



ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ І МИСТЕЦТВ
Факультет «Дизайн»
Кафедра «Графічний дизайн»
ОПП "Графічний дизайн"

Кваліфікаційна робота на здобуття СВО «Бакалавр»
ДИЗАЙН ЕЛЕМЕНТІВ АЙДЕНТИКИ КАВ'ЯРНІ

Виконала: Ковалевська Вікторія Віталіївна
Керівник: ректор ХДАДМ, професор Соболев Олександр Валерійович
Консультант: доцент ХДАДМ Більдер Наталя Трифонівна

Анотація до проєкту. Актуальність роботи зумовлена стійким зростанням культури споживання спеціальної кави та зміною світових стандартів дизайну у 2026 році в бік мінімалізму, відкритості та екологічної свідомості. На основі маркетингового аналізу визначено потребу сучасних споживачів у створенні емоційного зв'язку з брендом через інтерактивні простори, зрозумілу візуальну мову та легкий, дружній сторітелінг.

Сутність бренду базується на створенні комфортного миського хабу та формуванні спільноти однодумців навколо кавової культури. Вибір неймінгу «Coffee.Lab» є символічним, адже позиціонує заклад як простір для кавових експериментів, де якість напою поєднується з легкістю миського життя. У центральний проєктний пропозиції «Кавова енергія міста» закладено потужну метафору, яка пов'язує динамічний образ сучасного містянина з бадьорістю та естетикою кавового ритуалу. Головна візуально-семантична метафора проєкту проводить паралель між процесом заварювання кави та щоденним рухом людини: кави стає внутрішнім паливом, що запускає внутрішні мотори та дарує натхнення.

Центральною ідеєю розробленої проєктної пропозиції є комплексний підхід до айдентики, де кожен елемент транслює відкритість і зацікавленість, а візуальною метафорою виступає аналогія між колом (як основою кавової чашки) та безперервним життєвим циклом. Пропозиція охоплює базову айдентичку: комбінований логотип на основі округлої акцентної гарнітури та динамічного персонажа, що буквально біжить у кавовій чашці, лаконічний монограм «CL», кавово-коричневу природну палітру кольорів та авторську лінійну графіку в ретро-модерній стилістиці.

Інноваційне комунікаційне рішення містить комплексне брендбування вітрини відної групи кав'ярні, що органічно маркує простір як «Pet-friendly» за допомогою мінімалістичних інформаційних стікерів. Візуальна концепція доповнена серією рекламних та інтер'єрних постерів («Running on Coffee», «Brew. Taste. Repeat.», «Your daily coffee formula»), які інтегрують фірмового персонажа в дизайн інтер'єру. Розробка має високу практичну цінність для сфери HoReCa, створює цілісну екосистему бренду від зовнішнього фасаду до пакування та пропонує готове рішення для масштабування бізнесу на українському ринку.

