

Державний торговельно-економічний університет

кафедра дизайну

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Дизайн-проект інтер'єру кафе «DRAGON DEN» у китайському стилі

Студентки 4 курсу, 3 групи,
спеціальності 022 Дизайн

*підпис
студента*

Гнатюк Яни
Павлівни

Науковий керівник
науковий ступінь вчене
звання

*підпис
керівника*

Новосад Ірина
Геннадіївна,
канд.
архітектури,
доцент

Гарант освітньої програми
науковий ступінь
вчене звання

підпис

Безугла Руслана
Іванівна, д. мист.
доцент

Київ 2026

Державний торговельно-економічний університет

Факультет технологій та бізнесу

Кафедра дизайну

Освітній ступінь перший (бакалаврський)

Спеціальність 022 Дизайн

Освітня програма Дизайн

Затверджую

Завідувач кафедри дизайну

Руслана БЕЗУГЛА

«___» _____ 2026

Завдання на кваліфікаційну роботу студентів

Гнатюк Яна Павлівна

1. Тема кваліфікаційної роботи Дизайн-проект інтер'єру кафе «DRAGON DEN» у китайському стилі

Затверджені наказом ДТЕУ від «10» листопада 2025 року №3671

2. Строк здачі студентом закінченої роботи

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

Мета роботи

Розробка концептуального та функціонального дизайн-проекту інтер'єру кафе «Dragon Den» у китайському стилі для молодіжної аудиторії з урахуванням естетичної привабливості, функціональності та ергономічних норм.

Об'єкт дослідження

Предметно-просторове середовище тематичних закладів громадського харчування.

Предмет дослідження

Художньо-проекційні особливості та принципи стилізації інтер'єру кафе «DRAGON DEN» у китайському стилі.

4. Календарний план виконання роботи

№ пор	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	2	3	4
1	Вступ	грудень	виконано
2	Розділ 1. Теоретично-методологічна база дослідження	лютий	виконано
3	Розділ 2. Дизайн-концепція кафе «DRAGON DEN» у китайському стилі	березень	виконано
4	Розділ 3. Розробка дизайн-проєкту інтер'єру кафе «DRAGON DEN» у китайському стилі	квітень	виконано
5	Висновки	травень	виконано
6	Оформлення (чистовий варіант)	червень	виконано
7	Подача кваліфікаційної роботи науковому керівнику для відгуку (за 14 днів до захисту)	червень	виконано
8	Подача кваліфікаційної роботи для рецензування (за 12 днів до захисту)	червень	виконано
9	Перевірка кваліфікаційної роботи на наявність ознак плагіату (за 10 днів до захисту)	червень	виконано
10	Подання кваліфікаційної роботи завідувачу кафедри (за 7 днів до захисту)	червень	виконано

5. Дата видачі завдання «_1_»_грудня_2025р.

6. Науковий керівник кваліфікаційної роботи

Новосад Ірина Геннадіївна

.....(підпис)

7. Гарант освітньої програми

Безугла Руслана Іванівна

.....(підпис)

8. Завдання прийняла до виконання студентка

Гнатюк Яна Павлівна

.....(підпис)

9. Відгук наукового керівника кваліфікаційної роботи

Дипломний проєкт Гнатюк Яни Павлівни присвячений розробці інтер'єру кафе «DRAGON DEN» у китайському стилі. Обрана тема є цікавою та актуальною, оскільки етнічні мотиви в сучасному дизайні інтер'єру сприяють створенню виразного та впізнаваного простору.

У процесі виконання дипломного проєкту студентка продемонструвала належний рівень професійної підготовки, творчий підхід та відповідальне ставлення до роботи. Проєкт виконано послідовно, з урахуванням функціонального зонування приміщення, композиційної цілісності та стилістичних особливостей обраної тематики.

Вважаю, що дипломний проєкт відповідає вимогам до кваліфікаційних робіт, а його авторка Гнатюк Яна Павлівна на присвоєння кваліфікації відповідно до спеціальності 022 «Дизайн».

Науковий керівник кваліфікаційної роботи

Новосад Ірина Геннадіївна

(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист

(ПІБ, підпис, дата)

10. Висновок про кваліфікаційну роботу

Кваліфікаційна робота студентки

Гнатюк Яни Павлівни

(прізвище, ініціали)

Може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми

Безугла Руслана Іванівна

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри

Безугла Руслана Іванівна

(підпис, прізвище, ініціали)

«_____» _____ 20__ р.

АНОТАЦІЯ

Гнатюк Я. П. Дизайн-проект інтер'єру кафе «DRAGON DEN» у китайському стилі. - Рукопис.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра за спеціальністю 022 Дизайн - Державний торговельно-економічний університет, Київ, 2026 рік.

В кваліфікаційній роботі розроблено дизайн-проект інтер'єру кафе «DRAGON DEN» у китайському стилі, що поєднує автентичні етнічні мотиви із сучасними ергономічними вимогами закладів громадського харчування. В основу концепції покладено ідею створення затишного простору для різних соціальних груп з використанням стилізованих елементів, кольорової гами та матеріалів, характерних для стилю.

Проведено аналіз аналогів і сучасних трендів, а також досліджено аналоги закладів сфери HoReCa, обрано художньо-образне рішення та виконано зонування приміщень. Підібрано відповідні матеріали, меблі та світлові сценарії. Виконано комплект необхідних креслень та демонстраційні 3D-зображення для реалізації проекту.

Ключові слова: *дизайн інтер'єру, кафе, азійський стиль, етнодизайн, дизайн концепція, громадський простір.*

SUMMARY

Hnatiuk Y. P. Interior design project for a “DRAGON DEN” Cafe in Chinese Style - The manuscript.

Bachelor's degree project in specialty 022 Design - State University of Trade and Economics, Kyiv, 2026.

The qualification thesis presents the development of an interior design project for the café “DRAGON DEN” in a Chinese style, combining authentic ethnic motifs with modern ergonomic requirements of food service establishments. The concept is based on the idea of creating a cozy space for various social groups through the use of stylized elements, color schemes, and materials characteristic of the style.

An analysis of analogues and current trends was conducted, as well as a study of similar establishments in the HoReCa sector. An artistic and conceptual solution was selected, and spatial zoning of the premises was carried out. Appropriate materials, furniture, and lighting scenarios were chosen. A complete set of necessary drawings and presentation 3D visualizations for the project implementation was developed.

Keywords: *interior design, cafe, asian style, ethnic design, design concept, public space.*

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1.....	10
ТЕОРЕТИЧНІ ТА ОГЛЯДОВО-АНАЛІТИЧНІ ОСНОВИ	
ПРОЄКТУВАННЯ ІНТЕР'ЄРІВ КАФЕ	10
1.1 Огляд літератури та сучасний стан дослідження обраної теми. 10	
1.2 Вивчення новітніх тенденцій та стилістичних вирішень у дизайні	
ІНТЕР'ЄРІВ.....	13
Висновки до розділу 1.....	19
РОЗДІЛ 2.....	22
ПЕРЕДПРОЄКТНИЙ АНАЛІЗ ТА ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ КАФЕ	
«DRAGON DEN».....	22
2.1 ХАРАКТЕРИСТИКА ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ, ФУНКЦІОНАЛЬНІ ВИМОГИ ТА	
ПОТРЕБИ ВІДВІДУВАЧІВ	22
2.2 АНАЛІЗ АНАЛОГІВ ТА ПРОТОТИПІВ.....	24
2.3 ДИЗАЙН КОНЦЕПЦІЯ КАФЕ «DRAGON DEN»	35
Висновки до розділу 2.....	36
РОЗДІЛ 3.....	38
РОЗРОБКА ДИЗАЙН-ПРОЄКТУ КАФЕ «DRAGON DEN» У	
КИТАЙСЬКОМУ СТИЛІ.....	38
3.1 РОЗРОБКА ЕЛЕМЕНТІВ ФІРМОВОГО СТИЛЮ	38
3.2 Планувальне рішення та концепція зонування внутрішнього	
ПРОСТОРУ КАФЕ	44
Висновки до розділу 3.....	49
ВИСНОВКИ	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	53
ДОДАТКИ.....	57

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасних умовах підходи до проектування закладів громадського харчування зазнали значних змін. Якщо раніше інтер'єр кафе виконував переважно функціональну роль, то сьогодні він стає важливим інструментом формування емоційного досвіду відвідувача, впливає на його поведінку та визначає рівень сприйняття закладу. У зв'язку з цим зростає значення комплексного підходу до дизайну, який поєднує естетичні, функціональні та психологічні аспекти організації простору.

У сучасній науковій і практичній площині питання проектування інтер'єрів закладів HoReCa розглядається як багатокомпонентний процес, що охоплює не лише архітектурно-планувальні рішення, а й формування цілісного користувацького досвіду. У працях вітчизняних та зарубіжних дослідників увага зосереджується на ролі ергономіки, візуальної ієрархії, сенсорного впливу та інтеграції природних елементів у простір. Водночас сучасні тенденції акцентують на створенні унікальної атмосфери, яка базується на концептуальності, культурній ідентичності та емоційному залученні відвідувача.

Особливе місце у сучасному дизайні інтер'єрів займають тематичні простори, зокрема ті, що базуються на культурних традиціях інших країн. Використання елементів китайського стилю дозволяє створити виразний, впізнаваний образ закладу, який поєднує символізм, естетику та функціональність. Такий підхід відкриває нові можливості для формування унікального середовища, що здатне не лише задовольнити базові потреби відвідувачів, а й створити цілісний емоційний досвід.

Мета дослідження - Полягає в розробці дизайн-проекту інтер'єру кафе «DRAGON DEN» у китайському стилі з урахуванням сучасних тенденцій у сфері HoReCa та принципів функціональної організації простору.

Завдання дослідження:

- проаналізувати сучасні тенденції у дизайні інтер'єрів закладів громадського харчування;

- дослідити особливості китайського стилю в інтер'єрі;
- здійснити аналіз аналогів та сформулювати концепцію проєкту;
- розробити функціонально-планувальні рішення інтер'єру кафе;
- обґрунтувати вибір матеріалів, освітлення та декоративних елементів;
- виконати візуалізації та підготувати комплект проєктної документації.

Об'єкт дослідження. Предметно-просторове середовище тематичних закладів громадського харчування

Предмет дослідження. Художньо-проєкційні особливості та принципи стилізації інтер'єру кафе «DRAGON DEN» у китайському стилі.

У процесі виконання роботи використано такі **методи дослідження**: аналіз і синтез наукових джерел, порівняльний аналіз аналогів, узагальнення, а також методи передпроєктного дослідження та візуального моделювання.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання розробленого дизайн-проєкту при створенні або модернізації закладів громадського харчування, а також у впровадженні запропонованих рішень у практику дизайну інтер'єрів.

Апробація результатів дослідження. Основні положення та результати роботи були апробовані під час участі у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт «Бізнес-дизайн: концептуальні рішення», що відбувся у Державному торговельно-економічному університеті (м. Київ, 2025 р.), за результатами чого отримано сертифікат учасника (див. Додаток А.1).

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить близько 55 сторінок друкованого тексту.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ОГЛЯДОВО-АНАЛІТИЧНІ ОСНОВИ ПРОЄКТУВАННЯ ІНТЕР'ЄРІВ КАФЕ

1.1 Огляд літератури та сучасний стан дослідження обраної теми

Сучасний розвиток дизайну інтер'єрів закладів громадського харчування відображає загальні трансформаційні процеси, що відбуваються у сфері культури споживання, урбаністичного середовища та візуальної комунікації. Інтер'єр кафе у ХХІ столітті перестає бути виключно матеріальною оболонкою функціонального процесу і набуває статусу складної багаторівневої системи, у межах якої поєднуються просторові, емоційні, соціальні та символічні складові [4]. У цьому контексті проєктування розглядається не як сукупність технічних рішень, а як процес формування середовища, що здатне впливати на поведінку людини, її емоційний стан та сприйняття бренду.

Аналіз наукової літератури свідчить про поступовий перехід від об'єктно-орієнтованого підходу до середовищно-орієнтованого, де ключовим стає не окремий елемент інтер'єру, а взаємодія всіх складових простору. У межах цього підходу інтер'єр розглядається як цілісна система, що функціонує за власною логікою та підпорядковується певним сценаріям використання. Така зміна парадигми зумовлює необхідність переосмислення традиційних принципів проєктування та впровадження нових методів, орієнтованих на користувача.

Грунтовний аналіз теоретичних джерел та наукових праць вітчизняних і закордонних дослідників засвідчує глибокий інтерес до архітектурно-художньої організації закладів ресторанного господарства у різні історичні періоди. Загальні засади проєктування громадських будівель висвітлено у фундаментальних працях В. Куцевича [4], а специфіку формування інтер'єрів HoReCa (hotel, restaurant, cafe/catering) та об'єктів готельно-ресторанного бізнесу детально розглянуто Т. Панченко [7] та Ю. Коренцем [3]. Ергономічним вимогам та антропометрії у дизайні середовища присвячені напрацювання Н. Чупріної [14], тоді як економічні аспекти й особливості бізнес-планування закладів досліджено О. Гуторовим [1].

Водночас, сучасні тенденції художньо-естетичного проєктування громадських інтер'єрів висвітлено у статтях О. Павловської [6], а праці С. Прищенко [8] присвячені колористиці як інструменту гармонізації внутрішнього простору будівель, що закладалися ще у минулих ХІХ–ХХ століттях під впливом суто утилітарних чинників, а сьогодні трансформуються під дією гуманізації суспільства [4; 7].

У наукових дослідженнях можна виокремити кілька ключових підходів до осмислення інтер'єру кафе. Перший із них - функціонально-ергономічний, що ґрунтується на принципах раціональної організації простору та комфорту [3; 14]. У межах цього підходу інтер'єр розглядається як система, що забезпечує ефективне функціонування закладу, оптимізацію потоків та комфорт користувачів. Дослідники підкреслюють, що навіть незначні помилки у плануванні можуть суттєво вплинути на сприйняття простору та ефективність його використання, що свідчить про важливість глибокого аналізу просторової структури та геометричних параметрів середовища.

Другий підхід - естетико-композиційний - орієнтований на формування візуального образу інтер'єру. Він базується на принципах гармонії, ритму, пропорцій та цілісності композиції. Водночас сучасні дослідження демонструють, що естетика більше не розглядається як самодостатня категорія. Вона функціонує у тісному взаємозв'язку з функціональністю та психологічним впливом середовища. Таким чином, дизайн інтер'єру перетворюється на інструмент формування цілісного враження, де кожен елемент виконує не лише декоративну, а й комунікативну функцію.

Окремого значення набуває дослідження інтер'єру як середовища формування емоційного досвіду. У сучасній науковій думці цей напрям пов'язаний із концепцією *experience design* та теорією «економіки вражень» (*The Experience Economy*) [38], у межах якої простір розглядається як інструмент створення певних вражень [19; 35]. Освітлення, звук, текстури, кольори та просторові пропорції виступають засобами впливу на емоційний стан людини. Важливим є те, що ефект досягається не окремими елементами, а їх комплексною взаємодією, що формує

багатовимірне сприйняття середовища та тривалу емоційну залученість відвідувачів [19; 38; 42].

Подальший розвиток досліджень пов'язаний із інтеграцією соціокультурного контексту у процес проектування. Інтер'єр кафе дедалі частіше розглядається як носій певних культурних смислів і цінностей. У цьому аспекті особливу роль відіграють тематичні простори, що базуються на традиціях конкретної культури. Використання стилістичних елементів, характерних для певного культурного середовища, дозволяє створити простір з виразною ідентичністю та глибшим змістовим наповненням. Китайський стиль у цьому контексті є показовим прикладом, оскільки він поєднує філософські засади, символізм і специфічну естетику, що формує особливу атмосферу.

Водночас сучасні дослідження акцентують на тому, що відтворення культурного стилю потребує обережного та обґрунтованого підходу. Поверхневе використання декоративних елементів без розуміння їхнього значення може призвести до втрати автентичності та перетворення простору на стилізацію без глибини. Тому важливим завданням дизайнера є не лише відтворення зовнішніх ознак стилю, а й інтерпретація його внутрішньої логіки у сучасному контексті, адаптуючи її до потреб міського жителя.

Ще одним важливим напрямом є дослідження впливу візуальної культури та цифрового середовища на формування інтер'єрів. Простір кафе сьогодні функціонує не лише у фізичному вимірі, але й у цифровому, де він стає об'єктом візуального споживання через соціальні мережі. У цьому контексті інтер'єр виконує роль комунікаційного каналу, що передає образ закладу та формує його впізнаваність. Дослідники відзначають [25; 33], що створення візуальних акцентів, «Instagram-ефекту» та фотогенічних зон є не просто дизайнерським прийомом, а частиною стратегічного підходу до формування бренду в індустрії HoReCa.

Суттєвим аспектом сучасних досліджень є також орієнтація на принципи сталого розвитку (*sustainable design*) [32]. Екологічність, використання натуральних матеріалів (дерево, камінь, бамбук), енергоефективність та інтеграція природних елементів у простір розглядаються як необхідні складові сучасного дизайну.

Біофільний підхід, що передбачає взаємодію людини з природним середовищем, доводить свою ефективність у підвищенні комфорту та створенні атмосфери «міського притулку» для відпочинку від мегаполіса. Не менш важливим є технологічний аспект проєктування, де інтерактивні системи керування «розумний дім», автоматизоване освітлення та цифрові сервіси перетворюють інтер'єр на динамічну систему, здатну адаптуватися до потреб користувачів.

Разом з тим, незважаючи на різноманіття наукових підходів, аналіз літератури виявляє певну фрагментарність досліджень. Більшість робіт зосереджені на окремих аспектах - функціональному, естетичному або технологічному - тоді як комплексне поєднання цих складових у межах єдиного проєкту розкривається недостатньо. Особливо це стосується тематичних інтер'єрів, де необхідно забезпечити тонкий баланс між автентичністю філософії стилю, сучасними тенденціями архітектури та технологічними вимогами до комфорту і безпеки [4; 7; 42].

Таким чином, сучасний стан дослідження обраної теми свідчить про її складність, актуальність та багатовекторність. Існуючі наукові підходи формують теоретичну основу для проєктування, однак потребують подальшого узагальнення та адаптації до конкретних умов. Це визначає необхідність комплексного підходу до розробки дизайн-проєкту кафе «DRAGON DEN», що повною мірою враховує як фундаментальні теоретичні напрацювання, так і сучасні інноваційні тенденції у сфері дизайну архітектурного середовища.

1.2 Вивчення новітніх тенденцій та стилістичних вирішень у дизайні інтер'єрів

Дизайн кафе та ресторанів у XXI столітті пройшов шлях від функціональної необхідності до форми мистецького самовираження. Якщо у попередні десятиліття інтер'єр закладів харчування виконував здебільшого утилітарну роль, то сьогодні він перетворився на головний елемент айдентики та бренду. Від того, як виглядає простір, залежить не лише комфорт відвідувача, а й рівень лояльності до закладу, емоційна залученість і навіть готовність повернутися знову [6].

У 2010-х роках панував тренд на мінімалізм і простоту, що підкреслювали функціональність і легкість сприйняття простору [6; 11]. З 2020-х років простежується поступовий перехід до емоційного дизайну, який апелює до почуттів і створює досвід занурення [11; 40]. Атмосфера стала не менш важливою, ніж меню: колір, текстура, аромат, музика та навіть маршрути пересування - усе це стало частиною єдиного користувацького сценарію [11; 40].

Дизайнери дедалі частіше мислять у категоріях вражень, а не предметів. Кафе вже не просто місце, де готують їжу й подають напої - це результат продуманого проєктування цілісного простору з власною філософією, настроєм і сценарієм використання. У 2025 році важливо не лише, що ми їмо, а де, як і в якому середовищі [1; 13]. Тому тренди у проєктуванні кафе сьогодні виходять далеко за межі естетики. Вони об'єднують ергономіку, інклюзивність, біофілію і навіть UX-дизайн (user experience design) - усе для того, щоб кожен гість відчував себе бажаним, розслабленим і натхненним [1; 13; 32].

Проєктування кафе передбачає розуміння того, як фізичні елементи взаємодіють для створення сенсорних вражень. Просторова конфігурація визначає потік клієнтів, комфорт і загальну взаємодію у середовищі. Архітектори враховують кілька ключових вимірів:

Ергономічне планування - створення інтуїтивно зрозумілих маршрутів та комфортних місць для сидіння;

Візуальна ієрархія - стратегічне розміщення акцентів і домінант для привернення уваги клієнта;

Атмосферні чинники - збалансоване освітлення, акустика, пропорції простору та текстури.

Згідно з сучасними дослідженнями у сфері ресторанного середовища [33], успішними є ті простори, що бездоганно поєднують форму та функціональність, створюючи середовище, яке одночасно здається цілеспрямованим та привабливим. Саме тому дизайнери дедалі частіше звертаються до сценарного проєктування, коли інтер'єр формується не лише навколо естетики, а й навколо поведінкових моделей відвідувачів.

Сучасні тренди у сфері громадського харчування демонструють відхід від стандартних інтер'єрів у бік концептуальності, індивідуальності та занурення відвідувача у певну історію чи культуру. Основною метою стає створення затишної, функціональної та водночас унікальної атмосфери [12].

Сучасний етап розвитку дизайну інтер'єрів у секторі HoReCa [11] характеризується переходом від прямої декоративності до створення складних емоційних сценаріїв, де тематична складова виступає фундаментом для формування унікального досвіду відвідувача. В контексті глобалізації та перенасичення ринку однотипними візуальними рішеннями, тематичний інтер'єр перестає бути просто набором стилізованих атрибутів і перетворюється на інструмент побудови глибинної комунікації. Дизайнерська практика останніх років демонструє відмову від «бутафорського» підходу, коли інтер'єр лише імітував певну епоху чи культуру, на користь концептуальної автентичності. Це означає, що проєктування сучасного тематичного кафе, зокрема в азійському стилі, базується на передачі атмосфери через інтелектуальні асоціації, гру світла і тіні, а також використання матеріалів, що мають певну історичну чи культурну конотацію. Такий підхід дозволяє уникнути візуальної втомлюваності відвідувача та створює простір, який розкривається поступово, стимулюючи тривале перебування у закладі та бажання повернутися до нього знову.

Одним із провідних напрямів сучасного дизайну є автентичність і комфорт. Замість холодних інтер'єрів на перший план виходять теплі, природні, «людяні» простори. Це досягається за рахунок використання природних матеріалів - дерева, каменю, ротангу, бамбука, глини - та органічних форм меблів. Колористика тяжіє до природних відтінків із яскравими акцентами, що підкреслюють індивідуальність простору. Використання зелені через живі стіни або рослини в горщиках посилює природну атмосферу та створює свіжий фон для фотографій. [13; 37].

Водночас простір кафе перетворюється на медіаплатформу. У час візуальної культури важливо, щоб інтер'єр був фотогенічним і придатним для публікацій у соціальних мережах. Як зазначає [11], дизайнери свідомо створюють «точки візуального контакту» - елементи, які провокують бажання фотографувати. Це

може бути незвичне освітлення, арт-об'єкт, неоновий напис чи унікальна форма чашки. Використання ніжної фонові музики, фірмових ароматів та текстурованих поверхонь може задіяти всі п'ять органів чуття та покращити загальний досвід клієнтів. Ці елементи не лише роблять кафе більш незабутнім, але й заохочують до тривалішого перебування та повторних відвідувань. Такий підхід формує так званий Instagram-ефект - коли простір сам стає рекламою. Instagram-ефект - це не про поверхневу картинку, а про враження, які хочеться зберегти та показати іншим. Тому в тренді - унікальність, впізнаваність і сміливі дизайнерські рішення, що перетворюють кожен візит на мініпригоду.

Сучасні тенденції у проектуванні кафе нерозривно пов'язані зі сталим розвитком. Використання перероблених матеріалів, енергоефективного освітлення, мінімізація пластику та акцент на екосвідомості - стають обов'язковими ознаками сучасного закладу [2; 7].

Паралельно зростає роль багатофункціональності. Сучасне кафе може бути не просто місцем, де можна випити кави, а динамічним простором, який адаптується до різних потреб протягом дня. Завдяки багатофункціональним зонам, кафе можуть залучити ширшу аудиторію, збільшити дохід і довше утримувати клієнтів. Головне - продумати кожен простір так, щоб він плавно переключався між повсякденним використанням і спеціальними функціями, не порушуючи основного досвіду. Кафе, яке може проводити вечори відкритого мікрофона, заходи з ділового нетворкінгу або творчі майстер-класи, створює міцну спільноту, одночасно збільшуючи дохід за рахунок бронювання та збільшення відвідувачів. Простори проектуються так, щоб бути комфортними і для швидких ланчів, і для роботи за ноутбуком, і для неформальних зустрічей. Це впливає на планування зон, вибір меблів і характер освітлення.

Не менш важливим є розвиток технологічних рішень. У 2025 році стрімко поширюються інтерактивні екрани, безконтактні системи замовлення, QR-меню, «розумне» освітлення, яке реагує на час доби або події [16; 41]. Такі інновації не лише покращують зручність, а й формують сучасний імідж кафе. Поширеним

стандартом стають розетки біля столів, стабільний Wi-Fi, а також планшети для замовлень, які мінімізують потребу у фізичній взаємодії [16; 41].

Сучасні архітектурні рішення активно інтегрують біофільний дизайн [13; 32], який передбачає поєднання простору з природою. Великі вікна, вертикальні сади, натуральне освітлення, використання зелені створюють відчуття легкості та заспокоєння. Як приклад, Terrace Cafe (рис. 1.1). Біофільний дизайн не лише покращує естетику, а й підвищує рівень добробуту відвідувачів, роблячи перебування у закладі більш гармонійним. Важливим вектором розвитку тематичного дизайну є синергія етнічних мотивів із принципами сталого розвитку та біофілії. У сучасних інтер'єрах, що апелюють до китайської традиції, це проявляється через активне використання живих рослин, натурального бамбука та відкритих джерел природного світла, що створює ефект безпосереднього зв'язку архітектурного об'єму із природним середовищем. Такий підхід відповідає запиту сучасної міської людини на екологічність та психологічне відновлення в умовах інтенсивного урбаністичного ритму.



Рис. 1.1 Terrace Cafe

<https://adornmuseum.com/en/blog/post/top-quan-cafe-thiet-ke-dep-nam-2025-khong-gian-phu-hop-voi-tung-tinh-cach/>

Ще одним невід'ємним аспектом сучасного проєктування є інклюзивність. Сьогодні проєктування без доступу для людей з інвалідністю не просто не сучасно, а неприпустимо. І це вже не сприймається як щось додаткове або особливе. Інклюзивність стала природною частиною якісного проєкту. Сучасні архітектори та ресторатори не запитують: «Чи потрібен нам пандус?» Вони запитують: «Як

зробити простір зручним для всіх - без винятку?» Це стосується не лише людей на візках, а й відвідувачів з дитячими колясками, літніх людей, гостей з сенсорними особливостями чи когнітивними порушеннями. Інклюзія сьогодні - це продуманий санвузол із поручнями та простором для маневру, достатньо широка відстань між столами, зручні входи без сходинок. А також м'яка колірна палітра; спокійна акустика; зрозуміла навігація, позначки з піктограмами або шрифтом Брайля [11]. Ключова мета - щоб кожен почувався бажаним гостем без винятку.

Одним із цікавих напрямів сучасного дизайну є повернення до ручної роботи. Бари та кафе демонструють меблі на замовлення, розписані вручну фрески та унікальні предмети декору. Ця тенденція додає характеру просторам, допомагаючи закладам виділятися. Наприклад, кафе, які співпрацюють з місцевими художниками для створення фресок або інсталяцій, часто сприяють зв'язкам з громадою, підвищуючи лояльність до бренду [32].

Так само активно розвивається тематичний дизайн, що стає ключем до впізнаваності бренду. Кондитерські у французькому стилі, кав'ярні-бібліотеки чи арт-кафе (рис.1.2) створюють унікальний досвід і закріплюють емоційний зв'язок із відвідувачем [31]. Така спрямованість дозволяє кафе виділятися серед конкурентів не лише візуально, а й концептуально.



Рис. 1.2 Art Café Kalambur, Wrocław
<https://theeuropeanbarguide.com/art-cafe-kalambur-wroclaw/>

Поряд із технологічністю і сталим дизайном зростає інтерес до ретро-естетики. Дизайнери звертаються до мотивів середини XX століття меблів із заокругленими формами, пастельних відтінків, ретро-освітлення. Поєднання

вінтаж з сучасними технологіями створює унікальний контраст між ностальгією і модерном [24]. Такий «новий мінімалізм» балансує між простотою й емоційністю, дозволяючи простору залишатися актуальним і теплим водночас.

Отже, у 2025 році дизайн і проєктування кафе - це комплексна дисципліна, де поєднуються архітектура, екологія, технології, психологія сприйняття та емоційний маркетинг [1; 13; 32]. Відбувається відхід від стандартизованих просторів до унікальних, індивідуальних концепцій, орієнтованих на досвід і комфорт людини. Основні тенденції - це біофільність, інклюзивність, сталий розвиток, технологічна інтеграція, ремісничість і емоційна автентичність [37]. Дизайн кафе у XXI столітті - це не просто естетика, а мова спілкування між простором і людиною, у якій важливе кожне враження, дотик і відчуття [6; 11].

Висновки до розділу 1

У результаті комплексного опрацювання теоретичних джерел та ґрунтовного оглядово-аналітичного аналізу було встановлено, що сучасна архітектурно-дизайнерська організація інтер'єру кафе повинна розглядатись не як сукупність автономних декоративних оболонок, а як поліфункціональне середовище. Таке середовище здійснює безпосередній психофізіологічний вплив на відвідувача, модулюючи його емоційний стан, рівень релаксації та соціальну поведінку в межах закладу. Якість і професійна зрілість проєктного рішення визначається насамперед не кількісною присутністю акцентних елементів, а рівнем їхньої композиційної та концептуальної узгодженості, що формує монолітний візуальний образ простору.

У ході дослідження було визначено, що фундаментальною основою успішного проєктування об'єктів HoReCa є досягнення динамічного балансу між ергономічною функціональністю та емоційною атмосферністю. Такі компоненти, як планувальна структура, сценарії освітлення, тактильні властивості матеріалів, колористичне вирішення та декоративне наповнення, мають функціонувати в межах єдиної синергетичної системи. Встановлено, що деструкція або невідповідність хоча б одного з цих елементів загальній логіці проєкту призводить

до втрати композиційної цілісності, що негативно позначається на когнітивному сприйнятті інтер'єру та знижує рівень експлуатаційного комфорту для відвідувачів.

З'ясовано, що вектор розвитку сучасних тенденцій у дизайні закладів громадського харчування спрямований на демасифікацію просторів та створення індивідуальних, емоційно насичених інтелектуальних локацій. Ключовими напрямками, що мають бути імплементовані в подальшу розробку проєкту, визначено біофільний дизайн, широке використання автентичних природних фактур, складне багаторівневе освітлення, принципи інклюзивності та багатофункціональності, а також екологічну відповідальність у виборі оздоблення. Особлива роль відводиться візуальній ідентичності, яка перетворює інтер'єр на активний інструмент брендингу, що комунікує із зовнішнім світом.

У межах дослідження специфіки тематичних інтер'єрів було встановлено, що звернення до китайської стилістики вимагає глибокого інтелектуального переосмислення, а не прямого копіювання етнографічних мотивів. Якісна проєктна інтерпретація східної естетики не може обмежуватися лише поверхневими декоративними кліше чи традиційною колористикою. Натомість, пріоритетним є відтворення внутрішньої логіки стилю через принципи гармонії, стриманості, використання натуральних матеріалів та створення атмосфери медитативного спокою («дзен-мінімалізму»), що відповідає вимогам сучасної урбаністичної культури. Вивчення художньо-проєкційних особливостей китайського стилю дозволило встановити, що ключовими принципами стилізації для кафе «DRAGON DEN» є лаконічність форм, використання автентичних матеріалів та символізм графічних елементів

Таким чином, підсумовуючи теоретичні пошуки першого розділу, можна стверджувати, що для подальшого проєктування кафе «DRAGON DEN» найбільш доцільним є застосування інтегрованого проєктного підходу. У такому підході китайська традиційна естетика органічно поєднується із сучасними вимогами до закладів HoReCa. Це дозволить сформувати не просто стилізоване приміщення, а цілісний, конкурентоспроможний простір із виразним характером, продуманою

функціональною структурою та унікальною емоційною атмосферою, яка сприятиме формуванню сталої лояльності клієнтів.

РОЗДІЛ 2

ПЕРЕДПРОЄКТНИЙ АНАЛІЗ ТА ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ КАФЕ «DRAGON DEN»

2.1 Характеристика цільової аудиторії, функціональні вимоги та потреби відвідувачів

Проектування тематичного закладу громадського харчування, яким є кафе «Dragon Den», базується на комплексному багатофакторному дослідженні соціокультурного та психографічного портрета потенційного споживача. Сучасна парадигма дизайну архітектурного середовища свідчить про остаточний перехід від утилітарного задоволення базових фізіологічних потреб до проектування складного «емоційного інтер'єру». Такий простір має не лише відповідати функціональним запитам, а й резонувати з цінностями, естетичними преференціями та специфічним способом життя визначених соціальних груп, стаючи частиною їхньої ідентичності [5; 6].

Основним ядром цільової аудиторії проекту є активна міська молодь віком від 18 до 35 років, що охоплює представників покоління Z та пізніх міленіалів. Для даної категорії споживачів кафе перестає бути просто місцем споживання продукту; воно трансформується у гібридний мультифункціональний хаб, що поєднує в собі ознаки закладу харчування, мобільного робочого кабінету та майданчика для візуальної самопрезентації в цифровому просторі. Як зазначає Н. В. Чупріна, специфіка сучасного молодіжного середовища диктує запит на високу адаптивність планувальних рішень. Це зумовлює необхідність впровадження гнучких сценаріїв використання простору, які дозволяють інтер'єру легко трансформуватися протягом світлового дня - від динамічної локації для ранкової кави до статичного робочого місця або камерного вечірнього закладу [14, с. 45].

Однією з пріоритетних потреб обраної аудиторії є виняткова візуальна естетика та «інстаграмність» інтер'єру. У епоху домінування візуальних комунікацій простір закладу сприймається споживачем як професійне тло для створення власного медіа-контенту. Це накладає на дизайнера підвищені

зобов'язання щодо композиційної виразності кожної зони, якості фактур та розробки складних світлових сценаріїв, які б забезпечували вирашні ракурси [25]. У контексті обраної китайської стилістики «Dragon Den», сучасний споживач шукає не етнографічну екзотику, а інтелектуальну інтерпретацію східних культурних кодів. Актуальним стає запит на «азійський мінімалізм» - стиль, що через свою лаконічність, використання натуральних матеріалів та відсутність візуального шуму сприяє глибокій емоційній релаксації та психологічному відновленню в умовах стресового міського ритму [23; 24].

Окрім візуально-естетичної складової, критично важливими є прикладні функціональні потреби фрілансерів, креаторів та студентства, які розглядають кафе через призму соціологічної концепції «третього місця» (third place). Згідно з теорією Р. Ольденбурга, такий простір має бути нейтральною територією, що забезпечує високий рівень психологічного комфорту через виважений баланс між приватною автономністю та соціальною взаємодією [5]. Для реалізації цієї потреби проєкт має передбачати складну ергономічну структуру зон: від контактних барних стійок, що стимулюють швидке спілкування, до напівзакритих ніш або «кабінетів», обладнаних джерелами живлення та стабільним освітленням для тривалої зосередженої праці.

Важливим аспектом проєктування для даної аудиторії є тактильний комфорт та екологічна валідність середовища. Молоде покоління демонструє високий рівень еко-свідомості, тому використання натуральної деревини, автентичної кераміки та живих рослин у межах тематичного китайського інтер'єру сприймається як підтвердження якості та етичності бренду. Таким чином, успішне проєктування «Dragon Den» вимагає синтезу технічних стандартів HoReCa [1] з глибоким розумінням психології «цифрових кочівників», для яких простір є засобом самовираження та пошуку внутрішньої гармонії. Для детальної систематизації вимог до архітектурно-художньої організації закладу було розроблено наступну аналітичну таблицю (див. табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Взаємозв'язок споживчих потреб та дизайнерських рішень у кафе «Dragon Den»

Категорія потреб	Характеристика запиту споживача	Функціонально-дизайнерське рішення
Естетико-комунікативні	Потреба у візуальному контенті для соціальних мереж	Створення акцентних зон, використання тематичного декору, контрастне освітлення
Когнітивно-трудові	Можливість роботи з ноутбуком, навчання	Вбудовані джерела живлення, ергономічні меблі, зони з низьким рівнем шуму
Психоемоційні	Ескапізм, занурення в атмосферу «іншої реальності»	Природні фактури (дерево, камінь), тепла колірна гама, репрезентація іншої культури
Соціальні	Потреба у спільному проведенні часу великими групами	Варіативність посадки, наявність великих спільних столів

2.2 Аналіз аналогів та прототипів

Трансформація сучасної індустрії HoReCa зумовлена зростанням ролі естетичного досвіду, де дизайн середовища стає ключовим інструментом культурної репрезентації та соціальної взаємодії [22]. У сегменті закладів азійської кухні цей процес проявляється через синтез кулінарних традицій із новітніми дизайнерськими підходами, що формує унікальну брендову айдентику та багатогранний споживчий досвід [20].

Особливе місце у світовій практиці посідають китайські та паназійські бренди, які демонструють різні моделі візуальної комунікації: від використання прямої національної символіки до універсальних мінімалістичних систем [17]. Порівняльний аналіз дизайн-концепцій таких закладів дозволяє виявити найбільш ефективні методи трансляції культурних смислів, що є фундаментом для розробки авторського проєкту кафе «Dragon Den» [35; 36]. В цьому розділі було виконано порівняльний аналіз аналогів та прототипів паназійських кафе та ресторанів з усього світу.

1. HEYTEA та Tiger Sugar [30; 39]

HEYTEA [30] - один із найвпливовіших сучасних китайських брендів чайної культури, який сформував новий підхід до сприйняття традиційного чаю, інтегрувавши його в урбаністичний лайфстайл. Візуальна концепція бренду

базується на принципах мінімалізму, чистоти та сучасного візуального коду молодіжної культури. Логотип HEYTEA - стилізований профіль людини, що п'є чай. Цей символ не лише працює як впізнаваний знак, а й формує емоційну складову - асоціюється з легкістю і «культурою маленьких міських ритуалів».

Колористика бренду - світла, з домінуванням білого, тілесного, світлого дерева та натуральних матеріалів. Інтер'єри студій HEYTEA нагадують галерейні простори: вони відкриті, повітряні, із плавними лініями, м'яким освітленням та мінімалістичними декоративними акцентами (рис. 2.1). Такий напрям формує атмосферу «преміальної повсякденності», де традиційний напій інтерпретується через мову сучасного дизайну, а гості отримують не лише продукт, а й естетичний досвід.



Рис. 2.1 Одна з точок «HeyTea»

<https://www.timeout.com/hong-kong/restaurants/heytea-1>

Tiger Sugar [39], попри те, що також належить до сегмента чайних напоїв, базує свою візуальну концепцію на абсолютно іншому культурному наративі. Основа бренду - асоціація з «тигровими» карамельними розводами в напої, що стали головним айдентичним елементом. Колористична палітра Tiger Sugar темніша, насиченіша: чорний, золотий, коричневий - кольори, що асоціюються теплом, карамеллю, преміальністю та містичною енергією. Декоративні елементи інтер'єру включають символи тигра, традиційні китайські патерни, неонові акценти.

Простори Tiger Sugar більш камерні, динамічні, з темними поверхнями та контрастним освітленням, що створює атмосферу насиченості та глибини (рис. 2.2).

Це передає ідею «густого смаку, густої естетики» - бренд грає на емоціях, інтенсивності, візуальній драматургії. На відміну від HEYTEA, який тяжіє до універсального глобального мінімалізму, Tiger Sugar репрезентує традиційну азійську чуттєвість, переведену в сучасний формат.



Рис. 2.2 Одна з точок «Tiger Sugar»
<https://surl.li/ftbgxy>

Обидва бренди черпають натхнення у традиціях азійської чайної культури, проте їх інтерпретації різняться концептуально. HEYTEA перетворює чай на частину урбаністичної культури, підкреслюючи стиль, чистоту та глобальність. Tiger Sugar, навпаки, робить ставку на національну драматургію, культурні символи та силу смаку, що підкреслюється візуальною інтенсивністю бренду.

Спільним для обох є продумана робота з символічними образами, проте підхід до символів протилежний:

HEYTEA - символіка майже без традиційних етнічних маркерів, сучасний образ, універсальність;

Tiger Sugar - глибокі культурні коди, міфологічні образи, кольори бренду як частина «легенди».

2. Nayuki та Gong Cha [34; 28]

Nayuki [34] представляє сегмент преміальної чайної культури з акцентом на «soft luxury» - м'яку розкіш, яка не кричить, а створює відчуття гармонії та турботи. Дизайн бренду заснований на поєднанні світлих пастельних відтінків, натуральних матеріалів, затишної текстури та делікатної типографії. Інтер'єрні рішення Nayuki

часто нагадують японські кондитерські та спокійні кавові студії: мінімалістичне зонування, велика кількість світла, натуральне дерево, текстиль та флористичні акценти. Цей візуальний стиль формує образ тихого міського притулку, де чай - частина медитативного ритуалу.

Важливою частиною айдентики Nayuki є поєднання чаю та випічки - що відображається у композиції вітрин, візуальних матеріалів і зон приготування. Фірмові десерти мають «естетику ювелірних виробів», що доповнює уявлення про бренд як про делікатний, витончений та емоційно теплий простір (рис. 2.3). Цільова аудиторія - сучасна молодь, що прагне балансу між сучасністю і традиційністю.



Рис. 2.3 Кафе з пекарнею «Nayuki Tea & Bakery»
<https://surl.li/iaywyn>

Gong Cha [28] - один з наймасштабніших паназійських бренд-чайхаусів, що будує свій візуальний код на комбінації традиційної чайної культури та фаст-кежуал формату. Основні елементи айдентики - червоний колір (символ енергії, радості, традиційності), контрастні шрифти та виразний логотип з каліграфічним символом. Дизайн Gong Cha структурований, чіткий та функціональний, адаптований під швидке обслуговування та глобальне тиражування.

Інтер'єри Gong Cha часто стандартизовані: дерев'яні фактури + акцентні червоні вставки + універсальне меблювання (рис. 2.4). Це формує образ демократичного, зрозумілого простору. Gong Cha тягнє до масового, доступного

інтернаціонального типу візуального дизайну, де головна ідея - стабільність і впізнаваність.



Рис. 2.4 Кафе «Gong Cha»
<https://surl.lt/anceqf>

Обидві мережі репрезентують чайну культуру, але їхні концепції принципово відрізняються. Nayuki - це візуальна стратегія індивідуального, емоційного й делікатного досвіду, де дизайн працює на створення затишку та естетичного задоволення. Gong Cha - практичний, структурований та універсальний бренд з орієнтацією на швидку комунікацію і широке споживання.

Nayuki створює «преміум-бутиковий» сенс, Gong Cha - «глобальний демократичний бренд». Спільне між ними - використання елементів азійської чайної традиції, однак Nayuki її романтизує, Gong Cha - стандартизує й адаптує до масового ринку.

3. Haidilao та Wok to Walk [29; 43]

Haidilao [29] - один з найвідоміших китайських брендів ресторанного сегменту hot-pot, який перетворив традиційний формат спільного приготування їжі на високотехнологічний сервісний ритуал. Візуальна концепція Haidilao базується на комбінації теплих матеріалів (дерево, камінь, металева фурнітура), м'якого освітлення та просторових акцентів, що створюють атмосферу комфорту і гостинності. Переважні кольори - теплі відтінки червоного, золотисті тони, природні текстури, що відсилають до традиційних китайської естетики тепла, достатку та сімейності (рис. 2.5).

Окрему роль відіграє планування простору: приватні кабінети або зони створюють ефект камерності й інтимності, підтримуючи головну місію бренду - формувати культурний досвід «спільної трапези». Haidilao не лише про естетику, а й про «гостинність як шоу»: роботизовані системи видачі продуктів, сервісні ритуали, фірмові виступи «noodle dancer», теплі вітальні фрази персоналу. Таким чином, візуальний стиль поєднує традицію і технологію, формуючи досвід, який занурює гостя в культурну глибину.



Рис. 2.5 Ресторан «Haidilao»
<https://tndco.vn/en/portfolio/haidilao-vincom-times-city>

Wok to Walk [43] - міжнародний fast-casual бренд зі стріт-фуд айдентикою. Візуальна мова Wok to Walk є максимально урбаністичною: різкі кольорові акценти (помаранчевий, чорний, метал), динамічна типографіка, неон, агресивна композиційність та елементи вуличної культури (рис. 2.6). Простір організований навколо відкритої кухні - «сцени», де готують страви, створюючи відчуття руху, вогню, швидкості.

Wok to Walk комунікує стилем «eat fast, live fast, be bold». Яскраві графічні елементи, темні поверхні, високий ритм візуальних контрастів і компактне планування формують атмосферу енергійного містечкового стріт-фуд простору. Це місце про швидкість і мобільність, де естетика є радше фоном для емоційної динаміки, ніж самотійним культовим елементом.



Рис. 2.6 Ресторан «Wok to Walk»
<https://www.woktowalk.com/>

Хоча обидва бренди представляють азійську кухню, їхні візуальні концепції - протилежні. Haidilao апелює до традицій, communal-culture, тепла і ритуальності, будуючи ефект «свята сімейної трапези». Wok to Walk формує стрімкий, молодіжний, вуличний, ритмічний формат, орієнтований на сучасну аудиторію, яка сприймає їжу як швидкий і енергійний досвід.

Haidilao - повільна, емоційна і культурна гастрономія.

Wok to Walk - швидкий, гнучкий, мобільний формат міського харчування.

Таким чином, Haidilao і Wok to Walk репрезентують два полюси азійського гастрономічного дизайну - від традиції до урбан-експресії.

4. Din Tai Fung та %Arabica [26; 15]

Din Tai Fung [26] - міжнародний тайвансько-китайський бренд, що став іконою ресторанної культури Східної Азії. Візуальна концепція бренду базується на поєднанні класичної естетики димсам-традиції і сучасного преміального мінімалізму. Основні матеріали - тепле дерево, камінь, рисовий папір, латунь, створюють атмосферу автентичності і водночас стриманої розкоші. Простір поділений на зони, де кожна має продуману функціональність: зала очікування, open-kitchen зона для спостереження за приготуванням димсамів, основний dining-hall (рис. 2.7).

Ключовий елемент айдентики - живий гастрономічний ритуал. Відвідувачі спостерігають за ручним приготуванням димсамів через скляні вітрини: це не лише технологічний процес, а частина театру гостинності. Шрифтове оформлення Din Tai Fung зберігає традиційний характер - ієрогліфи з сильною вертикальною структурою, червоний колір символізує благополуччя і статус. Весь дизайн підкреслює спадкоємність, майстерність і повагу до кулінарної історії.

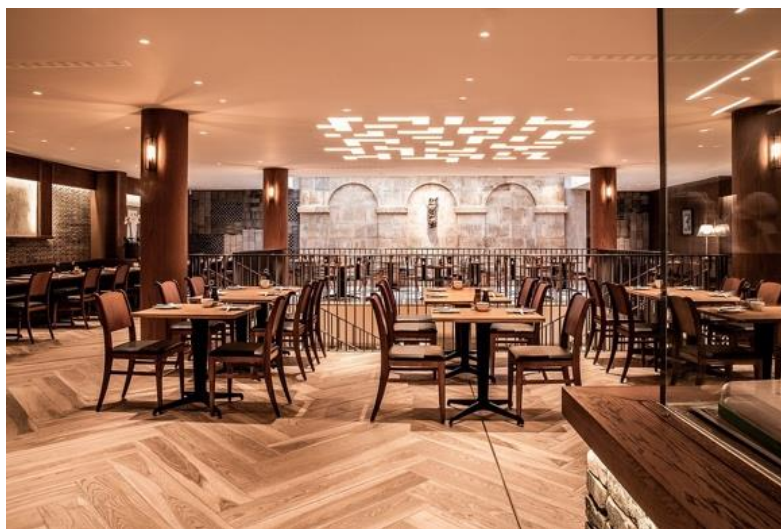


Рис. 2.7 Ресторан «Din Tai Fung»
<https://surl.lu/ojcfnm>

%Arabica [15] - один із найвпізнаваніших кавових брендів сучасності, що представляє ультрамінімалістичний міжнародний стиль. Монохромна гамма (білий + натуральні матеріали), простір із чистими об'ємами, скло, метал, природне світло та вертикальна типографіка створюють відчуття «modern purity» (рис. 2.8). Центральний елемент - логотип «%», який виконує роль не просто знака, а культурного символу «ідеальної пропорції смаку і дизайну».

Інтер'єр %Arabica - це галерейний простір про кавову філософію, а не просто місце для напою. Відсутність декоративних елементів, чисті поверхні, витримана геометрія та відкритість формують образ простоти як елегантності. Упаковка, онлайн-візуал, і навіть бариста-стиль - частина єдиної композиції, де «продукт і середовище говорять однією мовою». %Arabica - бренд про глобальність, порядок, стиль і дисциплінований смак.



Рис. 2.8 Кафе «%Arabica» у Нью-Йорку
<https://arabica.com/en/>

Попри об'єднуючу азійську культурну основу, бренди працюють з нею принципово по-різному. Din Tai Fung апелює до традицій, ремісництва та ритуальності, створюючи емоційний простір, що вписує гостя в історію кулінарної майстерності. %Arabica - до універсальної естетики мінімалізму, де традиційний азійський сенс «чистоти» трансформований у глобальний сучасний код.

Din Tai Fung = культурна пам'ять, тепло, матеріальність, демонстрація процесу.

%Arabica = абстракція, чистота, беземоційна елегантність, дизайн як філософія

Це два різні способи репрезентації Азії: традиційна емоційна майстерність проти універсальної сенсорної чистоти.

5. China Ma та BAO [21; 18]

China Ma [21] - один із найбільш концептуальних азійських ресторанів у Києві, створений студією YOD Group. Візуальна концепція закладу будується на досвіді перетину традиційного азійського вуличного харчування та сучасної інтерпретації нічних ринків. Гострий драматичний світло-тіньовий контраст, глибокі відтінки червоного і чорного, неонові акценти, фактури бетону, металу та темної деревини формують атмосферу «urban-Asia», але не копіюють, а переосмислюють культурний код.

Простір структурується як театралізований гастрономічний маршрут: open-kitchen, барні посадки, приватні зони, декоративні панелі зі східною графікою. Є ефект «вузьких вулиць» і «перехідних коридорів», що імітують заглиблення у міську тканину мегаполіса. Освітлення та шумові контексти працюють на атмосферу «перенесення», формуючи досвід занурення (рис. 2.9). China Ma - це емоційне, густе, насичене середовище, де відвідувач стає учасником сучасного урбан-ритуалу з азійським характером [8].

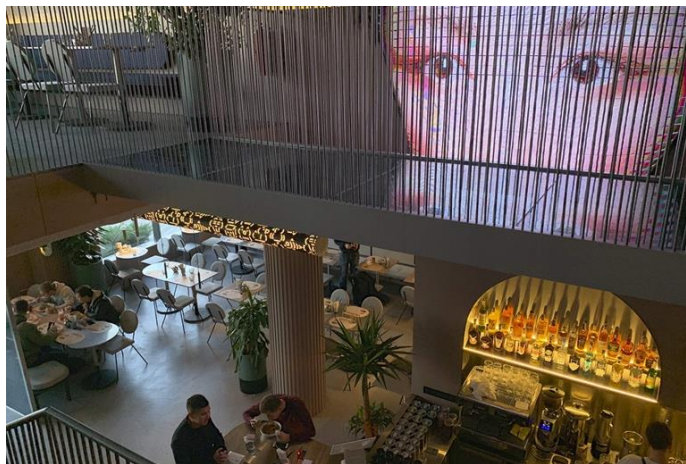


Рис. 2.9 Ресторан «China Ma» у Києві
<https://chinama.kyiv.ua/>

ВАО [18] - проєкт Дмитра Борисова, який репрезентує сучасний китайський гастрономічний наратив через призму мінімалістичної естетики та преміального сервісу. Візуальний стиль ВАО стриманіший, структурніший і ближчий до глобального дизайнерського модерну: бетон, латунь, природний камінь, деревина, вода, м'яка геометрія, делікатні світлові сценарії (рис. 2.10). Інтер'єр створює враження «спокійної енергії» і культовості простоти, де кожна деталь має функцію та сенс.



Рис. 2.10 Ресторан «BAO» у Києві
<https://bao.ua/kyiv/>

BAO працює зі східними мотивами точково - не через прямі цитати культури, а через змістовні атрибути: ритуальність сервірування, вертикальні лінії, чисті просторові об'єми, гармонію матеріалів. На відміну від China Ma, тут простір не «тисне», а розширює - світло, вода й фактура створюють образ «сучасного храму гастрономії». Це естетика тихого, контрольованого, інтелектуального преміуму.

China Ma звертається до вуличної естетики, візуальної щільності, фактурності і театральності, а BAO - до ритуальності, структурності, тактильності та стриманого преміум-мінімалізму. Обидва формати працюють із азійськими сенсами, але різними культурними кодами.

Щоб узагальнити аналіз п'яти пар брендів і продемонструвати їхні спільні риси та відмінності, нижче наведено зведену порівняльну таблицю.

Таблиця 2.2

Порівняння дизайн-концепцій китайських та паназійських кафе

№	Пара брендів	Концепція та стиль	Візуальні ознаки	Культурна спрямованість	Емоційний настрій
1	HEYTE A/Tiger Sugar	Спокійна сучасність/вираз на традиційність	Світлі кольори, дерево/темні тони, золото	Молодіжна культура/китайські символи	Легкість/насиченість
2	Nayuki/Gong Cha	Преміальний спокій/популярний міський формат	Пастель, дерево/червоний, контраст	Індивідуальність/стандартизований підхід	Ніжність/динаміка
3	Haidilao/Wok to Walk	Традиційна гостинність/міська енергія	Тепле світло, природні матеріали/неон, метал	Національна кухня/урбаністичний стиль	Затишок/драйв

4	Din Tai Fung/% Arabica	Ремісничая майстерність/сучасна простота	Дерево, камінь, червоні акценти/білий, скло, метал	Класична культура/глобальний мінімалізм	Зосередженість/спокій
5	China Ma/BAO	Урбаністична експресія/гармонійний преміум	Бетон, неон/камінь, латунь, світло	Азійська естетика в українському контексті	Енергія/рівновага

2.3 Дизайн концепція кафе «DRAGON DEN»

В основі авторської дизайн-концепції кафе «Dragon Den» лежить ідея створення психологічно комфортного середовища, що дозволяє відвідувачу мінімізувати вплив інтенсивного ритму мегаполісу. Головний вектор проєкту спрямований на формування особливого емоційного стану - відчуття спокою, приватності та естетичної насолоди. Концепція розглядає інтер'єр як «міський притулок», де сучасна людина знаходить баланс між гастрономічним досвідом та потребою у візуальному розвантаженні [10; 9].

Головна ідея закладу закладена вже у самій назві - «Dragon Den» (Лігво Дракона). Вона визначає створення особливої атмосфери, яка нагадує затишне та захищене місце. У такому просторі ключову роль відіграє можливість на певний час відволіктися від зовнішнього світу та зануритися в іншу реальність, де традиційні східні мотиви поєднуються із сучасним мінімалізмом. Дизайн-проєкт орієнтований на створення умов для тривалого відпочинку та спокійного спілкування, де кожен елемент інтер'єру приємно розглядати. Гість закладу стає спостерігачем, який отримує задоволення від гри світла, чітких ліній та гармонії натуральних матеріалів.

Концептуальне рішення простору базується на принципах азійського мінімалізму, де комфорт відвідувача вимірюється не лише ергономічними показниками, а й відчуттям візуального порядку. Глибока коричнева палітра у поєднанні з теплими кремовими відтінками створює м'яке світлове середовище, що сприяє релаксації. Таке колористичне рішення підсилює образ «лігва», роблячи інтер'єр цілісним та емоційно насиченим, але при цьому вільним від надмірної декоративності [16; 12].

Важливим аспектом концепції є варіативність сценаріїв використання залу. «Dragon Den» спроектовано як простір, де однаково зручно проводити ділові зустрічі, працювати в автономному режимі або відпочивати у компанії. Дизайн-ідея полягає у створенні «інтелектуального затишку», де через зонування та світлові акценти забезпечується необхідний рівень приватності. Відвідувач має змогу спостерігати за естетикою деталей - від фактурного оздоблення стін до стилізованих графічних елементів, що інтегровані в інтер'єр як лаконічні нагадування про міфологічний контекст закладу.

Таким чином, художньо-стильова концепція кафе пропонує сучасне прочитання етнічної теми, де міфологічний підтекст назви гармонійно поєднується з актуальними запитами споживача щодо створення естетично довершеного та функціонально комфортного місця для відпочинку [; 6].

Висновки до розділу 2

У ході проведення передпроектного дослідження було визначено, що сучасний сегмент закладів паназійської кухні трансформується у бік створення багатофункціональних просторів, де візуальна складова та емоційний комфорт є рівнозначними гастрономічній пропозиції. Аналіз світового досвіду продемонстрував стійку тенденцію до використання стилістики азійського мінімалізму, що базується на лаконічному поєднанні традиційних культурних кодів із сучасними планувальними рішеннями та ергономічними вимогами.

З'ясовано, що для молодіжної аудиторії критично важливим є наявність візуально розвантаженого середовища та відчуття приватності. Проведений аналіз аналогів дозволив виявити найбільш ефективні методи організації інтер'єру: використання натуральних матеріалів, стриманої природної колористики та сценаріїв м'якого акцентного освітлення. Встановлено, що відмова від надмірної декоративності на користь чистоти ліній та виразних фактур поверхонь дозволяє створити простір, що сприяє тривалому перебуванню та якісному відпочинку.

Результати проведеного дослідження стали підґрунтям для формування авторської дизайн-концепції кафе «Dragon Den». Визначено, що поєднання

міфологічного контексту назви із принципами сучасного дизайну дозволяє створити унікальну атмосферу «міського сховища». Запропонований підхід, що базується на використанні спокійної кольорової гами та продуманого зонування, забезпечує високу естетичну привабливість об'єкта. Це дозволяє перейти до етапу практичної реалізації проєкту, спрямованої на трансформацію обраного приміщення у функціональний та концептуально цілісний заклад.

РОЗДІЛ 3

РОЗРОБКА ДИЗАЙН-ПРОЄКТУ КАФЕ «DRAGON DEN» У КИТАЙСЬКОМУ СТИЛІ

3.1 Розробка елементів фірмового стилю

Візуальна ідентифікація бренду в сучасному проєктному середовищі виступає не лише як сукупність графічних констант, а як фундаментальний стратегічний інструмент комунікації, що формує первинне сприйняття об'єкта та його ментальний зв'язок із аудиторією. У контексті проєктування інтер'єру кафе «Dragon Den», де концептуальною віссю виступає синергія китайського містицизму та сучасного західного мінімалізму, розробка фірмового стилю стала етапом створення цілісного візуального коду, що транслює філософію закладу як «міського сховища». Сама назва «Den» (лігво, притулок) передбачає створення простору, що забезпечує відвідувачу стан емоційного комфорту, інтелектуального затишку та абсолютної захищеності від зовнішнього хаосу мегаполіса. Айдентика в даному проєкті функціонує як медіатор між двома культурними полюсами: вона інтегрує багату східну символіку, де дракон є традиційним охоронцем добробуту, у структуру функціонального дизайну, що прагне до візуальної чистоти й лаконічності. Такий підхід дозволяє перетворити графічне оформлення на органічне продовження архітектурного об'єму, де кожен елемент працює на створення єдиної «легенди» закладу.

Процес розробки графічного образу кафе був багатоетапним і супроводжувався глибоким аналізом семантики знаків, що дозволило пройти шлях від буквальної візуалізації до створення витонченої символічної системи. На початковому етапі творчого пошуку було розроблено концепт під назвою «Dragon Nest» (див. Додаток Б.1.), де ключова ідея базувалася на спробі прямого відображення назви через голову дракона, вписану в коло. Це коло мало подвійне смислове навантаження: воно символізувало гніздо як прихисток і одночасно нагадувало латте-арт у кавовій чашці, створюючи прямий асоціативний зв'язок із продуктом закладу. Однак детальне тестування цього варіанта в різних масштабах

виявило критичні недоліки, характерні для ілюстративного підходу. З погляду професійного дизайну, композиція була перевантажена мікро-деталлями (зокрема елементами луски та складними лініями гнізда), що грубо порушувало закон цілісності сприйняття. При зменшенні логотипа до розмірів фавікона або нагрудного бейджа персоналу, він втрачав свою структурність і перетворювався на нечитабельну графічну пляму, що унеможливлювало його повноцінне використання в широкому спектрі маркетингових носіїв - від соціальних мереж до великоформатної поліграфії.

Наступна стадія проектування була спрямована на радикальне спрощення форми та пошук більш динамічного й сучасного силуету. У цій ітерації акцент був зміщений на голову дракона з агресивнішою та більш декоративною стилізацією ліній (див. Додаток Б.2.). Проте аналіз «волохатої» промальовки та хаотичної деталізації елементів показав, що такий підхід вступає в прямий конфлікт із дзен-мінімалізмом, який є основою інтер'єрного рішення закладу. Візуальний «шум», що виникав від складного знаку, руйнував ту саму атмосферу спокою та інтелектуальної тиші, яка є ключовою для концепції «Dragon Den».

Це підштовхнуло до остаточного рішення відмовитися від прямолінійної ілюстративності на користь знаково-шрифтової інтеграції, де символізм працює через пластику ліній та натяки, а не через детальне зображення істоти. Фінальним, найбільш професійно зрілим варіантом став логотип «Dragon Den», де графічний символ інтегрований безпосередньо у шрифтове тіло, створюючи монолітну композицію, яка здатна адаптуватися до будь-яких умов експлуатації без втрати змісту.

Розроблений та затверджений логотип кафе «Dragon Den» є результатом глибокої аналітичної роботи над формою, де кожен графічний елемент наділений чітким функціональним та концептуальним змістом. Фінальний варіант логотипа представлений у Додатку Б.3. На відміну від попередніх ітерацій, фінальний варіант базується на принципі мінімалістичної інтеграції, де межа між текстовою частиною та графічним знаком практично нівельована. Ключовим візуальним акцентом, що формує унікальність бренду, виступає стилізований хвіст дракона, який

композиційно є органічним продовженням шрифтового накреслення. З технічного погляду, пластика цього елемента була розроблена таким чином, щоб створити подвійне семантичне навантаження, яке зчитується відвідувачем на підсвідомому рівні. Плавний вигин хвоста одночасно інтерпретується як язик магічного полум'я, що відсилає до майстерності обсмаження кавових зерен, та як ефемерна лінія пари, що піднімається над гарячим напоєм. Такий підхід дозволяє логотипу функціонувати як складна візуальна метафора, що об'єднує азійську міфологію з повсякденним ритуалом кавування, не перевантажуючи при цьому сприйняття зайвими деталями.

Особлива увага в процесі проєктування була приділена геометричній збалансованості та адаптивності знака. Використання інтегрованого хвоста як домінуючої композиційної осі дозволило досягти виняткової стійкості логотипа в різних просторових орієнтаціях (див. Додаток Б.4.). Це критично важливо для цілісності айдентики, адже логотип «Dragon Den» однаково професійно та стабільно виглядає як у горизонтальному розгортанні, характерному для великих фасадних вивісок та входних груп, так і у вертикальних або компактних квадратних форматах, що використовуються для маркування дрібної продукції, цифрових інтерфейсів чи сувенірної атрибутики. Така структурна гнучкість забезпечує бренду впізнаваність незалежно від фізичних розмірів носія, зберігаючи чіткість ліній та зрозумілість образу навіть при екстремальному масштабуванні.

Окрему роль у формуванні візуальної ієрархії відіграє типографічна система, яка виходить за межі основного логотипа і охоплює всі інформаційні рівні проєкту. Для підтримки дзен-мінімалістичної естетики було підібрано шрифтову пару, що базується на контрасті функціональності та характеру. Окрім основного акцентного шрифту, для заголовків та навігаційних елементів обрано сучасний гротеск із відкритими апертурами, що забезпечує бездоганну читабельність навіть у напівтемряві затишного залу, тоді як для великих масивів тексту в меню використовується лаконічний шрифт без засічок (див. Додаток Б.5.). Така типографічна дисципліна дозволяє уникнути візуального перевантаження середовища, концентруючи увагу гостя на атмосфері та якості продукту. Кожна

текстова площина розглядається як частина загального графічного ландшафту, де чистота ліній та врівноваженість «білого простору» стають пріоритетними завданнями дизайнера, забезпечуючи високу візуальну культуру та професійний рівень реалізації всього дизайн-проєкту.

Типографічна частина логотипа була розроблена на основі ретельного підбору гарнітур, які мали б підтримати загальний настрій «сучасної автентичності». Обраний шрифт поєднує в собі строгу індустриальну геометрію сучасних гротесків із делікатними графічними нюансами, що нагадують пластику традиційної китайської каліграфії стилю «кайшу». Кожна літера була піддана індивідуальній корекції для досягнення ідеального кернінгу та міжлітерних просвітів, що забезпечує високий рівень читабельності. Шрифтове накреслення не просто передає назву, а формує інтелектуальне обличчя закладу, демонструючи повагу до культурних витоків через призму актуальних дизайнерських стандартів. Взаємодія гострих кутів шрифту з м'якими вигинами «драконячого хвоста» створює необхідний візуальний конфлікт, який притягує увагу та робить логотип запам'ятовуваним, стаючи міцним фундаментом для всієї візуальної стратегії проєкту.

Фундаментальною основою емоційної виразності та атмосферної цілісності кафе «Dragon Den» виступає колористична концепція, яка у межах даного проєкту розглядається як головний інструмент психологічного впливу на відвідувача. У процесі творчого проєктування було прийнято стратегічне рішення повністю дистанціюватися від традиційного для східних закладів агресивного червоно-золотого поєднання, яке часто створює надмірне візуальне напруження і не відповідає філософії «міського сховища». Замість цього було розроблено інтелектуальну, стриману та глибоку палітру, що базується на принципах природності та дзен-мінімалізму, відповідаючи запитам сучасної міської аудиторії на візуальний відпочинок. Основу обраної системи складає авторський дует насиченого кавового коричневого кольору та м'якого, обволікаючого кремове-пісочного відтінку (див. Додаток Б.6.). Кожен із цих тонів несе чітке семантичне навантаження та виконує конкретну функцію у просторі закладу: коричневий колір

виступає візуальним «якорем», що транслює стабільність, фундаментальність та безпосередньо асоціюється з професійним обсмаженням кави та темними породами деревини в інтер'єрі, тоді як кремовий відтінок додає композиції необхідного світла, легкості та асоціативного зв'язку з натуральним бамбуковим папером. Таке поєднання дозволяє досягти ефекту «візуального тепла», що є критично важливим для психологічного розвантаження відвідувача, створюючи атмосферу безпечного та затишного «лігва», де кожна колірна пляма працює на посилення емоційного комфорту.

Важливим складником, що доповнює шрифтове рішення та формує складну візуальну мову бренду, став авторський фірмовий патерн, розроблений на основі графічного модуля «полум'я», запозиченого з фінальної версії логотипа (див. Додаток Б.7.). Цей патерн побудований за принципом динамічної модульної сітки, де ритмічне повторення елементів відсилає до естетики традиційного китайського живопису, руху хмар у горах або плавних вигинів тіла міфічного дракона. Використання патерна у проєкті дозволяє реалізувати стратегію «неявного брендування», коли впізнаваність закладу досягається не через пряме дублювання назви, а через трансляцію унікального графічного коду та характерного візуального ритму. Це додає айдентиці інтелектуальної глибини, перетворюючи графіку на повноцінний декоративний інструмент, який може масштабуватися на необмежену кількість поверхонь - від цифрових фонів у соціальних мережах до текстильних елементів інтер'єру та настінних розписів. Патерн органічно пов'язує площинний дизайн із тривимірним архітектурним об'ємом кафе, забезпечуючи візуальну безперервність та концептуальну єдність усіх зон закладу.

Практична реалізація розробленої візуальної стратегії охоплює широку номенклатуру матеріальних носіїв, кожен з яких був спроектований із урахуванням специфіки його фізичної експлуатації та ергономічних вимог у межах функціонування закладу громадського харчування. Поліграфічна продукція та елементи ділової документації кафе «Dragon Den» базуються на принципах тактильного дизайну, де відчуття матеріалу відіграє таку ж важливу роль, як і візуальний образ. Візитна картка та персональна карта лояльності передбачають

використання високоякісного дизайнерського картону з підвищеною щільністю та мікротекстурою, що імітує бамбукове волокно, підкреслюючи статусність закладу та формуючи відчуття преміальності вже при першому контакті гостя з брендом (див. Додаток Б.8.). Мінімалістичне komponування елементів на цих носіях, де кожна лінія логотипа та фрагменти фірмового патерна розташовані з дотриманням жорстких охоронних полів, створює образ лаконічної розкоші, що повністю корелює з інтер'єрним рішенням «міського лігва». Карта лояльності в даному контексті виступає не просто інструментом маркетингу, а символічним ключем до прихованої спільноти поціновувачів східної культури, що значно підвищує рівень емоційної залученості клієнта.

Особливе місце в проєкті посідає розробка унікального пакування для кавової продукції та супутніх матеріалів для напоїв «на винос», де дизайн виконує роль головного комунікатора якості продукту (див. Додаток Б.9.). Спроектований кавовий пакет використовує вертикальну візуальну орієнтацію, завдяки чому графічний елемент хвоста дракона ніби фізично обіймає форму упаковки, створюючи цілісну тривимірну композицію, яка однаково ефектно виглядає з будь-якого кута огляду (див. Додаток Б.10.). Використання екологічної крафтової основи в поєднанні з інтенсивним нанесенням фірмового коричневого та кремового кольорів підсилює сприйняття продукту як натурального та автентичного, що відповідає сучасним тенденціям сталого дизайну. Стакани для кави, що прикрашені фірмовим динамічним патерном, перетворюються на активний мобільний рекламний носій у міському просторі, стимулюючи відвідувачів до створення візуального контенту для соціальних мереж, що забезпечує закладу додаткову органічну популяризацію (див. Додаток Б.11.). Одночасно з цим, корпоративна атрибутика та уніформа персоналу, включаючи фартухи та футболки в базовому коричневому кольорі, розроблені таким чином, щоб працівники закладу ставали частиною загального інтер'єрного ансамблю, підтримуючи колористичну цілісність середовища та не відволікаючи увагу гостя від архітектурних акцентів (див. Додаток Б.12.). Бейджі співробітників мають лаконічну форму з інтегрованим

елементом драконячого хвоста, що завершує формування професійного та концептуально витриманого образу команди (див. Додаток Б.12.).

Таким чином, комплексна розробка всіх носіїв - від дрібних деталей на документації до складних фасадних конструкцій - дозволила сформувати цілісну, конкурентоспроможну та візуально досконалу айдентику, яка стає невіддільною частиною загального архітектурного проєкту кафе «Dragon Den» і створює гармонійне середовище для повноцінного відпочинку та естетичної насолоди відвідувачів [22; 27].

3.2 Планувальне рішення та концепція зонування внутрішнього простору кафе

Планувальне рішення кафе «Dragon Den» розроблено як практичне продовження загальної художньо-образної концепції закладу, що базується на ідеї міського сховища або камерного простору для відпочинку від інтенсивного ритму міста. У цьому контексті планування не розглядається лише як технічна схема розміщення приміщень, меблів та обладнання. Воно виступає основою формування сценарію перебування відвідувача у просторі, де кожна зона має власне функціональне призначення, емоційне навантаження та композиційну роль.

Об'єкт проєктування розташований за адресою: м. Київ, вул. Дмитра Дорошенка, 57А (див. Додаток В.1.). Загальна площа об'єкта становить 481,02 м², що дозволяє сформувати не лише основний зал для відвідувачів, а й повноцінну службову, санітарну, транзитну та вуличну зони. Така площа створює можливість для комплексного проєктного рішення, у якому гостьовий простір не перевантажується посадковими місцями, а зберігає відчуття повітря, візуальної рівноваги та приватності.

У процесі перепланування було сформовано логічну структуру приміщення, яка відповідає функціональним потребам кафе. Основними зонами є: основна площа залу площею 193,01 м², основний коридор площею 17,07 м², коридор до туалету площею 19,95 м², два окремі санвузли площею 8,78 м² та 8,77 м², інклюзивний санвузол площею 6,60 м², кухня площею 122,28 м² та вулична зона

площею 104,56 м² (див. Додаток В.2.). Такий розподіл демонструє орієнтацію проєкту не лише на естетику, а й на реальну експлуатацію закладу громадського харчування, де важливим є баланс між гостьовою привабливістю та зручністю роботи персоналу. [3].

Головною зоною кафе є основний зал, який виконує одночасно комунікативну, рекреаційну та композиційну функції. Саме тут формується основне враження від закладу, тому планувальна організація залу підпорядкована принципу поєднання відкритості та камерності. Простір не поділяється жорсткими глухими перегородками, оскільки це могло б зменшити відчуття цілісності інтер'єру. Натомість зонування здійснюється за допомогою меблів, декоративних перегородок, світлових акцентів, зміни фактур і ритму посадкових місць (див. Додаток В.3.).

У гостьовій частині передбачено кілька типів посадки, що відповідають різним сценаріям використання кафе. Прямокутні та квадратні столи призначені для індивідуальних відвідувачів, пар або невеликих компаній. Диванні місця створюють більш м'який і тривалий сценарій перебування, орієнтований на відпочинок, неспішне спілкування або роботу з ноутбуком. Барні столи та барні стільці формують динамічнішу зону для короткого перебування, швидкої кави або неформальної комунікації (див. Додаток В.4.). Така варіативність меблювання робить простір гнучким і дозволяє йому працювати для різних категорій відвідувачів протягом дня.

Важливим елементом планувального рішення є декоративні перегородки. У проєкті передбачено 12 декоративних перегородок, які не ізолюють простір повністю, але створюють відчуття часткової приватності (див. Додаток В.5.). Це особливо важливо для концепції «Dragon Den», оскільки сама назва закладу передбачає образ захищеного місця, де людина може відчути себе відокремленою від зовнішнього шуму. Перегородки виконують не лише утилітарну, а й образну функцію: вони створюють ритм, глибину, напрямок погляду та м'яко керують рухом відвідувача всередині залу.

Композиційна побудова основного залу ґрунтується на поступовому розкритті простору. Відвідувач не сприймає інтер'єр одномоментно, а відкриває його через послідовність зон, деталей і світлових акцентів. Такий прийом дозволяє уникнути враження монотонності, навіть за умови використання стриманої кольорової гами. Простір стає не статичною залогою, а певним маршрутом, у якому кожна ділянка має свою атмосферу.

Окреме значення має організація основного коридору та коридору до санвузлів. Ці зони виконують транзитну функцію, проте в межах проєкту вони не залишаються другорядними. Їхнє планувальне вирішення має забезпечувати зрозумілий рух відвідувачів, не створюючи конфлікту з основним гостьовим простором. Коридори формують внутрішню навігацію закладу і водночас підтримують загальну естетику інтер'єру через матеріали, освітлення та кольорові рішення. Саме такі проміжні простори часто впливають на загальне відчуття якості проєкту, тому вони мають бути оформлені не менш уважно, ніж основний зал.

Санітарна група складається з двох окремих санвузлів та інклюзивного санвузла. Наявність інклюзивного санвузла є важливою складовою сучасного проєктування, оскільки простір кафе має бути доступним для різних груп користувачів. Йдеться не лише про формальне виконання вимог, а про створення середовища, у якому кожен відвідувач може почуватися комфортно. Інклюзивне рішення підтримує загальну ідею кафе як простору турботи, спокою і поваги до людини.

Кухня площею 122,28 м² займає значну частину об'єкта, що є виправданим для закладу громадського харчування. Її розміщення та площа дозволяють організувати повноцінний технологічний процес без надмірного ущільнення робочих місць персоналу. Для кафе важливо, щоб виробничі процеси не порушували атмосферу гостьової частини, тому службова зона має бути функціонально зручною, але візуально відокремленою. У цьому рішенні кухня виступає як прихована операційна основа закладу, що забезпечує якість обслуговування, але не домінує у сприйнятті інтер'єру.

Вулична зона площею 104,56 м² є важливою перевагою проєкту, оскільки вона розширює сценарії використання кафе (див. Додаток В.6.). Вона може функціонувати як літній майданчик, зона неформального спілкування або простір для сезонних подій. У межах загальної концепції «Dragon Den» вулична зона має не контрастувати з інтер'єром, а бути його природним продовженням. Для цього доцільним є використання споріднених матеріалів, стриманої колористики, декоративних рослин та меблів, які підтримують загальний образ закладу. Зовнішній простір не повинен виглядати випадковим додатком, адже він також працює на впізнаваність кафе.

План меблювання розроблено з урахуванням реальних сценаріїв експлуатації (див. Додаток В.7.). У проєкті передбачено різні типи меблів: дивани, столові стільці, барні стільці, прямокутні, квадратні та вуличні столи, декоративні рослини, вішаки, стійку для парасольок, сантехнічне обладнання. Такий набір елементів свідчить про комплексний підхід до організації простору, де враховано як основні, так і другорядні потреби відвідувачів. Наприклад, наявність вішака та стійки для парасольок підсилює побутову зручність простору, а декоративні рослини працюють не лише як оздоблення, а й як інструмент пом'якшення інтер'єру.

Матеріальне рішення інтер'єру підпорядковане загальній концепції природності, тепла та стриманої виразності (див. Додаток В.8.). Для основної площі залу передбачено використання деревини горіха з вертикальним напрямом фактури. Такий матеріал додає простору глибини, візуальної стабільності та асоціативного зв'язку з природним середовищем. Вертикальний напрям текстури підсилює відчуття висоти, впорядкованості та спокою. Це особливо важливо для кафе, де відвідувач має не просто перебувати, а відчувати психологічне розвантаження.

У коридорних і санітарних зонах використовується чорний мармур, який створює виразний контраст із дерев'яними поверхнями основного залу. Такий прийом дозволяє посилити відчуття камерності та глибини, не вдаючись до надмірного декору. Чорний камінь в інтер'єрі «Dragon Den» можна трактувати як матеріал, що підтримує образ загадковості та внутрішньої зібраності простору.

Водночас його практичні характеристики відповідають вимогам до зон із підвищеним рівнем експлуатаційного навантаження.

Для кухні передбачено деревину дуба світлого відтінку, що є більш нейтральним і практичним рішенням для робочої зони. У вуличній зоні використано сірий граніт, кам'яну кладку та зелене трав'яне покриття. Це дозволяє створити баланс між міським характером простору та природними елементами. Поєднання каменю й зелені підтримує біофільний напрям сучасного дизайну, але водночас не порушує загальної стриманості проєкту.

Стеля вирішена як базова гіпсокартонна конструкція, пофарбована матовою фарбою кольору антрацит. Це рішення є концептуально виправданим, оскільки темна стеля дозволяє візуально поглибити простір і створити ефект захищеності. Антрацитовий колір не привертає зайвої уваги, але формує м'який фон для світлових сценаріїв. У поєднанні з теплими матеріалами підлоги та меблів він створює атмосферу затишного напівтемного простору, що відповідає образу «лігва».

Освітлення в кафе виконує не лише утилітарну функцію, а є одним із головних засобів композиційного зонування. У проєкті передбачено два типи підвісних світильників: 18 одиниць першого типу та 20 одиниць другого типу (див. Додаток В.9.). Таке рішення дозволяє створити багаторівневий світловий сценарій, де різні групи світильників можуть підкреслювати окремі функціональні ділянки. У зоні столів світло має бути м'яким і локальним, щоб не руйнувати камерність атмосфери. У транзитних і службових ділянках освітлення має залишатися достатнім для безпечного пересування та роботи персоналу.

План вимикачів і розеток також є важливою частиною функціонального рішення (див. Додаток В.10.). У сучасному кафе розетки для відвідувачів уже не є додатковою зручністю, а фактично стають необхідним елементом, особливо для молодіжної аудиторії, студентів, фрілансерів і людей, які використовують кафе як тимчасовий робочий простір. У проєкті передбачено електричні розетки 220V для відвідувачів і персоналу на висоті 200 мм. Таке розміщення дозволяє інтегрувати технічні елементи у простір непомітно, не порушуючи загальної естетики інтер'єру.

Важливо, що планувальне рішення кафе враховує не лише денний, а й вечірній сценарій використання. У денний час простір може функціонувати як місце для кави, роботи, навчання або неформальних зустрічей. У вечірній час завдяки м'якому освітленню, темнішій палітрі та камерному зонуванню він набуває більш інтимного, спокійного характеру. Така гнучкість підвищує життєздатність проєкту і дозволяє кафе бути актуальним для різних груп відвідувачів.

Композиційна логіка інтер'єру побудована на контрасті між масивністю природних матеріалів і легкістю графічних та світлових елементів. Дерево, камінь, темна стеля й тепла палітра створюють основу простору, тоді як світильники, декоративні перегородки, рослини та фірмові графічні елементи додають йому ритму. Таке поєднання дозволяє уникнути як надмірної декоративності, так і холодної порожнечі мінімалізму. Простір стає стриманим, але не безликим [3].

Особливу роль у плануванні відіграє взаємозв'язок інтер'єру з фірмовим стилем, розробленим у попередньому підрозділі. Айдентика «Dragon Den» не залишається лише у площині логотипа, пакування чи поліграфії. Вона продовжується у просторовій організації, колористиці, пластиці перегородок, характері освітлення та загальній атмосфері. Саме тому планувальне рішення можна розглядати як просторове втілення бренду. Якщо фірмовий стиль формує візуальну мову закладу, то інтер'єр перетворює цю мову на фізичний досвід.

Таким чином, планувальне рішення кафе «Dragon Den» базується на поєднанні функціональної доцільності, композиційної цілісності та емоційної виразності. Розроблене зонування дозволяє забезпечити комфортне перебування відвідувачів, ефективну роботу персоналу, доступність основних зон і логічну навігацію всередині простору. Обрані матеріали, меблі, освітлення та інженерні рішення підтримують загальну концепцію китайського мінімалізму, переосмисленого у сучасному міському контексті. У результаті формується не просто інтер'єр кафе, а цілісне середовище з власним характером, де функція, атмосфера і брендова ідентичність працюють як єдина система.

Висновки до розділу 3

У процесі виконання проєктної частини встановлено, що ефективність дизайну інтер'єру закладу громадського харчування визначається не окремими рішеннями, а ступенем їхньої узгодженості в межах єдиної концепції. Саме інтеграція просторових, графічних та функціональних компонентів дозволяє сформувати цілісний і впізнаваний образ закладу.

Доведено, що використання стилістики китайського мінімалізму є доцільним лише за умови її адаптації до сучасного міського середовища. Відмова від буквального відтворення традиційних елементів на користь їх інтерпретації забезпечує збереження концептуальної глибини без перевантаження простору декоративністю.

Встановлено, що ключову роль у формуванні якості інтер'єру відіграє не лише планувальна організація, а й нематеріальні фактори, зокрема світло, колір, ритм і ступінь відкритості простору. Саме ці елементи формують емоційний стан відвідувача та визначають характер його взаємодії з середовищем.

Обґрунтовано, що сучасний заклад громадського харчування має відповідати не лише естетичним, а й соціальним та функціональним вимогам. Інклюзивність, гнучкість використання простору, інтеграція технічних рішень і орієнтація на різні сценарії перебування є необхідними умовами актуальності проєкту.

Отже, розроблений дизайн-проєкт кафе «Dragon Den» демонструє можливість створення простору, у якому концепція, функція та емоційний вплив поєднуються у цілісну систему. Це підтверджує доцільність застосування комплексного підходу до проєктування інтер'єрів у сфері HoReCa.

ВИСНОВКИ

У результаті виконання кваліфікаційної роботи було підтверджено, що проєктування інтер'єру сучасного закладу громадського харчування є складним багаторівневим процесом. У ході роботи стало очевидним, що вирішальне значення в дизайні сьогодні має не стільки декоративна оболонка, скільки здатність простору формувати цілісний, багатогранний досвід перебування відвідувача. Отримані результати засвідчують, що ефективне дизайнерське рішення кафе «DRAGON DEN» виникло саме на перетині глибокого аналітичного підходу, концептуального мислення та практичної реалізації авторських ідей.

Під час дослідження було встановлено, що використання етнічної стилістики, зокрема китайського дизайну, відкриває значний потенціал для створення унікального, конкурентоспроможного середовища. Однак авторський досвід підтвердив, що такий підхід потребує критичного переосмислення. Виявлено, що основною проблемою сучасних тематичних інтер'єрів є ризик поверхневого використання візуальних шаблонів без врахування їх змістовного та культурного навантаження. Це часто призводить до втрати автентичності, тому в межах даного проєкту було обрано шлях інтелектуальної стилізації, де замість прямого копіювання атрибутики акцент зроблено на передачі філософії простору.

У процесі проєктування було виявлено суттєву проблему: сучасні заклади часто страждають від дисбалансу між візуальною привабливістю («картинкою») та реальною функціональною ефективністю. Аналіз поведінкових сценаріїв відвідувачів дозволив дійти висновку, що недостатня увага до інклюзивності, гнучкості меблів та інтеграції технологічних рішень знижує якість користувацького досвіду. Саме тому в проєкті «DRAGON DEN» було реалізовано концепцію, де кожна зона - від входної групи до робочих місць фрілансерів - відповідає конкретним ергономічним запитам сучасної міської аудиторії.

Запропонований у роботі підхід передбачає повну відмову від прямого цитування традиційної архітектури на користь її сучасної інтерпретації. Це дозволило уникнути візуального перевантаження, забезпечити естетичну стриманість і сформувати простір, який сприймається як актуальний та

довготривалий. Практичні результати роботи довели доцільність формування середовища, що гармонійно поєднує відкритість для соціальної взаємодії та приватність для індивідуального відпочинку. Встановлено, що ключем до створення атмосфери є узгодження тактильних матеріалів (дерево, камінь), сценарного освітлення та глибокої колористичної палітри.

На основі проведеного дослідження та практичного досвіду розробки кафе можна сформулювати наступні авторські рекомендації:

- необхідно застосовувати комплексний підхід, де концепція, функція та емоційний вплив розглядаються як взаємопов'язані елементи єдиної системи;
- доцільно уникати прямого копіювання етнічних стилів, зосереджуючись на їх адаптації до вимог сучасного мінімалізму та комфорту;
- критично важливо проєктувати інтер'єр на основі реальних поведінкових моделей відвідувачів, забезпечуючи зручність транзитних шляхів та ергономіку посадкових місць;
- слід приділяти особливу увагу інклюзивності середовища та непомітній, але функціональній інтеграції технологічних рішень (зарядні станції, клімат-контроль, акустика);
- рекомендується віддавати перевагу натуральним матеріалам та рішенням, що сприяють створенню психологічно безпечного та розслабляючого простору.

Таким чином, виконана робота доводить, що сучасний дизайн інтер'єру має виходити за межі формального прикрашання стін. Він є потужним інструментом формування життєвого середовища, яке відповідає найвищим естетичним, функціональним та соціальним потребам людини. Розроблений проєкт кафе «DRAGON DEN» є завершеним авторським продуктом, який може бути використаний як практична основа для реалізації сучасних об'єктів у сфері HoReCa, що прагнуть поєднати культурну ідентичність із високим рівнем сервісу та комфорту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гуторов О. Особливості здійснення проектування закладів ресторанного господарства. / *Young Scientist*. - 2020. - № 5 (81). - С. 119-122. (дата звернення: 14.01.2026).
2. ДБН В.2.2-25:2009. Будинки і споруди. Підприємства харчування. - Київ : Мінрегіонбуд України, 2009. (дата звернення: 02.10.2025).
3. Коренець Ю., Клевцов Є. Дизайн об'єктів та інтер'єр приміщень закладів готельно-ресторанного бізнесу : навч. посібник. - Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2020. - 162 с. (дата звернення: 15.01.2026).
4. Куцевич В. Архітектурне проектування громадських будинків і споруд. - Київ : Фенікс, 2019. - 212 с. (дата звернення: 10.01.2026).
5. Ольденбург Р. Третє місце: кафе, кав'ярні та інші місця, де ми проводимо час. - Київ : Основи, 2021. (дата звернення: 06.01.2026).
6. Павловська О. Дизайн-проектування громадських інтер'єрів: сучасні тенденції. / *Вісник ХДАДМ*. - 2022. - № 3. (дата звернення: 03.01.2026).
7. Панченко Т. Проектування готелів і ресторанів : підручник. - Київ : КНУБА, 2018. (дата звернення: 06.01.2026).
8. Прищенко С. Кольорознавство: навч. посіб. - Київ : Кондор, 2018. - 236 с. (дата звернення: 12.01.2026).
9. Проектування закладів ресторанного господарства : підручник / [Мазаракі А., Шаповал С., Григоренко О. та ін.] ; за ред. Мазаракі А. - Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. - 184 с. (дата звернення: 15.01.2026).
10. Ресторан China Ma. Поліграфічні рішення HoReCa. / *Commercial Property*. - URL: <https://www.ccg.ua/portfolio/restoran-shina-ma/> (дата звернення: 13.11.2025).
11. Саймонс Д. Психологія сприйняття кольору в інтер'єрах HoReCa. / *Art & Space*. - 2023. (дата звернення: 06.01.2026).
12. Тренди дизайну кафе та ресторанів: стиль, атмосфера та функціональність. / *Business Broker Blog*. - URL: <https://business-broker.com.ua/blog/trendy-dyzajnu-kafe-ta-restoraniv-styl-atmosfera-ta-funktsionalnist/>. (дата звернення: 05.10.2025).

- 13.Тренди у проектуванні кафе 2025: що нового диктує час? / *Architectural Group*. - URL: <https://a-g.ua/blog/trendy-u-proiektuvanni-kafe-2025-shcho-novoho-dyktuie-chas/>. (дата звернення: 07.10.2025).
- 14.Чупріна Н. Ергономіка та антропометрія у дизайні середовища. - Київ : КНУТД, 2018. (дата звернення: 05.01.2026).
- 15.%Arabica Coffee Global Systems. - URL: <https://arabica.com/en/> (дата звернення: 08.11.2025).
- 16.Alex Taylor. Top 13 Modern Cafe Design Ideas Worth Considering in 2025. / *CrownTV US*. - URL: <https://www.crowntv-us.com/blog/modern-cafe-design-ideas/>. (дата звернення: 10.10.2025).
- 17.ArchDaily. Designing experiences: the role of concept in restaurant spaces. - URL: <https://www.archdaily.com/2023/02/12/designing-experiences-the-role-of-concept-in-restaurant-spaces/> (дата звернення: 29.10.2025).
- 18.BAO Modern Chinese Cuisine. Official Web-Resource. - URL: <https://bao.ua/kyiv/> (дата звернення: 09.11.2025).
- 19.Brand experience in hospitality: key elements and trends. / *Hospitality Insights*. - URL: <https://hospitalityinsights.ehl.edu/brand-experience-hospitality> (дата звернення: 25.10.2025).
- 20.Branding strategies of modern Chinese restaurants. / *SupChina Marketing*. - URL: <https://supchina.com/2021/03/05/chinese-restaurant-branding-strategies/> (дата звернення: 23.10.2025).
- 21.China Ma Restaurant Kyiv. - URL: <https://chinama.kyiv.ua/> (дата звернення: 09.11.2025).
- 22.Cultural flows in East Asia: patterns and meanings. / *East Asia Forum*. - URL: <https://www.eastasiaforum.org/2020/06/22/cultural-flows-in-east-asia/> (дата звернення: 22.10.2025).
- 23.Design Thinking: A comprehensive overview. / *Interaction Design Foundation*. - URL: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/design-thinking> (дата звернення: 21.10.2025).

- 24.Design Wanted. Asian minimalism and calm aesthetics. - URL: <https://www.designwanted.com/asian-minimalism-and-calm-aesthetics/> (дата звернення: 02.11.2025).
- 25.Dezeen. Restaurant design trends 2022: emotional simplicity in interiors. - URL: <https://www.dezeen.com/2022/05/18/restaurant-design-trends-2022-emotional-simplicity/>. (дата звернення: 28.10.2025).
- 26.Din Tai Fung International Restaurant Chain. - URL: <https://dtf.com/en-us> (дата звернення: 08.11.2025).
- 27.Evans I. Restaurant Design and Decor Trends for 2025. / *Digital Cafe*. - URL: <https://digital-cafe.com/restaurant-design-and-decor-trends-for-2025/>. (дата звернення: 09.10.2025).
- 28.Gong Cha Classic Milk Tea Corporation. - URL: <https://www.gong-cha.com/> (дата звернення: 06.11.2025).
- 29.Haidilao Hotpot Catering Brand. - URL: <https://www.haidilao.com/> (дата звернення: 07.11.2025).
- 30.HAYTEA Contemporary Asian Tea Spaces. - URL: <https://www.heytea.com/> (дата звернення: 05.11.2025).
- 31.Jones J. Top Restaurant Design Trends of 2025. / *WebstaurantStore*. - URL: <https://www.webstaurantstore.com/blog/2374/top-restaurant-design-trends.html>. (дата звернення: 08.10.2025).
- 32.Mia Turner. Top 10 Emerging Interior Design Trends for Bars and Cafes to Embrace in 2025. / *Sip The Style*. - URL: <https://www.sipthestyle.com/top-10-emerging-interior-design-trends-for-bars-and-cafes-to-embrace-in-2025>. (дата звернення: 15.10.2025).
- 33.Modern Cafe Interior Design Trends: Transform Your Coffee Shop. / *Oraanj Interiors*. - URL: <https://www.oraanj-interiors.co.uk/cafe-design-trends-with-modern-interior-inspirations/>. (дата звернення: 16.10.2025).
- 34.Nayuki Tea & Bakery US Official Media. / *Instagram*. - URL: https://www.instagram.com/nayuki_us/ (дата звернення: 06.11.2025).

35. Pan-Asian identity and its role in global marketing. / *Tokyo Review*. - URL: <https://www.tokyoreview.net/2021/05/pan-asian-identity-marketing/> (дата звернення: 24.10.2025).
36. Principles of strategic brand management. / *Branding Strategy Insider*. - URL: <https://www.brandingstrategyinsider.com/strategic-brand-management/> (дата звернення: 25.10.2025).
37. The aesthetics of food: how design shapes taste. / *Taste of Home*. - URL: <https://www.tasteofhome.com/article/the-aesthetics-of-food/> (дата звернення: 21.10.2025).
38. The Experience Economy: how businesses create emotional value. / *Harvard Business Review*. - URL: <https://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy> (дата звернення: 20.10.2025).
39. Tigersugar Organic Brand Portfolio. / *Instagram*. - URL: <https://www.instagram.com/twtigersugar/#> (дата звернення: 05.11.2025).
40. Top Café Interior Design Trends in Los Angeles for 2025. / *Jonathan Wang Design*. - URL: <https://www.jonathanwangdesign.com/post/top-caf%C3%A9-interior-design-trends-in-los-angeles-for-2025> (дата звернення: 20.10.2025).
41. Understanding Bar and Cafe Design Trends 2025. / *Tableo Technology*. - URL: <https://tableo.com/technology-innovation/bar-and-cafe-design-trends/>. (дата звернення: 17.10.2025).
42. Wang C., Ooi B. The impact of servicescape on consumer behavior from the perspective of territorial perception. / *International Journal of Advanced Economics and Finance*. - URL: <https://onlineacademicpress.com/index.php/IJAEFA/article/view/1481/992> (дата звернення: 09.10.2025).
43. Wok to Walk International Brand. - URL: <https://www.woktowalk.com/> (дата звернення: 07.11.2025).

ДОДАТКИ

Додаток А



Рис. 1. Сертифікат апробації результатів дослідження



DRAGON NEST

Рис. 1. Перший варіант логотипу
(Власна розробка)



DRAGON NEST

Рис. 2. Другий варіант логотипу
(Власна розробка)



Рис. 3. Фінальний логотип кафе «DRAGON DEN»
(Власна розробка)

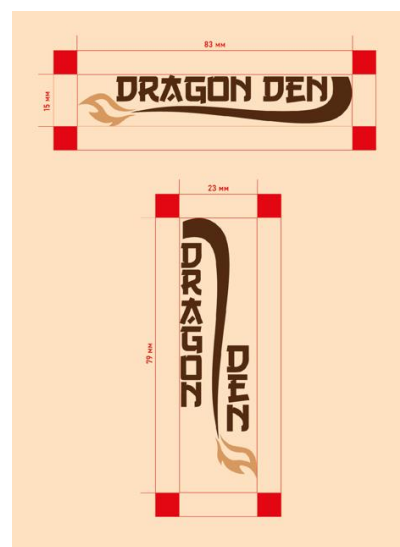


Рис. 4. Логотип в горизонтальному та
вертикальному варіантах
(Власна розробка)

GANG OF THREE

AA BB CC DD EE FF GG HH II JJ KK
LL MM NN OO PP QQ RR SS TT UU
VV WW XX YY ZZ

BAHNSCHRIFT

Aa Bb Vv Гг Гг Дд Ее Ее Жж Зз Ии
Ii
Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт
Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъь Юю Яя

Рис. 5. Фірмовий набір шрифтів
(Власна розробка)



HEX: #DEA76F
RGB: 222,167,111
CMYK: 13,39,62,02
PANTONE: 721



HEX: #DEA76F
RGB: 222,167,111
CMYK: 13,39,62,02
PANTONE: 721

Рис. 6. Фірмові кольори
(Власна розробка)

ПАТЕРН

Патерн є допоміжним елементом айдентики, який використовується для візуального підсилення бренду та створення цілісного образу на різних носіях. Він допомагає підтримувати впізнаваність бренду без прямого використання логотипа та формує характерну атмосферу. Патерн Dragon Den побудований на стилізованому елементі драконячого хвоста, форма якого поєднує мотиви шерсті та полум'я. Ритмічне повторення елемента дозволяє використовувати патерн як декоративну підкладку або акцент у друкованих і цифрових матеріалах, не перевантажуючи композицію.

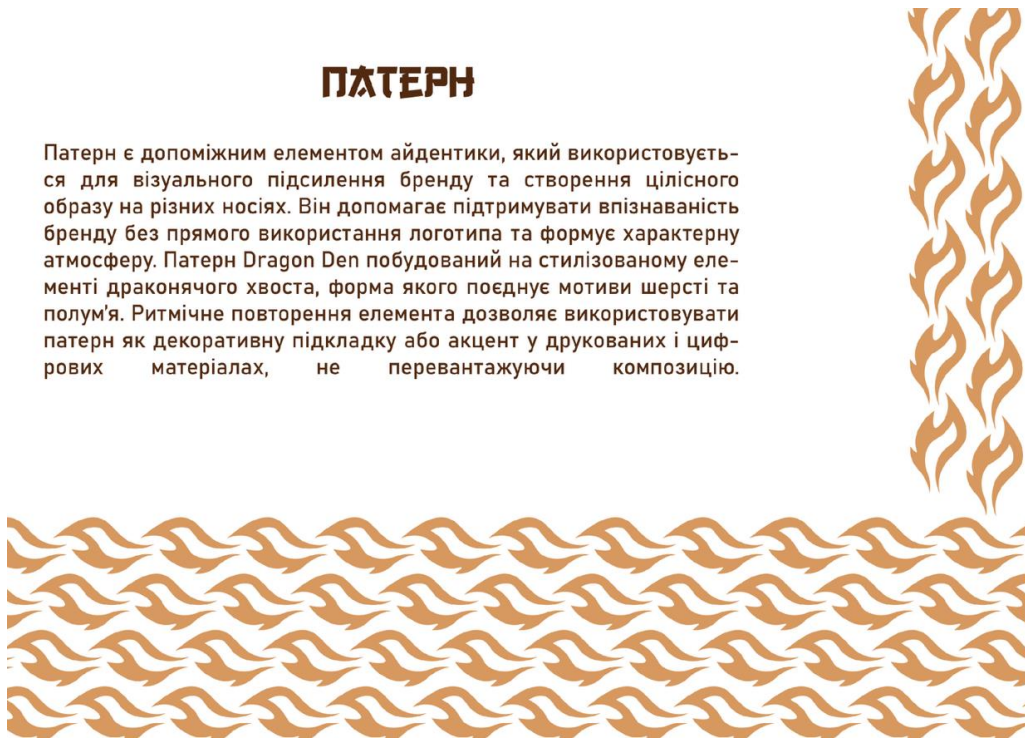


Рис. 7. Фірмовий патерн з логотипу
(Власна розробка)



Рис. 8. Фірмова візитівка та карта лояльності
(Власна розробка)



Рис. 9. Брендovanі пакети та автомобіль
(Власна розробка)



Рис. 10. Фімова чашка з блюдцем та пакет для кави
(Власна розробка)



Рис. 11. Логотип в горизонтальному та вертикальному варіантах
(Власна розробка)



Рис. 12. Брендований одяг співробітників та бейджі персоналу
(Власна розробка)

ARCHICAD EDUCATION VERSION

3x.

Cx.

Об'єкт проектування

Пд.

			Дизайн-проект кафе зі адресою: вул. Дмитра Дорошенка, 57А, Київ	Стан	Арх.	Архтект.
Рішення:	Григор'єв Р.Г.		Дизайн-проект кафе	пр	5	
Підпис:						

Рис. 1. Розташування кафе «DRAGON DEN»
(Власна розробка)

ARCHICAD EDUCATION VERSION

ARCHICAD EDUCATION VERSION		
Номер Зони	Есплікація Ім'я зони	Виміряна площ.
1	Основа площа залу	193,01
2	Коридор основний	17,07
3	Коридор до туалету	19,95
4	Туалет 1	8,78
5	Туалет 2	8,77
6	Туалет інклюзивний	6,60
7	Кухня	122,28
8	Вулична Зона	104,56
		181,00 м²

[illegible]

Рис. 2. Зонування кафе «DRAGON DEN»
(Власна розробка)



Рис. 3. Візуалізація залу кафе «DRAGON DEN»
(Власна розробка)



Рис. 4. Візуалізація барної стійки кафе «DRAGON DEN»
(Власна розробка)



Рис. 5. Візуалізація залу з перегородкою кафе «DRAGON DEN»
(Власна розробка)



Рис. 6. Візуалізація вуличної зони кафе «DRAGON DEN»
(Власна розробка)

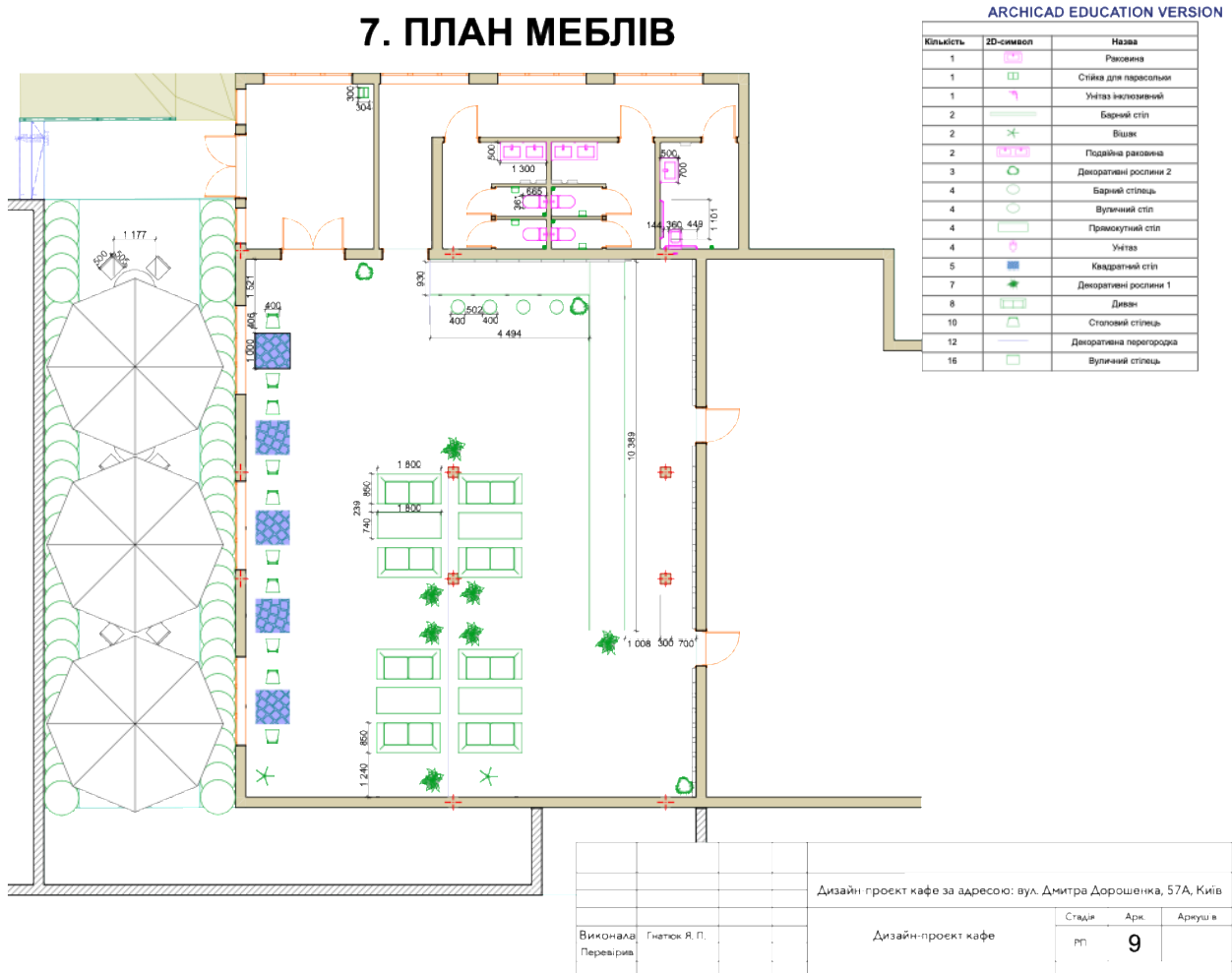


Рис. 7. План меблів кафе «DRAGON DEN»
(Власна розробка)

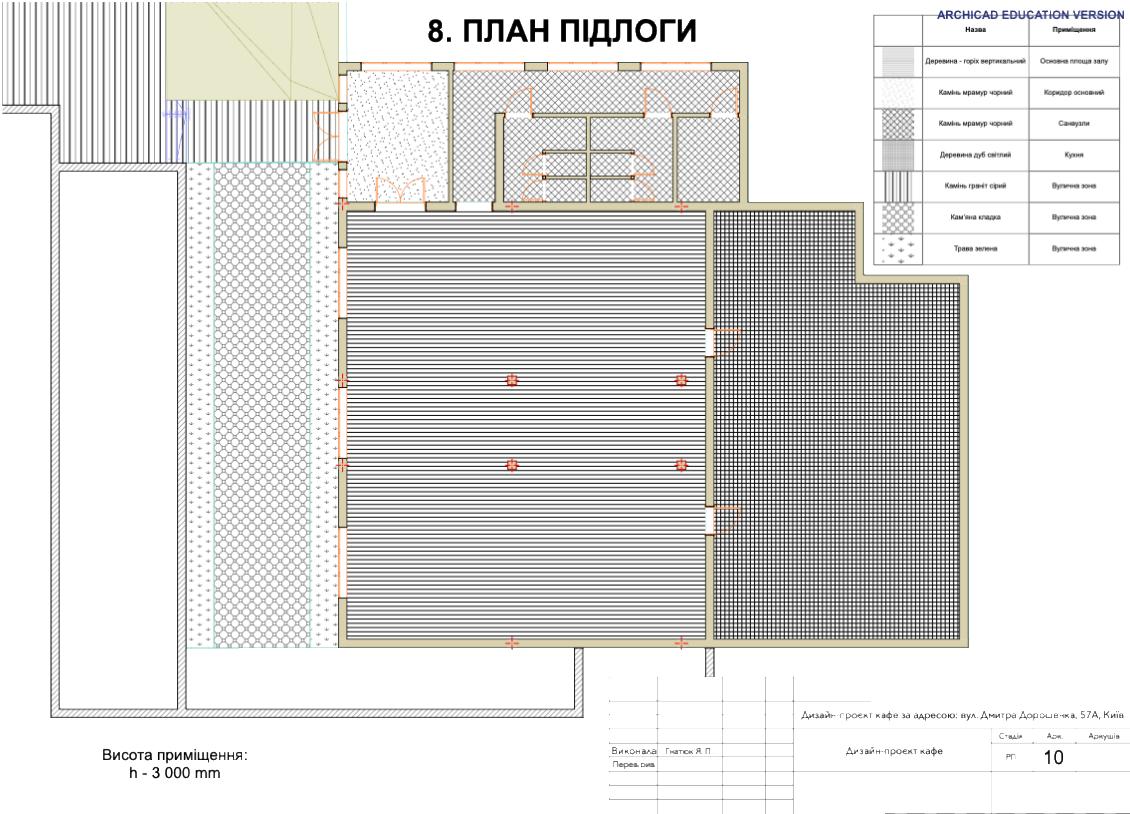


Рис. 8. План підлоги кафе «DRAGON DEN»
(Власна розробка)

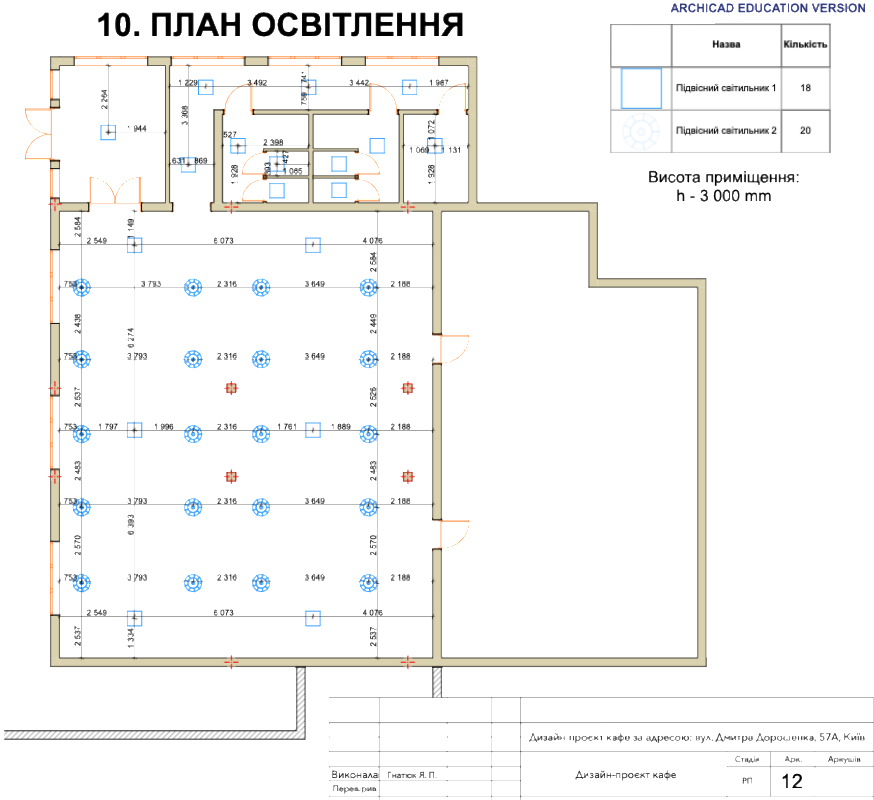


Рис. 9. План освітлення кафе «DRAGON DEN»
(Власна розробка)

12. ПЛАН РОЗЕТОК

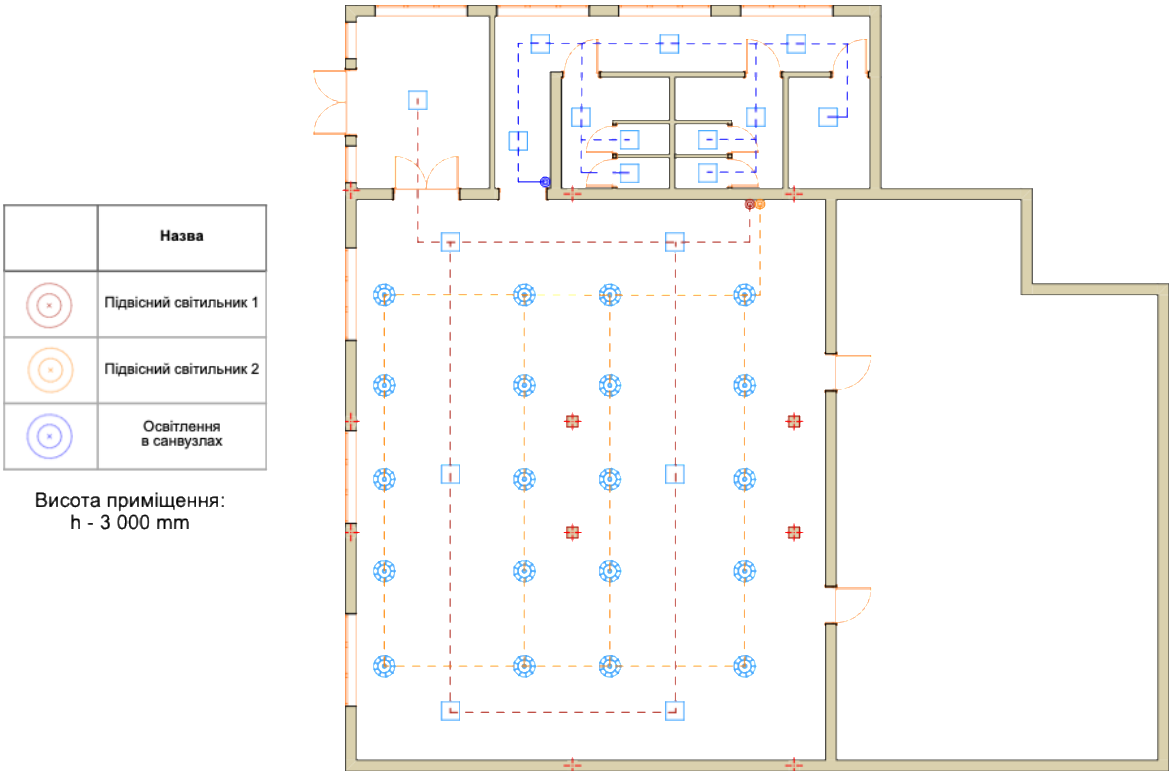
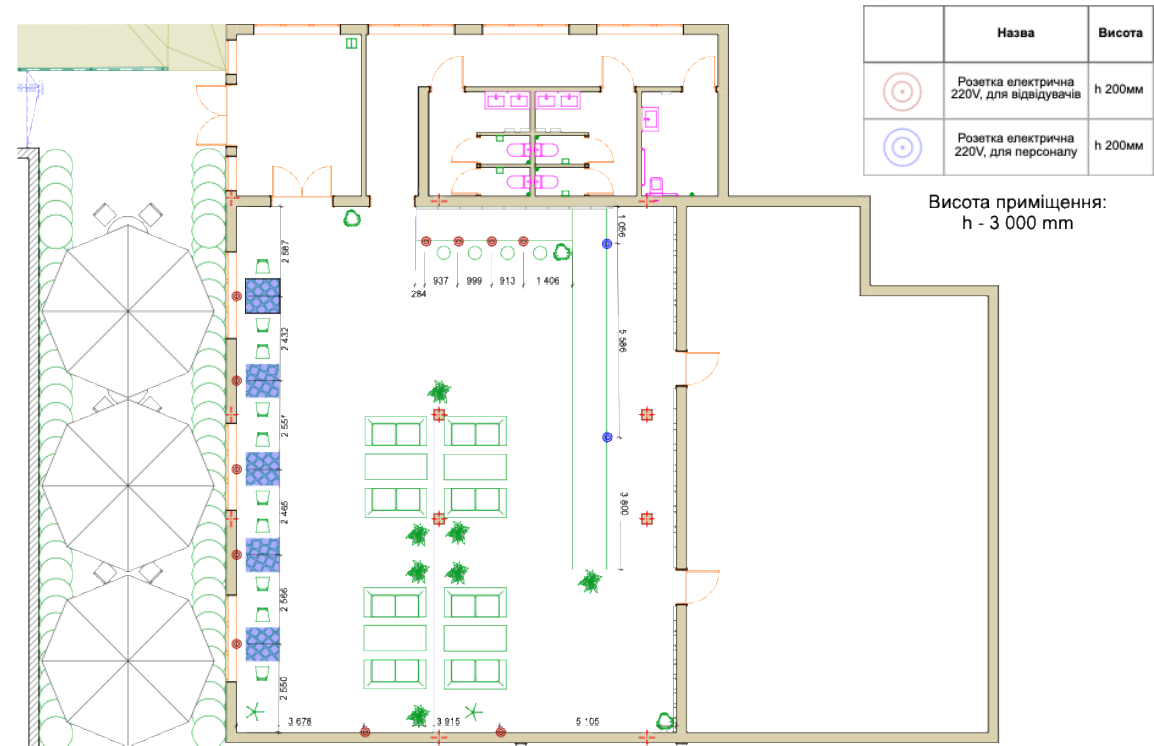


Рис. 10. План розеток та вимикачів кафе «DRAGON DEN»
(Власна розробка)