

III ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
З МІЖНАРОДНОЮ УЧАСТЮ

«ІННОВАТИКА В ОСВІТІ, ДИЗАЙНІ ТА МИСТЕЦТВІ»



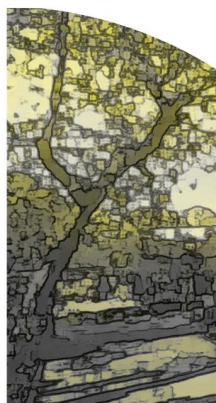
ПІВДЕННОУКРАЇНСЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ
ПЕДАГОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ К. Д. УШІНСЬКОГО

Державний заклад «Південноукраїнський
національний педагогічний університет
імені К. Д. Ушинського»



ХУДОЖНЬО-
ГРАФІЧНИЙ
ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ ТА ДИЗАЙНУ



23-24 КВІТНЯ 2026 Р.
м. Одеса, Україна

Міністерство освіти і науки України

**Державний заклад «Південноукраїнський національний
педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»
художньо-графічний факультет
кафедра професійної освіти та дизайну**

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

**III ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
З МІЖНАРОДНОЮ УЧАСТЮ**

**«ІННОВАТИКА В ОСВІТІ, ДИЗАЙНІ
ТА МИСТЕЦТВІ»**

23-24 квітня 2026 р.

Одеса, 2026

УДК: 378:[37+7]:001.895

I-66

DOI: 10.5281/zenodo.21358452

Рекомендовано до друку Вченою радою Державного закладу
«Південноукраїнський національний педагогічний університет
імені К. Д. Ушинського» (*протокол № 15 від 25.06.2026 р.*)

Рецензенти:

Бредньова Віра Петрівна, кандидат технічних наук, професор кафедри
нарисної геометрії та інженерної графіки Одеської державної академії
будівництва та архітектури;

Бартенєва Ірина Олександрівна, кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри педагогіки Державного закладу «Південноукраїнський
національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»

I-66 Інноватика в освіті, дизайні та мистецтві : матеріали III Всеукраїнської
науково-практичної конференції з міжнародною участю, м. Одеса,
23-24 квітня 2026 року. Одеса: Університет Ушинського, 2026. 301 с.

До збірника увійшли матеріали III Всеукраїнської науково-практичної
конференції «Інноватика в освіті, дизайні та мистецтві», яка відбулася у
Державному закладі «Південноукраїнський національний педагогічний
університет імені К. Д. Ушинського» 23–24 квітня 2026 року. Матеріали
конференції відображають науково-дослідницькі та методично орієнтовані
підходи, а також сучасні тенденції використання інновацій і висвітлюють
актуальні проблеми освіти, дизайну та мистецтва в контексті сьогодення.

Збірник призначений для науковців (докторантів, аспірантів),
здобувачів вищої освіти вітчизняних і зарубіжних закладів, педагогічних
працівників різних типів освітніх установ, а також художників, дизайнерів і
представників творчих індустрій.

Відповідальність за дотримання принципів академічної доброчесності в
текстах доповідей несуть їх автори.

© Державний заклад «Південноукраїнський
національний педагогічний університет
імені К.Д. Ушинського», 2026

© Колектив авторів, 2026

«ІННОВАТИКА В ОСВІТІ, ДИЗАЙНІ ТА МИСТЕЦТВІ»

23-24 квітня 2026 р.

ОРГКОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ

Голова:

Штайнер Тетяна Віталіївна – викладачка кафедри професійної освіти та дизайну Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського».

Заступник голови:

Лісогор Алла Вікторівна – викладачка кафедри професійної освіти та дизайну Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»

Відповідальний секретар конференції:

Шедіна Світлана Віталіївна – викладачка-стажистка кафедри професійної освіти та дизайну Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського».

Члени оргкомітету:

Твердохлібова Яніна Миколаївна – виконувачка обов'язків деканки художньо-графічного факультету Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»;

Усов Валентин Валентинович – завідувач кафедри професійної освіти та дизайну Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», доктор фізико-математичних наук, професор;

Колесова Олена Анатоліївна – кандидатка філософських наук, старша викладачка кафедри професійної освіти та дизайну Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»;

Кібіч Денис Олександрович – доктор філософії, викладач кафедри професійної освіти та дизайну Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»;

Страутман Лінда Леонідівна – асистентка кафедри професійної освіти та дизайну Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського».

<i>Gurina K., Lisohor A.</i> PROJECT-BASED LEARNING IN DESIGN EDUCATION: FASHION DESIGN AS A PROJECT PROCESS	137
<i>Dotsenko I., Lisohor A.</i> MATERIAL AS A CONCEPT IN FASHION DESIGN: EXPERIMENTAL APPROACHES TO FORM-MAKING AND DESIGN	143
<i>Касьяненко О. С., Штайнер Т. В.</i> ВІЗУАЛЬНА АЙДЕНТИКА БРЕНДУ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ФІРМОВОГО СТИЛЮ	148
<i>Кібіч Д. О.</i> МЕТОДИКА ВИКЛАДАННЯ ВІТРАЖНОЇ КОМПОЗИЦІЇ ДЛЯ ВДОСКОНАЛЕННЯ РОБОТИ З КОЛЬОРОМ У ДИЗАЙН- ПРОЄКТУВАННІ	152
<i>Kolpak O., Strautman L.</i> INNOVATIVE TECHNOLOGIES AND THE TECTONICS OF COSTUME AS A FOUNDATION FOR CONTEMPORARY FASHION AND ACCESSORY DESIGN	155
<i>Мига Д. С., Колесова О. А.</i> ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНСЬКИХ МІСТ В УМОВАХ ВОЄННИХ ТА ПОВОЄННИХ ВИКЛИКІВ	158
<i>Нікітюк А. Д., Шедіна С. В.</i> ЗАСТОСУВАННЯ БІОМІМЕТИЧНИХ ПРИНЦИПІВ БУДОВИ КРИЛА МЕТЕЛИКА У ФОРМУВАННІ ТЕКТОНІКИ СУЧАСНОГО ОДЯГУ	162
<i>Полякова М., Кравченко Д.</i> ВПЛИВ КОЛІРНОЇ ГАМИ НА ФОРМУВАННЯ ВІЗУАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ КОНДИТЕРСЬКОГО ЗАКЛАДУ	167
<i>Прокопенко Є. Є., Красюк І. О.</i> НЕЙРОМЕРЕЖІ В СИСТЕМІ МИСТЕЦЬКОЇ ТА ДИЗАЙН-ОСВІТИ: ВІД ЕТИЧНИХ ДИЛЕМ ДО ІНСТРУМЕНТУ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОСТІ ЗДОБУВАЧІВ	173
<i>Strautman L.</i> CONCEPT ART IN FASHION DESIGN: FROM COMPOSITION TO THE DEVELOPMENT OF VISUAL IMAGERY	178
<i>Шедіна С. В.</i> КОМП'ЮТЕРНЕ МОДЕЛЮВАННЯ У ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ ДИЗАЙНЕРІВ ОДЯГУ ЯК ЗАСІБ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО МИСЛЕННЯ	181
<i>Shtainer T.</i> VISUAL CODE OF THE POP INDUSTRY: STRATEGIES FOR FORMING MULTIPLATFORM IDENTITY	188

ВПЛИВ КОЛІРНОЇ ГАМИ НА ФОРМУВАННЯ ВІЗУАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ КОНДИТЕРСЬКОГО ЗАКЛАДУ

ПОЛЯКОВА Марина

*доктор філософії з культурології, науковий співробітник
Інституту проблем сучасного мистецтва
Національної академії мистецтв України (Київ);
старший викладач кафедри графічного дизайну
Київського національного університету технологій та дизайну,
м. Київ, Україна*

КРАВЧЕНКО Дар'я

*здобувач вищої освіти за спеціальністю 022 «Дизайн»,
кафедра графічного дизайну факультету дизайну
Київського національного університету
технологій та дизайну, м. Київ, Україна*

Ключові слова: *фірмовий стиль, логотип, колірна гама, брендинг, кондитерське кафе, дизайн.*

У сучасних умовах розвитку сфери громадського харчування зростає значення візуальної ідентифікації брендів. Заклади прагнуть виділитися серед конкурентів не лише якістю продукції, але й привабливим та впізнаваним образом. Одним із ключових елементів такого образу є логотип, який виступає основою фірмового стилю та виконує функцію візуального представлення бренду. Для кондитерського кафе логотип має особливе значення, оскільки повинен передавати головні ідеї закладу: солодкий смак, безтурботність, комфорт, тепло, приємні емоції, святкова атмосфера. Важливу роль у цьому виконує колірна гама, адже саме колір є одним із перших елементів, що привертає увагу людини та формує її емоційне сприйняття. Маркетологи наголошують, що «стосунки між брендом та кольором залежать від того, наскільки доречним за сприйняттям видається колір для відповідного бренду» і що «понад 90 % швидких суджень стосовно продукту може бути зроблено виключно на основі кольорової гами» [2, с. 77] Саме тому під час розроблення логотипа та загалом фірмового стилю для

кондитерського кафе особливу увагу приділяють психології кольору та його впливу на поведінку споживачів.

Для айдентики кондитерських кафе, кав'ярень та пекарень характерним є використання теплих і м'яких кольорів. Одним із найпоширеніших кольорів у брендингу таких закладів є рожевий. Американський фізіолог Олександр Шаусс ще у 1970-ті довів, що відтінок рожевого з назвою «Baker-Miller Pink», заспокоює, стишує агресію [4]. Міжнародна команда психологів у результаті дослідження з'ясувала, що люди різних культур найчастіше асоціюють рожевий колір з любов'ю, радістю, задоволенням [3]. Можна додати сюди ніжність, легкість, свято, дитячість, жіночість, а у зв'язку з кондитерською темою — десерт, крем, тістечко, зефір. Ще одним популярним кольором є коричневий, який асоціюється з шоколадом, корицею, кавою, апетитною скоринкою, створює відчуття тепла та «натуральності», що особливо важливо для закладів, які позиціонують себе як місце з домашньою або авторською випічкою. Коричневий колір (який уходить в чорний, бордовий) часто поєднують із рожевими, кремовими або бежевими відтінками, що дозволяє створити гармонійний та елегантний дизайн. До прикладу, рожевий, коричневий та інші наближені відтінки використано у логотипі пекарні-кондитерської «Коровай» (Іл. 1, 2), виробника десертів для кав'ярень «Kyiv Cakes» (Іл. 3), кафе-кондитерської «La Fabrique» (Іл. 4), кав'ярні-кондитерської «no bar» (Іл. 5), кафе-кондитерської «Tortolini Bakery» (Іл. 6).



Іл. 1. «Коровай»



Іл. 2. «Коровай»



Іл. 3. «Kyiv Cakes»



Іл. 4. «La Fabrique»

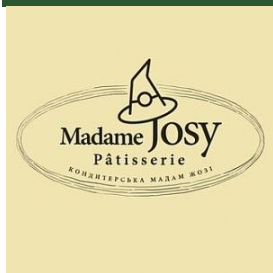


Іл. 5. «no bar»

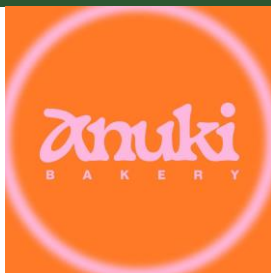


Іл. 6. «Tortolini Bakery»

Жовтий і золотистий кольори також активно використовуються у логотипах кондитерських кафе. Ці кольори викликають позитивні емоції; надають логотипу вишуканість, навіть преміальність. Уже згадане міжнародне дослідження засвідчило, що найчастіше жовтий колір асоціюють з радістю, а помаранчевий — з радістю та веселощами [3]. У поєднанні з іншими теплими кольорами (тим же помаранчевим, кремовим, вохрами), а також коричневим, золотистий викликає асоціації з карамеллю, медом, свіжою випічкою та святковою атмосферою, що підсилює емоційне сприйняття бренду. Прикладами закладів з такою колірною гаммою логотипів є кафе-кондитерська «Мадам Жозі» (Іл. 7), пекарня-кондитерська «Anuki Bakery» (Іл. 8), кафе-кондитерська «Цукерня» (Іл. 9).



Іл. 7. «Мадам Жозі»



Іл. 8. «Anuki Bakery»



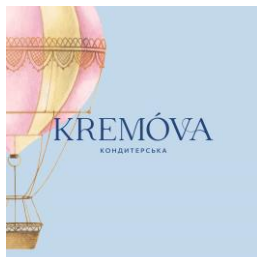
Іл. 9. «Цукерня»

Інтуїтивно зрозуміла символіка кольорів провокують у реципієнта «естетичне задоволення», що «виникає внаслідок легкості, з якою когнітивна система обробляє візуальний стимул». У результаті з'являється «позитивна афективна відповідь, що інтерпретується як краса або візуальна привабливість» [1, с. 194].

Поєднання кольорів є важливим аспектом створення логотипа. Дизайнери часто використовують контрастні або комплементарні кольорові поєднання, щоби зробити логотип виразнішим. Наприклад, поєднання коричневого з вохристим або рожевого з білим із додаванням для контрасту дрібки холодних відтінків (лавандових, пурпурових, зелених) створює привабливий візуальний образ, який теж добре відповідає тематиці кондитерського закладу. Такі приклади можна бачити у логотипах кафе-кондитерської «SweetGinger» (Іл. 10), кондитерського магазину «Kremova» (Іл. 11), кафе-кондитерської «Lavanda Bakery» (Іл. 12), кондитерської-майстерні «Komarist» (Іл. 13), кафе-кондитерської «Пані Кейк» (Іл. 14), кафе-кондитерської «Kohana» (Іл. 15).



Іл. 10. «SweetGinger»



Іл. 11. «Kremova»



Іл. 12. «Lavanda Bakery»



Лл. 13. «Komarist»



Лл. 14. «Пані Кейк»



Лл. 15. «Kohana»

Крім того, під час розроблення логотипа необхідно враховувати його універсальність. Логотип повинен однаково добре виглядати на різних носіях: вивісках, упаковці, меню, рекламних матеріалах та цифрових платформах. Саме тому кольорова гама має бути достатньо простою та легко відтворюваною. До того ж «легкість візуального сприйняття часто корелює із покращеним запам'ятовуванням, <...> ефективнішою комунікацією повідомлення» [1, с. 195].

Важливим є також урахування цільової аудиторії закладу. Наприклад, для сімейних кондитерських кафе часто використовують яскраві й теплі кольори, які створюють дружню атмосферу. У випадку «дорослих», більш елегантних або авторських кондитерських можуть застосовуватися стриманіші відтінки, включаючи сірий, антрацитовий, свинцевий, що підкреслюють стиль і вишуканість бренду.

Таким чином, колірна гама відіграє ключову роль у створенні логотипа для кондитерського кафе, інших елементів айдентики бренда та в цілому дизайну інтер'єру. Вона формує перше враження про заклад, впливає на його позитивне емоційне сприйняття та допомагає стати впізнаваним серед споживачів. Найбільш популярними для такого типу закладів, судячи з огляду українських брендів, є теплі, м'які кольори, від золотого і рожевого до темно-коричневого, які асоціюються із солодощами, святом, відпочинком, приємними емоціями. Водночас, у цій сфері не виключені експерименти з колірними гаммами, в результаті яких, при використанні гармонійних колірних поєднань, створюється привабливий та цілісний візуальний образ, що відповідає концепції кондитерського кафе.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Борисов В., Борисова С. Психо-візуальні механізми керування сприйняттям засобами графічного дизайну в умовах інформаційного перевантаження. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2025. Том 8. № 2. С. 188–206.
DOI: <https://doi.org/10.31866/2617-7951.8.2.2025.347373>
2. Бучинська О. Психологія кольору як метод якісного маркетингу. *Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова*. 2015. Т. 20. Вип. 1/1. С. 76–80.
3. Люди з усього світу пов'язали кольори зі схожими емоціями. *Nauka.ua*. 15.09.2020. URL : <https://nauka.ua/news/lyudi-z-usogo-svitu-povyazali-kolori-zi-shozhimi-emociyami> (дата звернення: 01.04.2026).
4. Schauss A. G. The physiological effect of color on the suppression of human aggression: Research on Baker-Miller pink. *International Journal of Biosocial Research*. 1985. № 7(2). P. 55–64.
URL : https://www.researchgate.net/publication/236843504_The_Physiological_Effect_of_Color_on_the_Suppression_of_Human_Aggression_Research_on_Baker-Miller_Pink (дата звернення: 01.04.2026).