КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ «УНІВЕРСУМ»

КВАЛІФІКАЦІЙНИЙ ПРОЄКТ

Розробка графічно-ілюстративного оформлення пакування сувенірної продукції готелю «Сяйво»

Виконала студентка IV курсу
групи ГДфмб–1–22–4.0д
спеціальності 022 Дизайн
ОПП Графічний дизайн
ОПС фаховий молодший бакалавр
Пугач Олександра Олександрівна
Керівник: Олена КАЗІМІРЕНКО

Рекомендовано до захисту
ЦК образотворчого мистецтва
і дизайну

Протокол від 20.05.2026р. №8

Голова ЦК _____
Олена КАЗІМІРЕНКО

Захищено «___»_____2026 р.
Оцінка _____ _____

Протокол ЕК від «__»___2026р. № __

Голова ЕК _____
Ольга МИХАЙЛЮК
доктор філософії з дизайну, доцент кафедри графічного дизайну КДАДПМіД імені Михайла Бойчука

Київ – 2026

ЗМІСТ

ВСТУП 3

РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ДИЗАЙНУ ПАКУВАННЯ СУВЕНІРНОЇ ПРОДУКЦІЇ 5

1.1. Роль пакування в системі візуальних комунікацій бренду 5

1.2. Особливості оформлення сувенірної продукції готельної сфери 7

1.3. Аналіз аналогів та сучасних тенденцій у дизайні пакування 9

РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ГРАФІЧНО-ІЛЮСТРАТИВНОГО ОФОРМЛЕННЯ ПАКУВАННЯ СУВЕНІРНОЇ ПРОДУКЦІЇ ГОТЕЛЮ «СЯЙВО» 12

2.1. Айдентика готелю «Сяйво» як основа дизайн-проєкту 12

2.2. Розробка пакування та етикеток для сувенірної продукції 15

2.2.1. Пакування сувенірного набору 16

2.2.2. Етикетки для складових сувенірного набору 18

2.2.3. Пакування для мила 20

2.3. Розробка супровідних елементів оформлення сувенірної продукції 22

ВИСНОВКИ 27

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 30

ДОДАТКИ 32

ВСТУП

Вибір теми. Розробка графічно-ілюстративного оформлення пакування сувенірної продукції для готелю «Сяйво». Актуальність даної теми обумовлена тим, що сувенірна продукція є важливою складовою візуальної комунікації бренду та сприяє формуванню позитивного враження про заклад. Якісно оформлене пакування не лише виконує практичну функцію, а й підкреслює унікальність готелю, його стиль та рівень сервісу. Відсутність продуманого графічного оформлення пакування може знижувати впізнаваність бренду та його конкурентоспроможність серед інших закладів сфери гостинності.

Актуальність теми. У сучасних умовах розвитку готельного бізнесу важливого значення набуває створення цілісного візуального образу бренду. Одним із засобів його підтримки є сувенірна продукція, яка дозволяє продовжити взаємодію гостя з готелем навіть після завершення відпочинку. Пакування сувенірної продукції виступає не лише засобом захисту товару, а й ефективним інструментом комунікації з цільовою аудиторією.

Оформлення пакування допомагає передати характер бренду, його цінності та атмосферу. Використання фірмових кольорів, графічних елементів, ілюстрацій та типографіки сприяє формуванню єдиного стилю, який робить продукцію впізнаваною та привабливою для споживача. Особливо актуальним це є для готелів, які прагнуть створити позитивний імідж та підвищити рівень лояльності гостей.

Сучасні тенденції у сфері дизайну пакування передбачають створення комплексних рішень, у яких усі елементи оформлення працюють як єдина система. Саме тому важливим є розроблення пакування сувенірної продукції на основі айдентики готелю з урахуванням його концепції та візуального стилю.

Мета. Розробити оформлення пакування сувенірної продукції готелю «Сяйво», яке відображатиме концепцію бренду, підтримуватиме його візуальний стиль та сприятиме формуванню впізнаваного образу закладу.

Об'єкт дослідження. Дизайн пакування сувенірної продукції у сфері готельного бізнесу.

Предмет дослідження. Процес розробки графічно-ілюстративного оформлення пакування сувенірної продукції готелю «Сяйво».

Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання:

Дослідити особливості дизайну пакування сувенірної продукції;

Проаналізувати сучасні аналоги та тенденції у сфері оформлення пакування;

Дослідити особливості використання айдентики в дизайні пакування;

Створити дизайн пакування сувенірного набору, пакування для мила та етикеток для складових набору;

Розробити супровідні елементи сувенірної продукції, зокрема подарунковий сертифікат, конверт та фірмовий пакет.

Таким чином, виконання дипломного проєкту дозволить поглибити знання у сфері графічного дизайну та проєктування пакування, а також продемонструвати практичні навички створення комплексного візуального рішення для сувенірної продукції готелю.

РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ДИЗАЙНУ ПАКУВАННЯ СУВЕНІРНОЇ ПРОДУКЦІЇ

1.1. Роль пакування в системі візуальних комунікацій бренду

У сучасних умовах високої конкуренції важливого значення набуває формування цілісного та впізнаваного образу бренду. Одним із ключових інструментів комунікації між брендом і споживачем є візуальна ідентифікація, яка забезпечує впізнаваність, передає цінності компанії та сприяє формуванню позитивного сприйняття. До системи візуальних комунікацій належать логотип, фірмові кольори, шрифти, рекламна продукція, навігаційні елементи, сувенірна продукція та її пакування. Саме пакування є одним із найбільш помітних носіїв фірмового стилю, оскільки безпосередньо контактує зі споживачем і створює перше враження про продукт та бренд загалом.

Пакування виконує не лише практичну функцію захисту та збереження продукції. У сучасному дизайні воно розглядається як повноцінний комунікаційний інструмент, що дозволяє передавати інформацію про бренд, його характер, цінності та позиціонування. Завдяки візуальним засобам оформлення пакування здатне формувати емоційний зв'язок із користувачем, викликати певні асоціації та впливати на сприйняття якості продукції.

Візуальна складова пакування включає різноманітні графічні елементи, серед яких логотип, кольорова гама, типографія, ілюстрації, патерни та композиційні рішення. Усі ці елементи повинні бути узгоджені з айдентикою бренду та підтримувати єдину систему візуальної комунікації. Завдяки цьому споживач може легко ідентифікувати бренд серед великої кількості аналогічних продуктів. Цілісність візуального образу підвищує рівень довіри до компанії та сприяє формуванню її позитивної репутації.

Особливу роль пакування відіграє у сфері послуг, де значна частина враження формується через деталі взаємодії клієнта з брендом. Для готельного бізнесу важливо не лише забезпечити комфортне проживання гостей, але й створити унікальний досвід, який залишиться в пам'яті після завершення подорожі.

Саме тому сувенірна продукція та її оформлення стають додатковим засобом комунікації між готелем і відвідувачем. Якісно розроблене пакування дозволяє продовжити контакт гостя з брендом навіть після від'їзду та підтримувати позитивні емоційні асоціації.

У процесі розробки пакування важливе значення має врахування психологічних аспектів сприйняття. Колір здатний викликати певні емоції та асоціації, форма впливає на зручність використання та загальне враження від продукції, а графічне оформлення допомагає передати атмосферу бренду. Саме тому дизайн пакування повинен базуватися не лише на естетичних принципах, але й на розумінні особливостей цільової аудиторії та її очікувань.

Сучасні тенденції у сфері дизайну свідчать про зростання значення емоційної складової брендингу. Споживачі все частіше звертають увагу не лише на сам продукт, але й на спосіб його подачі. У зв'язку з цим пакування стає важливим інструментом створення додаткової цінності товару. Воно здатне підкреслити статус бренду, його індивідуальність та конкурентні переваги. Особливо актуальним це є для сувенірної продукції, яка часто виконує не лише функцію подарунка або пам'ятного предмета, а й виступає носієм вражень про певне місце чи бренд.

Для готелю сувенірна продукція є одним із засобів формування лояльності гостей. Вона допомагає закріпити позитивний досвід перебування та підтримує впізнаваність бренду. Відповідно, пакування такої продукції повинно не лише забезпечувати її захист, а й відображати концепцію готелю, його стиль та атмосферу. Використання елементів айдентики у графічному оформленні дозволяє створити цілісний образ бренду та забезпечити єдність усіх комунікаційних матеріалів.

Отже, пакування є важливою складовою системи візуальних комунікацій бренду. Воно поєднує функціональні та естетичні характеристики, сприяє формуванню впізнаваності, передає цінності компанії та створює емоційний зв'язок зі споживачем. У сфері готельних послуг роль пакування набуває особливого

значення, оскільки воно допомагає формувати цілісний образ бренду та підтримувати позитивні враження гостей від взаємодії з ним.

1.2. Особливості оформлення сувенірної продукції готельної сфери

У сучасній готельній сфері сувенірна продукція дедалі частіше розглядається як складова маркетингової стратегії, що дозволяє продовжити взаємодію гостя з брендом після завершення перебування в готелі.

Особливістю сувенірної продукції готельної сфери є її безпосередній зв'язок з атмосферою закладу та враженнями, які отримує відвідувач. На відміну від звичайних сувенірів, вона має не лише нагадувати про відвідане місце, але й передавати характер бренду, його концепцію та цінності. Саме тому дизайн сувенірної продукції повинен бути невід'ємною частиною загальної системи візуальної ідентифікації готелю.

У процесі розробки сувенірної продукції важливо забезпечити стилістичну єдність усіх елементів оформлення. Логотип, кольорова палітра, типографіка, графічні елементи та ілюстрації мають відповідати фірмовому стилю закладу. Такий підхід дозволяє створити цілісний візуальний образ бренду та підвищує рівень його впізнаваності серед споживачів. Водночас сувенірна продукція повинна залишатися привабливою та функціональною для користувача, адже саме ці фактори значною мірою впливають на її сприйняття.

Асортимент сувенірної продукції готелів може бути досить різноманітним. До нього належать листівки, магніти, блокноти, чашки, текстильні вироби, свічки, косметична продукція, мило, набори для догляду та інші предмети, що можуть використовуватися як пам'ятні подарунки або брендовані аксесуари. Вибір конкретних видів продукції залежить від концепції готелю, його цільової аудиторії та рівня позиціонування на ринку.

Особливого значення набуває сувенірна продукція у закладах, що орієнтуються на створення унікального емоційного досвіду для гостей. Бутик-готелі, курортні комплекси та готелі, розташовані в туристично привабливих регіонах, часто використовують сувеніри як засіб підкреслення місцевої культури,

природних особливостей або історичної спадщини території. У таких випадках графічне оформлення може містити елементи, пов'язані з місцевими традиціями, орнаментами, архітектурою чи природними мотивами. Це дозволяє створити більш глибокий емоційний зв'язок між гостем та місцем його перебування.

Важливою складовою сувенірної продукції є її пакування. Воно виконує захисну, інформаційну та презентаційну функції. Якісно розроблене пакування підвищує сприйняття цінності сувеніра, робить його більш привабливим для отримувача та сприяє формуванню позитивного враження про бренд. Для готельної сфери особливо важливо, щоб пакування підтримувало загальну концепцію закладу та гармонійно поєднувалося з іншими елементами фірмового стилю.

Сучасні тенденції у дизайні сувенірної продукції демонструють прагнення до мінімалізму, екологічності та автентичності. Все більше уваги приділяється використанню натуральних матеріалів, стриманих кольорових рішень та лаконічної графіки. Такий підхід дозволяє створити естетично привабливий продукт, який відповідає сучасним вимогам споживачів. Крім того, актуальним залишається використання індивідуальних ілюстрацій та авторських графічних елементів, що допомагають підкреслити унікальність бренду та відрізнити його від конкурентів.

Під час створення сувенірної продукції важливо враховувати особливості цільової аудиторії. Дизайн повинен відповідати очікуванням потенційних користувачів, бути зрозумілим, естетично привабливим та зручним у використанні. Вдале поєднання функціональності, якості виконання та візуальної виразності дозволяє підвищити цінність сувенірної продукції та зробити її ефективним інструментом просування бренду.

Отже, сувенірна продукція готельної сфери є важливою складовою системи брендингу та маркетингових комунікацій. Її оформлення повинно відповідати загальній концепції закладу, підтримувати фірмовий стиль та формувати позитивні асоціації у гостей. Грамотно розроблена сувенірна продукція сприяє зміцненню іміджу готелю, підвищенню його впізнаваності та створенню тривалого емоційного зв'язку з відвідувачами.

1.3. Аналіз аналогів та сучасних тенденцій у дизайні пакування

Під час розробки оформлення пакування сувенірної продукції важливо проаналізувати сучасні приклади дизайну у сфері гостинності. Аналіз аналогів дозволяє визначити актуальні підходи до створення пакування, виявити особливості візуального оформлення та зрозуміти принципи побудови цілісної системи брендингу.

Однією з характерних тенденцій сучасного дизайну є використання мінімалістичних рішень. Багато готелів та курортних комплексів відмовляються від надмірної декоративності на користь лаконічної композиції, стриманої кольорової гами та акценту на якості матеріалів. Прикладом такого підходу є дизайн готельних наборів та сувенірної продукції, виконаних у нейтральних відтінках із використанням простих типографічних рішень та мінімальної кількості графічних елементів.

Серед актуальних прикладів можна виділити проєкт оформлення готельної продукції BERLES, розроблений для сегмента преміальної гостинності. У цьому проєкті використано стриману кольорову палітру, елегантну типографію та лаконічне оформлення. Візуальна система побудована таким чином, щоб усі елементи продукції виглядали цілісно та підтримували єдину айдентику бренду.



Рисунок 1.3.1.
Пакування крему



Рисунок 1.3.2.
Пакування мила



Рисунок 1.3.3.
Пакування крему

Ще одним прикладом є концепція NIDO Boutique Hotel, у якій дизайн пакування базується на природних мотивах та атмосфері спокою. Для оформлення використовуються натуральні кольори, органічні форми та м'які графічні елементи.

Такий підхід дозволяє передати концепцію відпочинку, гармонії з природою та емоційного комфорту, що особливо актуально для курортних і заміських готелів.



Рисунок 1.3.4. Приклад етикетки косметики



Рисунок 1.3.5. Пакування косметики

Окрему увагу варто приділити проєкту Noera, розробленому для лінійки готельної косметичної продукції. Особливістю цього пакування є поєднання стриманої кольорової палітри та авторських графічних елементів. Дизайн побудований на створенні асоціацій із турботою, комфортом та емоційним відновленням, що відповідає сучасним принципам гостинності. Цілісна система оформлення охоплює етикетки, упаковку та форму контейнерів, завдяки чому всі елементи продукції виглядають єдиною візуальною серією. Таке рішення демонструє важливість узгодженості між дизайном пакування та загальною концепцією бренду.

Серед сучасних тенденцій особливого значення набуває екологічність пакування. Бренди дедалі частіше використовують паперові матеріали, перероблений картон, натуральні текстури та відмовляються від надлишкових пластикових елементів. Це пов'язано як із зростанням екологічної свідомості споживачів, так і з прагненням готелів формувати відповідальний імідж.



Рисунок 1.3.6. Пакування косметики

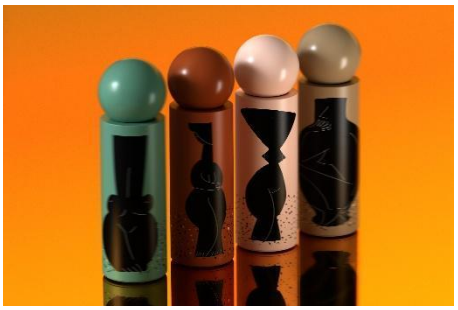


Рисунок 1.3.7. Інша сторона пакування косметики

Екологічне пакування водночас виконує практичну функцію та стає частиною брендової комунікації.

Ще однією характерною тенденцією є створення емоційного досвіду. Сучасні готелі прагнуть зробити сувенірну продукцію не просто брендовим предметом, а частиною спогадів про подорож. Саме тому значна увага приділяється деталям, текстурам, способу відкривання пакування та загальному враженню від взаємодії з продуктом. У багатьох випадках сувенірна продукція стає продовженням атмосфери готелю та підтримує емоційний зв'язок між брендом і гостем.

Аналіз розглянутих прикладів показує, що сучасний дизайн пакування у сфері гостинності базується на поєднанні естетики, функціональності та цілісної айдентики. Найбільш поширеними тенденціями є мінімалізм, використання натуральних кольорів і матеріалів, екологічність, авторська графіка та створення емоційної взаємодії з користувачем. Саме ці принципи доцільно враховувати під час розробки пакування сувенірної продукції готелю «Сяйво», концепція якого ґрунтується на поєднанні природної гармонії, затишку та атмосфери відпочинку.

РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ГРАФІЧНО-ІЛЮСТРАТИВНОГО ОФОРМЛЕННЯ ПАКУВАННЯ СУВЕНІРНОЇ ПРОДУКЦІЇ ГОТЕЛЮ «СЯЙВО»

2.1. Айдентика готелю «Сяйво» як основа дизайн-проєкту

Розробка оформлення пакування сувенірної продукції готелю «Сяйво» базується на сформованій системі візуальної ідентифікації бренду. Айдентика виступає основою дизайн-проєкту, оскільки забезпечує цілісність візуальних комунікацій та формує впізнаваний образ готелю. Саме тому під час створення пакування важливо було зберегти характер бренду та адаптувати його основні елементи до нових носіїв.

Концепція бренду ґрунтується на образі світла та м'якого сяйва як метафори спокою, тепла й відновлення. Назва готелю асоціюється з природними світловими явищами: зоряним небом та теплим світлом у вікнах гірських будинків. Такий образ формує емоційне сприйняття бренду та підкреслює його спрямованість на створення атмосфери затишного відпочинку серед природи.

Важливу роль у формуванні візуальної концепції відіграє звернення до культурної спадщини Карпатського регіону. Основою графічної мови стали переосмислені гуцульські мотиви, які були інтегровані у сучасний дизайн без прямого копіювання традиційних орнаментів. Такий підхід дозволив зберегти зв'язок із локальним контекстом та водночас створити актуальний візуальний образ, що відповідає позиціонуванню готелю як сучасного закладу з виразною регіональною ідентичністю.

У процесі розробки пакування було оновлено систему айдентики, а саме кольорову палітру та типографічну систему бренду. Таке рішення було зумовлене необхідністю створення більш цілісного та преміального візуального образу, який ефективно працюватиме як на поліграфічній продукції, так і на пакуванні сувенірних виробів.

Основу кольорової палітри становить поєднання темно-синього (Azurite) та світло-жовтого (Summer melon) кольорів. Темно-синій колір є основним фірмовим акцентом та асоціюється з нічним небом, спокоєм, стабільністю й надійністю. Він

створює відчуття стриманої елегантності та підкреслює преміальний характер бренду. Крім того, цей колір перегукується з образом вечірнього сяйва та гірських пейзажів, які стали важливою складовою концепції готелю.

Світло-жовтий колір використовується як допоміжний. Він асоціюється з натуральними матеріалами та теплим світлом. Його застосування дозволяє пом'якшити контрастність композиції та створити атмосферу комфорту і природності. Поєднання темно-синього та світло-жовтого кольорів забезпечує візуальний баланс між преміальністю та затишком, що відповідає загальній концепції готелю «Сяйво».

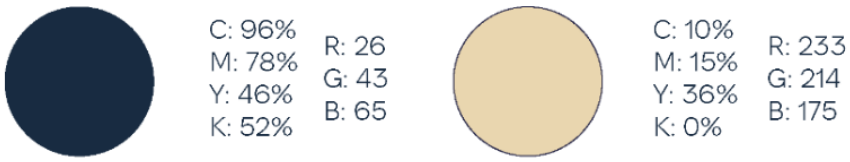


Рисунок 2.1.1. Кольори

Важливим елементом айдентики є типографічна система. Для оформлення логотипа та акцентних композиційних елементів було обрано шрифт Cormorant Unicase. Він характеризується витонченими пропорціями, контрастністю штрихів та елегантним характером. Форми літер мають класичні риси, проте водночас виглядають сучасно та легко сприймаються у цифровому та друкованому середовищі.

Для основних текстових блоків використовується шрифт Fixel Display. Його геометричні форми та висока читабельність забезпечують комфортне сприйняття інформації на різних носіях. Використання цього шрифту дозволяє створити контраст із декоративністю Cormorant Unicase та забезпечити гармонійне поєднання естетики й функціональності. Завдяки цьому типографічна система залишається виразною, але не перевантажує візуальне сприйняття.



Рисунок 2.1.2. Шрифти

Центральним елементом айдентики є фірмовий знак, побудований на основі стилізованого образу зірки. Знак поєднує символіку світла та сяйва з геометризованими мотивами, натхненними гуцульською орнаментикою. Симетрична структура знака створює відчуття гармонії, стабільності та завершеності, а його форма легко адаптується до різних форматів використання. Завдяки своїй конструкції знак може застосовуватися як самостійний елемент або використовуватися для створення декоративних патернів і графічних акцентів.

Під час розробки знака було використано модульну сітку, що дозволило досягти точності пропорцій та візуальної збалансованості всіх його елементів. Використання модульного принципу побудови забезпечує цілісність форми, спрощує масштабування знака та його адаптацію до різних носіїв без втрати якості та впізнаваності. Такий підхід відповідає сучасним принципам проєктування айдентики та сприяє збереженню єдності візуальної системи бренду.

Логотип готелю складається зі знака та шрифтового напису «Сяйво». Таке поєднання забезпечує впізнаваність бренду та дозволяє використовувати різні варіанти композиції залежно від формату носія. Для коректного використання логотипа також було визначено охоронне поле, яке забезпечує необхідний вільний простір навколо знака та запобігає його візуальному конфлікту з іншими графічними елементами. Дотримання охоронного поля сприяє збереженню читабельності, виразності та цілісності логотипа в усіх варіантах застосування.



Рисунок 2.1.3. Модульна сітка



Рисунок 2.1.4. Охоронне поле

2.2. Розробка пакування та етикеток для сувенірної продукції

Основною метою розробки стало створення єдиної системи оформлення сувенірної продукції, яка б відповідала концепції бренду та підтримувала його позиціонування. У процесі проєктування особлива увага приділялася гармонійному поєднанню естетичних і функціональних характеристик. Пакування повинно не лише забезпечувати збереження продукції та зручність її використання, а й створювати позитивне емоційне враження, яке асоціюватиметься з брендом.

Основою візуального оформлення стали елементи айдентики, розроблені на попередньому етапі. Для створення цілісної системи було використано фірмову кольорову палітру, типографію та логотип, що базуються на стилізованому образі зірки. Використання єдиних візуальних принципів дозволило об'єднати всі складові сувенірної продукції в одну систему та забезпечити впізнаваність бренду незалежно від формату носія.

Під час роботи над пакуванням враховувалися особливості позиціонування готелю «Сяйво» як місця для спокійного відпочинку та відновлення серед природи Карпат. Саме тому візуальні рішення спрямовані на передачу атмосфери затишку, гармонії та природності. Важливу роль у формуванні такого образу відіграє поєднання темно-синього та світло-жовтого кольорів, які створюють асоціації з вечірнім небом, теплим світлом, природними матеріалами та спокійною атмосферою відпочинку.

Особлива увага приділялася композиції графічних елементів. У процесі розробки було важливо уникнути перевантаження оформлення декоративними деталями та зберегти візуальну легкість. Тому основний акцент зроблено на логотипі, фірмовому знаку та типографіці, які виступають ключовими носіями ідентичності бренду. Такий підхід відповідає сучасним тенденціям дизайну пакування, для яких характерні лаконічність, функціональність та акцент на якості виконання.

Окрім зовнішнього оформлення, важливим аспектом проєктування стало забезпечення узгодженості між усіма складовими сувенірної продукції. Незважаючи на різне призначення окремих елементів, вони повинні сприйматися

як частини одного комплекту. Саме тому для всіх об'єктів були використані спільні графічні принципи, що дозволило сформувати єдину систему візуальної комунікації.

2.2.1. Пакування сувенірного набору

Під час проєктування основна увага приділялася створенню стриманого та елегантного образу, який би відповідав позиціонуванню готелю. Оскільки бренд асоціюється зі спокоєм, комфортом та атмосферою відпочинку серед природи Карпат, було важливо передати ці характеристики через форму, кольорову гаму та графічне оформлення пакування. Конструкція коробки була обрана з урахуванням зручності використання та можливості компактного розміщення сувенірної продукції всередині.

Основою пакування стала прямокутна коробка жорсткої конструкції, яка забезпечує надійний захист вмісту під час транспортування та зберігання. Така форма є універсальною та практичною, а також дозволяє раціонально організувати внутрішній простір. Конструктивне рішення спрямоване на забезпечення комфортного відкривання та закривання упаковки, що позитивно впливає на користувацький досвід та загальне сприйняття продукції.

Візуальне оформлення побудоване на принципах мінімалізму та композиційної рівноваги. Центральне місце на лицьовій стороні займає логотип готелю, який складається зі стилізованого знака та шрифтового напису «Сяйво». Саме логотип є основним елементом композиції та привертає увагу користувача. Його розташування по центру дозволяє створити візуальний акцент та забезпечує впізнаваність бренду.

Над логотипом розміщено фірмовий знак у вигляді стилізованої зірки, який є ключовим елементом айдентики. Використання знака на пакуванні дозволяє посилити асоціацію з назвою готелю та підкреслити концепцію світла і сяйва. Завдяки геометричній структурі знак виглядає лаконічно та водночас декоративно, що відповідає загальному характеру бренду.

Важливу роль у формуванні візуального образу відіграє кольорове рішення. Основним кольором пакування є темно-синій, який використовується як фон усієї композиції. Даний колір асоціюється з вечірнім небом, спокоєм, надійністю та преміальністю. Його використання допомагає створити атмосферу відпочинку та гармонії, що відповідає концепції готелю. Для графічних елементів, логотипа та декоративних деталей використано світлий теплий відтінок, який створює контраст із темним фоном та нагадує м'яке світло. Завдяки цьому оформлення набуває більш вишуканого та елегантного вигляду.

Додатковим композиційним елементом є декоративна рамка, розташована по периметру лицьової сторони коробки. Вона виконує не лише декоративну функцію, а й допомагає організувати композицію та візуально об'єднати всі елементи оформлення. За своїм характером рамка перегукується з класичними декоративними мотивами, що додає пакуванню відчуття преміальності та підкреслює його подарунковий характер. Водночас тонкі лінії рамки не перевантажують композицію та зберігають її легкість.

У нижній частині композиції розміщено слоган «Створено для вашого комфорту». Його використання підсилює емоційну складову бренду та допомагає передати основну ідею готелю. Слоган виступає додатковим комунікаційним елементом, який формує позитивне враження про продукцію та підкреслює турботу про гостей.

На внутрішньому боці кришки розміщено назву набору та короткий опис його призначення. Для збереження єдиного стилю використано ті самі графічні елементи, що й на зовнішній частині коробки: фірмовий знак, декоративну рамку та фірмову кольорову гаму. Це дозволило зробити оформлення цілісним та впізнаваним.

Усередині коробки передбачено спеціальний вкладиш для розміщення продукції. Його конструкція забезпечує фіксацію всіх елементів набору та запобігає їх зміщенню під час транспортування. Світлий колір внутрішньої частини створює контраст із темно-синім оформленням коробки та привертає увагу до вмісту після відкривання.

Для кожного виробу передбачено окреме місце, що робить використання набору більш зручним та впорядкованим. Таке рішення не лише виконує практичну функцію, а й покращує загальне враження від сувенірної продукції, підкреслюючи її якість та подарунковий характер.



Рисунок 2.2.1.1. Зовнішня частина пакування



Рисунок 2.2.1.2. Внутрішня частина пакування

Під час розробки пакування особлива увага приділялася балансу між декоративністю та функціональністю. Незважаючи на використання декоративної рамки та фірмового знака, композиція залишається стриманою та добре структурованою. Це дозволяє зосередити увагу користувача на основних елементах айдентики та забезпечує легкість візуального сприйняття.

Розроблене пакування є не лише засобом зберігання сувенірної продукції, а й важливим носієм фірмового стилю готелю «Сяйво». Завдяки використанню єдиної кольорової палітри, типографії та графічних елементів воно підтримує загальну систему візуальної комунікації бренду та сприяє формуванню його впізнаваного образу. Пакування створює відчуття цілісності, якості та уваги до деталей, що є важливими характеристиками сучасного готельного бренду.

2.2.2. Етикетки для складових сувенірного набору

У межах розробки сувенірного набору було створено серію етикеток для кожного виробу, що входить до його складу. До набору увійшли гель для душу, шампунь та аромаолія. Основним завданням під час проєктування було забезпечення візуальної єдності всіх елементів продукції та їх відповідності загальній айдентиці бренду.

Дизайн етикеток побудований на використанні тих самих графічних засобів, які були застосовані при оформленні сувенірного пакування. Це дозволило створити цілісну систему візуальної комунікації та забезпечити впізнаваність продукції. Центральним елементом кожної етикетки є логотип готелю «Сяйво», який складається зі знака у вигляді стилізованої зірки та шрифтового напису. Розміщення логотипа у верхній частині композиції дозволяє відразу ідентифікувати належність продукції до бренду.

Для оформлення етикеток було обрано світлий кремовий відтінок, який гармонійно поєднується з темним кольором флаконів. Таке рішення створює достатній контраст між упаковкою та інформаційним наповненням, що позитивно впливає на читабельність тексту. Крім того, поєднання темних і світлих відтінків підтримує загальну концепцію оформлення сувенірного набору та сприяє формуванню преміального образу продукції.

Композиція етикеток є простою та врівноваженою. Після логотипа розміщується назва продукту, яка виконує інформаційну функцію та допомагає швидко розрізняти вироби між собою. Для кожного засобу також передбачено короткий опис його призначення. Наприклад, для гелю для душу використано текст «М’яке очищення та свіжість», для шампуню - «Дбайливе очищення та догляд», а для аромаолії - «Натхнення природою». Такі короткі характеристики дозволяють передати основну ідею продукту без перевантаження композиції зайвою інформацією.

У нижній частині етикеток розміщено інформацію про об’єм продукції. Її розташування відповідає загальній структурі композиції та забезпечує логічне сприйняття інформації. Завдяки чіткому поділу на окремі інформаційні блоки етикетки залишаються зрозумілими та зручними для користувача.

Особлива увага приділялася типографіці. Для оформлення було використано шрифти, що відповідають характеру бренду та підтримують його візуальну стилістику. Текст легко читається, а всі елементи композиції виглядають узгоджено між собою.



Рисунок 2.2.2.1. Етикетки

Важливим аспектом проєктування стала адаптація дизайну до різних форм пакування. Незважаючи на відмінності між флаконами для шампуню, гелю для душу та аромаолії, етикетки зберігають єдину структуру та стилістику. Завдяки цьому всі вироби сприймаються як частина одного набору, що підсилює цілісність бренду та покращує загальне враження від сувенірної продукції.

2.2.3. Пакування для мила

Для пакування було обрано класичну прямокутну конструкцію коробки, яка відповідає формі виробу та забезпечує його захист під час зберігання і транспортування. Така конструкція є зручною у використанні та дозволяє раціонально використовувати матеріал під час виготовлення. Крім практичної функції, коробка виконує роль носія візуальної інформації про бренд і продукт.

Як і в дизайні сувенірного набору, основним кольором обрано темно-синій відтінок. Його використання сприяє формуванню асоціацій зі спокоєм, відпочинком та атмосферою вечірнього карпатського неба. Крім того, цей колір допомагає створити відчуття якості та преміальності, що відповідає позиціонуванню бренду.

Для текстових та графічних елементів використано світлий теплий відтінок, який створює контраст із темним фоном та забезпечує хорошу читабельність інформації. Завдяки такому поєднанню кольорів композиція виглядає стриманою та водночас виразною. Обрана кольорова палітра підтримує загальну стилістику сувенірної продукції та сприяє формуванню єдиного візуального образу.

Центральним елементом лицьової сторони пакування є логотип готелю, що складається зі стилізованого графічного знака та назви готелю. Його розташування у верхній частині композиції дозволяє одразу ідентифікувати бренд та привертає увагу користувача. Під логотипом розміщено назву продукту - «Натуральне мило», яка є основним інформаційним елементом упаковки. Додатково передбачено короткий опис властивостей виробу - «М’яке очищення та щоденний догляд», що дозволяє користувачу швидко ознайомитися з призначенням продукту.

У нижній частині лицьової сторони вказано масу виробу. Таке розташування відповідає загальним принципам побудови композиції та забезпечує логічну послідовність сприйняття інформації. Всі текстові елементи мають достатній візуальний контраст і легко читаються завдяки продуманому співвідношенню розмірів та відстаней між ними.

Важливу роль у формуванні зовнішнього вигляду пакування відіграє декоративна рамка, розташована по периметру основних площин коробки. Вона використовується як один із ключових елементів фірмового стилю та повторює мотиви, застосовані в оформленні сувенірного набору. Рамка допомагає структурувати композицію, підкреслює її межі та надає упаковці більш завершеного вигляду. Завдяки тонким лініям вона не перевантажує дизайн і водночас створює відчуття охайності та вишуканості.



Рисунок 2.2.3.1. Пакування мила

Особливістю розробленого пакування є використання єдиного стилістичного підходу на всіх його сторонах. Графічні елементи продовжуються на бічних поверхнях коробки, що дозволяє зберегти цілісність композиції незалежно

від ракурсу сприйняття. Таке рішення позитивно впливає на впізнаваність продукції та робить пакування більш завершеним з візуальної точки зору.

Під час розробки особлива увага приділялася балансу між декоративністю та функціональністю. Пакування містить лише необхідну інформацію, що забезпечує його лаконічність і легкість сприйняття. Водночас використання фірмового знака, кольорової гами та декоративних елементів дозволяє сформувати емоційний зв’язок із брендом та підкреслити його характер.

2.3. Розробка супровідних елементів оформлення сувенірної продукції

Було розроблено комплекс супровідних елементів оформлення сувенірної продукції. До нього увійшли подарунковий пакет, подарунковий сертифікат та брендований конверт. Дані носії не лише виконують практичну функцію, але й підтримують єдину стилістичну концепцію проєкту, підсилюють впізнаваність бренду та формують позитивне враження від взаємодії з продукцією готелю.

При розробці супровідних елементів основна увага приділялася збереженню єдності айдентики, використанню фірмових кольорів, графічних мотивів та декоративних елементів, які вже застосовувалися в оформленні сувенірного набору, етикеток і пакування для мила. Такий підхід дозволяє сформувати завершену систему візуальної ідентифікації, де всі складові взаємопов’язані між собою та сприймаються як частина одного бренду.

Подарунковий пакет є важливим елементом презентації сувенірної продукції, оскільки саме він створює перше враження про подарунок та забезпечує зручність його транспортування. Під час проєктування пакета було поставлено завдання створити виріб, який би поєднував естетичну привабливість, функціональність та відповідність загальній концепції бренду готелю «Сяйво».

Основою композиційного рішення став фірмовий темно-синій колір, який асоціюється зі спокоєм, комфортом та нічним небом. Використання цього кольору також підкреслює назву готелю та створює асоціацію із сяйвом зірок. Центральне місце на лицьовій стороні пакета займає фірмовий знак у вигляді стилізованої зірки, який виступає основним елементом візуальної ідентифікації бренду. Під

логотипом розміщено назву готелю, виконану елегантним шрифтом, що підкреслює статусність та вишуканість бренду.

Для створення більш завершеної композиції по периметру пакета використано декоративну рамку. Вона виконує не лише декоративну функцію, але й допомагає структурувати візуальний простір, створюючи відчуття акуратності та впорядкованості. Тонкі світлі лінії рамки гармонійно поєднуються з кольоровим рішенням пакета та не перевантажують композицію.



Рисунок 2.3.1. Подарунковий пакет

Особливу увагу було приділено вибору ручок пакета. Для них використано світлий контрастний колір, який поєднується з кольором логотипа та декоративних елементів. Завдяки цьому створюється візуальний баланс між основним фоном та деталями оформлення. Крім того, такі ручки роблять виріб більш зручним у використанні та підвищують його естетичну привабливість.

Пакет призначений для розміщення сувенірного набору та може використовуватися під час вручення подарунків гостям готелю, проведення рекламних заходів, презентацій або спеціальних акцій. Його дизайн сприяє підвищенню впізнаваності бренду навіть поза межами готелю, оскільки пакет продовжує виконувати рекламну функцію після передачі його клієнту.

Таким чином, подарунковий пакет є не лише засобом пакування сувенірної продукції, але й важливим інструментом формування іміджу готелю, який підкреслює його індивідуальність та підтримує цілісність візуальної системи бренду.

Одним із супровідних елементів оформлення сувенірної продукції став подарунковий сертифікат. Його створення обумовлене необхідністю розширення спектра сувенірної продукції та надання клієнтам можливості придбати послуги або товари готелю у форматі подарунка.

Під час розробки дизайну сертифіката було враховано загальний стиль бренду та принципи оформлення інших елементів проєкту. Основою композиції став світлий фон, який забезпечує гарну читабельність текстової інформації та створює відчуття легкості. Для оформлення використано фірмовий логотип та декоративну рамку, що повторює стилістику подарункового пакета та інших носіїв айдентики.

У верхній частині сертифіката розміщено його назву, що дозволяє швидко визначити призначення документа. Центральна частина містить місце для внесення основної інформації: імені отримувача, суми сертифіката або переліку послуг. Також передбачено поля для зазначення дати видачі та терміну дії. Така структура забезпечує зручність використання сертифіката та відповідає принципам інформаційної організації.



Рисунок 2.3.2. Подарунковий сертифікат

Шрифтове рішення сертифіката базується на використанні стриманих і добре читабельних гарнітур. Поєднання декоративних та функціональних шрифтів дозволяє підтримати візуальну привабливість виробу та забезпечити комфортне сприйняття інформації. Всі текстові елементи гармонійно інтегровані в композицію та не перевантажують макет.

Застосування подарункового сертифіката дозволяє підвищити цінність бренду в очах споживачів та розширити можливості взаємодії з клієнтами. Він може використовуватися як подарунок на свята, корпоративні заходи, спеціальні

пропозиції або рекламні кампанії. Завдяки продуманому дизайну сертифікат виконує не лише функціональну, але й презентаційну роль.

Для оформлення та вручення подарункового сертифіката було створено спеціальний брендований конверт. Його основне призначення полягає у захисті поліграфічної продукції, підвищенні рівня презентабельності подарунка та підтримці єдиного візуального стилю.

Конверт виконано у фірмовому темно-синьому кольорі, який використовується в більшості носіїв айдентики готелю. На лицьовій стороні розміщено логотип та назву готелю, що забезпечує миттєву впізнаваність бренду. Оформлення зовнішньої частини дозволяє зосередити увагу на фірмовій символіці та створює відчуття елегантності.

Особливістю дизайну конверта є декоративне оформлення внутрішньої частини клапана. Для неї було розроблено патерн на основі фірмового знака у вигляді стилізованої зірки. Повторення елемента створює цікаве візуальне рішення та додає виробу індивідуальності. Крім декоративної функції, патерн підсилює асоціативний зв’язок із брендом та сприяє формуванню впізнаваного корпоративного стилю.



Рисунок 2.3.3. Конверт

При відкриванні конверта користувач бачить фірмовий орнамент, що створює додатковий емоційний ефект та підвищує цінність подарунка. Такий підхід дозволяє зробити процес отримання сертифіката більш приємним та запам’ятовуваним.

Композиція конверта побудована за принципами візуальної рівноваги та лаконічності. Використання обмеженої кольорової гами дозволяє уникнути перевантаження дизайну та підтримати преміальний характер продукції. Завдяки цьому конверт гармонійно поєднується з іншими елементами сувенірного набору.

Брендований конверт може використовуватися не лише для сертифікатів, але й для вручення листівок, запрошень, інформаційних матеріалів або спеціальних пропозицій готелю. Це робить його універсальним елементом корпоративної поліграфії та підвищує практичну цінність розробки.

ВИСНОВКИ

У результаті виконання дипломного проєкту на тему «Розробка графічно-ілюстративного оформлення пакування сувенірної продукції готелю «Сяйво» було проведено теоретичне дослідження особливостей дизайну пакування у сфері гостинності та розроблено комплексне візуальне рішення для сувенірної продукції готелю.

У процесі роботи було встановлено, що пакування в сучасному дизайні виконує значно ширші функції, ніж лише захист та зберігання продукції. Воно є важливим інструментом візуальної комунікації бренду, який формує перше враження про продукт, підкреслює його цінність, створює емоційний зв'язок зі споживачем та сприяє впізнаваності бренду. Особливо важливу роль пакування відіграє у сфері гостинності, де кожен елемент взаємодії з гостем впливає на загальне сприйняття закладу та рівень лояльності клієнтів.

У теоретичній частині проєкту було досліджено роль пакування в системі візуальних комунікацій бренду, визначено особливості оформлення сувенірної продукції готельної сфери та проаналізовано сучасні тенденції у дизайні пакування. Аналіз аналогів показав, що актуальними напрямами розвитку є мінімалізм, функціональність, екологічність, використання стриманої кольорової гами, авторської графіки та створення цілісних систем візуальної ідентифікації. Також було встановлено, що сучасне пакування повинно не лише містити необхідну інформацію про продукт, а й створювати певний емоційний досвід для користувача.

На основі проведеного дослідження було розроблено графічно-ілюстративне оформлення сувенірної продукції готелю «Сяйво». Концепція проєкту базується на образах світла, затишку та гармонії, які відображають атмосферу відпочинку серед природи Карпат. Важливим джерелом натхнення стали гуцульські мотиви, які були переосмислені та адаптовані до сучасної візуальної мови. Такий підхід дозволив поєднати регіональну автентичність із сучасними принципами графічного дизайну.

У ході виконання практичної частини було оновлено візуальну систему бренду готелю та сформовано основу для подальшого проєктування пакування. Було визначено кольорову палітру, що складається з темно-синього та світло-жовтого кольорів, підібрано шрифтову пару, а також розроблено фірмовий знак у вигляді стилізованої зірки. Усі елементи айдентики були адаптовані до використання на різних носіях та стали основою для створення єдиної системи оформлення сувенірної продукції.

У межах проєкту було створено пакування сувенірного набору, яке поєднує функціональність, естетичність та відповідність концепції бренду. Конструкція упаковки забезпечує зручне розміщення продукції, її захист та комфортне використання. Візуальне оформлення базується на принципах мінімалізму, композиційної рівноваги та використанні ключових елементів айдентики, що дозволило сформувати цілісний та впізнаваний образ.

Також було розроблено серію етикеток для складових сувенірного набору, до якого входять шампунь, гель для душу та аромаолія. Етикетки виконані в єдиній стилістиці та підтримують загальну концепцію бренду. Завдяки використанню спільних графічних елементів, кольорової гами та типографіки всі продукти сприймаються як частина одного комплекту, що позитивно впливає на цілісність візуального образу.

Окремим елементом проєкту стало пакування для натурального мила. Під час його розробки було враховано необхідність поєднання практичних та естетичних характеристик. Використання фірмових кольорів, декоративної рамки та логотипа дозволило створити впізнаваний дизайн, який гармонійно поєднується з іншими елементами сувенірної продукції та підтримує загальну систему візуальної комунікації бренду.

Для доповнення сувенірної продукції було створено комплекс супровідних елементів, до якого увійшли подарунковий пакет, подарунковий сертифікат та брендований конверт. Їх розробка дозволила сформувати завершену систему оформлення, у якій усі носії виконані в єдиному стилі та підтримують концепцію бренду. Наявність таких елементів підвищує презентабельність сувенірної

продукції, розширює можливості її використання та сприяє формуванню позитивного враження про готель.

У результаті роботи вдалося створити комплексне графічно-ілюстративне оформлення пакування сувенірної продукції, яке відповідає сучасним тенденціям дизайну та особливостям готельної сфери. Усі розроблені об'єкти об'єднані спільною стилістикою, що забезпечує цілісність візуальної системи та підсилює впізнаваність бренду. Використання єдиних композиційних принципів, кольорової палітри, типографіки та графічних елементів дозволило сформувати гармонійний образ продукції, який відображає характер і цінності готелю «Сяйво».

Таким чином, поставлена мета дипломного проєкту була повністю досягнута. Усі визначені завдання виконані в повному обсязі: проведено дослідження особливостей дизайну пакування сувенірної продукції, проаналізовано сучасні аналоги та тенденції, вивчено роль айдентики у формуванні візуального образу бренду, розроблено пакування сувенірного набору, етикетки для його складових, пакування для мила, а також супровідні елементи оформлення сувенірної продукції.

Практична цінність проєкту полягає в можливості використання розроблених дизайнерських рішень у діяльності готелю «Сяйво». Створена система пакування та супровідних матеріалів може бути впроваджена як складова бренд-комунікації, сприяти підвищенню впізнаваності закладу, формуванню позитивного іміджу та покращенню взаємодії з гостями. Реалізація подібних рішень дозволяє не лише підвищити естетичну цінність сувенірної продукції, а й зробити її ефективним інструментом просування бренду та підтримання емоційного зв'язку між готелем і його відвідувачами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Чайка І. М., Дністрянська Н. І. Фірмовий стиль та побудова іміджу підприємств готельної індустрії міста Львова. Економіка та суспільство. 2023. https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2514
2. Казакова Н. В. Айдентика як інструмент рекламної комунікації в інтернет-середовищі. Електронний репозитарій ХНЕУ. 2021. https://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/25753/1/Казакова_Н._стаття.pdf
3. Костинець В. В., Баландюк А. І., Падій Л. Л. Дизайн візуальної комунікації в готельно-ресторанному бізнесі. Актуальні проблеми економіки. 2021. https://eco-science.net/wp-content/uploads/2022/02/2.21._topic_Kostynets-V.V.-Balandiuk-A.%D0%86.-Padiy-L.L.-24-33.pdf
4. П’ятницька Н. О., Коваленко А. М. Теоретичні та практичні аспекти конкуренції у ресторанному бізнесі // Ресторанне господарство та туристична індустрія у ринкових умовах. К.:КНТЕУ, 2014. С. 100-109;
5. Бліщук К. М., Козак І. І. Брендинг у сфері готельного бізнесу. 2021. https://epa.nltu.edu.ua/Archive/68/68_22_32.pdf
6. Булгакова О.В. Бренд-імідж підприємства на споживчому ринку. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2017. Випуск 13, частина 1. http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/13_1_2017ua/9.pdf
7. Жиленко К. Н., Гринь Н. Брендинг закладів гостинності. https://www.confcontact.com/2025-ekonomika-i-menedzhment/11_zhylenko_gryn.pdf
8. Леонард Н., Емброуз Г. Основи. Графічний дизайн 02: Дизайнерське дослідження/ Ніл Леонард, Гевін Емброуз: пер. з англ. Мельник М., Пугач В., Київ: ArtHuss, 2019, 192 с. (Серія Креативна кар’єра);
9. В. Бартко, А. Волкова, М. Домбровська та ін. Айдентика – посібник з комунікацій для органів державної влади. Київ, 2020. 55 с.;

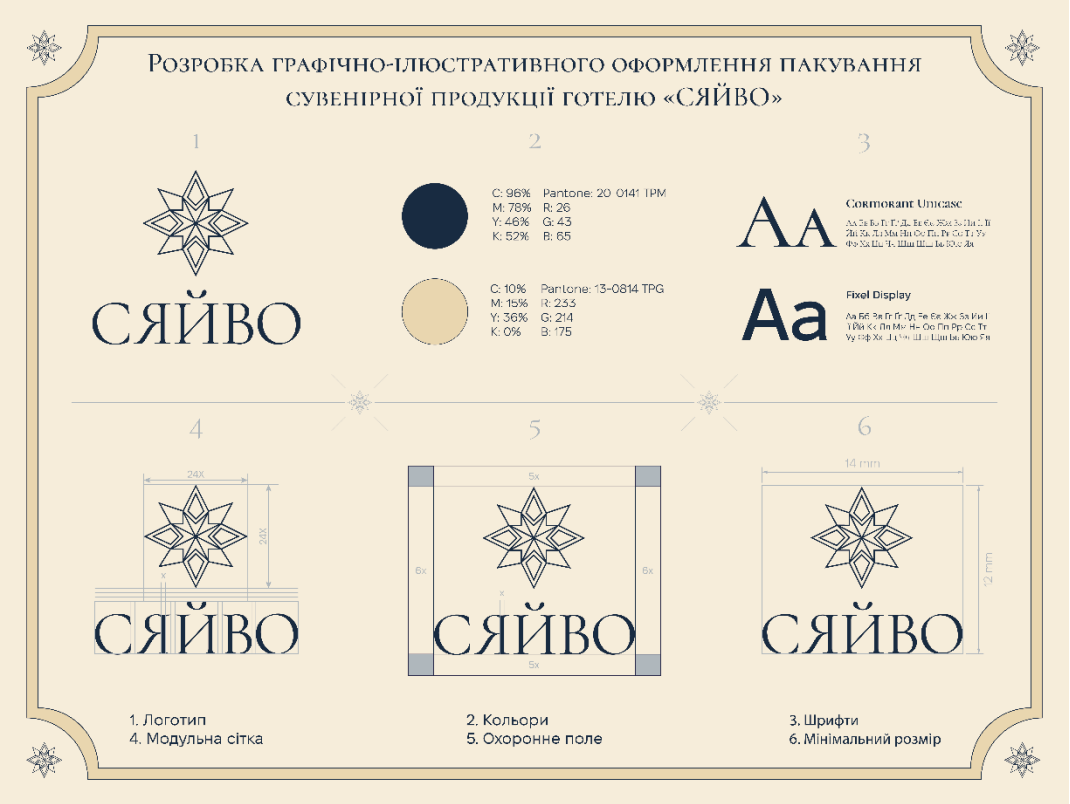
10. Бондаренко Б. К., Кравець В. Й. Корпоративний стиль готельних мереж у дизайні інтер'єрів: порівняльний аспект. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. 2016. № 6. http://www.visnik.org.ua/pdf/v2016-06-02-bondarenko-kravetc.pdf

Інтернет джерела:

1. Mockups-Design. Мокапи та ресурси для дизайну. https://mockups-design.com
2. Pantone. Онлайн-платформа та міжнародна система стандартизації кольору. https://www.pantone.com/
3. Mindsparkle Mag. Онлайн-журнал про графічний дизайн, брендинг, вебдизайн та креативні індустрії. https://mindsparklemag.com/
4. Google Fonts. Онлайн-бібліотека шрифтів. https://fonts.google.com
5. Fonts In Use. База прикладів реального використання шрифтів у брендингу, друкованих та цифрових проєктах. https://fontsinuse.com
6. Behance. Платформа для публікації та аналізу дизайнерських проєктів у сфері брендингу та айдентики. https://www.behance.net/
7. Pinterest. Платформа для збору візуального натхнення з дизайну. https://www.pinterest.com
8. Hutsul Ornament. Гуцульські орнаменти та традиційна символіка. https://hutsulornament.art/
9. OpenAI. (26 травня 2026 р.). З метою покращення та перевірки граматики тексту використовувалися засоби на основі генеративного штучного інтелекту ChatGPT (GPT-5.5).

ДОДАТКИ

1. Планшет №1



2. Планшет №2

