

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Чорноморський національний університет імені Петра Могили**  
**Факультет комп'ютерних наук**  
**Кафедра дизайну**

ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри дизайну

\_\_\_\_\_ **Юрій ОДРОБІНСЬКИЙ**

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2026 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
**НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА**  
**РОЗРОБЛЕННЯ ДИЗАЙНУ АЙДЕНТИКИ ДЛЯ КАВ'ЯРНІ В СТИЛІ**  
**ДРИФТ «ТОКУО»**  
Спеціальність 022 Дизайн  
Спеціалізація 022.01 Графічний дизайн  
Освітня програма «Графічний дизайн і реклама»

**Здобувач**

\_\_\_\_\_

**Анастасія ОРЛОВА**

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2026 р.

**Керівник роботи**

PhD з професійної  
освіти, доцент б.в.з.

\_\_\_\_\_

**Олена ТРИГУБ**

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2026 р.

## **Завдання на виконання кваліфікаційної роботи**

Чорноморський національний університет імені Петра Могили

Факультет	Комп'ютерних наук
Кафедра	Дизайну
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Освітній ступінь	Бакалавр
Спеціальність	022 Дизайн
Спеціалізація	022.01 Графічний дизайн
Освітня програма	Графічний дизайн і реклама

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри дизайну

\_\_\_\_\_ **Юрій ОДРОБІНСЬКИЙ**

«30» січня 2026 р.

### **ЗАВДАННЯ**

**на кваліфікаційну бакалаврську роботу здобувача**

**Анастасії ОРЛОВОЇ**

---

1. Тема кваліфікаційної роботи «Розроблення дизайну айдентики для кав'ярні в стилі дрифт «Токуо» затверджена наказом ректора ЧНУ ім. Петра Могили № 12 від «23» січня 2026 р.

2. Строк представлення кваліфікаційної роботи «23» червня 2026 р.

3. Очікуваний результат: готовий до друку та серійного тиражування логобук, візуалізація фірмової продукції, дизайн демонстраційних планшетів.

Початкові дані: концепція та філософія закладу «Токуо», поєднання японської дрифт-культури та сучасного міського мінімалізму, сучасні вимоги до додрукарської підготовки багатосторінкових рекламних видань.

4. Перелік питань, що підлягають розробці:

– Проведення передпроектного аналізу, що включає дослідження дрифт-культури та JDM-естетики як основи для візуальної інтерпретації, аналіз сучасних

трендів в айдентиці, аналіз аналогів фірмового стилю кав'ярень.

– Розробка дизайн-концепції айдентики, формування художньо-образного рішення, визначення стилістики, композиційних принципів, розробка логотипа, унікальних патернів, типографіки та колірної гами бренду.

– Створення візуального контенту, зокрема авторських цифрових ілюстрацій, елементів фірмового мерчу.

– Технічна реалізація проєкту, що передбачає вибір програмних засобів розробки, верстку розворотів фірмового логобука, підготовку макетів до друку та розробку тривимірних концептів пакування.

– Економічне обґрунтування проєкту, визначення технологічних особливостей виготовлення друкованої продукції та розрахунок собівартості її реалізації.

5. Перелік графічних матеріалів:

– 6 експозиційних планшетів формату А1 в електронному вигляді, з яких 3 — надруковані.

– Оригінал-макети внутрішніх розворотів фірмового логобука кав'ярні.

– Презентація результатів проєктування.

6. Консультанти:

<b>Консультант</b>	<b>Кафедра (організація)</b>	<b>Частина роботи</b>
Юрій ОДРОБІНСЬКИЙ	дизайну	Консультування щодо виготовлення графічних матеріалів

Дата видачі завдання «30» січня 2026 р.

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**  
**виконання кваліфікаційної роботи**

Тема: **Розроблення дизайну айдентики для кав'ярні в стилі дрифт «Токуо»**

<b>№</b>	<b>Найменування роботи</b>	<b>Початок</b>	<b>Закінчення</b>	<b>Примітки</b>
1.	Розроблення та затвердження завдання на виконання КБР	23.01.2026	30.01.2026	виконано
2.	Огляд літератури за темою роботи	02.02.2026	27.02.2026	виконано
3.	Складання календарного плану КБР	02.03.2026	06.03.2026	виконано
4.	Передпроектний аналіз. Написання вступу та першого розділу КБР	09.03.2026	03.04.2026	виконано
5.	Розроблення проектних рішень. Виконання графічної частини проекту. Написання другого розділу КБР	06.04.2026	01.05.2026	виконано
6.	Виконання макета дизайн-продукту, експозиційних планшетів та підготовка їх до друку. Написання третього розділу КБР	04.05.2026	15.05.2026	виконано
7.	Друк макета дизайн-продукту, експозиційних планшетів. Написання висновків, оформлення списку використаних джерел, додатків до КБР	18.05.2026	05.06.2026	виконано
8.	Відгук керівника КБР	08.06.2026	19.06.2026	виконано
9.	Оформлення КБР та презентації	08.06.2026	19.06.2026	виконано
10.	Попередній захист	09.06.2026	09.06.2026	виконано
11.	Рецензування	08.06.2026	19.06.2026	виконано
12.	Завершення оформлення КБР та презентації	10.06.2026	19.06.2026	виконано
13.	Захист кваліфікаційної роботи	23.06.2026	23.06.2026	виконано

**Здобувач**

\_\_\_\_\_

**Анастасія ОРЛОВА**

«06» березня 2026 р.

**Керівник роботи**  
PhD з професійної  
освіти,  
доцент б.в.з.

\_\_\_\_\_

**Олена ТРИГУБ**

«06» березня 2026 р.

## **АНОТАЦІЯ**

до кваліфікаційної бакалаврської роботи

### **Розроблення дизайну айдентики для кав'ярні в стилі дрифт «Токуо»**

Здобувачка 407 групи: Анастасія ОРЛОВА

Керівник роботи: PhD з професійної освіти, доцент б.в.з. Олена ТРИГУБ

У кваліфікаційній роботі розглянуто особливості проектування айдентики тематичного закладу громадського харчування у стилі дрифт. Актуальність теми зумовлена зростанням ролі візуальної комунікації у сфері сучасного брендингу, а також популярністю тематичних просторів, орієнтованих на молодіжну аудиторію та сучасну урбаністичну культуру. Особливу увагу приділено поєднанню естетики японської автомобільної культури, стилістики нічного мегаполіса та сучасних тенденцій графічного дизайну.

Метою роботи є розроблення цілісного фірмового стилю для кав'ярні «Токуо» у стилі дрифт із використанням сучасних засобів графічного дизайну та візуальної айдентики. Для досягнення поставленої мети було проаналізовано художні особливості стилю дрифт, досліджено приклади тематичних закладів України та світу, сформовано ідейно-образну концепцію бренду та створено систему носіїв фірмового стилю.

Об'єктом дослідження є процес проектування айдентики тематичного закладу громадського харчування. Предметом дослідження виступають художньо-композиційні, кольорові та графічні засоби формування фірмового стилю кав'ярні у стилі дрифт.

У процесі виконання роботи було розроблено основну та спрощену версії логотипа, дизайн візитної картки, брендovаних стаканів, меню кав'ярні та мерч. У проєкті використано контрастну кольорову палітру, урбаністичні текстури, декоративні графічні елементи та тематичні асоціативні образи, пов'язані з автомобільною культурою та дрифтом. Особливу увагу приділено створенню цілісної композиційної системи та забезпеченню адаптивності елементів айдентики до друкованих і цифрових носіїв.

Наукове значення роботи полягає у теоретичному дослідженні художньо-композиційних особливостей стилю дрифт та виявленні закономірностей його трансформації в елементи фірмового стилю. Сформульовано художньо-проектний підхід до створення тематичної айдентики, заснований на синтезі сучасних графічних трендів та нішевих культурних асоціацій, що розширює теоретичну базу проектування візуальних комунікацій для молодіжної аудиторії.

Практичне значення роботи полягає у можливості використання розробленого фірмового стилю для реального тематичного закладу, а також у застосуванні отриманих результатів у сфері графічного дизайну, брендингу та візуальної комунікації.

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел з 30 найменувань та 29 додатків. Робота містить 4 рисунки та 4 таблиці.

*Ключові слова: айдентика, графічний дизайн, фірмовий стиль, брендинг, кав'ярня, дрифт, автомобільна культура, логотип, меню, урбаністична естетика.*

## **ABSTRACT**

to the qualifying bachelor's thesis

### **Development of identity design for a drift style coffee shop “Tokyo”**

Student of group 407: Anastasiia ORLOVA

Supervisor: PhD in Vocational Education, Associate Professor Olena TRYHUB

The bachelor's thesis examines the peculiarities of designing a corporate identity for a thematic coffee shop in drift style. The relevance of the topic is determined by the growing importance of visual communication in modern branding as well as the popularity of thematic spaces focused on youth culture and contemporary urban aesthetics. Particular attention is paid to the combination of Japanese automotive culture, the atmosphere of a night metropolis, and modern graphic design trends.

The aim of the thesis is to develop a comprehensive corporate identity for the “Tokyo” coffee shop in drift style using modern graphic design and visual identity tools. To achieve this goal, the artistic features of drift style were analyzed, examples of thematic establishments in Ukraine and abroad were studied, a conceptual and visual brand idea was created, and a system of corporate identity elements was developed.

The object of the research is the process of designing the identity of a thematic catering establishment. The subject of the research includes artistic, compositional, color, and graphic means of forming the corporate identity of a drift-style coffee shop.

During the project implementation, the main and simplified versions of the logo, business card design, branded cups, and menu layouts were developed. The project uses a contrasting color palette, urban textures, decorative graphic elements, and thematic associative images related to automotive culture and drifting. Special attention was paid to creating a unified compositional system and ensuring the adaptability of identity elements for printed and digital media.

Scientific significance of the study lies in the theoretical research of the artistic and compositional features of the drift style and the identification of the patterns of its transformation into corporate identity elements. An artistic and design approach to creating thematic identity has been formulated, based on the synthesis of modern graphic

trends and niche cultural associations, which expands the theoretical framework of visual communication design for youth audiences.

The practical significance of the thesis lies in the possibility of applying the developed corporate identity to a real thematic establishment, as well as in using the obtained results in graphic design, branding, and visual communication.

The thesis consists of an introduction, three chapters, conclusions, a list of references containing 30 sources, and 29 appendices. The paper contains 4 figures and 4 tables.

*Keywords: identity, graphic design, corporate identity, branding, coffee shop, drift, automotive culture, logo, menu, urban aesthetics.*

## ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1 ХАРАКТЕРИСТИКА ДИЗАЙНУ АЙДЕНТИКИ ДЛЯ КАВ'ЯРНІ В СТИЛІ ДРИФТ .....	6
1.1 Художні особливості стилю дрифт .....	6
1.2 Аналіз дизайну кав'ярень в стилі дрифт України та світу.....	11
Висновки до розділу 1 .....	19
РОЗДІЛ 2 ПРОЄКТУВАННЯ АЙДЕНТИКИ ДЛЯ КАВ'ЯРНІ В СТИЛІ ДРИФТ «ТОКУО» .....	21
2.1 Ідейно-образна концепція айдентики для кав'ярни в стилі дрифт «Токуо».....	21
2.2 Етапи розробки айдентики для кав'ярни в стилі дрифт.....	25
Висновки до розділу 2 .....	48
РОЗДІЛ 3 ТЕХНОЛОГІЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВИГОТОВЛЕННЯ ПРОДУКЦІЇ АЙДЕНТИКИ .....	49
3.1 Технологічні вимоги до друку фірмового стилю кав'ярни «Токуо».....	49
3.2 Кошторис виготовлення продукції фірмового стилю .....	53
Висновки до розділу 3 .....	55
ВИСНОВКИ.....	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	60
ДОДАТКИ.....	63

## ВСТУП

**Актуальність теми.** У сучасному світі графічний дизайн відіграє важливу роль у формуванні візуального середовища та створенні унікального образу бренду. Особливо актуальним сьогодні є розроблення айдентики для закладів громадського харчування, адже в умовах високої конкуренції саме фірмовий стиль стає одним із головних інструментів привернення уваги споживачів та формування емоційного зв'язку з аудиторією. Сучасні тенденції дизайну все частіше орієнтуються на поєднання тематичних стилізацій, атмосферності та культурних асоціацій, що дозволяє створювати не просто заклад, а цілісний візуальний простір із власною концепцією та характером.

Особливої популярності набуває естетика японської автомобільної культури та стилю дрифт, яка поєднує динамічність, неонову візуальність, урбаністичні мотиви, елементи японської типографіки та атмосферу нічного Токіо. Такий стиль активно використовується у сучасному дизайні одягу, рекламі, цифровому мистецтві та брендингу, однак у сфері айдентики кав'ярень він залишається недостатньо дослідженим. Саме тому тема розроблення фірмового стилю для кав'ярні в стилі дрифт «Токуо» є актуальною та відповідає сучасним соціокультурним запитам молодіжної аудиторії, яка прагне нових емоційних та візуальних вражень.

**Метою кваліфікаційної роботи** є розроблення цілісного фірмового стилю для кав'ярні в стилі дрифт «Токуо», який відобразить концепцію закладу, формуватиме впізнаваний образ бренду та забезпечуватиме ефективну візуальну комунікацію з цільовою аудиторією.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі художньо-проектні завдання:

- дослідити художні особливості стилю дрифт та його візуальні характеристики;
- проаналізувати сучасні приклади айдентики тематичних кав'ярень України та світу;

- сформуванати ідейно-образну концепцію майбутнього фірмового стилю;
- розробити логотип, колірну гаму, типографіку та графічні елементи айдентики;
- створити макети основної фірмової продукції та рекламних носіїв;
- визначити технологічні особливості виготовлення елементів айдентики та розрахувати орієнтовний кошторис їх виробництва.

**Об'єктом проєктування** є айдентика тематичної кав'ярні.

**Предметом проєктування** визначено процес створення фірмового стилю кав'ярні в стилі дрифт із використанням характерних елементів японської візуальної культури, сучасної графіки та урбаністичної естетики.

Ключова проблематика проєкту базується на створенні цілісної системи візуальної комунікації, яка б поєднувала атмосферу японської стріт-культури, динаміку автомобільного дрифту та сучасні тенденції графічного дизайну, забезпечуючи впізнаваність бренду та емоційне сприйняття закладу відвідувачами. Важливим аспектом є також адаптація візуального стилю до різних носіїв айдентики – друкованої продукції, пакування, рекламних матеріалів та цифрового середовища.

**Наукове значення роботи** полягає у теоретичному дослідженні художньо-композиційних особливостей стилю дрифт та виявленні закономірностей його трансформації в елементи фірмового стилю. Сформульовано художньо-проєктний підхід до створення тематичної айдентики, заснований на синтезі сучасних графічних трендів та нішевих культурних асоціацій, що розширює теоретичну базу проєктування візуальних комунікацій для молодіжної аудиторії.

**Практичне значення** проєкту полягає у можливості використання розробленої айдентики для реального тематичного закладу, а також у застосуванні отриманих результатів у сфері сучасного графічного дизайну та брендингу.

**Публікації та апробації.** Матеріали та основні результати кваліфікаційної роботи пройшли апробацію на VIII Міжнародній науково-практичній конференції

«Актуальні проблеми сучасного дизайну», яка відбулася 9 квітня 2026 року на базі Київського національного університету технологій та дизайну (м. Київ).

**Структура кваліфікаційної роботи.** Кваліфікаційна робота включає вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел та додатки. Загальний обсяг роботи разом із візуальним супроводом становить 75 сторінок (із них 57 сторінок — основний текст). Текстовий матеріал та ілюстративний ряд доповнено розрахунковими таблицями і рисунками.

## РОЗДІЛ 1 ХАРАКТЕРИСТИКА ДИЗАЙНУ АЙДЕНТИКИ ДЛЯ КАВ'ЯРНІ В СТИЛІ ДРИФТ

### 1.1 Художні особливості стилю дрифт

У сучасному графічному дизайні дедалі більшої популярності набувають стилістичні напрями, які формуються під впливом молодіжних субкультур, урбаністичного середовища та цифрової візуальної культури. Одним із таких напрямів є стиль дрифт, який виник на основі японської автомобільної культури та з часом перетворився на окремий художньо-візуальний феномен. Сьогодні естетика дрифту активно використовується не лише у сфері автоспорту, а й у графічному дизайні, рекламі, брендингу, дизайні одягу, музичній індустрії та оформленні комерційних просторів. Стиль дрифт став символом динаміки, свободи, швидкості та урбаністичної культури, а його художні особливості створюють потужний емоційний вплив на аудиторію.

Важливу роль у формуванні сучасного графічного дизайну відіграє візуальна комунікація, яка забезпечує передачу змісту через систему графічних образів, кольорів, символів і композиційних рішень [1]. У монографії «Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі» зазначається, що сучасний дизайн формується під впливом цифрових технологій, інформаційного середовища та візуальної культури суспільства. Саме тому стиль дрифт можна розглядати не лише як елемент автомобільної субкультури, а і як складову сучасного інформаційного та емоційного простору, що активно впливає на формування візуальної естетики.

Виникнення стилю дрифт безпосередньо пов'язане з японською автомобільною культурою 1970–1980-х років [2]. Спочатку дрифт був технікою проходження поворотів у контрольованому заносі, яку використовували японські вуличні гонщики. Згодом дрифт перетворився на окрему субкультуру зі своєю естетикою, музикою, стилем одягу та візуальною мовою [3]. Значний вплив на популяризацію стилю мала культура нічного Токіо, де поєдналися неонове

освітлення, стріт-арт, рекламні вивіски та урбаністична атмосфера мегаполіса [4]. Саме ці елементи стали основою сучасної візуальної стилістики дрифту.

Однією з ключових художніх особливостей стилю дрифт є динамічність композиції. У графічному дизайні динаміка передається за допомогою асиметрії, похилих ліній, контрастних форм та ефекту руху. Композиція є основою будь-якого дизайнерського об'єкта, а динамічна композиція формує відчуття енергії та розвитку. Саме тому у стилі дрифт активно використовуються композиційні рішення, які створюють ілюзію швидкості та руху. Графічні елементи розташовуються під кутом, текст часто виходить за межі основної сітки, а форми мають асиметричний характер.

Особливе значення у стилі дрифт має кольорова палітра. Найчастіше використовуються темні кольори – чорний, графітовий, темно-синій – у поєднанні з яскравими неоновими акцентами рожевого, червоного, фіолетового або блакитного кольору. Такі кольорові рішення асоціюються з атмосферою нічного Токіо та культурою кіберпанку. Колір у графічному дизайні виконує не лише естетичну, а й емоційну функцію, формуючи психологічне сприйняття композиції [5]. Контраст темного фону та яскравого світла створює ефект енергії, технологічності та футуристичності.

Неонове освітлення стало одним із найбільш впізнаваних елементів стилю дрифт. У візуальній культурі Токіо неонові вивіски формують особливу атмосферу мегаполіса, яка активно використовується у сучасному графічному дизайні. Японська вулична культура утворилася із поєднання традиційних мотивів з сучасною цифровою естетикою. Саме це поєднання стало основою стилю дрифт, де поряд із технічними автомобільними елементами використовуються яскраві кольорові акценти, японські символи та урбаністичні мотиви.

Важливою художньою складовою стилю дрифт є типографіка. Для цього стилю характерні масивні гротескні шрифти, геометричні форми літер, асиметричне розташування тексту та використання японських ієрогліфів. Шрифти часто мають агресивний і технологічний характер, що підсилює асоціації зі

швидкістю та автомобільною культурою. Сучасна типографіка є одним із головних засобів формування візуальної ідентичності бренду. У стилі дрифт текст виконує не лише інформаційну, а й декоративну функцію, стаючи частиною композиції [6].

Ще однією важливою рисою цього стилю є використання урбаністичних мотивів. У графічному дизайні активно застосовуються зображення автомагістралей, дорожньої розмітки, бетонних поверхонь, рекламних щитів та елементів технічної графіки. Такі елементи створюють атмосферу сучасного мегаполіса та формують асоціації з вуличною культурою. Графічний дизайн повинен не лише передавати інформацію, а й створювати контекст середовища та емоційний настрій.

Стиль дрифт також тісно пов'язаний із культурою автоспорту та технічної естетики. У композиціях часто використовуються текстури шин, димові ефекти, зображення спортивних автомобілів, тахометрів, номерних знаків та елементів перегонної символіки. Такі елементи створюють відчуття швидкості, ризику та адреналіну. Концептуальний дизайн повинен формувати емоційний зв'язок між об'єктом і аудиторією. Саме тому у стилі дрифт велика увага приділяється емоційному впливу графіки.

У сучасному дизайні дрифт часто поєднується з естетикою кіберпанку. Таке поєднання проявляється у використанні цифрових ефектів, глітч-анімації, світлових контурів та футуристичних композицій. Сучасний графічний дизайн має інтегральну природу та поєднує різні художні напрями й технології. Саме тому стиль дрифт сьогодні виходить за межі автомобільної тематики та стає частиною сучасної цифрової культури.

Важливим аспектом автостилу є його емоційна спрямованість. Усі художні засоби – колір, композиція, типографіка, графічні текстури – працюють на створення атмосфери драйву, свободи та енергії. Такі дизайнерські рішення особливо ефективно впливають на молодіжну аудиторію, яка активно сприймає сучасну урбаністичну естетику та візуальні експерименти. Сучасний графічний дизайн має бути не лише функціональним, а й емоційно привабливим.

Сучасні дослідження також розглядають дрифт як соціокультурне явище. Akasaka, Sakakura та Miki у своїй роботі досліджують вплив локальних спільнот на розвиток сучасних дизайнерських практик. Автори зазначають, що дизайн дедалі частіше формується під впливом локальної культури та молодіжних спільнот. У випадку стилю дрифт це проявляється через використання візуальних кодів японської автомобільної культури, стріт-арту та цифрової естетики.

У сфері брендингу стиль дрифт активно використовується для створення тематичних просторів, кав'ярень, магазинів одягу, музичних фестивалів та рекламних кампаній. Його популярність пояснюється високою емоційністю, впізнаваною візуальною мовою та здатністю формувати атмосферу бренду. Використання стилю дрифт у дизайні дозволяє створювати яскравий і сучасний образ, який добре сприймається у соціальних мережах та цифровому середовищі.

Проведений аналіз художніх особливостей стилю дрифт (табл. 1.1) дозволяє зробити висновок, що цей напрям є складним поєднанням автомобільної культури, урбаністичної естетики та сучасного графічного дизайну. Основними характеристиками стилю є динамічність композиції, контрастність кольорових рішень, використання неонових ефектів, технічної графіки та експериментальної типографіки. Особливу роль відіграє атмосфера нічного мегаполіса, яка формує впізнаваний емоційний образ і створює асоціації зі швидкістю, свободою та енергією. Саме завдяки таким художнім особливостям стиль дрифт активно використовується у сучасному брендингу та айдентиці тематичних закладів, оскільки дозволяє створювати яскравий, сучасний та емоційно насичений візуальний образ бренду [7].

Таблиця 1.1 – Основні художні особливості стилю дрифт у графічному дизайні

<b>Художня особливість</b>	<b>Характеристика</b>	<b>Прояв у стилі дрифт</b>	<b>Значення для айдентики</b>
Динамічна композиція	Використання асиметрії, діагоналей та ефекту руху	Похилі лінії, ефект швидкості, хаотичне розташування елементів	Формує відчуття енергії та драйву
Контрастна кольорова гама	Поєднання темних кольорів із яскравими акцентами	Чорний, графітовий, бордовий, неоновий рожевий та синій	Створює атмосферу нічного мегаполіса
Неонова стилістика	Використання світлових ефектів та яскравого підсвічування	Неонові контури, світлові відблиски, глітч-ефекти	Підсилює футуристичність дизайну
Урбаністична естетика	Відображення атмосфери сучасного міста	Вулиці Токіо, дорожня розмітка, графіті, бетонні текстури	Формує сучасний візуальний образ бренду
Типографіка	Геометричні та масивні шрифти	Гротескні шрифти, японські символи, експериментальна верстка	Забезпечує впізнаваність стилю
Автомобільна символіка	Використання елементів автоспорту	Турбіни, шини, дим, перегонові прапори	Підкреслює тематику дрифту
Текстурність	Активне використання декоративних поверхонь	Текстури асфальту, шин, металу	Робить композицію більш атмосферною
Кіберпанкові мотиви	Поєднання технологічності та футуризму	Цифрові ефекти, глітч, неонові кольори	Формує сучасний характер айдентики
Емоційність	Створення сильного емоційного впливу	Агресивна графіка, контрастність, ефект руху	Посилює взаємодію бренду з аудиторією
Молодіжна естетика	Орієнтація на сучасну молодіжну культуру	Стріт-арт, вулична культура, digital-стиль	Робить бренд актуальним для молоді

Отже, стиль дрифт є складним художньо-візуальним явищем, яке поєднує елементи автомобільної культури, урбаністичної естетики, цифрового мистецтва та сучасного графічного дизайну. Його основними художніми особливостями є динамічність композиції, контрастна кольорова палітра, неонова стилістика, урбаністичні мотиви, технічна графіка та експериментальна типографіка. У сучасному дизайні стиль дрифт виступає ефективним засобом формування емоційного та впізнаваного візуального образу бренду, що робить його актуальним напрямом для створення айдентики тематичних закладів, зокрема кав'ярні «Токуо».

## 1.2 Аналіз дизайну кав'ярень в стилі дрифт України та світу

У сучасному середовищі закладів громадського харчування дизайн інтер'єру та айдентика відіграють надзвичайно важливу роль у формуванні образу бренду та взаємодії із цільовою аудиторією [8]. Сьогодні кав'ярня перестає бути лише місцем для споживання напоїв чи їжі, а перетворюється на повноцінний атмосферний простір, який створює емоційний досвід для відвідувачів. Саме тому сучасний дизайн кав'ярень дедалі частіше базується на використанні тематичних концепцій, що формують впізнавану візуальну ідентичність бренду. Одним із актуальних напрямів сучасного дизайну є використання стилістики дрифту та японської урбаністичної культури, яка поєднує атмосферу автоспорту, нічного мегаполіса, стріт-культури та сучасної цифрової естетики.

Стиль дрифт у дизайні кав'ярень формується під впливом японської автомобільної культури, що виникла у Токіо наприкінці ХХ століття. Основою цього напрямку стала естетика вуличних перегонів, неонових вивісок, урбаністичних пейзажів та культури нічного міста. Згодом ця стилістика почала активно використовуватися у дизайні інтер'єрів, брендингу та оформленні комерційних просторів. Важливою особливістю таких закладів є створення цілісної атмосфери, де всі елементи – від логотипа до меблів і меню – підпорядковані єдиній концепції [9].

У світовому дизайні тематичних кав'ярень стиль дрифт найбільш активно розвивається у Японії, Південній Кореї, США та деяких країнах Європи. Саме японські заклади стали основою формування цієї естетики. Для таких просторів характерне використання темної кольорової палітри, неонових освітлень, металевих конструкцій, бетонних текстур та великої кількості графічних елементів, пов'язаних із автомобільною тематикою. Простір кав'ярень часто нагадує гаражі, автомайстерні або урбаністичні вулиці Токіо, що створює унікальну атмосферу.

Одним із найхарактерніших елементів дизайну кав'ярень у стилі дрифт є неонове освітлення. Неонові вивіски та LED-підсвітка стали символом сучасної японської урбаністичної культури. Вони створюють ефект футуристичності та занурюють відвідувача в атмосферу нічного мегаполіса. Найчастіше використовуються яскраві кольори – рожевий, синій, червоний та фіолетовий – які контрастують із темними поверхнями інтер'єру. Такі кольорові рішення формують емоційний та візуально насичений простір.

Важливу роль у дизайні тематичних кав'ярень відіграє графічне оформлення. У сучасних закладах активно використовуються японські ієрогліфи, дорожня символіка, графіті, текстури шин, постери спортивних автомобілів та елементи технічної графіки. Такі деталі створюють асоціації з автомобільною культурою та підтримують концепцію дрифту. Значного поширення набуло також використання стилістики кіберпанку, яка поєднує неонову естетику, цифрові ефекти та урбаністичні мотиви.

Особливістю світових тематичних кав'ярень є комплексний підхід до створення бренду. У більшості випадків айдентика реалізується не лише через логотип, а й через інтер'єр, меблі, брендований посуд, пакування, меню, форму персоналу та оформлення соціальних мереж. Саме така цілісність візуального стилю формує сильний емоційний зв'язок із відвідувачем та підвищує впізнаваність бренду.

В Японії дизайн кав'ярень у стилі дрифт часто базується на поєднанні мінімалізму та технічної естетики. Інтер'єри таких закладів містять бетонні

поверхні, відкриті комунікації, автомобільні деталі та неонове підсвічування [10]. Часто використовуються меблі індустріального типу та декоративні елементи у вигляді шин, дорожніх знаків чи спортивних аксесуарів. Такий підхід дозволяє створити автентичну атмосферу вуличної культури.

У США стиль дрифт у дизайні кав'ярень здебільшого поєднується з естетикою ретроавтомобілів та стріт-арту. Американські тематичні заклади активно використовують графіті, великоформатні ілюстрації спортивних машин, шахові патерни та світлові інсталяції. У таких просторах велика увага приділяється зонуванню інтер'єру та створенню фотозон для соціальних мереж. Це пояснюється тим, що сучасні кав'ярні дедалі більше орієнтуються на digital-аудиторію та візуальний контент.

У Південній Кореї тематичні заклади часто поєднують естетику дрифту з сучасним мінімалізмом та цифровим дизайном. Для таких просторів характерна велика кількість LED-екранів, інтерактивних елементів та футуристичних графічних рішень. Кав'ярні орієнтуються на молодіжну аудиторію, тому дизайн простору створюється з урахуванням трендів соціальних мереж та сучасної digital-культури.

Європейські заклади у стилі дрифт здебільшого використовують елементи лофту та урбаністичного дизайну. Тут акцент робиться на поєднанні індустріальних матеріалів, автомобільної тематики та сучасної айдентики. У багатьох випадках інтер'єри містять великі металеві конструкції, декоративні бетонні поверхні та яскраві світлові акценти.

В Україні стиль дрифт у дизайні кав'ярень лише починає активно розвиватися, однак уже зараз можна спостерігати зростання популярності тематичних просторів, пов'язаних із японською культурою, автоспортом та урбаністичною естетикою. Найчастіше такі заклади з'являються у великих містах – Києві, Львові, Харкові, Одесі та Дніпрі [11]. Українські кав'ярні активно використовують неонові вивіски, стріт-арт, японські символи та сучасну графіку.

Особливістю українських тематичних кав'ярень є поєднання кількох стилістичних напрямів одночасно. У дизайні часто поєднуються елементи дрифту, кіберпанку, лофту та сучасного мінімалізму. Це дозволяє створювати візуально насичений простір із сучасною атмосферою. Водночас більшість українських закладів поки що використовують окремі елементи стилю фрагментарно, без створення повністю цілісної айдентики.

Важливим аспектом дизайну сучасних кав'ярень є адаптація айдентики до цифрового середовища. Соціальні мережі стали одним із головних каналів просування бренду, тому дизайн закладу повинен бути фотогенічним та легко впізнаваним. Саме тому сучасні тематичні кав'ярні активно використовують яскраві світлові акценти, декоративні фотозони та оригінальні графічні рішення. У стилі дрифт це проявляється через використання неонових вивісок, тематичних постерів, графіки спортивних автомобілів та урбаністичних композицій.

Айдентика кав'ярень у стилі дрифт здебільшого орієнтується на молодіжну аудиторію. Саме молодь найбільш активно сприймає сучасну стріт-культуру, цифрову естетику та експериментальні дизайнерські рішення. Тому у таких закладах часто використовуються нестандартні композиції, яскраві кольорові поєднання, графічні текстури та сучасна типографіка.

Окремої уваги заслуговує використання брендкованої продукції у тематичних кав'ярнях [12]. Брендovanі стакани, меню, пакування, наліпки та сувенірна продукція є важливими елементами айдентики та підтримують цілісність бренду. У світових прикладах такі елементи часто виконані у єдиній стилістиці та формують атмосферу закладу.

На рисунку 1.1 представлено приклад сучасного інтер'єру кав'ярні, виконаного у стилі cyberpunk із вираженими елементами урбаністичної естетики. Основною особливістю простору є використання яскравого неонових освітлення рожевого, синього та помаранчевого кольорів, яке створює атмосферу нічного мегаполіса. Така кольорова гама асоціюється із сучасною японською вуличною культурою та стилістикою Токіо, що є характерною рисою дизайну в стилі дрифт.

В інтер'єрі використано індустриальні елементи – відкриті вентиляційні труби, металеві конструкції, темні меблі та бетонні поверхні. Поєднання грубих текстур із яскравим освітленням створює контрастний візуальний образ, який підсилює атмосферу технологічності та динаміки. Додатковими акцентами виступають графіті, декоративні вивіски та світлові панелі, які формують асоціації зі стріт-культурою та сучасним digital-середовищем.

Композиція простору побудована таким чином, щоб створити ефект глибини та перспективи. Неонові лінії ведуть погляд у центральну частину інтер'єру, підсилюючи відчуття руху та енергії. Саме подібні художні прийоми часто використовуються у сучасних тематичних закладах, орієнтованих на молодіжну аудиторію.

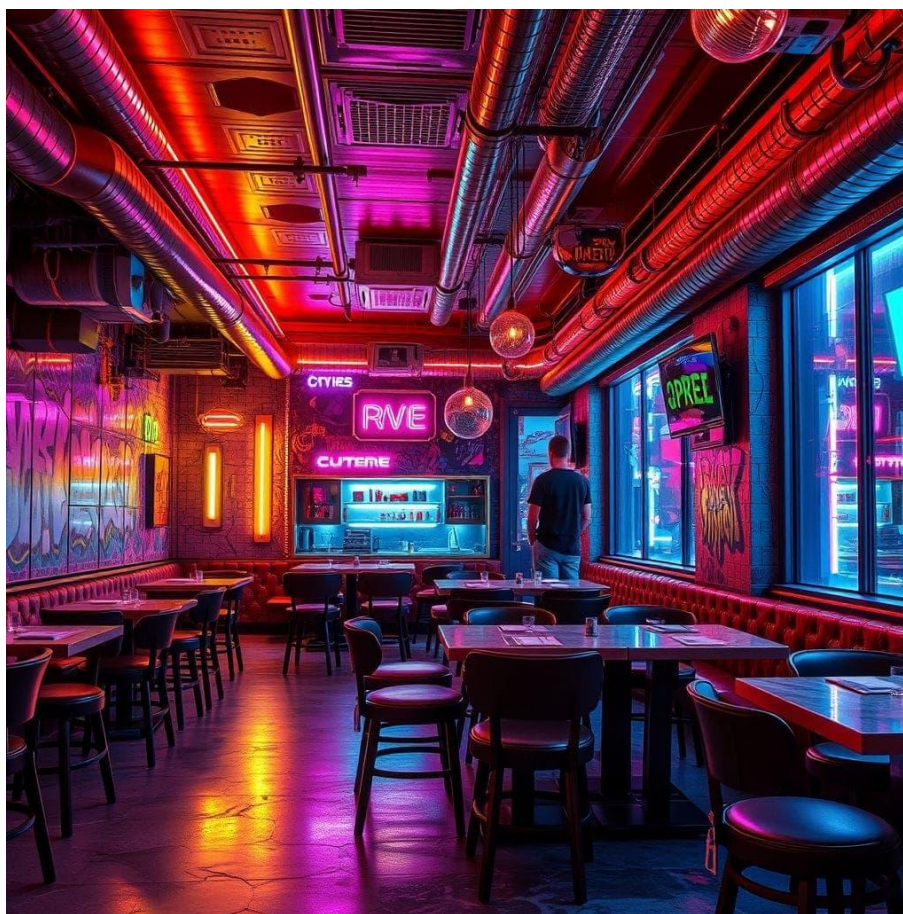


Рисунок 1.1 – Приклад інтер'єру кав'ярні у стилі cyberpunk

На рисунку 1.2 зображено приклад використання неонових освітлень у дизайні тематичної кав'ярні. Простір оформлено у сучасній футуристичній стилістиці, де основну роль у формуванні атмосфери відіграє система LED-підсвітки. Синє та рожеве світло створює ефект цифрового середовища та асоціюється з естетикою кіберпанку [13].

Особливістю даного інтер'єру є мінімалістичне оформлення меблів та простору. Основний акцент зроблено саме на світлових елементах, які візуально структурують приміщення та формують геометричну композицію. Світлові лінії на стелі та стінах створюють ритм і динаміку, що є характерним для сучасного дизайну тематичних закладів.

Неонове освітлення виконує не лише декоративну функцію, а й формує емоційний настрій простору. Завдяки використанню контрастних кольорів інтер'єр виглядає сучасно та атмосферно. Такі дизайнерські рішення активно використовуються у кав'ярнях, орієнтованих на створення фотогенічного середовища для соціальних мереж та digital-контенту.

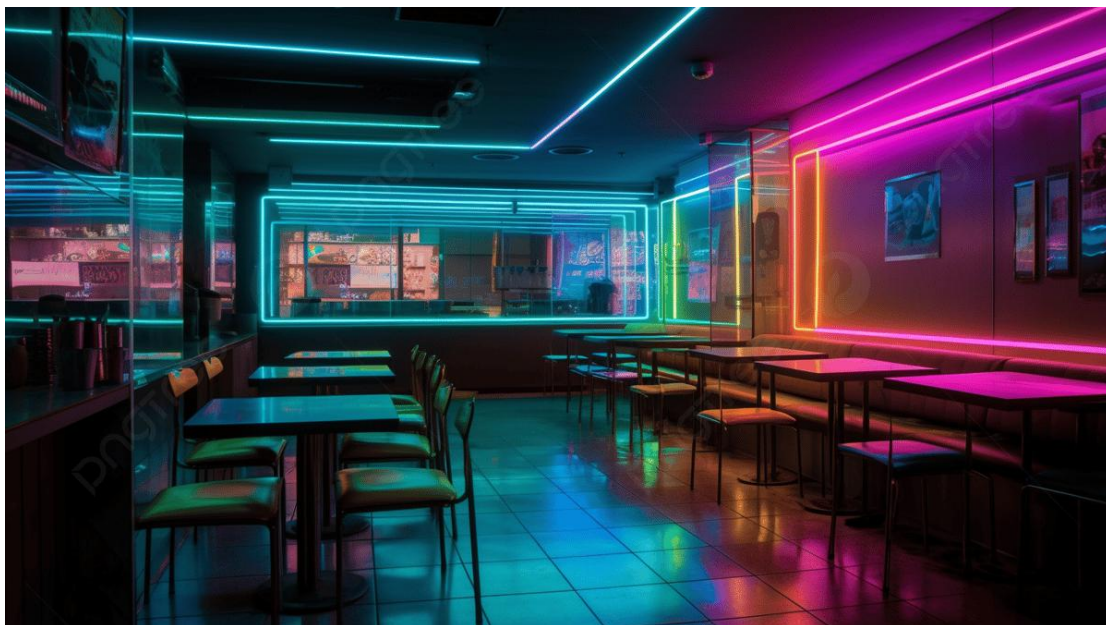


Рисунок 1.2 – Використання неонових освітлень у дизайні тематичних кав'ярень

На рисунку 1.3 представлено приклад сучасного кафе, оформленого з використанням елементів японської естетики [14]. Інтер'єр вирізняється стриманою кольоровою гамою, використанням натуральних матеріалів та геометричних форм. Основними матеріалами є дерево, текстиль та декоративні панелі, які створюють гармонійний і спокійний простір.

Особливу увагу привертають традиційні японські світильники та перегородки, виконані у стилі shoji. Вони формують характерний візуальний образ інтер'єру та підкреслюють зв'язок із японською культурою. У композиції простору переважають чіткі лінії та симетричне розташування меблів, що створює відчуття впорядкованості та гармонії.

Попри мінімалістичний характер інтер'єру, у ньому присутня сучасна урбаністична атмосфера. Поєднання традиційних японських мотивів із сучасними дизайнерськими рішеннями формує цілісний візуальний стиль, який часто використовується у тематичних кафе та ресторанах. Така естетика є важливою для формування атмосфери кав'ярень, орієнтованих на японську культуру та сучасний стиль життя.

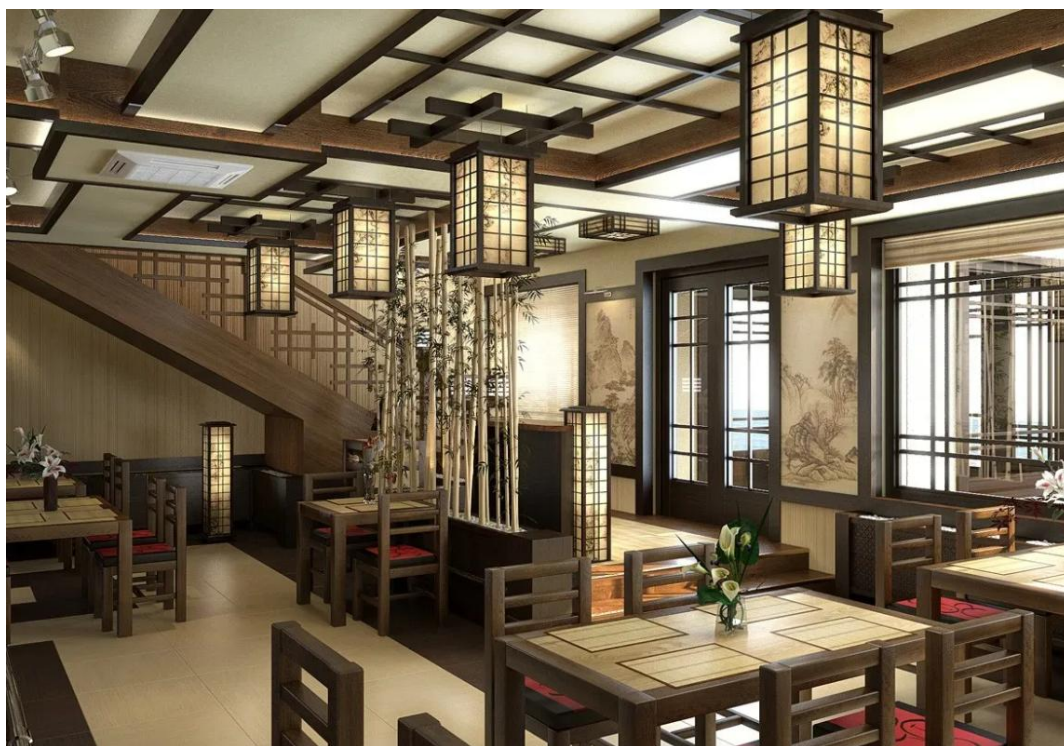


Рисунок 1.3 – Японська урбаністична естетика у сучасних кафе

На рисунку 1.4 зображено приклад інтер'єру тематичного закладу, виконаного у поєднанні індустріального стилю та стріт-дизайну. Основу простору складають цегляні стіни, відкриті комунікації та мінімалістичні меблі, які створюють атмосферу сучасного урбаністичного середовища. Важливим елементом композиції є неонова вивіска, яка виступає акцентом інтер'єру та формує асоціації з молодіжною культурою.

Інтер'єр вирізняється теплою кольоровою гамою та приглушеним освітленням, що створює більш камерну та неформальну атмосферу. Використання графіті, постерів та декоративних елементів стріт-культури підсилює сучасний характер простору та орієнтує його на молодіжну аудиторію.

Особливістю такого стилю є поєднання грубих індустріальних текстур із яскравими візуальними акцентами. Саме цей принцип часто використовується у тематичних кав'ярнях у стилі дрифт, де атмосфера вуличної культури поєднується із сучасним графічним дизайном та елементами цифрової естетики.



Рисунок 1.4 – Індустріальний стиль та стріт-дизайн у тематичних закладах

Аналіз сучасних кав'ярень України та світу демонструє, що дизайн у стилі дрифт базується на поєднанні кількох ключових елементів: урбаністичної естетики, автомобільної культури, неонові стилістики та сучасного графічного дизайну. Основними художніми характеристиками таких просторів є контрастність, динамічність, футуристичність та емоційна виразність.

Отже, дизайн кав'ярень у стилі дрифт є сучасним напрямом тематичного брендингу, який активно розвивається у світовому та українському дизайнерському середовищі. Поєднання японської урбаністичної культури, автомобільної естетики та актуальних графічних рішень дозволяє створювати атмосферні та впізнавані простори, орієнтовані на сучасну молодіжну аудиторію. Проведений аналіз сучасних прикладів дизайну став важливою основою для подальшого розроблення айдентики кав'ярні «Токуо», у якій поєднуються елементи дрифту, сучасного графічного дизайну та атмосфери нічного мегаполіса.

### **Висновки до розділу 1**

У першому розділі було здійснено детальний теоретичний аналіз соціокультурних та мистецьких передумов формування візуального стилю тематичних закладів, а також досліджено художньо-композиційні особливості стилю дрифт у сучасному графічному дизайні. За результатами проведеного дослідження було визначено художні особливості стилю дрифт як специфічного візуального феномену, що виник на базі японської автомобільної субкультури 1970–1980-х років та інтегрувався в сучасний дизайн під впливом урбаністики й естетики нічного Токіо. З'ясовано, що основними маркерами стилю є виражена динамічність композиції, контрастна кольорова палітра, масивна гротескна типографіка та використання технічної й автомобільної символіки. Проведено аналіз світового та вітчизняного досвіду проєктування айдентики для тематичних кав'ярень. Встановлено, що у світовій практиці простежується тенденція до комплексного брендингу, де фірмовий стиль безпосередньо взаємодіє з інтер'єром закладу, створюючи фотогенічне середовище для digital-аудиторії. В Україні цей

напряма перебуває на етапі активного становлення, хоча елементи автомобільної культури та кіберпанку стають дедалі популярнішими серед молоді, більшість вітчизняних закладів використовує їх фрагментарно. Таким чином, передпроектний аналіз підтвердив актуальність розроблення цілісної, концептуально завершеної системи візуальної комунікації для кав'ярні «Токуо», яка б заповнила наявні ніші на українському ринку.

## РОЗДІЛ 2 ПРОЄКТУВАННЯ АЙДЕНТИКИ ДЛЯ КАВ'ЯРНІ В СТИЛІ ДРИФТ «ТОКУО»

### 2.1 Ідейно-образна концепція айдентики для кав'ярні в стилі дрифт «Токуо»

У сучасному графічному дизайні айдентика виступає не лише засобом візуальної ідентифікації бренду, а й важливим інструментом формування емоційного образу та атмосфери закладу. Особливо актуальним це є для тематичних просторів, орієнтованих на молодіжну аудиторію, де візуальна складова безпосередньо впливає на сприйняття бренду, створення асоціативного ряду та формування впізнаваності. Саме тому під час розроблення айдентики кав'ярні «Токуо» основна увага була зосереджена на створенні цілісної ідейно-образної концепції, яка б поєднувала естетику японської автомобільної культури, урбаністичну атмосферу мегаполіса та сучасні тенденції графічного дизайну.

Основою концепції стала стилістика дрифту – одного з найвідоміших напрямів японської автомобільної культури [15]. Дрифт сьогодні сприймається не лише як техніка керування автомобілем, а як окрема субкультура зі своєю естетикою, музикою, стилем одягу та візуальною мовою. У сучасному дизайні дрифт асоціюється зі швидкістю, адреналіном, свободою руху та атмосферою нічного міста. Саме ці образи стали основою для формування художнього стилю кав'ярні «Токуо».

Ідейна концепція бренду полягає у створенні тематичного простору, який поєднує атмосферу сучасного Токіо, культуру автоспорту та комфорт кав'ярні. Основною метою було створити візуальний стиль, який би викликав асоціації зі швидкістю, енергією та урбаністичним середовищем, але водночас залишався емоційно теплим і комфортним для відвідувачів. Саме тому в айдентиці поєднуються агресивні графічні елементи автомобільної культури та м'які асоціативні образи, пов'язані з кавовою тематикою.

Важливим джерелом натхнення для створення концепції стала атмосфера нічного Токіо. Японські мегаполіси вирізняються великою кількістю рекламних екранів, урбаністичних текстур та візуального шуму, який формує характерну естетику сучасного міста. Саме ця атмосфера активно використовується у сучасному графічному дизайні, особливо у стилях cyberpunk та street design. Для айдентики кав'ярні «Токуо» було обрано урбаністичний напрям із використанням темної кольорової палітри, контрастних світлових акцентів та графічних текстур, що створюють асоціації з нічним мегаполісом.

Ключовим елементом айдентики став логотип, який виконує роль основного візуального символу бренду (Додаток 1). У композиції логотипа поєднано стилізоване серце та автомобільну турбіну [16]. Серце символізує емоційність, тепло, атмосферу кав'ярні та асоціацію з кавовою культурою. Турбіна, своєю чергою, є одним із найвідоміших елементів автомобільного тюнінгу та дрифту, тому асоціюється зі швидкістю, потужністю та енергією. Поєднання цих двох елементів дозволило створити оригінальний та символічний графічний знак, який відображає основну ідею бренду – поєднання драйву та атмосфери комфорту.

Форма логотипа побудована на поєднанні плавних та геометричних ліній. Плавні форми серця створюють відчуття м'якості та емоційності, тоді як конструкція турбіни формує технічний і динамічний характер композиції. Такий контраст є важливим композиційним прийомом, який дозволяє підкреслити подвійний характер концепції бренду [17].

Особливу роль у створенні айдентики відіграє кольорова палітра. Основними кольорами фірмового стилю стали чорний, бордовий, сірий та бежевий. Чорний колір асоціюється з нічним міським середовищем, асфальтом, атмосферою автоспорту та урбаністичною естетикою. Він створює основу композиції та підсилює контрастність інших кольорів. Бордовий колір символізує енергію, емоційність, швидкість та агресивну динаміку дрифту. Саме цей колір виступає основним акцентом айдентики та привертає увагу до ключових елементів композиції.

Сірий колір використовується для створення технічної атмосфери та асоціацій із металом, димом, дорожнім покриттям і механікою автомобіля. Він підтримує урбаністичний характер стилю та створює візуальний баланс між темними та яскравими елементами. Бежевий колір використовується як теплий контрастний акцент, який асоціюється з кавою, теплом та затишком. Саме завдяки бежевому кольору айдентика не виглядає надто агресивною та зберігає атмосферу кав'ярні [18].

У процесі створення концепції значна увага приділялася декоративним елементам та графічним текстурам. Одним із ключових мотивів стали текстури шин та слідів гуми на асфальті (Додаток 2). Такі елементи формують асоціації з рухом автомобіля під час дрифту та підсилюють динамічність композиції. Додатково використовуються хвилясті графічні лінії, які символізують траєкторію руху автомобіля та створюють ефект візуального потоку.

Важливим елементом айдентики став також шаховий патерн, який використовується у дизайні брендovаних стаканів та поліграфічної продукції (Додаток 3). Шаховий візерунок асоціюється з автоспортивними прапорами та символікою перегонів, тому підтримує тематику дрифту та автомобільної культури. Використання такого декоративного елемента дозволяє зробити айдентика більш впізнаваною та тематично цілісною.

Типографіка фірмового стилю базується на використанні сучасного геометричного шрифту з елементами футуристичної стилізації. Основними характеристиками шрифту є чіткість форм, мінімалістичність та висока читабельність. Водночас геометричний характер літер створює асоціації з технологічністю та сучасною цифровою естетикою. У поєднанні з контрастною кольоровою палітрою та декоративними текстурами типографіка формує сучасний візуальний стиль бренду.

Особливістю концепції айдентики є її адаптивність до різних носіїв. Розроблений візуальний стиль застосовується у дизайні візиток, меню, брендovаних стаканів, наліпок та рекламної продукції. Завдяки використанню

єдиної композиційної системи всі елементи айдентики виглядають цілісно та підтримують загальну атмосферу бренду [19].

Важливу роль у концепції бренду відіграє орієнтація на молодіжну аудиторію. Сучасна молодь активно сприймає естетику стріт-культури, digital-дизайну та урбаністичних просторів. Саме тому в айдентиці використовуються яскраві контрастні композиції, сучасна графіка, тематичні асоціації та елементи автомобільної культури. Такий підхід дозволяє створити емоційно привабливий бренд, який добре сприймається у соціальних мережах та цифровому середовищі.

Окрему увагу під час розроблення концепції було приділено емоційному сприйняттю простору. Айдентика повинна не лише інформувати, а й створювати атмосферу та викликати певні емоції у відвідувачів. Саме тому у візуальному стилі поєднуються агресивна динаміка дрейфу та комфортна атмосфера кав'ярні. Такий контраст формує унікальний образ бренду та робить його більш виразним.

Таблиця 2.1 – Основні елементи ідейно-образної концепції айдентики кав'ярні «Токуо»

Елемент концепції	Характеристика	Символічне значення
Логотип	Поєднання серця та турбіни	Поєднання атмосфери кав'ярні та автомобільної культури
Кольорова палітра	Чорний, бордовий, сірий, бежевий	Урбаністика, швидкість, тепло та комфорт
Типографіка	Геометричний сучасний шрифт	Технологічність та сучасний стиль
Текстури	Сліди шин, асфальт, дим	Динаміка руху та атмосфера дрейфу
Декоративні елементи	Хвилясті лінії, шаховий патерн	Символіка автоспорту та швидкості
Стиль композиції	Контрастність та асиметрія	Енергія та емоційна виразність
Візуальна атмосфера	Урбаністична естетика нічного Токіо	Сучасний тематичний простір
Цільова аудиторія	Молодіжна аудиторія	Орієнтація на сучасну стріт-культуру

Отже, ідейно-образна концепція айдентики кав'ярні «Токуо» базується на поєднанні елементів японської автомобільної культури, сучасного графічного дизайну та урбаністичної естетики. Створений візуальний стиль формує цілісний та впізнаваний образ бренду, який відображає атмосферу дрифту, швидкості, нічного мегаполіса та сучасної молодіжної культури. Завдяки комплексному підходу до проєктування айдентика кав'ярні «Токуо» забезпечує ефективну візуальну комунікацію з аудиторією та створює емоційно насичений тематичний простір.

## **2.2 Етапи розробки айдентики для кав'ярні в стилі дрифт**

Процес розроблення айдентики для кав'ярні «Токуо» базувався на поєднанні естетики японської автомобільної культури, сучасного графічного дизайну та атмосфери нічного мегаполіса. Основною метою проєктування стало створення цілісного візуального образу бренду, який би відображав концепцію закладу, забезпечував його впізнаваність та формував емоційний зв'язок із цільовою аудиторією. У ході роботи було виконано кілька основних етапів проєктування айдентики: аналіз стилістичного напрямку, розроблення логотипа, формування кольорової палітри та типографіки, створення поліграфічної продукції й макетів брендтованих носіїв.

Першим етапом роботи стало формування загальної концепції бренду. Для створення айдентики було обрано тематику дрифту та японської урбаністичної культури. Основними візуальними асоціаціями стали швидкість, автомобільний тюнінг, нічний Токіо та технічна естетика автоспорту. У процесі пошуку стилістичного рішення було визначено основну кольорову гаму проєкту, яка поєднує чорний, бордовий, сірий та бежевий кольори. Таке поєднання створює контрастний і водночас атмосферний образ бренду.

Наступним етапом розроблення айдентики стало створення логотипа кав'ярні «Токуо», який виступає основним елементом візуальної ідентифікації бренду та формує його впізнаваність серед аудиторії. Логотип є центральним

композиційним елементом усієї системи фірмового стилю, оскільки саме він використовується на більшості носіїв айдентики – меню, візитках, брендovаних стаканах, поліграфічній продукції та цифрових платформах. Основна версія логотипа представлена у вигляді стилізованого поєднання серця та автомобільної турбіни, що створює оригінальний графічний образ і відображає основну концепцію закладу.

Головною ідеєю логотипа стало поєднання двох асоціативних образів – атмосфери кав'ярні та культури дрифту. Серце у композиції символізує тепло, емоційність, комфорт і гостинність, які є невід'ємною частиною кавової культури. Воно формує асоціації із затишком та позитивними емоціями, які відвідувач отримує під час перебування у закладі. Водночас використання турбіни як центрального елемента композиції підкреслює автомобільну тематику бренду та безпосередньо асоціюється зі швидкістю, потужністю, енергією та динамікою дрифту.

Турбіна є одним із найбільш впізнаваних символів автомобільного тюнінгу та автоспорту, тому її використання у структурі логотипа дозволяє чітко окреслити тематичне спрямування кав'ярні. Візуально турбіна створює відчуття руху та технічності, а її кругла форма підсилює динамічний характер композиції. Завдяки такому рішенню логотип одночасно сприймається як елемент автомобільної культури та як художній графічний знак із власною емоційною символікою.

Композиція логотипа побудована на поєднанні плавних та геометричних форм. Контури серця мають м'який, органічний характер, що створює більш емоційне та пластичне сприйняття форми. Водночас конструкція турбіни складається з чітких геометричних елементів і технічних деталей, які додають композиції динамічності та структурності. Саме контраст між органічними та технічними формами створює візуальну виразність логотипа та робить його більш оригінальним.

Особливу роль у сприйнятті логотипа відіграє кольорова палітра. Основними кольорами композиції стали чорний, бордовий та бежевий. Чорний колір

використовується для формування контурів і технічних елементів логотипа. Він асоціюється з асфальтом, нічним міським середовищем та атмосферою автоспорту. Завдяки чорному кольору композиція виглядає контрастною, сучасною та візуально стійкою.

Бордовий колір виступає головним акцентом композиції та формує емоційний характер логотипа. Він символізує енергію, драйв, швидкість та внутрішню силу. Саме бордові елементи візуально об'єднують форму серця та турбіни, створюючи цілісний образ. Додатково цей колір асоціюється з атмосферою неонових міст та сучасною урбаністичною естетикою.

Бежевий колір використано як фоновий елемент логотипа. Його застосування пом'якшує загальний контраст композиції та створює асоціативний зв'язок із кавовою тематикою. Бежевий колір нагадує відтінок кави з молоком або кремової пінки, тому додає логотипу більш теплого та затишного емоційного характеру. Також використання теплого фону дозволяє зробити композицію збалансованою та комфортною для візуального сприйняття.

Важливим композиційним рішенням є асиметричне розташування текстового елемента «Токуо». Назва бренду розміщена по діагоналі, що підтримує загальну динаміку композиції та створює асоціації з рухом і швидкістю. Такий прийом відповідає стилістиці дрифту, де одним із головних художніх принципів є порушення статичності та створення ефекту руху. Нахил тексту також додає логотипу більш сучасного та експериментального характеру.

Типографіка логотипа базується на використанні декоративного шрифту з геометричними формами. Літери мають стилізований характер та підтримують загальну концепцію бренду. Незважаючи на декоративність, шрифт залишається достатньо читабельним, що є важливим для використання логотипа на різних носіях айдентики.

Композиція логотипа має замкнену круглу форму, що створює відчуття завершеності та гармонії. Коло також асоціюється з колесом автомобіля та рухом, що додатково підтримує тематику дрифту та автомобільної культури. Така форма

дозволяє легко адаптувати логотип до різних форматів використання – від маленьких наліпок до великих рекламних конструкцій.

Однією з важливих переваг логотипа є його універсальність. Завдяки використанню векторної графіки та простих геометричних форм знак легко масштабується без втрати якості. Це дозволяє використовувати логотип як у поліграфічній продукції, так і в цифровому середовищі. Також композиція залишається впізнаваною навіть у спрощеному або монохромному варіанті.

Логотип також виконує важливу емоційну функцію. Поєднання автомобільної турбіни та форми серця створює асоціативний контраст між технічністю та емоційністю, що відповідає загальній концепції кав'ярні «Токуо». Саме завдяки такому художньому рішенню бренд отримує власний характер і стає більш виразним у візуальному середовищі.

Спрощена версія логотипа була розроблена як адаптивний елемент айдентики для використання на цифрових носіях, дрібній поліграфії, брендovanій продукції та інших форматах, де необхідне чітке та швидке візуальне сприйняття знака (Додаток 4). У сучасному графічному дизайні адаптивність логотипа є важливою складовою ефективної айдентики, оскільки бренд повинен коректно відображатися як на великих рекламних площинах, так і на маленьких цифрових іконках, наліпках або сувенірній продукції. Саме тому під час розроблення спрощеної версії було збережено основну ідею логотипа, але водночас оптимізовано його композицію та графічну структуру.

Основою спрощеного логотипа залишилося поєднання серця та автомобільної турбіни, яке формує головний символічний образ бренду. Проте у даному варіанті було прибрано декоративне коло фону, завдяки чому композиція стала більш лаконічною та універсальною. Відсутність додаткового фону дозволяє легше інтегрувати логотип у різні дизайнерські середовища, зокрема цифрові інтерфейси, мобільні додатки, соціальні мережі та поліграфічні макети.

Однією з головних особливостей спрощеної версії є її мінімалістичний характер. У сучасному брендингу мінімалізм дозволяє забезпечити кращу

читабельність знака та його впізнаваність навіть у малому масштабі. Саме тому у спрощеному логотипі акцент зроблено на основних формах та контрастах, без використання надмірної кількості декоративних елементів. Такий підхід відповідає сучасним тенденціям графічного дизайну, де важливу роль відіграють простота композиції, адаптивність та функціональність.

Композиція логотипа побудована на динамічному поєднанні плавних і технічних форм. Стилізоване серце створює емоційний та асоціативний зв'язок із кавовою тематикою, атмосферою затишку та емоційності. Водночас автомобільна турбіна символізує швидкість, енергію, технічність та культуру дрифту. Саме поєднання цих двох елементів формує основну ідею бренду – синтез драйву та комфортної атмосфери кав'ярні.

У спрощеній версії логотипа особливо помітною стає графічна стилізація турбіни. Центральний круглий елемент із лопатями візуально нагадує колесо автомобіля або механічну деталь двигуна, що підсилює асоціації з автоспортом та автомобільною тематикою. Завдяки використанню чітких геометричних форм композиція виглядає структурованою та легко сприймається у цифровому середовищі.

Колірна палітра логотипа залишилася незмінною порівняно з основною версією. Чорний колір формує контури та структурні елементи композиції, створюючи контрастність і візуальну чіткість. Він асоціюється з асфальтом, атмосферою нічного міста та технічною естетикою автомобільної культури. Бордовий колір виконує роль емоційного акценту та символізує енергію, динаміку й агресивність дрифту. Поєднання чорного та бордового кольорів створює сучасний урбаністичний характер логотипа та підтримує загальну стилістику бренду.

Важливим композиційним елементом залишається типографіка. Назва «Токуо» розміщена по діагоналі, що створює ефект руху та підтримує загальну динаміку композиції. Діагональне розташування тексту є характерним для стилістики дрифту, оскільки асоціюється зі зміщенням траєкторії руху автомобіля

під час заносу. Такий прийом додає логотипу експресивності та робить композицію більш живою й сучасною.

Шрифт логотипа має декоративний характер із геометричними елементами та стилізованими формами літер. Попри оригінальність написання, текст залишається достатньо читабельним, що є важливим для використання логотипа у різних масштабах. Стилзація шрифту підтримує футуристичний та урбаністичний характер бренду, а також підсилює асоціації з японською візуальною культурою.

Спрощена версія логотипа має високу функціональність та адаптивність. Завдяки відсутності складних декоративних елементів вона легко масштабується та може використовуватися на різних носіях – від favicon та аватарів соціальних мереж до наліпок, бейджів або брендованого пакування. Це забезпечує універсальність айдентики та дозволяє зберігати впізнаваність бренду незалежно від формату використання.

Особливу роль спрощений логотип відіграє у цифровому середовищі. Сучасні бренди значною мірою функціонують у соціальних мережах, мобільних додатках та вебінтерфейсах, де важливо забезпечити швидке візуальне сприйняття логотипа. Саме тому мінімалістична композиція без надмірної деталізації є більш ефективною для digital-середовища та краще адаптується до маленьких екранів і цифрових платформ.

Після розроблення логотипа наступним етапом стало створення дизайну візитної картки кав'ярні «Токуо», яка є важливим елементом системи айдентики та виконує не лише інформаційну, а й іміджеву функцію (Додаток 5). Візитка є одним із найбільш поширених носіїв фірмового стилю, оскільки забезпечує безпосередню візуальну комунікацію між брендом та потенційним клієнтом. Саме тому під час її проектування особлива увага приділялася гармонійному поєднанню інформативності, сучасної естетики та тематичної стилізації.

Основною концепцією дизайну візитки стало відтворення атмосфери нічного міста та автомобільної культури дрифту. Для цього у композиції використано темний графітовий фон, який асоціюється з асфальтом, нічними вулицями

мегаполіса та урбаністичним середовищем. Темна кольорова гама є характерною рисою загальної айдентики кав'ярні та підтримує концепцію нічного Токіо, що стало одним із головних джерел натхнення для проекту.

Важливу роль у композиції візитки відіграють декоративні хвилясті лінії бордового та бежевого кольорів, розташовані у лівій частині макета. Такі графічні елементи символізують траєкторію руху автомобіля під час дрифту та створюють асоціації зі швидкістю, динамікою та потоком енергії. Хвилясті форми додають композиції пластичності та візуального руху, що відповідає загальній стилістиці бренду.

Бордовий колір у дизайні візитки виступає основним емоційним акцентом. Він асоціюється з енергією, драйвом, потужністю та внутрішньою динамікою автомобільної культури. Завдяки використанню бордових елементів композиція виглядає більш виразною та контрастною. Бежевий колір, своєю чергою, створює теплий візуальний баланс та формує асоціативний зв'язок із кавовою тематикою. Поєднання темного фону та теплих кольорових акцентів дозволяє створити атмосферний та сучасний візуальний образ.

Особливим декоративним елементом дизайну стала текстура сліду шин, яка використовується на поверхні візитки. Вона виконує не лише декоративну, а й концептуальну функцію, оскільки безпосередньо асоціюється з дрифтом та автомобільною тематикою. Напівпрозора текстура шин створює ефект багат шаровості композиції та додає макету глибини. Такий графічний прийом підсилює урбаністичний характер дизайну та робить айдентику тематичною й цілісною.

Композиція візитки побудована за принципом контрасту світлого тексту та темного фону. Завдяки цьому забезпечується хороша читабельність інформації та комфортне візуальне сприйняття. Використання білого кольору для основного тексту дозволяє виділити контактну інформацію та зробити її помітною навіть на насиченому темному фоні. Такий прийом є характерним для сучасного

мінімалістичного дизайну, де контрастність виступає одним із головних композиційних інструментів.

Особливу увагу під час проектування було приділено типографіці. Для оформлення текстової інформації використано сучасний геометричний шрифт із чіткими формами та високою читабельністю. Шрифт підтримує загальну футуристичну та урбаністичну стилістику бренду, водночас залишаючись достатньо простим для швидкого сприйняття інформації. Важливим композиційним рішенням стало використання різного масштабу тексту, що дозволяє візуально структурувати інформацію та акцентувати увагу на ключових елементах.

На зворотному боці візитки використано шаховий патерн чорного та білого кольорів, який асоціюється з фінішними прапорами автомобільних перегонів. Такий декоративний елемент підсилює тематику дрифту та автоспорту, а також створює яскравий і впізнаваний візуальний образ. У центрі композиції розміщено логотип кав'ярні, що забезпечує цілісність айдентики та підтримує загальний стиль бренду.

Шаховий патерн також виконує композиційну функцію, створюючи ритм та динаміку поверхні. Завдяки контрастному поєднанню чорного та білого кольорів задня частина візитки виглядає виразно та привертає увагу. Такий дизайнерський прийом часто використовується у спортивній та автомобільній айдентиці, оскільки він безпосередньо асоціюється зі світом перегонів.

Важливим аспектом дизайну є також його адаптивність до друку. Візитка побудована на використанні чітких контрастних форм та мінімалістичних графічних елементів, що дозволяє забезпечити високу якість поліграфічного відтворення. Темна кольорова палітра, поєднана з простими геометричними формами, робить макет сучасним та функціональним.

Дизайн візитної картки підтримує загальну концепцію айдентики кав'ярні «Токуо» та виступає важливим елементом формування бренду. Завдяки використанню урбаністичних текстур, асоціативних елементів автоспорту та

сучасної графічної стилістики було створено цілісний і впізнаваний візуальний образ, який поєднує атмосферу дрефту, сучасного мегаполіса та кавової культури.

Одним із важливих етапів проектування айдентики стало створення дизайну брендovaných стаканів для напоїв, які виступають не лише функціональним елементом закладу, а й важливим носієм фірмового стилю та візуальної комунікації бренду. У сучасних кав'ярнях брендований стакан є одним із найбільш помітних елементів айдентики, оскільки постійно знаходиться у полі зору відвідувачів та часто використовується у фотографіях для соціальних мереж. Саме тому під час розроблення дизайну стаканів особлива увага приділялася створенню цілісного візуального образу, який би підтримував загальну концепцію кав'ярні «Токуо» та асоціювався зі стилем дрефт.

Перший варіант стаканів виконаний у темній кольоровій гамі, яка є основою всієї айдентики бренду (Додаток 6). Основним кольором композиції виступає графітово-чорний, що асоціюється з нічним містом, асфальтом та атмосферою автоспорту. Використання темного фону дозволяє створити контрастний і сучасний візуальний образ, а також підсилює декоративні елементи композиції.

Важливу роль у дизайні стаканів відіграють декоративні хвилясті лінії бордового та сірого кольорів, розташовані по всій поверхні виробу. Такі елементи символізують траєкторію руху автомобіля під час дрефту та створюють асоціації зі швидкістю, динамікою та безперервним рухом. Плавні лінії додають композиції ритму та формують відчуття візуального потоку, що є характерною рисою сучасного урбаністичного дизайну.

Бордовий колір у композиції виконує роль емоційного акценту. Він асоціюється з енергією, драйвом, потужністю та внутрішньою динамікою автоспорту. Завдяки контрасту бордових елементів із темним фоном дизайн виглядає більш виразним та атмосферним. Сірі хвилясті лінії, своєю чергою, створюють додатковий баланс композиції та підтримують технічний характер стилістики.

Одним із головних декоративних елементів стали текстури дорожнього покриття та слідів шин, які розташовані на центральній частині стаканів. Напівпрозорі текстури асфальту та шин безпосередньо асоціюються з дрифтом та автомобільною тематикою, підсилюючи концепцію бренду. Використання таких графічних елементів створює ефект багатошаровості композиції та додає дизайну глибини.

У центрі композиції розміщено логотип кав'ярні «Токуо», який виступає основним акцентом дизайну. Поєднання стилізованого серця та автомобільної турбіни підтримує загальну концепцію бренду та формує впізнаваний візуальний образ. Завдяки центральному розташуванню логотип добре сприймається з різних ракурсів та забезпечує швидке візуальне впізнавання бренду.

Особливістю композиції є її динамічний характер. Усі графічні елементи – хвилясті лінії, текстури шин та контрастні кольорові акценти – спрямовані на створення асоціацій із рухом, швидкістю та атмосферою нічного мегаполіса. Саме така динаміка є характерною рисою стилю дрифт та сучасної урбаністичної естетики. Дизайн стаканів також підтримує концепцію атмосфери нічного Токіо. Темний фон, контрастні лінії та графічні текстури нагадують освітлені неоновими вивісками вулиці японського мегаполіса. Такий візуальний стиль формує сучасний та емоційно насичений образ бренду, орієнтований на молодіжну аудиторію.

Важливим аспектом проєктування стало також забезпечення функціональності та практичності дизайну. Усі графічні елементи побудовані таким чином, щоб вони добре відтворювалися на друкованій поверхні стаканів та залишалися чіткими навіть при невеликому масштабі. Контрастна кольорова гама забезпечує хорошу видимість логотипа та декоративних елементів, а використання простих геометричних форм дозволяє уникнути втрати деталей під час друку.

Дизайн брендovаних стаканів виконує не лише естетичну, а й маркетингову функцію. У сучасному digital-середовищі брендovані носії часто стають частиною візуального контенту у соціальних мережах. Саме тому важливо було створити такий дизайн, який би виглядав фотогенічно, сучасно та легко впізнавався на

фотографіях. Використання урбаністичних текстур, контрастних кольорів та динамічних ліній дозволило сформувати виразний та атмосферний образ продукції.

Особливу роль відіграє поєднання емоційності та технічної естетики. Логотип у формі серця додає дизайну асоціативного зв'язку із теплом та кавовою культурою, тоді як текстури шин і дорожнього покриття підсилюють технічний та спортивний характер композиції. Саме такий контраст формує унікальний характер бренду та підтримує загальну концепцію кав'ярні.

Другий варіант брендovаних стаканів для кав'ярні «Токуо» був розроблений у більш контрастній та графічно виразній стилістиці, яка безпосередньо асоціюється з автомобільними перегонами та культурою дрифту (Додаток 7). Основою композиції став шаховий чорно-білий патерн, що нагадує фінішні прапори автозмагань і є одним із найбільш упізнаваних символів автоспорту. Використання такого декоративного елемента дозволило підсилити тематичне спрямування бренду та зробити дизайн більш динамічним і візуально активним.

Шаховий візерунок виконує не лише декоративну, а й символічну функцію. У контексті автомобільної культури чорно-білі квадрати асоціюються із завершенням перегонів, швидкістю, конкуренцією та енергією руху. Саме тому даний патерн активно використовується у дизайні, пов'язаному з автоспортом, тюнінг-культурою та стилістикою дрифту. У дизайні стаканів він формує основний візуальний ритм композиції та створює яскравий контраст, який привертає увагу.

Композиція стаканів побудована на поєднанні мінімалістичної геометрії та контрастної кольорової гами. Чорно-білий патерн покриває майже всю поверхню стаканів, створюючи ефект візуальної динаміки та асоціацію з рухом. Завдяки регулярному повторенню квадратів композиція виглядає структурованою та ритмічною, що є характерною рисою сучасного графічного дизайну.

Особливу роль у композиції відіграє контраст між чорним і білим кольорами. Чорний колір асоціюється з асфальтом, нічним містом та атмосферою автоспорту, тоді як білий створює яскравий візуальний акцент та забезпечує чіткість графічного

патерну. Таке поєднання кольорів робить дизайн максимально помітним і легко впізнаваним навіть на відстані.

У центральній частині композиції розміщено логотип кав'ярні «Токуо», який виступає основним акцентом дизайну. Логотип виконано на круглому бежевому фоні, що створює додатковий контраст із чорно-білим патерном та привертає увагу до центрального елемента композиції. Бежевий колір також виконує важливу асоціативну функцію, оскільки нагадує відтінок кави та формує зв'язок із тематикою закладу.

Поєднання логотипа з шаховим патерном створює гармонійний баланс між емоційністю бренду та технічною естетикою автоспорту. Серце у структурі логотипа додає композиції тепла та асоціацій із кавовою атмосферою, тоді як турбіна підкреслює тематику дрифту та швидкості. Завдяки такому поєднанню бренд отримує більш виразний та оригінальний характер.

Важливою особливістю другого варіанту стаканів є його більш мінімалістичний характер порівняно з першим дизайном. Якщо у першому варіанті акцент робився на текстурах, хвилястих лініях та атмосфері нічного мегаполіса, то у другому основний візуальний ефект досягається саме за рахунок контрастного графічного патерну. Такий підхід дозволяє створити більш лаконічний і водночас дуже впізнаваний дизайн.

Шаховий стиль також підтримує спортивну тематику бренду та формує асоціації з перегонними трасами, автозмаганнями та динамікою руху. У сучасному графічному дизайні подібні патерни часто використовуються для створення візуального ритму та підсилення емоційного сприйняття композиції. Саме тому використання шахового візерунка є логічним і концептуально виправданим рішенням для айдентики кав'ярні у стилі дрифт.

Особливу увагу під час проектування було приділено функціональності дизайну. Завдяки простим геометричним формам та чітким контрастам композиція добре відтворюється на друкованій поверхні стаканів та залишається візуально

чіткою навіть при різному освітленні. Також мінімалістичний характер патерну дозволяє уникнути перевантаження композиції та забезпечує її хороше сприйняття.

Важливим аспектом є також маркетинговий потенціал такого дизайну. Контрастний шаховий патерн виглядає сучасно та фотогенічно, тому добре підходить для використання у соціальних мережах та digital-контенті. Саме брендovanі стакани часто стають частиною фотографій відвідувачів, тому яскравий графічний стиль сприяє додатковому поширенню візуального образу бренду.

Дизайн стаканів гармонійно поєднується з іншими елементами айдентики кав'ярні «Токуо». Використання логотипа, контрастної кольорової гама та асоціативних елементів автоспорту підтримує цілісність фірмового стилю та формує єдину візуальну систему бренду. Завдяки цьому бренд виглядає більш професійно та впізнавано.

Окремим етапом розроблення айдентики стало створення дизайну меню кав'ярні «Токуо», яке є одним із ключових носіїв фірмового стилю та безпосередньо взаємодіє з відвідувачем у просторі закладу. Меню виконує не лише інформаційну функцію, а й формує загальне візуальне сприйняття бренду, підтримує атмосферу кав'ярні та підсилює тематичну концепцію закладу. Саме тому під час проєктування меню особлива увага приділялася поєднанню функціональності, читабельності та сучасної урбаністичної естетики (Додаток 8).

У дизайні меню використано єдину стилістику бренду, яка вже була сформована у попередніх елементах айдентики. Основою композиції став темний графітовий фон, що асоціюється з асфальтом, нічними вулицями мегаполіса та атмосферою автомобільної культури. Темна кольорова гама створює сучасний і стильний візуальний образ, а також дозволяє ефективно виділяти текстову інформацію та декоративні елементи.

Однією з ключових особливостей дизайну є використання текстур шин та дорожнього покриття. Напівпрозорі графічні текстури проходять через центральну частину композиції та формують асоціації зі слідами автомобільних шин під час дрифту. Таке рішення підсилює тематичну спрямованість бренду та створює

атмосферу швидкості, руху й урбаністичного середовища. Використання текстур також додає композиції глибини та робить візуальне оформлення більш складним і атмосферним.

Декоративні хвилясті лінії бордового, сірого та чорного кольорів виконують роль динамічних композиційних елементів. Вони символізують траєкторію руху автомобіля під час дрифту та створюють відчуття візуального потоку. Плавні форми контрастують із геометричною структурою текстових блоків, що формує гармонійне поєднання динаміки та впорядкованості.

Бордовий колір у композиції меню виступає основним емоційним акцентом. Він асоціюється з енергією, драйвом та атмосферою автоспорту, а також підтримує загальну кольорову палітру бренду. Сірі елементи створюють технічний характер композиції та підсилюють урбаністичну естетику. Чорний колір забезпечує цілісність композиції та формує глибину візуального простору.

Особливу увагу під час розроблення меню було приділено типографіці. Для оформлення текстової інформації використано сучасний геометричний шрифт із чіткими формами та високою читабельністю. Великий заголовок «МЕНЮ» побудований на контрасті світлого тексту та темного фону, що дозволяє швидко привернути увагу до головного елемента композиції. Шрифт підтримує футуристичну та урбаністичну стилістику бренду, водночас залишаючись зручним для сприйняття.

Структура меню побудована за принципом чіткого зонування інформації. Основна частина сторінки присвячена гарячим напоям, зокрема кавовим позиціям – еспресо, американо, капучино, лате та іншим напоям. Нижня частина композиції відведена для додаткових компонентів, які стилізовано названо «тюнінгом». Таке дизайнерське рішення є концептуально пов'язаним із автомобільною тематикою, оскільки слово «тюнінг» безпосередньо асоціюється з модифікацією автомобілів та культурою дрифту.

Використання тематичних назв та стилізованих композиційних рішень дозволяє зробити меню не просто інформаційним носієм, а частиною загальної

атмосфери закладу. Саме через такі деталі формується унікальний характер бренду та створюється емоційний зв'язок із відвідувачем.

У правій верхній частині композиції розміщено логотип кав'ярні «Токуо», який виступає важливим акцентом та підтримує цілісність айдентики. Завдяки використанню логотипа на сторінці меню забезпечується впізнаваність бренду та візуальна єдність усіх носіїв фірмового стилю.

Важливим композиційним прийомом є використання великої кількості вільного простору між текстовими блоками. Це дозволяє уникнути перевантаження композиції та забезпечує комфортне сприйняття інформації. Незважаючи на велику кількість декоративних елементів, меню залишається функціональним і читабельним.

Контраст між світлим текстом і темним фоном є одним із головних засобів організації композиції. Завдяки цьому текст легко читається навіть на складному графічному фоні. Використання пунктирних ліній між назвами напоїв та цінами додає композиції структурованості та підтримує загальну стилістику сучасного мінімалістичного дизайну.

Особливу роль у сприйнятті меню відіграє його атмосфера. Темний фон, урбаністичні текстури, хвилясті лінії та логотип створюють враження сучасного тематичного простору, натхненного японською автомобільною культурою. Саме завдяки таким деталям меню стає не лише функціональним елементом, а й важливою частиною візуальної айдентики кав'ярні.

Дизайн меню також добре адаптований до друку та практичного використання. Контрастна композиція, чітка типографіка та використання простих графічних форм забезпечують якісне поліграфічне відтворення та довговічність носія. Також єдина стилістика меню дозволяє легко розширювати його структуру та створювати нові сторінки у тому самому візуальному стилі.

Друга сторінка меню кав'ярні «Токуо» присвячена авторським напоям закладу та продовжує загальну концепцію айдентики, поєднуючи атмосферу автомобільної культури, урбаністичної естетики та сучасного графічного дизайну

(Додаток 9). Основною особливістю цієї сторінки є використання тематичних назв напоїв, які безпосередньо пов'язані з дрифтом, нічним містом та автоспортивною культурою. Такий підхід дозволяє зробити меню не лише функціональним елементом, а й важливою частиною загальної концепції бренду.

У композиції сторінки використано єдину стилістику айдентики кав'ярні. Основою дизайну залишається темний графітовий фон, який асоціюється з нічним мегаполісом, дорожнім покриттям та атмосферою автоспорту. Темна кольорова палітра створює сучасний урбаністичний характер композиції та дозволяє ефективно виділяти текстову інформацію й декоративні елементи.

Важливу роль у дизайні відіграють текстури автомобільних шин та дорожнього покриття, які проходять через центральну частину композиції. Такі текстури створюють асоціації зі слідами гуми під час дрифту та формують динамічну атмосферу руху. Використання напівпрозорих графічних елементів додає дизайну багатошаровості та підсилює відчуття глибини композиції.

Особливу увагу на сторінці приділено авторським назвам напоїв. Назви «Night Drift», «Redline Latte», «Burger Rubber» та «86 Ghost» безпосередньо асоціюються з автомобільною культурою, нічними перегонами та атмосферою дрифту. Використання тематичних назв створює унікальний характер меню та підсилює емоційне сприйняття бренду.

Напій «Night Drift» асоціюється з атмосферою нічного міста та нічних перегонів. Назва підкреслює концепцію бренду, пов'язану з динамікою, неоновною естетикою та урбаністичним середовищем. Опис напою побудований таким чином, щоб підтримувати загальний стиль меню та створювати додаткові асоціації з атмосферою нічного Токіо.

Назва «Redline Latte» пов'язана з поняттям redline – максимально допустимими обертами двигуна автомобіля. Таке рішення підсилює спортивний характер концепції та створює асоціацію зі швидкістю та енергією. Використання автомобільної термінології у назвах напоїв робить меню більш тематичним та оригінальним.

Напій «Burger Rubber» асоціюється зі слідами шин на асфальті та процесом дрифту, коли гума автомобіля активно контактує з дорожнім покриттям. Така назва підсилює атмосферу автоспорту та додає меню елементів стріт-культури й сучасної молодіжної естетики.

Назва «86 Ghost» має асоціативний зв'язок із культовими японськими автомобілями та дрифт-культурою. Число «86» є популярним символом японського автоспорту та безпосередньо асоціюється з автомобілем Toyota AE86, який став культовим серед прихильників дрифту. Використання такої назви підкреслює зв'язок бренду з японською автомобільною культурою.

Типографічне оформлення сторінки побудоване на використанні сучасного геометричного шрифту з високою читабельністю. Заголовок «МЕНЮ» виконаний великими літерами та виступає основним композиційним акцентом. Назви напоїв виділені більшим розміром шрифту, що дозволяє швидко орієнтуватися у структурі меню та створює візуальну ієрархію інформації.

Контраст між світлим текстом та темним фоном забезпечує комфортне сприйняття інформації та підсилює сучасний характер композиції. Пунктирні лінії між назвами напоїв та цінами додають структурованості та підтримують стилістику мінімалістичного сучасного дизайну.

У правій верхній частині композиції розміщено логотип кав'ярні «Токуо», який підтримує цілісність айдентики та формує впізнаваність бренду. Завдяки використанню логотипа на сторінці меню створюється єдина система візуальної комунікації, де всі елементи оформлення гармонійно поєднуються між собою.

Композиція сторінки побудована таким чином, щоб поєднувати динамічність і читабельність. Незважаючи на використання великої кількості декоративних елементів, меню залишається функціональним та зручним для сприйняття. Це досягається завдяки правильному зонуванню інформації, використанню вільного простору та контрастній типографіці.

Друга сторінка меню також виконує важливу емоційну функцію (Додаток 9). Завдяки тематичним назвам, урбаністичним текстурам та сучасній графічній

стилістиці вона створює атмосферу дрейфу, швидкості та нічного мегаполіса. Саме такі дизайнерські рішення дозволяють перетворити звичайне меню на важливий елемент айдентики та частину загального враження від бренду.

Третя сторінка меню кав'ярні «Токуо» присвячена десертам та солодким виробам і продовжує загальну концепцію айдентики, поєднуючи атмосферу автомобільної культури, урбаністичної естетики та сучасного графічного дизайну (Додаток 10). Основною особливістю даної сторінки є використання тематичних назв десертів, які асоціюються з дрейфом, дорожньою тематикою та автомобільною культурою. Завдяки такому підходу меню стає не лише інформаційним елементом, а повноцінною частиною візуальної концепції бренду.

Як і попередні сторінки меню, дана композиція побудована на використанні темного графітового фону, що формує атмосферу нічного мегаполіса та асоціюється з дорожнім покриттям і стилістикою автоспорту. Темна кольорова гама забезпечує єдність усіх елементів айдентики та створює сучасний урбаністичний характер дизайну.

У композиції активно використано текстури шин та дорожнього покриття, які проходять через центральну частину сторінки. Напівпрозорі графічні елементи створюють асоціації зі слідами дрейфу на асфальті та підсилюють динамічний характер оформлення. Завдяки використанню таких текстур сторінка набуває атмосферного та багат шарового вигляду.

Декоративні хвилясті лінії бордового, сірого та чорного кольорів підтримують загальну стилістику меню та формують візуальний ритм композиції. Плавні форми асоціюються з рухом автомобіля під час заносу та створюють ефект динаміки. Саме такі графічні елементи є характерною рисою айдентики кав'ярні «Токуо» та забезпечують цілісність візуального стилю.

Особливу увагу у дизайні сторінки приділено тематичним назвам десертів. Назви «The Tire», «Drift Cone» та «Asphalt Slice» безпосередньо пов'язані з автомобільною культурою та дрейфом. Використання таких назв дозволяє створити оригінальний характер меню та підсилити концепцію закладу.

Десерт «The Tire» асоціюється з автомобільною шиною та стилістикою автоспорту. Використання подібної назви підкреслює концепцію бренду та створює асоціативний зв'язок із дрифтом і дорожньою тематикою. Опис десерту побудований таким чином, щоб підтримувати загальну атмосферу меню та поєднувати гастрономічний і тематичний аспекти.

Назва «Drift Cone» асоціюється з дорожніми конусами, які використовуються на трасах та під час автомобільних тренувань. Такий образ є добре впізнаваним у контексті автомобільної культури, тому його використання у меню створює додаткову тематичну стилізацію та робить концепцію більш оригінальною.

Десерт «Asphalt Slice» також безпосередньо пов'язаний із дорожньою тематикою. Назва асоціюється з асфальтом та атмосферою нічних перегонів, що підсилює урбаністичний характер бренду. Завдяки використанню таких асоціативних назв меню виглядає більш креативно та підтримує загальну концепцію кав'ярні у стилі дрифт.

Важливим елементом композиції є використання фотографічних зображень десертів. Реалістичні фотографії додають сторінці візуальної привабливості та дозволяють краще презентувати продукцію закладу. Зображення десертів гармонійно інтегровані у композицію та поєднуються з графічними елементами меню.

Типографіка сторінки виконана у єдиному стилі з попередніми розворотами меню. Для оформлення використано сучасний геометричний шрифт із високою читабельністю. Великий заголовок «МЕНЮ» виступає основним композиційним акцентом і забезпечує швидке візуальне сприйняття сторінки.

Назви десертів виділені більшим розміром шрифту, що дозволяє створити чітку візуальну ієрархію інформації. Контраст між світлим текстом та темним фоном забезпечує хорошу читабельність і підсилює сучасний характер композиції.

У верхній правій частині сторінки розміщено логотип кав'ярні «Токуо», який підтримує цілісність айдентики та формує впізнаваність бренду. Завдяки повторенню логотипа на всіх сторінках меню створюється єдина система візуальної

комунікації та забезпечується гармонійне поєднання всіх елементів фірмового стилю.

Композиція сторінки побудована таким чином, щоб поєднувати декоративність та функціональність. Незважаючи на використання великої кількості графічних елементів, інформація залишається структурованою та легко сприймається. Це досягається завдяки правильному зонуванню текстових блоків, використанню вільного простору та контрастній типографіці.

Особливістю меню є те, що всі сторінки виконані в єдиній композиційній та кольоровій системі. Використання однакових декоративних елементів, текстур, кольорової палітри та типографіки забезпечує цілісність візуального стилю та формує впізнаваний образ бренду. Саме завдяки такому підходу айдентика кав'ярні виглядає професійно та гармонійно.

Третя сторінка меню також виконує важливу емоційну функцію. Поєднання урбаністичних текстур, тематичних назв десертів, контрастної кольорової палітри та сучасної графіки створює атмосферу нічного мегаполіса та автомобільної культури. Такі дизайнерські рішення дозволяють зробити меню частиною загального враження від закладу та підтримують концепцію кав'ярні у стилі дрифт.

У процесі проєктування особлива увага приділялася адаптивності айдентики до різних носіїв. Розроблений фірмовий стиль може використовуватися як у друкованій продукції, так і в цифровому середовищі, зокрема у соціальних мережах, рекламі та оформленні інтер'єру кав'ярні. Завдяки використанню єдиної кольорової палітри, графічних елементів та стилістичних рішень було створено цілісний візуальний образ бренду, який відповідає сучасним тенденціям графічного дизайну та концепції кав'ярні в стилі дрифт.

Важливим етапом проєктування комплексної айдентики тематичного закладу стала розробка лінійки фірмового мерчу. У контексті автомобільної культури, сувенірна продукція й одяг трансформуються з базового маркетингового інструменту на спосіб самовираження відвідувачів та формування тривкої субкультурної спільноти навколо кав'ярень. Основним композиційним рішенням

для текстильних виробів було обрано поєднання фірмового контрастного патерну у вигляді шахової клітки, що асоціюється з фінішним прапором у автоспорті, та акцентного круглого логотипа з емблемою анатомічного серця, інтегрованого з автомобільною турбіною.

Першим елементом лінійки став дизайн фірмового оверсайз-худи (Додаток 11). Композиційне рішення базується на колор-блокінгу та динамічному заповненні площини: рукава, капюшон та нижня кишеня виконані у глибокому монохромному графітовому відтінку, тоді як центральна частина виробу оздоблена масштабним шаховим принтом. По центру грудей розташовано головний круглий знак бренду на теплому гірчично-жовтому тлі, що створює виразну фокусну точку та забезпечує миттєву впізнаваність концепту навіть на відстані. Схожий дизайнерський підхід було реалізовано і в розробці базового елемента повсякденного гардероба — футболки вільного крою (Додаток 12). У цьому виробі шаховий патерн повністю заповнює площину тканини, а центральний круглий логотип з написом «Токуо» виступає головним знаково-символічним акцентом. Особливу увагу при проєктуванні футболки було приділено сучасній індивідуальній екоупаковці із зіп-замком, яка захищає принт при транспортуванні та підкреслює преміальність сувенірної продукції.

Для розширення функціонального ряду аксесуарів було спроектовано містку екосумку типу «шопер» (Додаток 13). Текстильна основа сумки дублює загальну концепцію тотального покриття шаховим принтом, проте функціональним та колористичним нюансом тут виступають яскраві гірчично-жовті ручки. Вони візуально римуються з фоновим колом центрального логотипа, збалансовуючи монохромну гаму виробу. Усі розроблені носії мерчу складають єдину, стилістично цілісну серію, яка ефективно працює на популяризацію бренду «Токуо» за межами локації закладу, перетворюючи клієнтів на амбасадорів автомобільної культури.

У межах кваліфікаційної роботи було сформовано та візуалізовано комплексне керівництво з використання фірмового стилю — логобук, що містить дев'ять базових розділів, які регламентують правильне відтворення розробленої

айдентики (Додатки 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23). Головний знак закладу базується на оригінальній графічній метафорі: поєднанні анатомічного серця, інтегрованого в автомобільну турбіну. У логобуці зафіксовано дві версії знака. Основна, композиція вписана в бежеве коло, що стабілізує та врівноважує динаміку внутрішніх елементів, і містить акцидентне накреслення назви «Токуо». Спрощена, адаптивний варіант без зовнішнього кола, де ключовий акцент перенесено виключно на силует «серця-турбіни» для використання на обмежених площинах та дрібних носіях. Корпоративна палітра фіксує строгі цифрові параметри трьох фірмових кольорів у системах HEX, RGB та CMYK для точного відтворення при друці бежевого, насиченого бордового та глибокого графітового, що імітує відтінок свіжого асфальту. Для розбудови візуальної ієрархії визначено дві гарнітури: акцидентний, масивний геометричний шрифт Univermag (для заголовків та назв страв) і сучасний, читабельний гротеск Namu (для основного текстового масиву та цін). Дизайн меню та патернів. У логобуці детально розібрано структуру тристворкового меню кав'ярні, концептуальне меню на мокапі та правила нанесення фірмових патернів. Графічну систему доповнюють два типи текстур, гоночна «шахівниця» та гранжева імітація відбитків автомобільних шин на асфальті, призначена для великих площин і соціальних мереж. Фінальний блок інструкції ілюструє практичне втілення стилю на паперових стаканчиках у двох полярних концепціях, а також містить стандарти виготовлення лінійки сувенірного одягу й аксесуарів.

Для комплексного представлення результатів творчої роботи та забезпечення наочності було розроблено серію з 6 демонстраційних планшетів. Усі планшети об'єднані спільною візуальною концепцією, темним монохромним фоном із текстурою гоночного треку, димовими ефектами, що відтворюють атмосферу дрифту, та стандартизованим кутовим текстовим блоком із зазначенням академічних реквізитів кафедри, автора й наукових керівників.

Планшет 1 (Додаток 24). Перший експозиційний носій фокусує увагу на фундаменті візуального стилю. На ньому збалансовано розміщено головну версію

знака, колірні кодування та зразки шрифтових гарнітур. Композиція планшета побудована на принципі контрасту великої акцентної емблеми ліворуч та чітких інформаційних блоків праворуч і внизу, що дозволяє миттєво зчитувати базові параметри бренду.

Планшет 2 (Додаток 25). Поліграфічний та інформаційний дизайн закладу. Носій присвячений презентації трьох панелей меню. Головна мета цього планшета продемонструвати високу читабельність тексту у реальних умовах функціонування кав'ярні. На планшеті наочно показано взаємодію фірмової типографіки з яскравими фуд-ілюстраціями десертів, а також наведено обґрунтування чіткої ієрархії шрифтів для зручної орієнтації клієнта у позиціях меню.

Планшет 3 (Додаток 26). На планшеті експонуються виключно фірмові патерни, винесені у великі ізольовані фрейми. Таке подання дає змогу оцінити масштаб і ритміку графічних малюнків поза контекстом форми — від математично точної контрастної «шахівниці» до деталізованої гранж-текстури слідів протекторів, яка передає дух асфальтового треку.

Планшет 4 та Планшет 5 (Додатки 27, 28). Планшети демонструють практичне втілення розробленого дизайну на об'ємних носіях за допомогою сучасних тривимірних мокапів. На четвертому планшеті у світлих, контрастних плашках експонується дизайн паперових склянок, демонструючи варіативність і гнучкість стилю. П'ятий планшет візуалізує текстильну лінійку бренду — худі, футболку в упаковці та екосумку, розкриваючи взаємодію графіки з реальними фактурами тканин за різного освітлення.

Планшет 6 (Додаток 29). Фінальний планшет серії демонструє дизайн персональних носіїв інформації, зокрема корпоративних візитних карток. Композиція поєднує пряму графічну схему з реалістичною візуалізацією готового комплексу візиток на фактурному фоні.

## Висновки до розділу 2

Другий розділ присвячено безпосередньому процесу художньо-проектного моделювання та практичному створенню елементів фірмового стилю кав'ярні «Токуо». На основі виконаних етапів розробки сформовано ідейно-образну концепцію бренду, в основу якої покладено синтез кавової культури, естетики японського автоспорту та динаміки нічного мегаполіса. Візуальна мова закладу орієнтована на прогресивну молодіжну аудиторію, що зумовило вибір контрастної кольорової гами. Розроблено унікальний логотип у двох версіях. Композиційне рішення основної версії базується на оригінальній метафорі — поєднанні форми серця та автомобільної турбіни. Динамічність знака підсилено діагональним та асиметричним розташуванням назви «Токуо». Створено систему носіїв айдентики, яка включає дизайн візитних карток, два концептуальні варіанти паперових стаканчиків, мерч та меню. Оформлення меню отримало тематичне зонування, класичні позиції напоїв доповнено розділом «тюнінг», що підкреслює загальну концепцію закладу та посилює емоційний зв'язок із відвідувачами. У результаті було створено адаптивну, масштабовану та візуально цілісну систему графічного дизайну, яка ефективно транслює філософію бренду через усі точки контакту зі споживачем.

## РОЗДІЛ 3 ТЕХНОЛОГІЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВИГОТОВЛЕННЯ ПРОДУКЦІЇ АЙДЕНТИКИ

### 3.1 Технологічні вимоги до друку фірмового стилю кав'ярні «Токуо»

Сучасна айдентика є не лише системою візуальної комунікації бренду, а й важливим інструментом формування його іміджу та впізнаваності. Для кав'ярні «Токуо» фірмовий стиль виступає основою створення цілісної атмосфери закладу, що поєднує естетику японської автомобільної культури, урбаністичні мотиви та сучасні тенденції графічного дизайну. Водночас ефективність айдентики залежить не лише від художнього рішення, а й від правильного технологічного виконання продукції. Саме тому важливим етапом реалізації проекту є визначення технологічних вимог до друку та виготовлення носіїв фірмового стилю.

Технологічна підготовка поліграфічної продукції передбачає комплекс заходів, спрямованих на забезпечення якісного відтворення графічних елементів, кольорів, текстур та композиційних рішень [20]. Оскільки айдентика кав'ярні «Токуо» містить складні графічні форми, темну кольорову палітру та контрастні декоративні елементи, важливого значення набуває правильний вибір способу друку, матеріалів та параметрів підготовки макетів.

Першочерговою вимогою є створення макетів у професійних графічних редакторах із дотриманням поліграфічних стандартів. Для розроблення логотипа та основних елементів айдентики використовуються векторні редактори, зокрема Adobe Illustrator або CorelDRAW, оскільки саме векторна графіка забезпечує можливість масштабування без втрати якості. Векторний формат особливо важливий для друку логотипів, декоративних елементів та типографіки на різних носіях – від візиток до великоформатної реклами.

Усі друковані макети повинні створюватися у кольоровій моделі СМЯК, яка є стандартом для поліграфічного виробництва [21]. Використання RGB-моделі допускається лише для цифрового середовища та вебдизайну. Оскільки фірмовий стиль кав'ярні побудований на поєднанні чорного, бордового, сірого та бежевого

кольорів, особливу увагу необхідно приділяти правильному налаштуванню кольорових профілів. Темні кольори можуть втрачати деталізацію під час друку, тому важливо контролювати баланс чорного кольору та рівень контрастності декоративних текстур.

Для забезпечення якісного друку растрові зображення повинні мати роздільну здатність не менше 300 dpi [22]. Недотримання цієї вимоги може призвести до появи пікселізації та втрати чіткості зображення. Особливо це стосується текстур шин, декоративних фонів та елементів меню, де використовуються складні графічні деталі. Водночас усі шрифти повинні бути переведені у криві, щоб уникнути помилок під час відкриття макетів у друкарні.

Важливою технологічною вимогою є наявність припусків на обрізку. Для більшості поліграфічної продукції рекомендований припуск становить 3–5 мм з кожного боку макета. Це дозволяє уникнути появи білих полів після обрізки виробу. Також необхідно враховувати поля безпеки, в межах яких розміщується основна текстова та графічна інформація [23].

Одним із ключових елементів айдентики кав'ярні є логотип. Основна версія логотипа використовується у поліграфічній продукції, брендovаних стаканах, меню та рекламних матеріалах. Для його друку рекомендується використовувати високоякісний цифровий або офсетний друк. Цифровий друк є оптимальним для невеликих тиражів, оскільки дозволяє швидко виготовляти продукцію без додаткової підготовки друкарських форм. Офсетний друк доцільний для великих тиражів завдяки високій якості кольоровідтворення та економічності [24].

Під час виготовлення візиток особливу увагу необхідно приділяти вибору матеріалу. Для даного проєкту доцільно використовувати дизайнерський папір щільністю 300–350 г/м<sup>2</sup> із матовим ламінуванням або soft-touch покриттям [25]. Таке рішення забезпечує не лише довговічність виробу, а й створює приємні тактильні відчуття, що позитивно впливає на сприйняття бренду. Для додаткового підкреслення преміальності айдентики можуть використовуватися вибіркoве лакування, тиснення або фольгування окремих елементів логотипа.

Окрему увагу в проєкті приділено брендovаним стаканам для гарячих напоїв. Оскільки стакани є одним із найпоширеніших носіїв айдентики кав'ярні, їх дизайн повинен бути не лише естетично привабливим, а й технологічно адаптованим до виробництва. Для друку на паперових стаканах рекомендується використовувати флексографічний друк, який дозволяє наносити зображення на вигнуті поверхні та забезпечує стійкість кольору [26]. Матеріали стаканів повинні мати термостійке внутрішнє покриття та бути безпечними для контакту з харчовими продуктами.

У дизайні стаканів використано темні кольори, декоративні текстури та контрастні графічні елементи, тому особливе значення має правильне відтворення дрібних деталей. Для цього необхідно уникати надто тонких ліній та дрібних елементів, які можуть втратити чіткість під час друку. Також рекомендується використовувати матове покриття стаканів, оскільки воно краще передає глибину темних кольорів і створює більш сучасний вигляд продукції.

Меню кав'ярні також є важливим елементом айдентики та потребує дотримання відповідних технологічних вимог. Через постійний контакт із руками та можливий вплив вологи меню повинно виготовлятися з міцних і довговічних матеріалів. Для цього доцільно використовувати ламінований папір або синтетичні поліграфічні матеріали. Ламінація забезпечує захист поверхні від пошкоджень, подряпин та забруднення.

У процесі друку меню важливо забезпечити високий рівень читабельності тексту. Для цього використовується контраст між темним фоном та світлими шрифтами. Також важливо дотримуватися достатнього міжрядкового інтервалу та оптимального розміру шрифту. У меню кав'ярні «Токуо» використано геометричний сучасний шрифт, який підтримує стилістику бренду та забезпечує комфортне сприйняття інформації.

Додатковим напрямом реалізації айдентики є виготовлення рекламної продукції та цифрових матеріалів. Для друку плакатів, наліпок та брендovаних постерів можуть використовуватися широкоформатний друк та самоклеїні плівки.

У таких випадках особливу увагу слід приділяти стійкості фарби до ультрафіолетового випромінювання та механічних пошкоджень.

Важливим аспектом технологічного процесу є також екологічність матеріалів. Сучасні тенденції брендингу передбачають використання екологічно безпечної упаковки та поліграфії [27]. Саме тому для виготовлення стаканів, пакування та друкованої продукції доцільно використовувати паперові матеріали, що підлягають переробці. Це не лише зменшує негативний вплив на навколишнє середовище, а й формує позитивний імідж бренду серед споживачів. Технологічні вимоги до друку продукції фірмового стилю кав'ярні «Токуо» систематизовано в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Технологічні вимоги до друку продукції фірмового стилю кав'ярні «Токуо» [28]

Вид продукції	Формат / розмір	Матеріал	Технологія друку	Основні технологічні вимоги
Логотип	Векторний формат	Цифровий носій	Цифровий друк	Використання формату AI, EPS або PDF; збереження пропорцій та кольорової палітри
Візитка	90 × 50 мм	Дизайнерський папір 300–350 г/м <sup>2</sup>	Цифровий або офсетний друк	Наявність припусків 3 мм, ламінування, роздільна здатність 300 dpi
Меню	A4 або A5	Ламінований папір	Кольоровий друк	Вологостійкість, чіткість тексту, використання СМУК
Брендовані стакани	250–450 мл	Паперовий термостакан	Флексографія або термодрук	Стійкість фарби до температури та вологи
Наліпки	Довільний формат	Самоклейна плівка	Широкоформатний друк	Стійкість до стирання та ультрафіолету
Плакати	A2–A3	Постерний папір	Широкоформатний друк	Висока контрастність та точність передачі кольору
Пакування	Індивідуальний формат	Крафтовий папір	Трафаретний друк	Екологічність та міцність матеріалу

Отже, технологічні вимоги до друку фірмового стилю кав'ярні «Токуо» охоплюють комплекс заходів, спрямованих на забезпечення високої якості продукції, точного відтворення айдентики та довговічності носіїв бренду. Правильний вибір матеріалів, способів друку та технічної підготовки макетів дозволяє ефективно реалізувати концепцію фірмового стилю та створити цілісний візуальний образ кав'ярні в стилі дрифт.

### **3.2 Кошторис виготовлення продукції фірмового стилю**

Розроблення айдентики для кав'ярні «Токуо» передбачає не лише створення візуальної концепції бренду, а й практичну реалізацію всіх елементів фірмового стилю. Виготовлення поліграфічної продукції, брендovаних носіїв та рекламних матеріалів потребує відповідних фінансових витрат, які формують загальний кошторис проєкту. Саме тому важливим етапом роботи є визначення орієнтовної вартості виготовлення продукції айдентики та аналіз витрат на реалізацію дизайнерського рішення.

Кошторис виготовлення продукції фірмового стилю включає витрати на підготовку макетів до друку, друкарські послуги, закупівлю матеріалів, постобробку продукції та виготовлення брендovаних носіїв. На формування вартості впливають тип продукції, тираж, технологія друку, якість матеріалів та складність графічного оформлення. Оскільки айдентика кав'ярні «Токуо» містить складні графічні елементи, текстури та контрастні кольорові рішення, для виготовлення продукції необхідно використовувати якісні матеріали та сучасні технології друку. Одним із основних елементів фірмового стилю є логотип, який використовується на всіх носіях бренду. Розроблення логотипа включає створення основної та спрощеної версій, адаптацію до різних форматів і підготовку файлів для друку та цифрового використання. Вартість цього етапу визначається складністю графічного рішення та часом, витраченим на проєктування [29].

Важливою складовою айдентики є поліграфічна продукція, зокрема візитки. Для їх виготовлення використовуються дизайнерський папір високої щільності та

матове ламінування, що забезпечує довговічність виробу та підкреслює сучасний стиль бренду. Вартість друку залежить від тиражу продукції та способу друку – цифрового або офсетного. Окрему категорію витрат становить виготовлення брендovаних стаканів для гарячих напоїв. Оскільки стакани є одним із головних носіїв айдентики кав'ярні, їх оформлення має відповідати загальній концепції бренду. Для виготовлення стаканів використовуються паперові термостійкі матеріали з нанесенням друку методом флексографії або термодруку. Вартість продукції залежить від кількості одиниць, типу покриття та складності графічного оформлення.

Меню кав'ярні також є важливим елементом фірмового стилю. У процесі його виготовлення використовуються щільний папір, ламінація та кольоровий друк високої якості. Вартість меню залежить від кількості сторінок, формату виробу та типу матеріалу. Для забезпечення довговічності продукції рекомендовано використовувати вологостійке покриття. Крім основної продукції, до кошторису можуть входити витрати на друк рекламних плакатів, наліпок, пакування, брендovаних серветок та іншої сувенірної продукції. Такі елементи підтримують цілісність айдентики та сприяють підвищенню впізнаваності бренду серед відвідувачів. Орієнтовний кошторис виготовлення продукції фірмового стилю кав'ярні «Токуо» наведено в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 – Орієнтовний кошторис виготовлення продукції фірмового стилю кав'ярні «Токуо» [30]

№	Найменування продукції	Кількість	Матеріал / технологія	Орієнтовна вартість за одиницю, грн	Загальна вартість, грн
1	Розроблення логотипа	1	Векторна графіка	2500	2500
2	Візитки	100 шт.	Дизайнерський папір, ламінування	8	800
3	Меню кав'ярні	10 шт.	Ламінований друк	120	1200

4	Брендовані стакани (1 варіант)	100 шт.	Паперові стакани, термодрук	12	1200
5	Брендовані стакани (2 варіант)	100 шт.	Паперові стакани, флексоdruk	12	1200
6	Наліпки з логотипом	50 шт.	Самоклейна плівка	10	500
7	Плакати та рекламні постери	5 шт.	Широкоформатний друк	180	900
8	Брендоване пакування	50 шт.	Крафтовий папір	15	750
9	Підготовка макетів до друку	1 комплект	Додрукарська підготовка	1000	1000
	Загальна вартість				10050 грн

Проведений кошторис демонструє, що найбільшу частину витрат становить виготовлення брендованої продукції та друк поліграфічних матеріалів. Водночас використання якісних матеріалів і сучасних технологій друку забезпечує високий рівень візуального сприйняття бренду та довговічність продукції. Розроблена айдентика може бути адаптована до різних форматів носіїв, що дозволяє масштабувати фірмовий стиль залежно від потреб закладу.

Отже, розрахунок кошторису виготовлення продукції фірмового стилю дозволяє оцінити практичну реалізацію дизайнерського проєкту та визначити економічну доцільність використання айдентики. Використання сучасних технологій друку, якісних матеріалів та цілісної візуальної концепції сприяє формуванню впізнаваного бренду кав'ярні «Токуо» та забезпечує ефективну візуальну комунікацію із цільовою аудиторією.

### Висновки до розділу 3

У третьому розділі було розв'язано практичні завдання, пов'язані з матеріально-технологічним забезпеченням проєкту та оцінкою його економічної

доцільності. Проведені розрахунки та технологічний аналіз дозволяють зробити такі висновки: визначено оптимальні технологічні параметри виробництва для кожного типу носіїв фірмового стилю. Для друку елементів меню та візитівок обґрунтовано доцільність застосування цифрового друку на щільному матовому папері з покриттям soft-touch, що підвищує зносостійкість та покращує тактильні властивості поліграфії. Для виготовлення брендovаних стаканів рекомендовано флексографічний друк із використанням екологічних харчових барвників та термостійкого внутрішнього шару, що гарантує точність відтворення темних урбаністичних текстур і ліній без втрати чіткості. Складено орієнтовний кошторис реалізації проєкту, який відображає витрати на додрукарську підготовку, виготовлення тиражів поліграфічної продукції, пакування та запуск першої лінійки брендovаного мерчу. Розрахунки підтвердили, що найбільшу питому вагу у структурі витрат займає виготовлення посуду й пакування, що є виправданим кроком для швидкого підвищення впізнаваності кав'ярні на старті. Отримані результати підтверджують комерційну життєздатність проєкту, його технологічну адаптованість до умов сучасного виробництва та загальну економічну ефективність впровадження розробленої айдентики в реальний сектор послуг.

## ВИСНОВКИ

У процесі виконання дипломного проєкту на тему «Розроблення фірмового стилю для кав'ярні в стилі дрифт “Токуо”» було здійснено комплексне дослідження сучасних тенденцій графічного дизайну, особливостей айдентики тематичних закладів та специфіки використання естетики автомобільної культури у брендингу. У результаті проведеної роботи було створено цілісну систему візуальної комунікації для кав'ярні, яка поєднує атмосферу японського мегаполіса, урбаністичну естетику та елементи культури дрифту.

На початковому етапі дослідження було проаналізовано художні особливості стилю дрифт як окремого напрямку сучасної візуальної культури. Встановлено, що даний стиль характеризується динамічністю композицій, використанням контрастної кольорової гами, урбаністичних мотивів, неонові стилістики та елементів автомобільного спорту. Визначено, що стиль дрифт активно формується під впливом японської вуличної культури, автоспорту, кіберпанку та сучасної цифрової естетики. Особливу увагу було приділено аналізу кольорових рішень, типографіки та композиційних прийомів, які створюють ефект руху, швидкості та емоційної напруги.

У ході дослідження сучасних прикладів дизайну кав'ярень України та світу було встановлено, що тематичні заклади дедалі частіше використовують нестандартні концепції брендингу та атмосферного оформлення простору. Аналіз зарубіжних і українських прикладів показав, що сучасна молодіжна аудиторія позитивно сприймає заклади з вираженою візуальною стилістикою, інтеграцією культурних мотивів та оригінальною айдентикою. Було визначено, що поєднання японської урбаністичної естетики, автомобільної тематики та сучасного графічного дизайну створює впізнаваний і конкурентоспроможний образ бренду.

У межах кваліфікаційної роботи було сформовано ідейно-образну концепцію айдентики кав'ярні «Токуо». Основною ідеєю стало створення візуального стилю, який асоціюється зі швидкістю, енергією, драйвом та атмосферою нічного Токіо.

Концепція бренду базується на використанні темної кольорової палітри з контрастними акцентами, сучасної геометричної типографіки, текстур шин, хвилястих ліній та декоративних графічних елементів. Усі складові айдентики спрямовані на формування цілісного емоційного образу бренду, орієнтованого переважно на молодіжну аудиторію.

У процесі проєктування було створено основну та спрощену версії логотипа. Основний логотип поєднує стилізоване серце та автомобільну турбіну, що символізує взаємозв'язок кавової атмосфери та автомобільної культури. Розроблене графічне рішення дозволило створити оригінальний і впізнаваний знак, який ефективно функціонує як у друкованому, так і в цифровому середовищі. Спрощена версія логотипа була адаптована для використання на дрібних носіях айдентики та в соціальних мережах.

Особлива увага у роботі була приділена розробленню поліграфічної продукції та брендovаних носіїв. У межах проєкту створено дизайн візитки, брендovаних стаканів та меню кав'ярні. Візитка виконана у єдиній стилістиці бренду з використанням темного фону, контрастних графічних елементів та декоративних текстур. Брендovані стакани розроблено у двох варіантах, кожен із яких підтримує тематику дрифту та автомобільної культури. Перший варіант базується на використанні темної урбаністичної стилістики, а другий – на шаховому патерні, який асоціюється з автоспортивною символікою. У дизайні меню застосовано єдину кольорову та композиційну систему, що забезпечує цілісність візуального стилю та підтримує концепцію бренду.

У процесі виконання кваліфікаційної роботи також було досліджено технологічні аспекти виготовлення продукції айдентики. Визначено основні вимоги до друку поліграфічної продукції, підготовки макетів та вибору матеріалів. Було встановлено, що для забезпечення високої якості друку необхідно використовувати колірну модель СМҮК, векторну графіку, роздільну здатність зображень не менше 300 dpi та припуски на обрізку. Особливу увагу приділено

вибору матеріалів для візиток, меню та брендovаних стаканів, оскільки саме вони формують тактильне та візуальне сприйняття бренду.

У роботі також проведено орієнтовний розрахунок кошторису виготовлення продукції фірмового стилю. Було визначено основні витрати на створення логотипа, друк поліграфічної продукції, виготовлення брендovаних стаканів, меню та рекламних матеріалів. Проведений аналіз підтвердив можливість практичної реалізації розробленого проєкту та його адаптації до реального комерційного середовища.

Практичне значення кваліфікаційної роботи полягає у можливості використання розробленої айдентики для реальної тематичної кав'ярні. Створений фірмовий стиль може застосовуватися у поліграфії, рекламі, цифровому середовищі, оформленні інтер'єру та сувенірній продукції. Завдяки комплексному підходу до проєктування було сформовано цілісний та сучасний бренд, який відповідає актуальним тенденціям графічного дизайну та потребам сучасної аудиторії.

Отже, у ході виконання кваліфікаційної роботи поставлену мету було повністю досягнуто. Розроблено оригінальну айдентику кав'ярні в стилі дрифт «Токуо», яка поєднує сучасні дизайнерські тенденції, елементи японської автомобільної культури та урбаністичної естетики. Створений фірмовий стиль формує впізнаваний візуальний образ бренду, забезпечує ефективну комунікацію з цільовою аудиторією та може бути успішно реалізований у практичній діяльності тематичного закладу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі : монографія / М. В. Колосніченко та ін. Київ : КНУТД, 2022. 226 с.
2. Чавес Х. Досліджуй блискучу історію дрифтингу, що сягає корінням Японії. *Red Bull*. 2024. URL: <https://www.redbull.com/ua-uk/drifting-japan-history> (дата звернення: 04.06.2026).
3. Що таке дрифт: особливості та види дрифту. *1975 Chyka Driving School*. URL: <https://chayka-school.com.ua/news/shho-take-dryft-osoblyvosti-ta-vydy-dryftu/> (дата звернення: 04.06.2026).
4. Токіо визнано одним із найкращих міст світу для нічного туризму. *Visit Japan*. URL: <https://visitjapan.tours/news/tokio-viznano-odnim-iz-naikrashhix-mist-svitu-dlia-nichnogo-turizmu?srsltid=AfmBOorodopulHoE50cx2sQotyM7XeuIksvhipp-yXbngkH2ZoaW42nr> (дата звернення: 04.06.2026).
5. Сібірцева М. Теорія кольору і значення кольору в дизайні. *DepositPhotos*. 2021. URL: [https://blog.depositphotos.com/ua/teoriya-koloru-i-znachennya-koloru-v-dyzajni.html#pll\\_switcher](https://blog.depositphotos.com/ua/teoriya-koloru-i-znachennya-koloru-v-dyzajni.html#pll_switcher) (дата звернення: 04.06.2026).
6. Добірка шрифтів для спортивних дизайнів. *Komarov.Design*. 2024. URL: <https://www.komarov.design/dobirka-shriftiv-dlia-sportivnikh-dizainiv/> (дата звернення: 04.06.2026).
7. Потрашкова Л. В. Основи композиції та дизайну : навчальний посібник. Харків : Вид-во ХНЕУ, 2007. 150 с.
8. Гула Є. П. Сучасний графічний дизайн: специфіка інтегральної природи творчості. *Art and Design*. 2020. № 3 (11). С. 25–33.
9. The Amazing Creativity of Drifting. *Drift Enthusiast Magazine*. URL: <https://www.driftenthusiast.com/magazine/driftingcreatives> (дата звернення: 04.06.2026).
10. Coffee Shop in Japan. *ArchDaily*. URL: <https://www.archdaily.com/search/projects/categories/coffee-shop/country/japan> (дата звернення: 04.06.2026).

11. Даниленко В. Я. Дизайн України у світовому контексті художньо-проектної культури : монографія. Харків : ХДАДМ, 2005. 244 с.
12. Wheeler A. Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team. 5th ed. John Wiley & Sons, 2017. 336 p.
13. Коркін Ф. Кіберпанк у себе вдома. Як оформити інтер'єр квартири у стилі техно-футуризму. *РБК-Україна*. URL: <https://www.rbc.ua/rus/styler/kiberpank-sebe-vdoma-k-oformiti-inter-er-1734082176.html> (дата звернення: 04.06.2026).
14. Інтер'єр в японському стилі *Kolorit*. URL: <https://kolorit.ua/interer-v-yaponskom-stile/> (дата звернення: 04.06.2026).
15. Millman D. Brand Thinking and Other Noble Pursuits. New York : Allworth Press, 2011. 324 p.
16. Оганесян С. В., Колісник О. В. Знаково-символічні засоби візуальної ідентифікації бренду : монографія. Київ : КНУТД, 2024. 212 с.
17. Діренко К. Логотипи як візуальна ідентичність: що вони кажуть про бренд? *Hillel*. 2025. URL: <https://blog.ithillel.ua/articles/logos-as-visual-identity> (дата звернення: 04.06.2026).
18. Бріксанов В. Значення кольорової палітри в брендингу. *Brander*. 2024. URL: <https://brander.ua/blog/znachennya-kolorovoyi-palitry-v-brendynhu> (дата звернення: 04.06.2026).
19. Ейрі Д. Лого. Дизайн. Любов. Посібник зі створення довершеної айдентики бренду / пер. з англ. Надії Сич. Видання 2-ге, оновлене й розширене. Київ : ArtHuss, 2024. 230 с.
20. Підготовка макету для друкарні: як створити макет для друку? *Україна. Друкарня*. 2024. URL: <https://ukraina-print.com/uk/blog/maket-dlya-tipografii> (дата звернення: 04.06.2026).
21. Kipphan H. Handbook of Print Media: Technologies and Production Methods. Berlin : Springer Science & Business Media, 2001. 1207 p.

22. Яку роздільну здатність слід використовувати для друку? *Huss. Фамільна друкарня*. URL: <https://huss.com.ua/yaku-rozdilnu-zdatnist-slid-vikoristovuvati-dlya-druku/> (дата звернення: 04.06.2026).
23. Безпечне поле у макеті: що це та навіщо потрібно? *Друкарня Київ*. URL: <https://tipografiyakiev.com.ua/tips/bleed-field> (дата звернення: 04.06.2026).
24. Основні види друку та сфери їх застосування. *Kraplak*. URL: <https://kraplak.com.ua/uk/korysni-statti/vydy-druku-i-vykorystannya/> (дата звернення: 04.06.2026).
25. Що таке софт-тач покриття і в чому його плюси? *ПрофіПринт*. URL: <https://profiprint.in.ua/kyiv/post/soft-touch> (дата звернення: 04.06.2026).
26. Що таке флексографічний друк? *Rivne Flex*. URL: <https://www.rivneflex.com/fleksodruk> (дата звернення: 04.06.2026).
27. Екоупаковка в Україні. Тренди та особливості. *Manupackaging*. 2024. URL: <https://manupackaging.ua/ekoopakovka-v-ukraini-trendi-ta-osoblivosti/> (дата звернення: 04.06.2026).
28. Вимоги до макетів для друку поліграфічної продукції. *Format*. URL: [https://format-lv.com.ua/requirements/requirements\\_digital/](https://format-lv.com.ua/requirements/requirements_digital/) (дата звернення: 04.06.2026).
29. Калькулятор вартості друку. *Типографія Веселка*. URL: <https://veselka.pro/kalkulyator> (дата звернення: 04.06.2026).
30. Розробка логотипу і фірмового стилю від фахівців 4Limes. *4Limes*. URL: <https://ua.4limes.com/rozrobka-dizaynu-logotipu--frmovogo-stilyu4limes> (дата звернення: 04.06.2026).

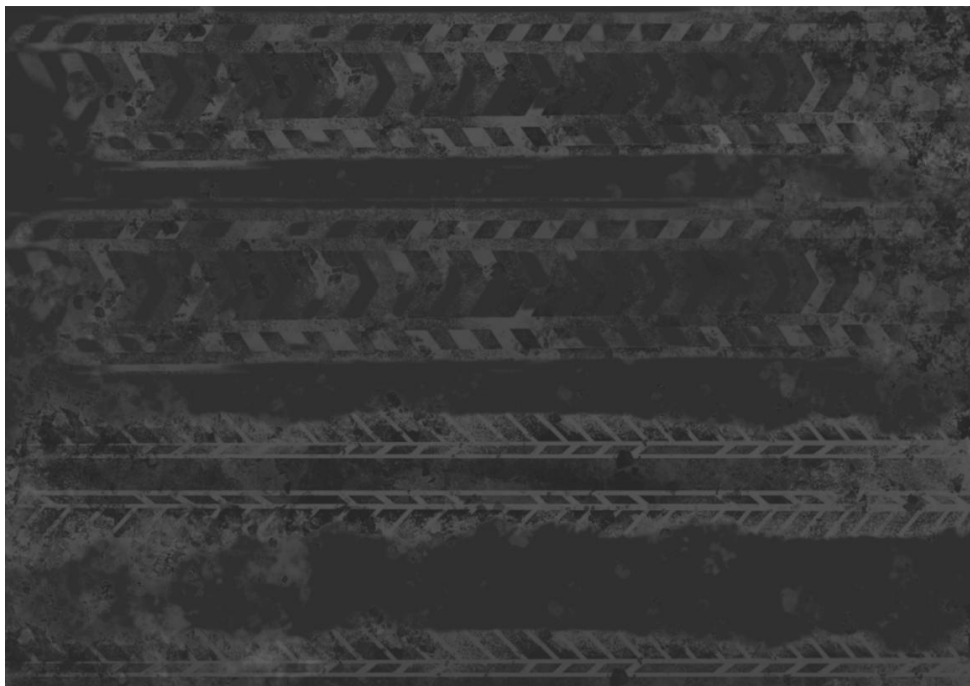
## ДОДАТКИ

### Додаток 1



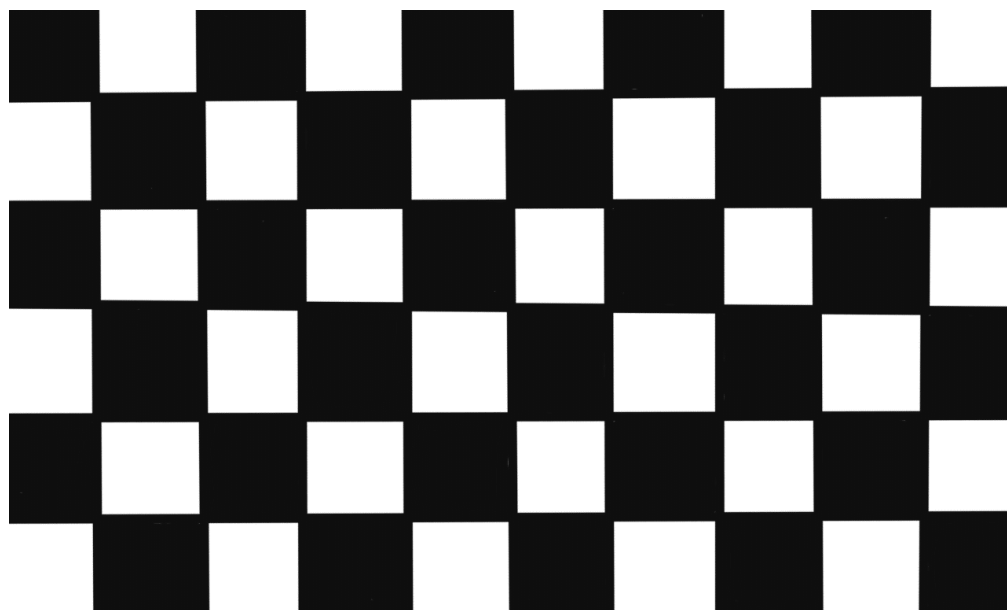
Основна версія логотипа

### Додаток 2



Фірмовий патерн 1

Додаток 3



Фірмовий патерн 2

Додаток 4



Спрощена версія логотипа

Додаток 5



Візитка кав'ярні

Додаток 6



Стакани кав'ярні 1

Додаток 7



Стакани кав'ярні 2

Додаток 8



Перша сторінка меню

Додаток 9



Друга сторінка меню

Додаток 10



Третя сторінка меню

Додаток 11



Мерч кав'ярні

Додаток 12



Мерч кав'ярні

Додаток 13



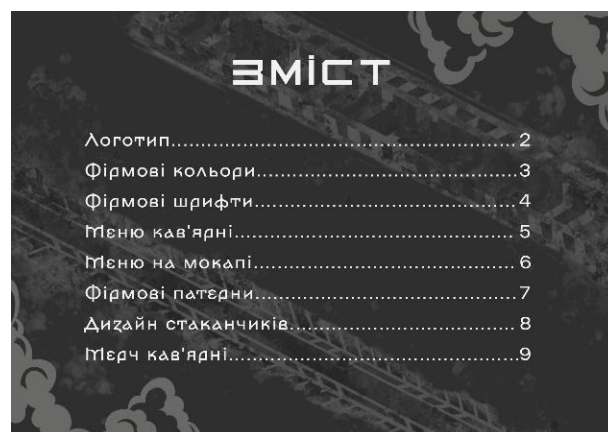
Мерч кав'ярні

Додаток 14



Титульна сторінка логобука

Додаток 15



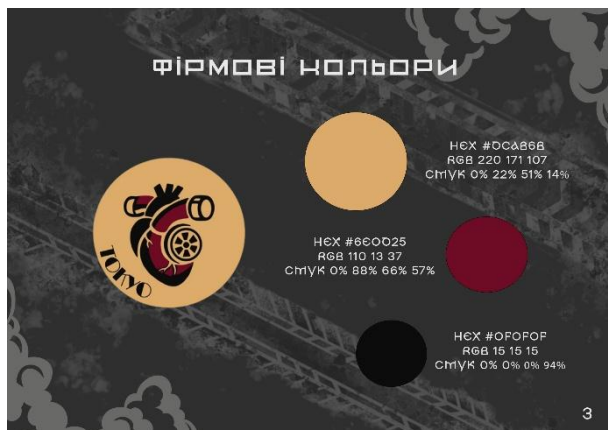
Зміст логобука

Додаток 16



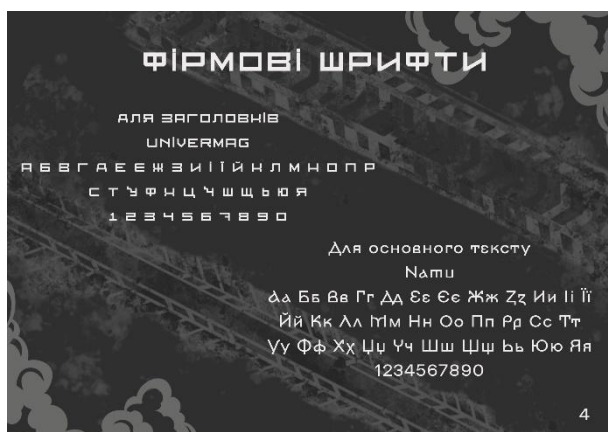
Друга сторінка логобука

### Додаток 17



### Третя сторінка логобука

### Додаток 18



### Четверта сторінка логобука

### Додаток 19



### П'ята сторінка логобука

### Додаток 20



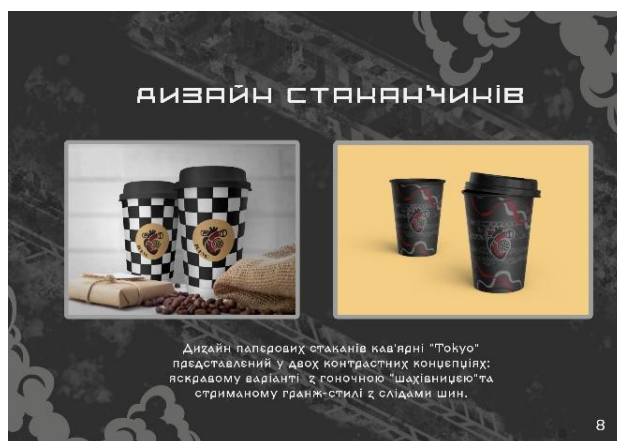
Шоста сторінка логобука

### Додаток 21



Сьома сторінка логобука

### Додаток 22



Восьма сторінка логобука

Додаток 23



Дев'ята сторінка логобука

Додаток 24



Перший демонстраційний планшет

Додаток 25



Другий демонстраційний планшет

Додаток 26




Третій демонстраційний планшет

### Додаток 27

Удноморський національний університет імені Петра Могили  
Факультет комп'ютерних наук  
Кафедра дизайну

Розроблення дизайну айдентики для кав'ярні в стилі дрифт «Токуо»



Дизайн стаканчиків

Дизайн фірмових стаканів представлений у двох концептуальних рішеннях: динамічному варіанті з контрастною гоночною шахівницею та круглим логотипом і стриманій темній версії з гранжевими слідами шин та спрощеним знаком-символом.


Здобувач: Анастасія ОРЛОВА  
Керівник роботи: PhD з професійної освіти, доцент б.в.з. Олена ТРИГУБ  
Консультант: канд. мистецтвознавства, доцент, завідувач кафедри дизайну Юрій ОДРОБІНСЬКИЙ

### Четвертий демонстраційний планшет

### Додаток 28

Удноморський національний університет імені Петра Могили  
Факультет комп'ютерних наук  
Кафедра дизайну

Розроблення дизайну айдентики для кав'ярні в стилі дрифт «Токуо»



Мерч кав'ярні

Здобувач: Анастасія ОРЛОВА  
Керівник роботи: PhD з професійної освіти, доцент б.в.з. Олена ТРИГУБ  
Консультант: канд. мистецтвознавства, доцент, завідувач кафедри дизайну Юрій ОДРОБІНСЬКИЙ

### П'ятий демонстраційний планшет

Додаток 29



Шостий демонстраційний планшет