$$\Phi_{\text{д}} = \frac{M_{\text{ф}} \times A_{\text{від}} \times 2 \times K_{\text{тв}} \times K_{\text{прив}}}{1000}, \text{ де}$$

$K_{\text{тв}}$ – коефіцієнт технічних витрат, 1,05;

$K_{\text{прив}}$ – коефіцієнт формату видання до приведенного аркуша, 0,32;

Згідно норми витрат фарби на 1000 фарбовідбитків форматом 60х90 см становлять:

K – чорна фарба, витрата становить 255 г, тому:

$$\Phi_{\text{д}} = \frac{255 \times 39 \times 2 \times 1,05 \times 0,32}{1000} = 6,7 \text{ г}$$

3) Кількість лаку для лакування:

Згідно норми витрат лаку на 1000 м² становить 2000 г. Задрукована площа на 1 візитці складає 29х47 мм, тобто 0,0013 м².

Загальна площа лаку становить: 0,0013 × 30 × 39 = 1,52 м².

Отже потрібна кількість лаку на тираж становить:

$$L = \frac{1,52 \times 2000}{1000} = 3,04 \text{ г}$$

4) Кількість крафт паперу на пакування

В пачці 1000 аркушів крафт паперу, пакуватись буде по 500 шт. Отже потрібна 2 аркуші крафт паперу.

2.6.2 Циклограма виконання технологічного процесу виготовлення візиток

Розрахунки трудомісткості виконання робіт з виготовлення візитки представлено в табл. 2.9.

Таблиця 2. 9 – Трудомісткість виконання робіт

№	Технологічна операція	Одиниця виміру обсягу роботи	Завантаження по операціях	Норма часу, хв	Час виконання основних та допоміжних операцій, год	Трудомісткість виконання операції, год
1	Набір текстової інформації	1000 знаків	106	8,36	0,02	0,02
2	Обробка зображення	100 см ²	14,1	20	0,05	0,05
3	Верстка	1 полоса набору	2	5	0,17	0,17
4	Розкладка на друкарському аркуші	1 арк.	2	10	0,33	0,33
5	Цифровий друк візитівки	15000 відб/год	39	60	0,003 0,6 (підготовка машини до друку)	0,6
6	УФ-лакування	5000 арк/год	39	60	0,008 0,6 (підготовка машини до друку)	0,61
7	Порізка плотером	1130 мм/сек	398800	0,02	0,1 0,6 (підготовка устаткування до роботи)	0,7
8	Пакування візиток	1 пачка	2	3	0,1	0,1
Всього:						2,58

На рис. 2.5 зображено циклограму, яка відображає необхідний час на виконання операцій.

Загальний час виготовлення 1000 візиток становить 2,58 год.

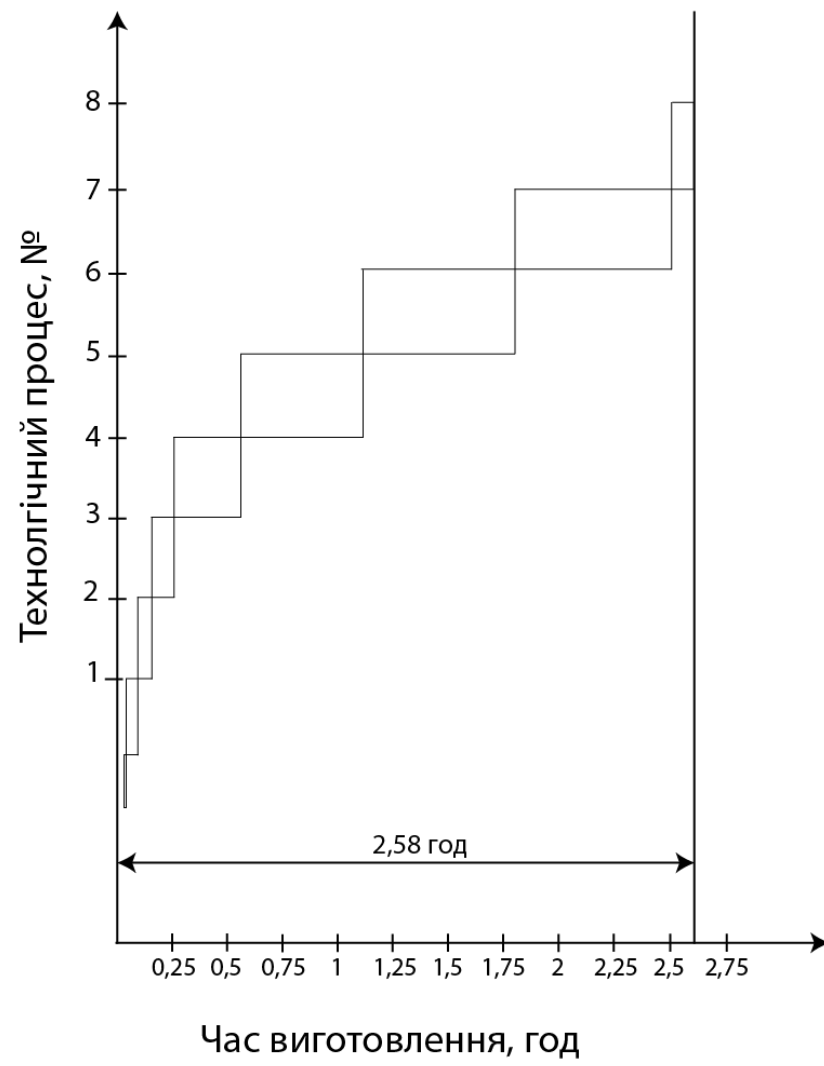


Рисунок 2.5 – Циклограма технологічного процесу виготовлення візиток

2.7 Маршрутно-технологічна карта

Табл. 2.7 маршрутно-технологічна карта виготовлення видання

№ п/п	Назва операції згідно з блок-схемою	Обладнання для виконання операції	Витратні матеріали	Технологічні режими та програмне забезпечення	Допуски та засоби контролю
1	2	3	4	5	6
1	Набір текстової інформації	Комп'ютер HP ProOne 440 G3, процесор Двоядерний Intel Core i3-7100T (3.4 ГГц), 4 ГБ DDR3 2133 МГц оперативна пам'ять, жорсткий диск 1 ТБ, відеокарта Intel HD Graphics 630, HDD накопичувач, дисплей 23.8" Full HD, Microsoft Windows 10.	-	Холодний період року: температура 17-19° С, відносна вологість 40-60%, швидкість руху повітря не більше 0,3 м/с. Освітленість не менше 300 лк 300 ПЗ- Microsoft Office Word	Візуальний контроль на допущені помилки, перевірка за допомогою ПЗ
2	Обробка зображення		-	Холодний період року: температура 17-19°С, відносна вологість 40-60%, швидкість руху повітря не більше 0,2 м/с. Теплий період року: температура 20-22°С, вологість 40-70%, швидкість руху повітря не більше 0,3 м/с. Освітленість не менше 300 лк ПЗ – Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe IN Design, QuarkXPress	Візуальний контроль. Працювати на відкаліброваному моніторі. Встановлення режимів сканування
3	верстка				
4	розкладка візиток на друкарському аркуші				

Продовження табл. 2.7

№ п/п	Назва операції згідно з блок-схемою	Обладнання для виконання операції	Витратні матеріали	Технологічні режими та програмне забезпечення	Допуски та засоби контролю
5	Цифровий друк	Цифрова машина Komori KM-1	фарба для цифрового друку HP Electrolnk; дизайнерський картон Plike White 330г/м ²	Холодний період року: температура 17-19°C, відносна вологість 40-60%, швидкість руху повітря не більше 0,2 м/с. Теплий період року: температура 20-22°C, вологість 40-70%, швидкість руху повітря не більше 0,3 м/с. Освітленість не менше 300 лк. Рівень шуму не більше 90 дБА. Папір повинен бути акліматизованим.	Візуальний контроль, на задруковуваних аркушах не повинно бути бруду, надривів, плям.
6	УФ-лакування	Лакувальна машина Steinemann Junior 74	лак УФ-затвердіння Wessco 3002	Холодний період року: температура 17-19°C, відносна вологість 40-60%, швидкість руху повітря не більше 0,2 м/с. Теплий період року: температура 20-22°C, вологість 40-70%, швидкість руху повітря не більше 0,3 м/с.	Візуальний контроль, рівномірність шару лаку.

Продовження табл. 2.7

7	Плотерна порізка	Віддруковані візитки	плоттер ріжучий SummaCut D60R-2E	Холодний період року: температура 17-19 °C, відносна вологість 40-60%, швидкість руху повітря не більше 0,2 м/с. Теплий період року: температура 20-22 °C, вологість 40-70%, швидкість руху повітря не більше 0,3 м/с. Освітленість не менше 300 лк. Рівень шуму не більше 80 дБА.	Обрізи повинні бути гладкі, рівні, без відривів. Відсутність косини (допуск + 1,0 мм)
---	------------------	----------------------	----------------------------------	--	---

Висновок до розділу 2

У другому розділі було обрано додрукарське, друкарське та післядрукарське устаткування шляхом таблиць порівняння і створенням пелюсткових діаграм. Обрано витратні матеріали, і порахована їх потрібна кількість для виготовлення тиражу. Була складена циклограма виконання технологічного процесу виготовлення візиток та наведено розрахунки трудомісткості виконання робіт. Було складено маршрутно-технологічну карту виготовлення видання.

РОЗДІЛ 3 ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОЧОГО МІСЦЯ ДОДРУКАРСЬКОГО ПРОЦЕСУ

3.1 Аналіз умов обслуговування робочого місця додрукарського процесу

При організації робочих місць потрібно наголошувати на тому, що компоновка робочого місця, його габарити та вигідне розташування елементів потрібні збігатися з фізіологічними і психофізичними особливостями робочого, а також його темпераменту.

При виборі положення працюючого бажано відзначати:

- фізичне навантаження робіт;
- розміри робочої локації;
- технічні тонкощі процесу виконання робіт.

Ознайомлення з організацією робочого місця і виконання інструкцій будуть впливати на здоров'я, збільшення результативності праці, гарантують якість технічного процесу і роботи оператора в промисловому цеху.

Було обрано ергономічні показники комфортних умов праці у відповідності до «Правил охорони праці для підприємств та корпорацій друкарської промисловості». Згідно з інструкцією по обробці стін, стель і вибору покриття підлог, технологічних будівель заповнена табл. 3.1-3.5. [13].

Таблиця 3.1 – Рекомендації з опорядження стін, стель і вибору покриття підлог виробничих приміщень

Назва ділянки	Обробка та вид покриття			
	Стіни та колони	Панелі	Стелі	Підлога
Додрукарської підготовки (створення та обробка ілюстрацій, текстової інформації, верстка, виконання спуску шпальт)	Водоемульсійна фарба	Облицювальна плитка h=1800 мм	Водоемульсійна клеєва фарба	Паркет, лінолеум

Таблиця 3.2 – Норми штучного освітлення

Назва виробничої операції	Робоча поверхня	Фон	Освітленість, лк		Показник осліплення, не більше	Тип ламп
			комбіноване (місцеве + загальне) освітлення	загальне освітлення		
Додрукарської підготовки (створення та обробка ілюстрацій, текстової інформації, верстка, виконання спуску шпальт)	На рівні 0,8 м від підлоги; горизонтальна	Світлий	1000	-	20	ЛБ

Таблиця 3.3 – Параметри мікроклімату робочої зони

Цех	Температура, ° С		Відносна вологість	Швидкість руху повітря в робочій зоні, м/с	Кратність повітрообміну, обмінів/год, схема вентиляції
	оптимальна	допустима на робочих місцях	Оптимальна/ допустима	Оптимальна/ допустима	
		Постійних/непостійних			
Додрукарської підготовки (створення та обробка ілюстрацій, текстової інформації, верстка, виконання спуску шпальт)	21-23	20-24/17-25	40-60 / 75	0,1 / не більше 0,2	Загальна витяжка з верхньої зони. Приплив розсіяний у верхню зону і більше 10% витяжки

Таблиця 3.4 – Допустимі рівні шуму у виробничих приміщеннях

Цех	Рівні звукового тиску дБ в октавних смугах з середньгеометричними частотами, Гц								Рівні звуку і еквівалентні рівні звуку, дБ	Характеристика середовища в приміщенні
	31,5	63	125	250	500	1000	2000	4000		
Додрукарської підготовки (створення та обробка ілюстрацій, текстової інформації, верстка, виконання спуску шпальт)	103	91	83	77	73	70	68	66	75	нормальне

Таблиця 3.5 – Ергономічна карта додрукарського виробничого процесу

Виробнича операція	Категорія роботи	Висота робочої поверхні від рівня підлоги, мм		
		для жінок	для чоловіків	для жінок і чоловіків
створення та обробка ілюстрацій, текстової інформації, верстка, виконання спуску шпальт	зорові роботи середньої точності	700	750	725

3.2 Розробка алгоритму процесу додрукарської підготовки видання

На рис. 3.1 зображено алгоритм процесу додрукарської підготовки



Продовження рис. 3.1

Продовження рис. 3.1

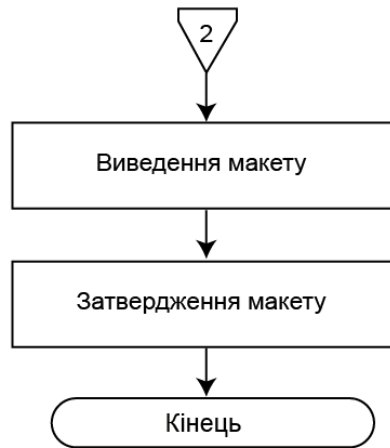


Рисунок 3.1 – Алгоритм процесу додрукарської підготовки

3.3 Проектування плану робочого місця

На рис. 3.1 наведено робоче місце для процесу додрукарської підготовки видання.

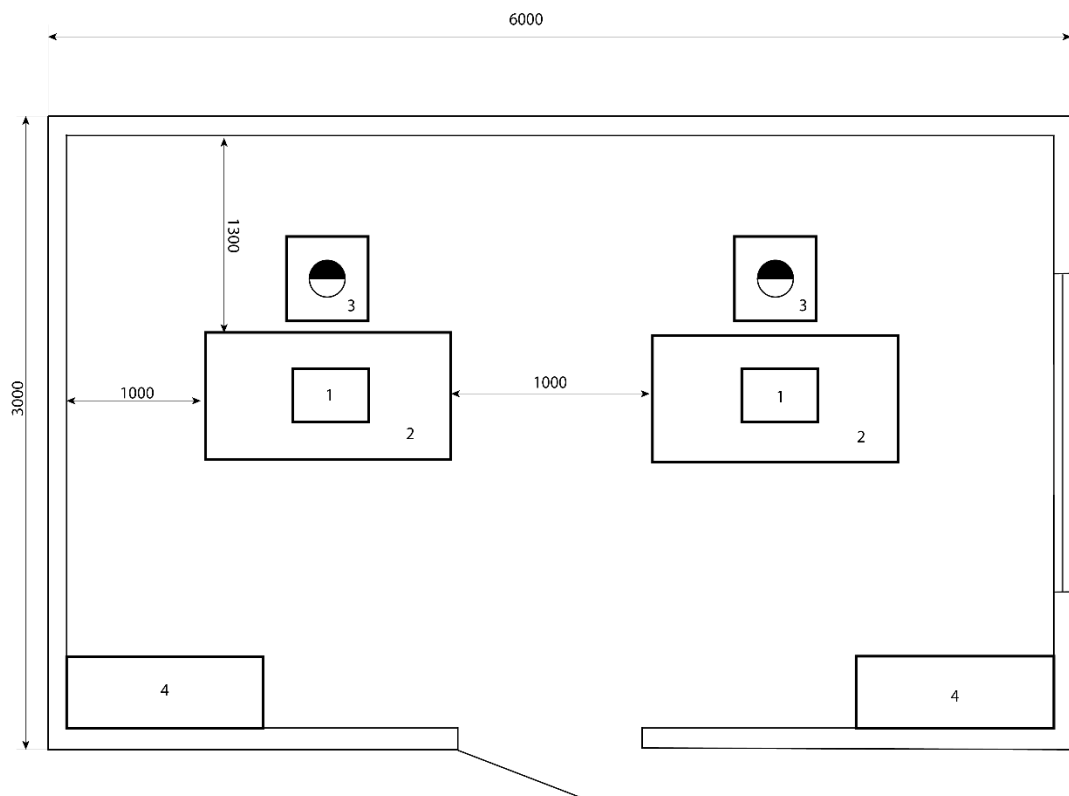


Рисунок 3.1 – Робоче місце для процесу додрукарської підготовки видання, де 1 – комп'ютер HP ProOne 440 G3; 2 – робочий стіл; 3 – стілець; 4 – шафа

Висновок до розділу 3

У третьому розділі було проаналізовано умови обслуговування робочого місця додрукарського процесу, обрано ергономічні показники комфортних умов праці. Розроблено алгоритм процесу додрукарської підготовки та запроектовано робоче місце для процесу додрукарської підготовки видання.

Таблиця 4.5 – Витрати на електроенергію для технологічних потреб

Назва устаткування	Потужність струмо-приймачів, кВт	Час роботи устаткування, год.	Коефіцієнт, що враховує втрати в ел. двигуні та ел. мережі	Потреба в ел. енергії, кВт·год	Ціна 1 кВт·год., грн	Витр. на ел. енергію, грн
HP ProOne 440 G3	0,12	1,8	1,1	0,24	2,92	0,7
Komori KM-1	20	1,3		28,6		83,5
Steinemann Junior 74	12	0,6		7,92		23,1
SummaCut D60R-2E	0,11	0,1		0,01		0,03
Всього:						107,33

4.4 Витрати на поточний ремонт виробничого устаткування

Таблиця 4.6 – Витрати на поточний ремонт виробничого устаткування

Назва устаткування	Трудомісткість поточного ремонту, нормо-год	Коефіцієнт зайнятості	Трудомісткість поточного ремонту з урахуванням коефіцієнту зайнятості, нормо-год	Ціна 1 нормо-год ремонтних робіт, грн	Витрати на поточний ремонт, грн
HP ProOne 440 G3	55	0,0009	0,0495	145,5	7,2
Komori KM-1	185	0,0003	0,0555		8,07
Steinemann Junior 74	185	0,0003	0,5555		8,07
SummaCut D60R-2E	95	0,00005	0,0048		0,7
Всього:					24,04

4.5 Розрахунок повної собівартості продукції

Таблиця 4.7 – Собівартість продукції

№ пор.	Стаття витрат	Витрати, грн
1.	Основні матеріали	1645
2.	Заробітна плата	1102
3.	Єдиний соціальний внесок	242,4
4.	Витрати на утримання та експлуатацію устаткування	142,6
5.	Загальновиробничі витрати	881,6
6.	Загальногосподарські витрати	991,8
	Виробнича собівартість	5005,4
7.	Позавиробничі витрати	35
	Повна собівартість продукції	5040,4

4.6 Зведення економічних показників

Ціна видання:

$$Ц = (5040,4 - 1645) \times 1,3 + 1645 = 6059 \text{ грн}$$

Прибуток:

$$П = 6059 - 5040,4 = 1018,6 \text{ грн}$$

Рентабельність продукції:

$$P_{\text{п}} = \frac{1018,6 \times 100\%}{5040,4} = 20,2 \%$$

Рентабельність основних засобів:

$$P_{\text{оз}} = \frac{1018,6 \times 100\%}{11,2} = 9094,6\%$$

Відпускна ціна тиражу:

$$Ц_{\text{т}} = 5040,4 + 1018,6 = 6059 \text{ грн}$$

Відпускна ціна примірника:

$$Ц_{\text{п}} = \frac{6059}{1000} = 6 \text{ грн}$$

Висновок до 4 розділу

У четвертому розділі було розраховано обсяги виробництва технологічних операцій виготовлення видання, витрати на матеріали. Було розраховано заробітну плату виробничих робітників та витрати на амортизацію устаткування та транспортних засобів, електроенергію, на поточний ремонт виробничого устаткування. Розраховано собівартість продукції, прибуток, рентабельність та відпускну ціну тиражу та примірника.

ВИСНОВКИ

Під час виконання дипломного проєкту на тему: «Візитка барбершопу «Gentlemen's house» з розробкою конструкції, технології виготовлення та Landing Page», було запроектовано повний процес виготовлення видання та створено односторінковий сайт.

В конструкторському розділі було проаналізовано види та дизайн візиток, також проведено аналіз існуючих сайтів барбершопів. З огляду на це, створено власний дизайн і конструкцію візитки та сайту відповідно. Для визначення пріоритетних напрямків розробки візитки та Landing Page були залучені респонденти та створені діаграми Парето.

В технологічній частині проєкту було обрано додрукарське, друкарське та післядрукарське обладнання. Для точності вибору було складено пелюсткові діаграми до кожного з них. Вибрано потрібні витратні матеріали, порахована їх потрібна кількість та розроблено блок-схему технологічного процесу. Для абсолютного розуміння складена маршрутно-технологічна карта на основі блок-схеми.

В розділі організації робочого місця додрукарського процесу було повністю проаналізовано умови обслуговування робочого місця, розроблено алгоритм процесу додрукарської підготовки видання та спроектовано план робочого місця.

В економічній частині було розраховано всі необхідні показники для визначення собівартості продукції, відпускної ціни тиражу та одного примірника.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Валентинов С. Откуда взялись визитные карточки / С. Валентинов // Творчество народов мира. – 2009. – № 8. – С. 88–93.
2. Батра Р., Майэрс Дж. Рекламний менеджмент. – М., К: Вільямс, 2001
3. Бондар М. Візитка все стерпить. // Український діловий тижневик "Контракти". - 2005 р.- №37 - С.5.
4. Яремчук О. Візитна картка – невід’ємна складова графічного дизайну / О. Яремчук // Українська академія мистецтва: дослідницькі та науково-методичні праці. – 19. – 2012. – С. 373–379.
5. Величко О. М., Коломієць Л. В., Гордієнко Т. Б., Шевцов А. Г., Карпенко С. Р., Габер А. А. Групове експертне оцінювання та компетентність експертів / Загал. ред. д-ратехн. Наук Величко О. М. – Одеса: ФОП Бондаренко М.О., 2015. – 286 с.
6. Барбершоп «Хоттабыч» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.barber-hottabych.com.ua/>
7. Барбершоп «Цирюльник» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zirulnik.com>
8. Барбершоп «Barbershop Colt» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://barbercolt.com/?gclid=Cj0KCQjwh_eFBhDZARIsALHjIKcLgPRes0YOerdatuRnLJLYJ3uP4l_qqOXHNVDmnAKz2pQFv8Z4P58aAr06EALw_wcB
9. Барбершоп «Sheriff» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://sheriff-barbershop.com/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=Bash&position=&gclid=Cj0KCQjwh_eFBhDZARIsALHjIKf0IjZBt2IRAYSeHcR_aq9TNW5dvANobTmX-Ay9XlX3Gzu5mp_A1waAnalEALw_wcB
10. Барбершоп «Barberos» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://barberos.com.ua/poznyaki?gclid=Cj0KCQjwh_eFBhDZARIsALHjIKf0TATCbeu4uho1KwylexP3LD9YAH4s3lQu5oNSPVvoVJGmmx31FSEaAm-MEALw_wcB

11. Барбершоп «Дипломат» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:
https://diplomatbarbershop.com.ua/?gclid=Cj0KCQjwh_eFBhDZARIsALHjIKeutFzL6QIT5UTOqqMtMBeAffYIBFHu-7ZDgf8m8GFgrHoI-1cA0HwaArZzEALw_wcB
12. Метод експертних оцінок [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:
<http://hrabovecky.vk.vntu.edu.ua/file/a0a40b7bd74c5d39fe693b7b2c99f38f.pdf>
13. Правила охорони праці для підприємств та організацій поліграфічної промисловості [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:
https://dnaop.com/html/32242/doc-%D0%9D%D0%9F%D0%90%D0%9E%D0%9F_22.1-1.02-07

Додаток А

```

<!DOCTYPE html><html> <head><meta charset="utf-8" /><meta http-equiv="Content-Type"
content="text/html; charset=utf-8" /><meta name="viewport" content="width=device-width, initial-
scale=1.0" /><!--metatextblock--><title>Универсальная страница</title><meta
name="description" content="gentlemenshouse" /><meta property="og:url"
content="http://gentlemenshouse.tilda.ws" /><meta property="og:title" content="Универсальная
страница" /><meta property="og:description" content="Универсальный бизнес шаблон" /><meta
property="og:type" content="website" /><meta property="og:image"
content="https://static.tildacdn.com/tild6364-6234-4161-b730-616239343561/-
/resize/504x/LOGO__2__1.png" /><link rel="canonical"
href="http://gentlemenshouse.tilda.ws"><!--/metatextblock--><meta property="fb:app_id"
content="257953674358265" /><meta name="format-detection" content="telephone=no" /><meta
http-equiv="x-dns-prefetch-control" content="on"><link rel="dns-prefetch"
href="https://ws.tildacdn.com"><link rel="dns-prefetch" href="https://static.tildacdn.com"><meta
name="robots" content="nofollow" /><link rel="shortcut icon"
href="https://static.tildacdn.com/img/tildafavicon.ico" type="image/x-icon" /><!-- Assets --><link
rel="stylesheet" href="https://static.tildacdn.com/css/tilda-grid-3.0.min.css" type="text/css"
media="all" /><link rel="stylesheet" href="/tilda-blocks-2.14.css?t=1622210573" type="text/css"
media="all" /><link rel="preconnect" href="https://fonts.gstatic.com"><link
href="https://fonts.googleapis.com/css2?family=Roboto:wght@300;400;500;700&subset=latin,cyri-
llic" rel="stylesheet"><link rel="stylesheet" href="https://static.tildacdn.com/css/tilda-animation-
1.0.min.css" type="text/css" media="all" /><link rel="stylesheet"
href="https://static.tildacdn.com/css/tilda-menusub-1.0.min.css" type="text/css" media="print"
onload="this.media='all';" /><noscript><link rel="stylesheet"
href="https://static.tildacdn.com/css/tilda-menusub-1.0.min.css" type="text/css" media="all"
/></noscript><link rel="stylesheet" href="https://static.tildacdn.com/css/tilda-cover-1.0.min.css"
type="text/css" media="all" /><link rel="stylesheet" href="https://static.tildacdn.com/css/tilda-slds-
1.4.min.css" type="text/css" media="print" onload="this.media='all';" /><noscript><link
rel="stylesheet" href="https://static.tildacdn.com/css/tilda-slds-1.4.min.css" type="text/css"
media="all" /></noscript><link rel="stylesheet" href="https://static.tildacdn.com/css/tilda-zoom-
2.0.min.css" type="text/css" media="print" onload="this.media='all';" /><noscript><link
rel="stylesheet" href="https://static.tildacdn.com/css/tilda-zoom-2.0.min.css" type="text/css"
media="all" /></noscript><link rel="stylesheet" href="https://static.tildacdn.com/css/tilda-forms-
1.0.min.css" type="text/css" media="all" /><script src="https://static.tildacdn.com/js/jquery-
1.10.2.min.js"></script><script src="https://static.tildacdn.com/js/tilda-scripts-
3.0.min.js"></script><script src="/tilda-blocks-2.7.js?t=1622210573"></script><script
src="https://static.tildacdn.com/js/lazyload-1.3.min.js" charset="utf-8" async></script><script
src="https://static.tildacdn.com/js/tilda-animation-1.0.min.js" charset="utf-8"
async></script><script src="https://static.tildacdn.com/js/tilda-cover-1.0.min.js" charset="utf-8"
async></script><script src="https://static.tildacdn.com/js/tilda-events-1.0.min.js" charset="utf-8"
async></script><script src="https://static.tildacdn.com/js/tilda-menusub-1.0.min.js" charset="utf-8"
async></script><script src="https://static.tildacdn.com/js/tilda-slds-1.4.min.js" charset="utf-8"
async></script><script src="https://static.tildacdn.com/js/hammer.min.js" charset="utf-8"
async></script><script src="https://static.tildacdn.com/js/tilda-zoom-2.0.min.js" charset="utf-8"
async></script><script src="https://static.tildacdn.com/js/tilda-forms-1.0.min.js" charset="utf-8"
async></script><script type="text/javascript">window.dataLayer = window.dataLayer ||
[];</script><script>

```

```

type="text/javascript">if((/bot|google|yandex|baidu|bing|msn|duckduckbot|teoma|slurp|crawler|spider|robot|crawling|facebook/i.test(navigator.userAgent))===false
&&
typeof(sessionStorage)!='undefined' && sessionStorage.getItem('visited')!=='y'){
    var
    style=document.createElement('style');
    style.type='text/css';
    style.innerHTML='@media
screen and (min-width: 980px) {
.t-records {opacity: 0;}
.t-records_animated {-webkit-transition:
opacity ease-in-out .2s;-moz-transition: opacity ease-in-out .2s;-o-transition: opacity ease-in-out
.2s;transition: opacity ease-in-out .2s;}
.t-records.t-records_visible {opacity: 1;}}';
    document.getElementsByTagName('head')[0].appendChild(style);
    $(document).ready(function() {
        $('t-records').addClass('t-records_animated');
        setTimeout(function(){
            $('t-records').addClass('t-records_visible');
        },400);
    });
    sessionStorage.setItem('visited','y');
}

```

```

</script></head><body class="t-body" style="margin:0;"><!--allrecords--><div id="allrecords"
class="t-records" data-hook="blocks-collection-content-node" data-tilda-project-id="4148062" data-
tilda-page-id="19777128" data-tilda-formskey="eb703ebae71382b63713f230855bf8fe" data-tilda-
lazy="yes" ><div id="rec319329768" class="r t-rec t-rec_pb_0" style="padding-
bottom:0px;background-color:#000000; " data-animationappear="off" data-record-type="257" data-
bg-color="#000000"><!-- T228 --><div id="nav319329768marker"></div><div
id="nav319329768" class="t228 t228__positionabsolute " style="background-color:
rgba(255,255,255,0.0); " data-bgcolor-hex="#ffffff" data-bgcolor-rgba="rgba(255,255,255,0.0)"
data-navmarker="nav319329768marker" data-appearoffset="" data-bgopacity-two="" data-
menushadow="0" data-bgopacity="0.0" data-menu-items-align="right" data-menu="yes"> <div
class="t228__maincontainer t228__c12collumns" style=""> <div
class="t228__padding40px"></div> <div class="t228__leftside"> <div
class="t228__leftcontainer"> <a href="#rec319339816" style="color:#000000;font-size:24px;font-
weight:700;"></a> </div> </div> <div class="t228__centerside
t228__menualign_right"> <div class="t228__centercontainer"> <ul class="t228__list "> <li
class="t228__list_item"><a class="t-menu__link-item" href="#rec319329772" data-menu-
submenu-hook="" style="color:#ffffff;font-weight:600;" data-menu-item-number="1">Про нас</a>
</li> <li class="t228__list_item"><a class="t-menu__link-item" href="#rec319336175" data-menu-
submenu-hook="" style="color:#ffffff;font-weight:600;" data-menu-item-
number="2">Послуги</a> </li> <li class="t228__list_item"><a class="t-menu__link-item"
href="#rec319329776" data-menu-submenu-hook="" style="color:#ffffff;font-weight:600;" data-
menu-item-number="3">Контакти</a> </li> <li class="t228__list_item"><a class="t-menu__link-
item" href="" data-menu-submenu-hook="" style="color:#ffffff;font-weight:600;" data-menu-item-
number="4"> +38 066 765 29 39</a> </li> <li class="t228__list_item"><a class="t-menu__link-
item" href="" data-menu-submenu-hook="" style="color:#ffffff;font-weight:600;" data-menu-item-
number="5">Пн-Нд: 10:00 - 21:00 </a> </li> </ul> </div> </div> <div class="t228__rightside">
<div class="t228__rightcontainer"> <div class="t228__right_buttons"><div
class="t228__right_buttons_wrap"><div class="t228__right_buttons_but"><a
href="#rec319329776" target="" class="t-btn " style="color:#000000;background-
color:#ff5c33;"><table style="width:100%;
height:100%;"><tr><td>Записатися</td></tr></table></a></div> </div></div> </div> </div>
<div class="t228__padding40px"></div> </div></div><style>@media screen and (max-width:
980px) {

```

```

#rec319329768 .t228 { position: static;

```

```

}

</style><script>$(window).resize(function() { t228_setBg('319329768');

});

$(document).ready(function() { t228_highlight(); if (typeof t228__init === 'function') {
t228__init('319329768'); } t228_setBg('319329768');

});</script><!--[if IE 8]><style>#rec319329768 .t228 { filter:
progid:DXImageTransform.Microsoft.gradient(startColorStr='#D9ffffff', endColorstr='#D9ffffff');

}</style><![endif]><script type="text/javascript"> $(document).ready(function() {
setTimeout(function(){ t_onFuncLoad('t_menusub_init', function() { t_menusub_init('319329768');
}); }, 500); });</script><style>@media screen and (max-width: 980px) { #rec319329768 .t-
menusub__menu .t-menusub__link-item { color:#ffffff !important; } #rec319329768 .t-
menusub__menu .t-menusub__link-item.t-active { color:#ffffff !important; }

}</style></div><div id="rec319331907" class="r t-rec t-rec_pt_0" style="padding-top:0px; " data-
animationappear="off" data-record-type="18" ><!-- cover --><div class="t-cover"
id="recorddiv319331907" bgimgfield="img" style="height:100vh; background-
image:url('https://static.tildacdn.com/tild3031-3831-4134-a266-633733366263/-
/resize/20x/Barbershop_034smoke_.jpeg');"><div class="t-cover__carrier"
id="coverCarry319331907" data-content-cover-id="319331907" data-content-cover-
bg="https://static.tildacdn.com/tild3031-3831-4134-a266-
633733366263/Barbershop_034smoke_.jpeg" data-content-cover-height="100vh" data-content-
cover-parallax="fixed" style="height:100vh; "></div> <div class="t-cover__filter"
style="height:100vh;background-image: -moz-linear-gradient(top, rgba(0,0,0,0.70),
rgba(0,0,0,0.70));background-image: -webkit-linear-gradient(top, rgba(0,0,0,0.70),
rgba(0,0,0,0.70));background-image: -o-linear-gradient(top, rgba(0,0,0,0.70),
rgba(0,0,0,0.70));background-image: -ms-linear-gradient(top, rgba(0,0,0,0.70),
rgba(0,0,0,0.70));background-image: linear-gradient(top, rgba(0,0,0,0.70), rgba(0,0,0,0.70));filter:
progid:DXImageTransform.Microsoft.gradient(startColorStr='#4c000000',
endColorstr='#4c000000');"></div><div class="t-container"> <div class="t-col t-col_12 "><div
class="t-cover__wrapper t-valign_middle" style="height:100vh;"> <div class="t001 t-
align_center"> <div class="t001__wrapper" data-hook-content="covercontent"> <div
class="t001__title t-title t-title_xl" style="" field="title"><strong style="font-size:
62px;">Gentlemen's House</strong></div> <div class="t001__descr t-descr t-descr_xl
t001__descr_center" style="" field="descr"><div style="font-size: 22px;" data-
customstyle="yes"><span style="font-size: 22px;">HE ПРОСТО ПЕРУКАРНЯ ДЛЯ
ЧОЛБИКИВ</span></div></div> <span class="space"></span> </div> </div> </div>
</div> <!-- arrow --> <div class="t-cover__arrow"><div class="t-cover__arrow-wrapper t-
cover__arrow-wrapper_animated"><div class="t-cover__arrow_mobile"><svg class="t-
cover__arrow-svg" style="fill:#ffffff;" x="0px" y="0px" width="38.417px" height="18.592px"
viewBox="0 0 38.417 18.592" style="enable-background:new 0 0 38.417 18.592;"><g><path
d="M19.208,18.592c-0.241,0-0.483-0.087-0.673-0.261L0.327,1.74c-0.408-0.372-0.438-1.004-
0.066-1.413c0.372-0.409,1.004-0.439,1.413-0.066L19.208,16.24L36.743,0.261c0.411-0.372,1.042-
0.342,1.413,0.066c0.372,0.408,0.343,1.041-
0.065,1.413L19.881,18.332C19.691,18.505,19.449,18.592,19.208,18.592z"/></g></svg></div></d
iv></div> <!-- arrow --> </div> </div><div id="rec319333918" class="r t-rec t-rec_pt_90 t-
rec_pb_60" style="padding-top:90px;padding-bottom:60px; " data-record-type="33" ><!-- T017 --

```

```

><div class="t017"> <div class="t-container t-align_center"> <div class="t-col t-col_10 t-prefix_1">
<div class="t017__title t-title t-title_xxs" field="title" style=""><span style="font-size: 36px;">Нами
барбери</span></div> </div> </div></div></div><div id="rec319329771" class="r t-rec t-rec_pt_0
t-rec_pb_105" style="padding-top:0px;padding-bottom:105px; " data-animationappear="off" data-
record-type="608" ><!-- T608 --> <div class="t608"> <div class="t-container"> <div
class="t608__col t-col t-col_4"> <div class="t608__bgimg t-margin_auto t-bgimg" data-image-
width="360" data-image-height="400" bgimgfield="img" data-
original="https://static.tildacdn.com/tild3131-3531-4836-b937-
353839333532/2a6c3e6ae9c5767df72a.jpg" style="background-image:
url('https://static.tildacdn.com/tild3131-3531-4836-b937-353839333532/-
/resizeb/20x/2a6c3e6ae9c5767df72a.jpg');"></div> <div class="t608__textwrapper t-align_left">
<div class="t608__title t-heading t-heading_xs" style="" field="title"><div style="font-size: 22px;"
data-customstyle="yes"><span style="font-size: 22px;">Сергій Романюк</span></div></div> <a
href="1" target="_blank" class="t608__btn t-btn t-btn_sm" style="color:#ffffff;background-
color:#ff5c33;border-radius:3px; -moz-border-radius:3px; -webkit-border-radius:3px;"><table
style="width:100%; height:100%;"><tr><td>Записатися</td></tr></table></a> </div> </div>
<div class="t608__col t-col t-col_4"> <div class="t608__bgimg t-margin_auto t-bgimg" data-image-
width="360" data-image-height="400" bgimgfield="img2" data-
original="https://static.tildacdn.com/tild3761-3162-4939-a535-
313237366463/b637ea87a4637e0e03aa.jpg" style="background-image:
url('https://static.tildacdn.com/tild3761-3162-4939-a535-313237366463/-
/resizeb/20x/b637ea87a4637e0e03aa.jpg');"></div> <div class="t608__textwrapper t-align_left">
<div class="t608__title t-heading t-heading_xs" style="" field="title2"><div style="font-size: 22px;"
data-customstyle="yes"><span style="font-size: 22px;">Ізмаїл Ганават</span></div></div> <a
href="" target="" class="t608__btn t-btn t-btn_sm" style="color:#ffffff;background-
color:#ff5c33;border-radius:3px; -moz-border-radius:3px; -webkit-border-radius:3px;"><table
style="width:100%; height:100%;"><tr><td>Записатися</td></tr></table></a> </div> </div>
<div class="t608__col t-col t-col_4"> <div class="t608__bgimg t-margin_auto t-bgimg" data-image-
width="360" data-image-height="400" bgimgfield="img3" data-
original="https://static.tildacdn.com/tild6638-3263-4332-b863-
663161353564/d5510be2d0a8910185a4.jpg" style="background-image:
url('https://static.tildacdn.com/tild6638-3263-4332-b863-663161353564/-
/resizeb/20x/d5510be2d0a8910185a4.jpg');"></div> <div class="t608__textwrapper t-align_left">
<div class="t608__title t-heading t-heading_xs" style="" field="title3"><div style="font-size: 22px;"
data-customstyle="yes"><span style="font-size: 22px;">Юрій Голик</span></div></div> <a
href="" target="" class="t608__btn t-btn t-btn_sm" style="color:#ffffff;background-
color:#ff5c33;border-radius:3px; -moz-border-radius:3px; -webkit-border-radius:3px;"><table
style="width:100%; height:100%;"><tr><td>Записатися</td></tr></table></a> </div> </div>
</div></div><script type="text/javascript"> $(document).ready(function() {
t608_setHeight('319329771'); });</script> </div><div id="rec319329772" class="r t-rec t-
rec_pb_45" style="padding-bottom:45px; " data-animationappear="off" data-record-type="46" ><!--
- cover --><div class="t-cover" id="recorddiv319329772" bgimgfield="img" style="height:650px;
background-image:url('https://static.tildacdn.com/tild6439-6132-4939-b935-393534303062/-
/resize/20x/YUYwEH0ZnJiNywR8p7Yb.jpeg');" ><div class="t-cover__carrier"
id="coverCarry319329772" data-content-cover-id="319329772" data-content-cover-
bg="https://static.tildacdn.com/tild6439-6132-4939-b935-
393534303062/YUYwEH0ZnJiNywR8p7Yb.jpeg" data-content-cover-height="650px" data-
content-cover-parallax="fixed" style="height:650px; "></div> <div class="t-cover__filter"

```

style="height:650px;background-image: -moz-linear-gradient(top, rgba(64,26,0,0.80), rgba(6,17,31,0.80));background-image: -webkit-linear-gradient(top, rgba(64,26,0,0.80), rgba(6,17,31,0.80));background-image: -o-linear-gradient(top, rgba(64,26,0,0.80), rgba(6,17,31,0.80));background-image: -ms-linear-gradient(top, rgba(64,26,0,0.80), rgba(6,17,31,0.80));background-image: linear-gradient(top, rgba(64,26,0,0.80), rgba(6,17,31,0.80));filter: progid:DXImageTransform.Microsoft.gradient(startColorStr='#33401a00', endColorStr='#3306111f');" ></div> <div class="t-container"> <div class="t-cover__wrapper t-valign_middle" style="height:650px;"> <div class="t032"> <div class="t032__wrapper" data-hook-content="covercontent"> <div class="t032__title t-title t-title_md" style="font-size:42px;" field="title">Про нас</div> <div class="t-row"> <div class="t-col t-col_2 t-prefix_5"> <div class="t032__line" style=""></div> </div> </div> <div class="t-row"> <div class="t-col t-col_10 t-prefix_1"> <div class="t032__descr t-descr t-descr_lg" style="" field="descr">
<p style="text-align: left;">Перші «чоловічі цирюльні» з'явилися в Америці, потім в Англії. Вони все більше почали користуватися популярністю серед чоловіків, а разом з цим і обростати своїми традиціями. Згодом, такі чоловічі перукарні стали називати «барбершопами».</p>
<p style="text-align: left;"><strong style="line-height: 22px;">GENTLEMENS HOUSE - це не просто чергова чоловіча перукарня в Києві.</p><p style="text-align: left;">В інтер'єрі приміщення присутні відтінки класичного стилю. Зручні барберські крісла, новітній арсенал інструментів і косметики - все це знаходиться в барбершопі в самому центрі Києва. У нас Ви зможете не тільки постригтися або поголитися, а й розслабитися після випитої склянки віскі або смачної кави за розмовою з Барбером.</p>

</div> </div> </div> </div> </div> </div> </div> </div><div id="rec319336175" class="r t-rec t-rec_pt_60 t-rec_pb_0" style="padding-top:60px;padding-bottom:0px; " data-record-type="33" ><!-- T017 --><div class="t017"> <div class="t-container t-align_center"> <div class="t-col t-col_10 t-prefix_1"> <div class="t017__title t-title t-title_xxs" field="title" style=""><div style="font-size: 36px;" data-customstyle="yes">Ціни на послуги</div></div> </div> </div></div><div id="rec319335660" class="r t-rec t-rec_pt_45 t-rec_pb_0" style="padding-top:45px;padding-bottom:0px; " data-record-type="218" ><!-- T005 --><div class="t005"><div class="t-container"><div class="t-row"><div class="t-col t-col_6 "><div class="t005__text t-text t-text_md" style="" field="text">Чоловіча стрижка 500.0 ₴
Чоловіча стрижка Старший Барбер.....600.0 ₴
Королівське гоління.....300.0 ₴
Королівське гоління Старший Барбер.....400.0 ₴
Стрижка + стрижка бороди.....700.0 ₴</div></div><div class="t-col t-col_6 "><div class="t005__text t-text t-text_md" style="" field="text2">Стрижка + стрижка бороди Старший Барбер.....900.0 ₴
Стрижка бороди.....250.0 ₴
Стрижка бороди Старший Барбер.....300.0 ₴
Чоловіча стрижка Молодший Барбер.....300.0 ₴
Стрижка бороди Молодший Барбер.....150.0 ₴
</div></div></div></div></div></div><div id="rec319336285" class="r t-rec t-rec_pt_90 t-rec_pb_90" style="padding-top:90px;padding-bottom:90px; " data-record-type="191" ><!-- T142 --><div class="t142"><div class="t-container_100"> <div class="t142__wrapone"><div class="t142__wraptwo"> <div class="t-btn

```

t142__submit      "      style="color:#000000;border:3px      solid      #ff5c33;"      >      <span
class="t142__text">Записатися      на      стрижку</span>      </div>      </a>      </div>
</div></div></div><script> $(document).ready(function() { t142_checkSize('319336285'); });
$(window).load(function() { t142_checkSize('319336285'); });</script><style>#rec319336285 .t-
btn[data-btneffects-first],

#rec319336285 .t-btn[data-btneffects-second],

#rec319336285 .t-submit[data-btneffects-first],

#rec319336285 .t-submit[data-btneffects-second] { position: relative; overflow: hidden; -webkit-
transform: translate3d(0,0,0); transform: translate3d(0,0,0);

}</style><script type="text/javascript">$(document).ready(function() {

});</script></div><div id="rec319338577" class="r t-rec t-rec_pt_0 t-rec_pb_0" style="padding-
top:0px;padding-bottom:0px; " data-record-type="510" ><!-- t510 --><div class="t510"><div
class="t-section__container t-container"><div class="t-col t-col_12"><div class="t-
section__topwrapper t-align_center"><div class="t-section__title t-title t-title_xs"
field="bttitle"><div style="font-size: 36px;" data-customstyle="yes"><span style="font-size:
36px;">Gentlemen's House</span></div></div></div></div><div class="t-container"> <div
class="t-col t-col_8 t-prefix_2 t-item"> <div class="t-cell t-valign_top"> <div class="t510__circle t-
heading t-valign_middle" style=" color:#ff5c33;; border: 2px solid #ff5c33; ">1</div> </div> <div
class="t510__textwrapper t-cell t-valign_middle" style=""> <div class="t-name t-name_md "
style="" field="li_title__1476966581869"><div style="font-size: 22px;" data-
customstyle="yes"><span style="font-size: 22px;">— це не просто перукарня для чоловіків, де
можуть добре підстригти бороду</span></div></div> </div> <div class="t-clear
t510__separator" style=""></div> <div class="t-col t-col_8 t-prefix_2 t-item"> <div class="t-cell t-
valign_top"> <div class="t510__circle t-heading t-valign_middle" style=" color:#ff5c33;; border:
2px solid #ff5c33; ">2</div> </div> <div class="t510__textwrapper t-cell t-valign_middle"
style=""> <div class="t-name t-name_md " style="" field="li_title__1476966593578"><div
style="font-size: 22px;" data-customstyle="yes"><span style="font-size: 22px;">— це спілка
однодумців, з якими є про що поговорити</span></div></div> </div> <div class="t-clear
t510__separator" style=""></div> <div class="t-col t-col_8 t-prefix_2 t-item"> <div class="t-cell t-
valign_top"> <div class="t510__circle t-heading t-valign_middle" style=" color:#ff5c33;; border:
2px solid #ff5c33; ">3</div> </div> <div class="t510__textwrapper t-cell t-valign_middle"
style=""> <div class="t-name t-name_md " style="" field="li_title__1476966597622"><div
style="font-size: 22px;" data-customstyle="yes"><span style="font-size: 22px;">— це своя
атмосфера, місце, куди хочеться повертатися не тільки за стрижками, а і за емоціями та
душевними розмовами</span></div></div> </div> </div></div></div></div><div
id="rec319339816" class="r t-rec t-rec_pt_90 t-rec_pb_90" style="padding-top:90px;padding-
bottom:90px; " data-animationappear="off" data-record-type="670" ><div class="t670"> <div
class="t-slds" style="visibility: hidden;"> <div class="t-container t-slds__main"> <div class="t-
slds__container t-width t-width_9 t-margin_auto"> <div class="t-slds__items-wrapper t-
slds_animated-none t-slds__witharrows" data-slider-transition="300" data-slider-with-cycle="true"
data-slider-correct-height="true" data-auto-correct-mobile-width="false" data-slider-arrows-
nearpic="yes" > <div class="t-slds__item t-slds__item_active" data-slide-index="1"> <div class="t-
width t-width_9 t-margin_auto" itemscope itemtype="http://schema.org/ImageObject"> <div
class="t-slds__wrapper t-align_center"> <meta itemprop="image"
content="https://static.tildacdn.com/tild3262-3937-4636-b632-

```

```

303536616561/6VLmyLfiFUJ5bfDCkJ2x.jpg"> <div class="t670__imgwrapper"
bgimgfield="gi_img__0"> <div class="t-slds__bgimg t-bgimg" data-
original="https://static.tildacdn.com/tild3262-3937-4636-b632-
303536616561/6VLmyLfiFUJ5bfDCkJ2x.jpg" style="background-image:
url('https://static.tildacdn.com/tild3262-3937-4636-b632-303536616561/-
/resizeb/20x/6VLmyLfiFUJ5bfDCkJ2x.jpg');"></div> <div class="t670__separator" data-slider-
image-width="860" data-slider-image-height="550"></div> </div> </div> </div> <div
class="t-slds__item " data-slide-index="2"> <div class="t-width t-width_9 t-margin_auto" itemscope
itemtype="http://schema.org/ImageObject"> <div class="t-slds__wrapper t-align_center"> <meta
itemprop="image" content="https://static.tildacdn.com/tild3431-6134-4839-b235-
343461333937/QPOEcVLuyK6Y0pvZ2DG6.jpg"> <div class="t670__imgwrapper"
bgimgfield="gi_img__1"> <div class="t-slds__bgimg t-bgimg" data-
original="https://static.tildacdn.com/tild3431-6134-4839-b235-
343461333937/QPOEcVLuyK6Y0pvZ2DG6.jpg" style="background-image:
url('https://static.tildacdn.com/tild3431-6134-4839-b235-343461333937/-
/resizeb/20x/QPOEcVLuyK6Y0pvZ2DG6.jpg');"></div> <div class="t670__separator" data-slider-
image-width="860" data-slider-image-height="550"></div> </div> </div> </div> <div
class="t-slds__item " data-slide-index="3"> <div class="t-width t-width_9 t-margin_auto" itemscope
itemtype="http://schema.org/ImageObject"> <div class="t-slds__wrapper t-align_center"> <meta
itemprop="image" content="https://static.tildacdn.com/tild3937-3836-4537-b832-
363439343234/W4VVoodnkdwkgzaCqsdw.jpg"> <div class="t670__imgwrapper"
bgimgfield="gi_img__2"> <div class="t-slds__bgimg t-bgimg" data-
original="https://static.tildacdn.com/tild3937-3836-4537-b832-
363439343234/W4VVoodnkdwkgzaCqsdw.jpg" style="background-image:
url('https://static.tildacdn.com/tild3937-3836-4537-b832-363439343234/-
/resizeb/20x/W4VVoodnkdwkgzaCqsdw.jpg');"></div> <div class="t670__separator" data-slider-
image-width="860" data-slider-image-height="550"></div> </div> </div> </div> <div
class="t-slds__item " data-slide-index="4"> <div class="t-width t-width_9 t-margin_auto" itemscope
itemtype="http://schema.org/ImageObject"> <div class="t-slds__wrapper t-align_center"> <meta
itemprop="image" content="https://static.tildacdn.com/tild6363-3136-4139-a336-
643536396134/hMPSx9NjOV5mB5HmMWof.jpg"> <div class="t670__imgwrapper"
bgimgfield="gi_img__3"> <div class="t-slds__bgimg t-bgimg" data-
original="https://static.tildacdn.com/tild6363-3136-4139-a336-
643536396134/hMPSx9NjOV5mB5HmMWof.jpg" style="background-image:
url('https://static.tildacdn.com/tild6363-3136-4139-a336-643536396134/-
/resizeb/20x/hMPSx9NjOV5mB5HmMWof.jpg');"></div> <div class="t670__separator" data-
slider-image-width="860" data-slider-image-height="550"></div> </div> </div> </div>
</div> </div> <div class="t-slds__arrow_container t-slds__arrow_container-outside"> <div
class="t-slds__arrow_wrapper t-slds__arrow_wrapper-left" data-slide-direction="left"> <div
class="t-slds__arrow t-slds__arrow-left t-slds__arrow-withbg" style="width: 40px; height:
40px;background-color: rgba(232,232,232,1);"> <div class="t-slds__arrow_body t-
slds__arrow_body-left" style="width: 9px;"> <svg style="display: block" viewBox="0 0 9.3 17"
xmlns="http://www.w3.org/2000/svg" xmlns:xlink="http://www.w3.org/1999/xlink">
<desc>Left</desc> <polyline fill="none" stroke="#000000" stroke-linejoin="butt" stroke-
linecap="butt" stroke-width="1" points="0.5,0.5 8.5,8.5 0.5,16.5" /> </svg> </div>
</div></div><div class="t-slds__arrow_wrapper t-slds__arrow_wrapper-right" data-slide-
direction="right"> <div class="t-slds__arrow t-slds__arrow-right t-slds__arrow-withbg"
style="width: 40px; height: 40px;background-color: rgba(232,232,232,1);"> <div class="t-

```

```

slds__arrow_body t-slds__arrow_body-right" style="width: 9px;"> <svg style="display: block"
viewBox="0 0 9.3 17" xmlns="http://www.w3.org/2000/svg"
xmlns:xlink="http://www.w3.org/1999/xlink"> <desc>Right</desc> <polyline fill="none"
stroke="#000000" stroke-linejoin="butt" stroke-linecap="butt" stroke-width="1" points="0.5,0.5
8.5,8.5 0.5,16.5" /> </svg> </div> </div> </div> </div> <div class="t-slds__bullet_wrapper"> <div
class="t-slds__bullet t-slds__bullet_active" data-slide-bullet-for="1"> <div class="t-
slds__bullet_body" style="background-color: #c7c7c7;"></div> </div> <div class="t-slds__bullet "
data-slide-bullet-for="2"> <div class="t-slds__bullet_body" style="background-color:
#c7c7c7;"></div> </div> <div class="t-slds__bullet " data-slide-bullet-for="3"> <div class="t-
slds__bullet_body" style="background-color: #c7c7c7;"></div> </div> <div class="t-slds__bullet "
data-slide-bullet-for="4"> <div class="t-slds__bullet_body" style="background-color:
#c7c7c7;"></div> </div> </div> <div class="t-slds__caption__container"> </div> </div>
</div></div><script type="text/javascript"> $(document).ready(function() { t670_init('319339816');
t_onFuncLoad('t_sldsInit', function() { t_sldsInit('319339816'); }); });
$('t670').bind('displayChanged',function(){ t_onFuncLoad('t_slds_updateSlider', function() {
t_slds_updateSlider('319339816'); }); t_onFuncLoad('t_slds_positionArrows', function() {
t_slds_positionArrows('319339816'); }); }); </script><style type="text/css"> #rec319339816 .t-
slds__bullet_active .t-slds__bullet_body { background-color: #222 !important; } #rec319339816 .t-
slds__bullet:hover .t-slds__bullet_body { background-color: #222 !important; }</style></div><div
id="rec319329776" class="r t-rec t-rec_pt_60 t-rec_pb_45" style="padding-top:60px;padding-
bottom:45px;background-color:#000000; " data-animationappear="off" data-record-type="718"
data-bg-color="#000000"><!-- t718 --><div class="t718"> <div class="t-section__container t-
container"><div class="t-col t-col_12"><div class="t-section__topwrapper t-align_center"><div
class="t-section__title t-title t-title_xs" field="btitle"><div style="font-size: 36px;" data-
customstyle="yes"><span style="color: rgb(255, 255, 255); font-size: 36px;">Нами
контакти</span></div></div></div></div> <div class="t-container"> <div class="t-col t-
col_5 t-prefix_1"> <div class="t718__contentbox" style="height:;> <div
class="t718__contentwrapper"> <div class="t718__contacts t-text t-descr_xxxl"
style="color:#ffffff;" field="text"><div style="font-size: 22px;" data-customstyle="yes"><span
style="font-size: 22px;">+38 (066) 765 29 39</span><br /><span style="font-size:
22px;">Gentlemenshouse.com</span></div></div> <div class="t718__address t-text t-text_sm"
style="color:#ffffff;" field="text2"><div style="font-size: 22px;" data-customstyle="yes"><span
style="font-size: 22px;">Пн-Нд: 10:00 - 21:00</span><br /><span style="font-size: 22px;">Вхід
тільки для чоловіків</span></div></div> <div class="t-sociallinks"> <div class="t-
sociallinks__wrapper"> <div class="t-sociallinks__item"> <a
href="https://www.facebook.com/gentlemensclubkyiv/" target="_blank"> <svg class="t-
sociallinks__svg" version="1.1" id="Layer_1" xmlns="http://www.w3.org/2000/svg"
xmlns:xlink="http://www.w3.org/1999/xlink" x="0px" y="0px" width="25px" height="25px"
viewBox="0 0 48 48" enable-background="new 0 0 48 48"
xml:space="preserve"><desc>Facebook</desc><path style="fill:#ff5c33;" d="M21.1 7.8C22.5 6.5
24.5 6 26.4 6h6v6.3h-3.9c-.8-.1-1.6.6-1.8 1.4v4.2h5.7c-.1 2-.4 4.1-.7 6.1h-5v18h-7.4V24h-3.6v-
6h3.6v-5.9c.1-1.7.7-3.3 1.8-4.3z"/></svg> </a> </div> <div class="t-sociallinks__item"> <a
href="https://t.me/freehaircut" target="_blank"> <svg class="t-sociallinks__svg" version="1.1"
id="Layer_1" xmlns="http://www.w3.org/2000/svg" xmlns:xlink="http://www.w3.org/1999/xlink"
width="25px" height="25px" viewBox="0 0 60 60"
xml:space="preserve"><desc>Telegram</desc><path style="fill:#ff5c33;" d="M52.5,9L6.1,26.9c-
0.9,0.4-0.9,1.8,0,2.3l11.9,4.9l4.4,14.1c0.3,0.8,1.2,1,1.8,0.5l6.8-6.4l12.9,8.7c0.7,0.4,1.6,0,1.7-
0.7L54,10.3C54.2,9.5,53.3,8.7,52.5,9z
M24.5,36.7L23.8,44l-3.6-11.2l25.3-

```

```

16.8L24.5,36.7z"/></svg> </a> </div> </div></div> </div> </div> </div> <div class="t-col t-col_5
"> <form id="form319329776" name="form319329776" role="form" action="" method="POST" data-
formactiontype="0" data-inputbox=".t-input-group" data-success-url="barbersop451@gmail.com"
class="t-form js-form-process t-form_inputs-total_3 " data-success-callback="t718_onSuccess" >
<!-- NO ONE SERVICES CONNECTED --> <div class="js-successbox t-form__successbox t-text
t-text_md" style="display:none;color:#ffffff;"></div> <div class="t-form__inputsbox"> <div
class="t-input-group t-input-group_em" data-input-lid="1496238230199"> <div class="t-input-
block"> <input type="text" autocomplete="email" name="Email" class="t-input js-tilda-rule "
value="" placeholder="E-mail" data-tilda-rule="email" style="color:#000000; border:0px solid
#000; background-color:#f2f2f2; "> <div class="t-input-error"></div> </div> </div> <div class="t-
input-group t-input-group_nm" data-input-lid="1496238250184"> <div class="t-input-block">
<input type="text" autocomplete="name" name="Name" class="t-input js-tilda-rule " value=""
placeholder="Імя" data-tilda-rule="name" style="color:#000000; border:0px solid #000;
background-color:#f2f2f2; "> <div class="t-input-error"></div> </div> </div> <div class="t-input-
group t-input-group_ta" data-input-lid="1496238259342"> <div class="t-input-block"> <textarea
name="Textarea" class="t-input js-tilda-rule " placeholder="Повідомлення" style="color:#000000;
border:0px solid #000; background-color:#f2f2f2; height:102px" rows="3"></textarea> <div
class="t-input-error"></div> </div> </div><div class="t-form__errorbox-middle"> <div class="js-
errorbox-all t-form__errorbox-wrapper" style="display:none;"> <div class="t-form__errorbox-text t-
text t-text_md"> <p class="t-form__errorbox-item js-rule-error js-rule-error-all"></p> <p class="t-
form__errorbox-item js-rule-error js-rule-error-req"></p> <p class="t-form__errorbox-item js-rule-
error js-rule-error-email"></p> <p class="t-form__errorbox-item js-rule-error js-rule-error-
name"></p> <p class="t-form__errorbox-item js-rule-error js-rule-error-phone"></p> <p class="t-
form__errorbox-item js-rule-error js-rule-error-minlength"></p> <p class="t-form__errorbox-item
js-rule-error js-rule-error-string"></p> </div> </div></div> <div class="t-form__submit"> <button
type="submit" class="t-submit" style="color:#ffffff;background-color:#ff5c33;border-radius:7px; -
moz-border-radius:7px; -webkit-border-radius:7px;" >Записатися</button> </div> </div> <div
class="t-form__errorbox-bottom"> <div class="js-errorbox-all t-form__errorbox-wrapper"
style="display:none;"> <div class="t-form__errorbox-text t-text t-text_md"> <p class="t-
form__errorbox-item js-rule-error js-rule-error-all"></p> <p class="t-form__errorbox-item js-rule-
error js-rule-error-req"></p> <p class="t-form__errorbox-item js-rule-error js-rule-error-
email"></p> <p class="t-form__errorbox-item js-rule-error js-rule-error-name"></p> <p class="t-
form__errorbox-item js-rule-error js-rule-error-phone"></p> <p class="t-form__errorbox-item js-
rule-error js-rule-error-minlength"></p> <p class="t-form__errorbox-item js-rule-error js-rule-error-
string"></p> </div> </div> </div> </form><style>#rec319329776 input::-webkit-input-placeholder
{color:#000000; opacity: 0.5;} #rec319329776 input::-moz-placeholder {color:#000000;
opacity: 0.5;} #rec319329776 input:-moz-placeholder {color:#000000; opacity: 0.5;}
#rec319329776 input:-ms-input-placeholder {color:#000000; opacity: 0.5;}
#rec319329776 textarea::-webkit-input-placeholder {color:#000000; opacity: 0.5;}
#rec319329776 textarea::-moz-placeholder {color:#000000; opacity: 0.5;}
#rec319329776 textarea:-moz-placeholder {color:#000000; opacity: 0.5;}#rec319329776
textarea:-ms-input-placeholder {color:#000000; opacity: 0.5;}</style> </div>
</div></div><style>#rec319329776 .t-input__vis-ph { color:#000000;
} </style><!--[if IE 8 ]><style> .t-input-block .t-input:focus ~ .t-input__vis-ph, .t-input_has-content
+ .t-input__vis-ph { top: 10px; font-size: 12px; }</style><![endif]><script>function
t_animateInputs(recid){ var el = $('#rec'+recid); var inputs = el.find('.t-input:not(.t-
inputquantity):not(.t-input-phonemask__wrap):not(.t-input-phonemask)'); el.find('.t-input-

```

```

group:not(.t-input-group_da):not(.t-input-group_uw):not(.t-input-group_ri):not(.t-input-group_rg)
.t-input-block,
.t-datepicker__wrapper').css({ 'position': 'relative', 'overflow': 'hidden' });
inputs.each(function() {
    $(this).addClass('t-input_pvis');
    if (typeof
$(this).attr('placeholder') != 'undefined' && $(this).attr('placeholder') != "") {
        $(this).after('<div class="t-
input__vis-ph">'+$(this).attr('placeholder')+'</div>');
    }
    $(this).attr('placeholder', "");
});
inputs.on("blur", function() {
    if ($(this).val() != "") {
        $(this).addClass('t-input_has-content');
    } else {
        $(this).removeClass('t-input_has-content');
    }
});
if (/iPhone|iPad|iPod/i.test(navigator.userAgent)) {
    el.find('textarea:not(.t-input_bbonly)').css('padding-left', '17px');
    el.find('textarea.t-
input_bbonly').css('text-indent', '-3px');
}
}

```

```

$(document).ready(function() {
    setTimeout(function() {
        t_animateInputs('319329776');
    }, 500);
}

```

```

})</script> </div><div id="rec319336978" class="r t-rec t-rec_pt_0 t-rec_pb_0" style="padding-
top:0px;padding-bottom:0px;background-color:#111111; " data-animationappear="off" data-record-
type="389" data-bg-color="#111111"><!-- T389 --><div class="t389" id="t-footer_319336978">
<div class="t389__maincontainer" style="height: 70px;"> <div class="t389__content"> <div
class="t389__col t389__col_hiddenmobile"> <div class="t389__typo t389__copyright t-name t-
name_xs" field="text" style="color: #ffffff;"> © 2021 GENTLEMENS HOUSE&nbsp; </div>
</div> <div class="t389__col t389__col_center t-align_center"> <div
class="t389__centercontainer"> <ul class="t389__list"> <li class="t389__list_item t-name t-
name_xs"><a class="t389__typo" style="color: #ffffff;" href="#rec319329772" data-menu-item-
number="1">Про нас</a></li> <li class="t389__list_item t-name t-name_xs"><a
class="t389__typo" style="color: #ffffff;" href="#rec319338577" data-menu-item-
number="2">Послуги</a></li> <li class="t389__list_item t-name t-name_xs"><a
class="t389__typo" style="color: #ffffff;" href="#rec319336175" data-menu-item-
number="3">Ціни</a></li> <li class="t389__list_item t-name t-name_xs"><a class="t389__typo"
style="color: #ffffff;" href="#rec319329776" data-menu-item-number="4">Контакти</a></li>
</ul> </div> </div> <div class="t389__col t389__col_mobile"> <div class="t389__typo
t389__copyright t-name t-name_xs" field="text" style="color: #ffffff;"> © 2021 GENTLEMENS
HOUSE&nbsp; </div> </div> <div class="t389__col"> <div class="t389__scroll t-align_right"> <a
class="t389__typo t-name t-name_xs t389_scrolltop" style="color: #ffffff;"
href="javascript:t389_scrollToTop();"> Bropy <span class="t389__icon"> <svg width="5"
height="17" viewBox="0 0 6 20"> <path fill="#ffffff" d="M5.78 3.85L3.12.28c-.14-.14-.3-.14-.43
0L.03 3.85c-.14.13-.08.27.13.27h1.72V20h2.06V4.12h1.72c.15 0 .22-.07.19-.17a.26.26 0 00-.07-
.1z" fill-rule="evenodd"/> </svg> </span> </a> </div> </div> </div></div></div><!--
-/allrecords--><!-- Tilda copyright. Don't remove this line --><div class="t-tildalabel t-tildalabel-
free" id="tildacopy" data-tilda-sign="4148062#19777128"><div class="t-tildalabel-free__main"><a
href="https://tilda.cc/?upm=4148062" target="_blank" style="padding-bottom:12px; display:
block;"></a><div
style="padding-bottom: 15px;">This site was made on <a href="https://tilda.cc/?upm=4148062"
target="_blank" style="text-decoration: none; color:inherit;">Tilda &mdash; a website builder</a>
that helps to&nbsp;create a&nbsp;website without any code</div><a
href="https://tilda.cc/registration/" target="_blank" style="display: inline-block; padding: 10px
20px; font-size: 13px; border-radius: 50px; background-color: #fff; color:#000; text-decoration:
none;">Create a website</a></div><div class="t-tildalabel-free__links-wr"><a class="t-tildalabel-
free__txt-link" href="https://help.tilda.cc/white-label" target="_blank">How to remove this
block?</a><a class="t-tildalabel-free__txt-link" href="https://tilda.cc/?upm=4148062"

```

```

target="_blank">About platform</a><a class="t-tildalabel-free__txt-link"
href="https://tilda.cc/abuse/" target="_blank">Submit a complaint</a></div></div><!-- Stat --
><script type="text/javascript">if (! window.mainTracker) { window.mainTracker = 'tilda'; }
(function (d, w, k, o, g) { var
n=d.getElementsByTagName(o)[0],s=d.createElement(o),f=function(){n.parentNode.insertBefore(s
,n)}; s.type = "text/javascript"; s.async = true; s.key = k; s.id = "tildastatscript"; s.src=g; if
(w.opera=="[object Opera]") {d.addEventListener("DOMContentLoaded", f, false);} else { f(); }
})(document, window,
'1f2fd82452ff76994a90b2cddfc8410','script','https://static.tildacdn.com/js/tildasimplestat-
0.1.min.js');</script></body></html>

```