КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ
Архітектурний факультет
дизайну

(назва випускової кафедри)

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ ВИПУСКНОЇ РОБОТИ
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ
БАКАЛАВРА ДИЗАЙНУ

на тему:

«Дизайн інтер’єру та обладення торговельної зали магазину одягу»

Гриб Катерина Віталіївна

(прізвище, ім’я та по батькові здобувача повністю)

Київ 2024 р.

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ
Архітектурний факультет
дизайну

(назва кафедри)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
Юлія ТРЕТЯК
„___” _____20___року

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ ВИПУСКНОЇ РОБОТИ

НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ

БАКАЛАВРА ДИЗАЙНУ

на тему:

«Дизайн інтер’єру та обладення торговельної зали магазину одягу»

(назва)

Виконав: Гриб Катерина Віталіївна

(прізвище, ім’я та по батькові повністю)

022 Дизайн

(спеціальність)

Інтер’єр та обладнання

(освітня програма)

Групи: ДН-20-2

Керівник: Биков М.І.

(прізвище та ініціали)

Старший викладач

(вчене звання, науковий ступінь)

Ідентичність підтверджую

Київ 2024

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ

Факультет Архітектурний

Кафедра ДИЗАЙНУ

Освітньо-кваліфікаційний рівень Бакалавр
Галузь знань 02 «Культура і мистецтво»

(шифр і назва)

Спеціальність 022 «Дизайн»

(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Декан архітектурного факультету
_____ д.т.н., проф. О.В. Кащенко
«___» _____ 2024 року

ЗАВДАННЯ
для ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ ВИПУСКНОЇ РОБОТИ
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ
бакалавра дизайну

Гриб Катерина Віталіївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Дизайн інтер'єру та обладення торговельної зали магазину одягу
2. Керівник роботи Биков Микола Іванович, Старший викладач

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від «11» квітня 2024 року № 648/2

3. Термін виконання студентом роботи *12.02.2024 – 18.06.2024 р.*

4. Вихідні дані до роботи *Ситуаційний план, схема генерального плану, плани поверху, фасади, розрізи архітектурного об'єкту*

5. Зміст пояснювальної записки за розділами:

I. Аналіз теоретичних та нормативних джерел, проєктної практики.

II. Дизайн інтер'єру.

III. Дизайн елементу меблів (обладнання) в інтер'єрі.

Список використаних джерел.

6. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

Ситуаційний план та схема генплану розміщення ділянки будівлі; плани, розрізи фасади та перспективні зображення будівлі, в якій розробляється інтер'єрне рішення; опорний (обмірний) план приміщення(нь); план демонтажу і монтажу конструкцій; план приміщення з розміщенням меблів, розгортки стін, розріз, план стелі з елементами освітлення, деталі, паспорт оздоблення; проєкт елементу меблів (обладнання): ортогональні види, розріз, вузли, специфікація елементів вузлів, 3-D модель, ергономічна схема, зображення в кольорі та матеріалі.

7. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	*Керівник Биков М.І.старший викладач*		
2	*Керівник Биков М.І.старший викладач*		
3	*Керівник Биков М.І.старший викладач*		

8. Дата видачі завдання *12.02.2024 року*

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	*Видача завдання*	*12.02.2024*	
2	*Збір матеріалу*	*12.02. –12.03.2024*	
3	*Виконання клаузури*		
4	*Розробка ескізу, пояснювальної записки - І розділу*	*13.03. –23.04.2024*	
5	*Оцінка ескізу*	*23.04.2024*	
6	*Подальша розробка пояснювальної записки, графічної частини і роботи в матеріалі*	*24.04. –05.06.2024*	
7	*Перевірка роботи на відсутність плагіату*	*06.06 – 07.06.2024*	
8	*Передзахист, допуск до захисту*	*12.06. –13.06.2024*	
9	*Підготовка презентації і доповіді, друкування роботи*	*13.06. –15.06.2024*	
10	*Захист роботи*	*18.06. –26.06.2024*	

Студент_____ Гриб К.В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи_____ Биков М.І.
(підпис) (прізвище та ініціали)

ЗМІСТ ПОЯСНЮВАЛЬНОЇ ЗАПИСКИ

ВСТУП…… 7
РОЗДІЛ І. Особливості проектування кафе
1.1. Аналіз теоретичної джерельної бази. Дослідження та вивчення аналогів……... 8
1.2. Нормативні вимоги проектування інтер'єрного середовища дизайн проекту офісу……..... 18
1.3. Висновки до Розділу 1…….. 27
РОЗДІЛ 2. Засоби і прийоми формування інтер'єру
2.1. Вихідні данні …… 29
2.2. Концепція інтер'єру……... 32
2.3. Функціонально-технологічне і об'ємно-просторове рішення інтер'єру приміщення…….. 33
2.4. Композиційне і просторове рішення інтер'єру приміщення…… 36
2.5 Висновки до Розділу 2……..... 37
РОЗДІЛ 3. Дизайн-розробка елементу інтер'єру
3.2. Функціонально-технічні особливості……..…… 42
3.3. Висновки до Розділу 3……..... 45
4. Висновки…… 46
5. Використані джерела…..……... 48

ВСТУП

Після початку повномасштабного наступу Росії на Україну 24 лютого 2022 року, економіка України зазнала значних потрясінь. Однією з причин економічних труднощів стало те, що багато міжнародних мас-маркет брендів покинули український ринок. Війна створила для споживачів нашої країни серйозні перешкоди у придбанні якісного та стильного одягу.

Проте, в умовах війни важливо не тільки зосереджуватися на виживанні, але й на відновленні та розвитку. Бізнес та нові українські бренди відіграють важливу роль у підтримці економіки країни. Вони не лише створюють робочі місця, але й сприяють зростанню ВВП, залучають інвестиції та допомагають країні відновлювати свою репутацію на міжнародній арені. Нові українські бренди мають можливість розширюватися та ставати більш впізнаваними, тим самим підвищуючи престиж України та роблячи її голос більш помітним у світі.

Український ринок моди постійно еволюціонує, визначаючи нові стандарти та тенденції споживання. Зростаючий інтерес до якісного одягу та стильного оформлення приміщень створює унікальний контекст для розвитку індустрії моди та дизайну інтер'єрів. У цьому контексті дипломний проект з дизайну інтер'єру шоурумів в Україні є не лише актуальним, але й стратегічно важливим. Він віддзеркалює відповідь на зростаючий попит на естетично задовільні та функціональні простори для модного ритейлу, сприяючи тим самим розвитку місцевих брендів та покращенню економічної ситуації в країні.

Цей проект може не лише задовольнити естетичні бажання клієнтів, але й врахувати тенденції сталої моди та підвищеного інтересу до екологічно відповідального підходу у виробництві та облаштуванні приміщень. Сучасний дизайн має зосереджуватись на інноваційних рішеннях, які роблять простір зручним та привабливим для споживачів. Крім того, враховуючи зростаючу популярність онлайн-платформ для покупок, проект має шанс додати елементи інтерактивності та цифрового маркетингу, роблячи шоуруми не лише місцем продажу, але й унікальним досвідом для клієнтів.

РОЗДІЛ І. Особливості проектування кафе

1.1. Аналіз теоретичної джерельної бази. Дослідження та вивчення аналогів

Приклади українських шоурумів з одягом минулих років

Аналог №1

Інтер’єр шоуруму з одягом бренду CHER’17. Даний шоурум спроектований фірмою TEMP Project і знаходиться у Києві. Головним архітектором була Темпинська Анастасія. В інтер’єрі переважають білі, сині та рожеві кольори. Приміщення, в якому був розроблений дизайн, розділене на три зони і має витягнуту форму. Перший простір, "Вітальня", вирізняється величезним синім диваном, сформованим з довгих циліндричних елементів. Позаду нього розташована стіна, обшита металевими панелями, на ній висить світлодіодний екран для показу брендового контенту (рис. 1.1). Форма дивана гармонізує з металевими столиками, виготовленими з різаних труб, і м'якими пуфами в зоні примірочної (рис. 1.2). Циліндричні елементи дивана та металеві панелі на стіні надають простору індустріального вигляду, що контрастує з м'якими пуфами та створює баланс між жорсткими та м'якими матеріалами. Такий підхід до дизайну допомагає створити унікальну атмосферу, що виділяє шоурум серед інших.

Світлодіодний екран для показу брендового контенту є важливим елементом у сучасних шоурумах, оскільки він дозволяє інтерактивно представити продукцію та привернути увагу клієнтів. Металеві столики з різаних труб додають інтер'єру інноваційності та креативності.

У загальному, інтер'єр шоуруму бренду CHER’17 демонструє успішне поєднання естетики та функціональності, відображаючи філософію бренду та створюючи привабливий простір для клієнтів. Цей проект є чудовим прикладом

того, як грамотно продуманий дизайн може підсилити враження від бренду та покращити досвід покупців.

Рис 1.1 Інтер’єр вітальні в шоурумі з одягом бренду CHER’17

Рис 1.2 Інтер’єр примірочних в шоурумі бренду CHER’17.

Другий простір, "Будуар", вирізняється ніжно-рожевими стінами та подіумом. У центрі залу розташована рожева мармурова раковина з двома кранами: один для води, інший для ігристого вина (рис. 1.3). Ця деталь додає приміщенню елегантності та витонченості, створюючи атмосферу розкоші та комфорту.

Третя зона, "Салон приватного літака", знаходиться у глибині холу і вражає насиченим ультрамариновим кольором поверхонь та меблів. Такий вибір кольорової гами створює відчуття елітарності та ексклюзивності, підкреслюючи високий статус бренду.

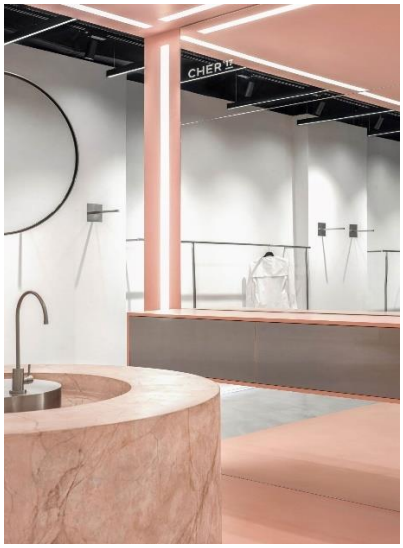


Рис. 1.3, Рис. 1.4, Рис. 1.5 та Рис. 1.6 Інтер'єр шоуруму з одягом бренду CHER'17, розроблений архітектурною фірмою TEMP Project, який знаходиться у Києві.

[CHER'17 Showroom: A clothing store like|Store]

Необхідно також врахувати гнучкість та адаптивність дизайну до змін у модній індустрії та потребах покупців, щоб проект залишався актуальним у

майбутньому. Важливо інтегрувати в проект аспекти сталого розвитку, зокрема використання екологічно чистих матеріалів та енергоефективних рішень, що дозволить не лише зменшити негативний вплив на довкілля, але й підвищити привабливість бренду серед свідомих споживачів.

Крім того, розвиток місцевих шоурумів може стати важливим кроком для залучення іноземних інвесторів та партнерів, які бачать перспективи в українському ринку. Таким чином, цей проект не лише підтримає внутрішній ринок, але й сприятиме інтеграції України у світову модну індустрію, відкриваючи нові можливості для місцевих дизайнерів та підприємців.

Приклади зарубіжних шоурумів з одягом минулих років

Аналог №1

Магазин був розроблений південнокорейською студією WGNB у 2021 році в Чикаго. Простір для бренду стилю життя SVRN призначений для демонстрації товарів як витворів мистецтва та ідей, а не просто як одягу. Магазин займає площу 390 квадратних метрів і розташований на вулиці Норт Абердін у районі Фултон Маркет. Він розділений на дві секції: головний торговий зал і підсобне приміщення, з'єднані вузьким коридором.

Інтер’єр виконаний з монохромних матеріалів, що створюють спокійну атмосферу, проте завдяки цікавим дизайнерським рішенням магазин має унікальний характер. Використання гладких і текстурованих поверхонь створює тонкі контрасти в інтер'єрі бутіка.

Рис. 1.7 Інтер’єр шоуруму з одягом бренду SVRN.
[https://static.dezeen.com/uploads/2023/03/svrn-store-chicago_wgnb_dezeen_2364_col_30.jpg]

Архітектурні та меблеві елементи утворюють шлях до інших приміщень. Чорні поручні перетинають стіни, пронизуючи вигнуті та плоскі вертикальні перегородки, виготовлені з бетону, сталі та термодерева, пофарбованого в чорний колір (рис. 1.8). Вигнуті лавки з термодерева збалансовано накладені на великі камені неправильної форми (рис. 1.9).

Рис. 1.8 Вид на вигнуті стіни з поручнями для одягу в шоурумі SVRN.

[https://static.dezeen.com/uploads/ 2023/03/svrn storechicago _wgnb _dezeen_2364_col_31- scaled.jpg]

Рис. 1.9 Вигнуті лавки в шоурумі SVRN.

[https://static.dezeen.com/uploads/2023/03/svrn-Storechicago_wgnb_dezeen_2364_col_2 scaled.jpg]

Розділ, присвячений взуттю, містить кілька стелажів, частина стін в ній обшиті панелями з нержавіючої сталі (рис. 1.10).

Рис. 1.10 приміщення в шоурумі SVRN стіни в якому обшиті панелями з нержавіючої сталі. [https://static.dezeen.com/uploads/2023/03/svrn-storechicago_wgnb_dezeen_2364_col_23-scaled.jpg]

Дизайн магазину SVRN, створений студією WGNB, відображає сучасні тенденції в інтер'єрному дизайні, де акцент робиться на естетичній привабливості та функціональності простору. Використання монохромних матеріалів створює спокійну і мінімалістичну атмосферу, що дозволяє товарам виступати на передній план, як витвори мистецтва. Такий підхід підкреслює концепцію бренду, де кожен предмет є носієм ідей та стилю, а не просто одягом.

Простір магазину з його чіткою організацією зон та вузьким коридором, що з'єднує головний торговий зал і підсобне приміщення, створює відчуття інтриги та відкриття. Монохромні матеріали, використані в інтер'єрі, підкреслюють відчуття простоти та спокою, водночас різноманітні текстури додають глибини та інтересу. Чорні поручні, що перетинають стіни, і вертикальні перегородки з бетону, сталі та термодерева додають простору індустріального шарму. Вигнуті лавки з термодерева, встановлені на великих каменях неправильної форми, створюють органічний контраст із жорсткими матеріалами перегородок, надаючи інтер'єру баланс між природними і техногенними елементами.

Такий дизайн не лише підсилює візуальну привабливість магазину, але й робить його функціональним та зручним для відвідувачів. Чітко продумане розташування меблів і архітектурних елементів сприяє природному руху клієнтів по простору, забезпечуючи комфортне та приємне перебування в магазині. Це важливий аспект для підвищення рівня задоволеності клієнтів і, відповідно, успішності бренду.

В загальному, інтер’єр магазину SVRN демонструє успішне поєднання естетики та функціональності, відображаючи філософію бренду та створюючи привабливий простір для клієнтів. Цей проект є чудовим прикладом того, як грамотно продуманий дизайн може підсилити враження від бренду та покращити досвід покупців.

Аналог №2

Бренд ubras, заснований у Пекіні в 2016 році, спеціалізується на жіночій спідній білизні. Новий шоурум бренду, розташований у центрі міста, є результатом роботи архітектурної студії Sò Studio. Шоурум займає площу 280 квадратних метрів. Дизайнери вирішили використовувати мікроцементні матеріали та еластичну фарбу з гумовою текстурою у світлих пісочних відтінках

для покриття стін, підлоги, стелі та колон. Такі матеріали надають приміщенню сучасного та мінімалістичного вигляду, водночас створюючи теплу та затишну атмосферу.

Стіни в приміщенні мають вигнуту форму та м’які згладжені кути, що додає простору органічності та плавності. Вітринні стіни виготовлені з м’яких матеріалів, що поєднуються з дугоподібною світловою смугою навколо. Це рішення створює м’яке та делікатне відчуття для відвідувачів, підкреслюючи комфорт та елегантність бренду.

Система освітлення в шоурумі є однією з ключових особливостей дизайну. Вона має кілька режимів, які змінюються протягом дня та ночі, імітуючи яскравість від джерела навколишнього середовища. Це дозволяє створювати різні настрої та забезпечувати оптимальні умови для демонстрації продукції протягом усього дня (рис. 1.11 та рис. 1.12).

Рис. 1.11 Дизайн приміщення магазину ubras.
[https://retaildesignblog.net/wp-content/uploads/2023/06/ubras-store-by-So-Studio-01.png]

Рис. 1.12 Вид на приміщення з примірочними та місцем для сплати покупок в шоурумі ubras.
[https://retaildesignblog.net/wp-content/uploads/2023/06/ubras-storeby-So-Studio-06-780x1169.jpg]

Дизайн нового шоуруму бренду ubras демонструє вдале поєднання естетики та функціональності. Використання мікроцементу та еластичної фарби з гумовою текстурою забезпечує довговічність та легкість у догляді за поверхнями.

Світлі пісочні відтінки надають простору відчуття простоти і відкритості, що є важливим для створення приємного покупницького досвіду.

Вигнуті форми стін і м’які кути додають інтер’єру органічності та унікальності, що підкреслює індивідуальність бренду. Використання м’яких матеріалів для вітринних стін разом із дугоподібними світловими смугами створює затишну та запрошуючу атмосферу, яка сприяє релаксації та комфортному перебуванню в магазині.

Освітлення, яке змінюється відповідно до часу доби, не тільки підвищує естетичну привабливість простору, але й допомагає зберігати енергію та забезпечувати оптимальні умови для клієнтів. Імітація природного світла створює приємну та природну атмосферу, що підвищує задоволеність покупців і покращує їхній досвід.

Дизайн нового шоуруму бренду ubras є прикладом сучасного підходу до створення комерційних просторів, де увага до деталей і комфорт клієнтів стають пріоритетом. Використання інноваційних матеріалів і технологій дозволяє створити простір, який не тільки відображає філософію бренду, але й забезпечує високий рівень функціональності та естетичної привабливості. Цей проект підкреслює важливість інтеграції архітектурних і дизайнерських рішень для досягнення гармонії між формою та функцією, створюючи унікальний і запам'ятовуваний простір для покупців.

1.2. Нормативні вимоги проектування інтер’єрного середовища дизайн-проекту магазину одягу

Дизайн магазину: важливість та вплив

Гарний дизайн магазину є ключовим чинником, що значно впливає на враження клієнтів під час їх перебування в приміщенні. Сам дизайн виступає як ідентичність магазину, яка повинна зрозуміло відображати ДНК бренду чи концепцію колекції. Це важливо для створення унікального образу та запам'ятовування магазину серед споживачів.

Вітрина: перший контакт з покупцем

Вітрина магазину є першим елементом, який привертає увагу потенційних покупців і спонукає їх зайти всередину. Вона виступає своєрідною рекламою для магазину. Існує багато видів вітрин, але оглядові вікна та їх підвиди є найбільш ефективними (рис. 1.17, 1.18). Вони дозволяють покупцям швидко оцінити асортимент і стиль магазину, що значно підвищує шанс залучення нових клієнтів.

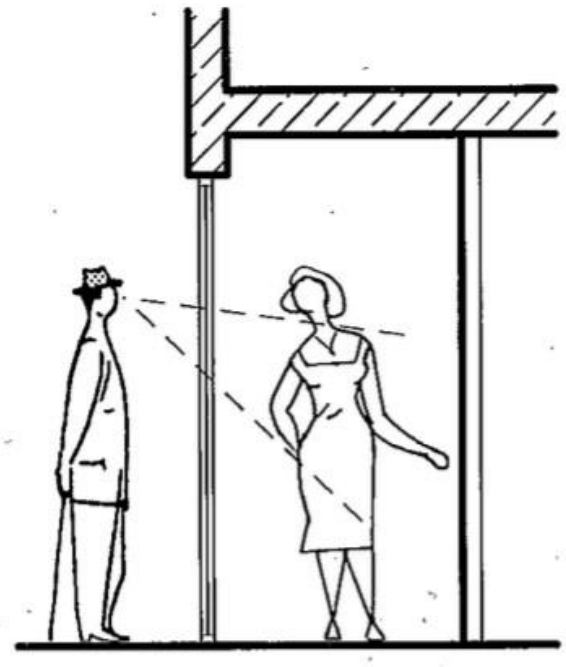


Рис. 1.17 Вітрини типу музейних (оглядове вікно).

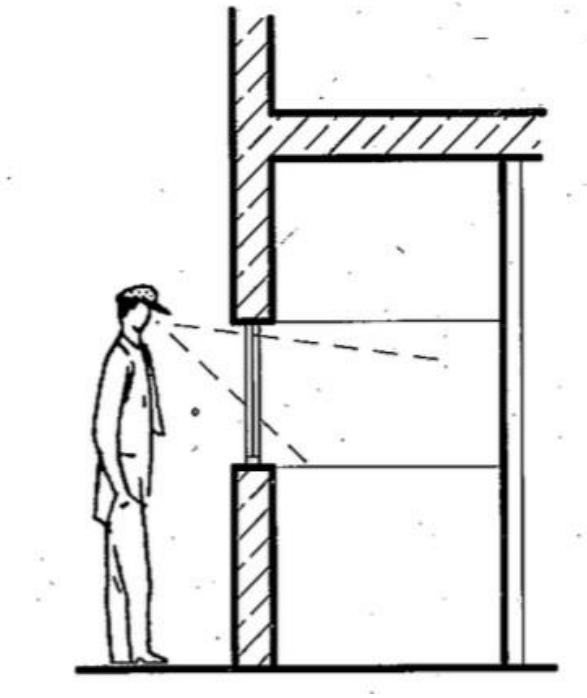


Рис. 1.18 Вітрини типу музейних (оглядове вікно) з віконною стінкою.

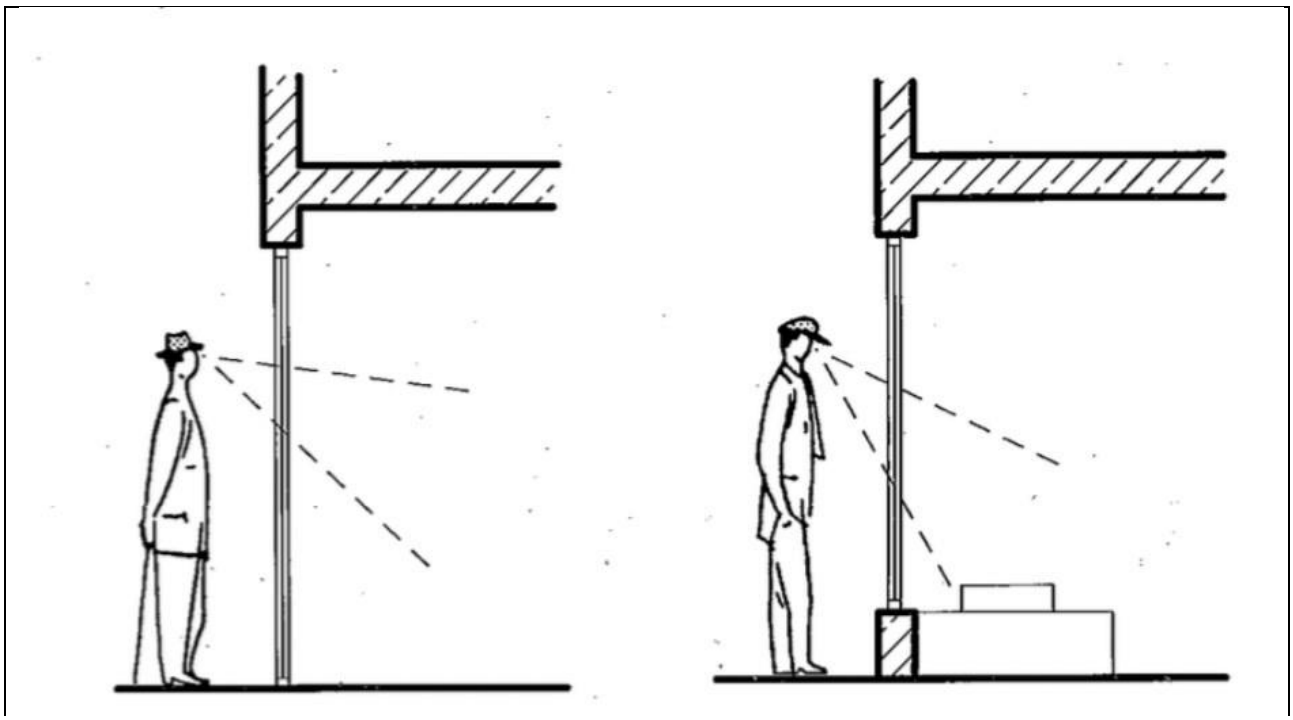


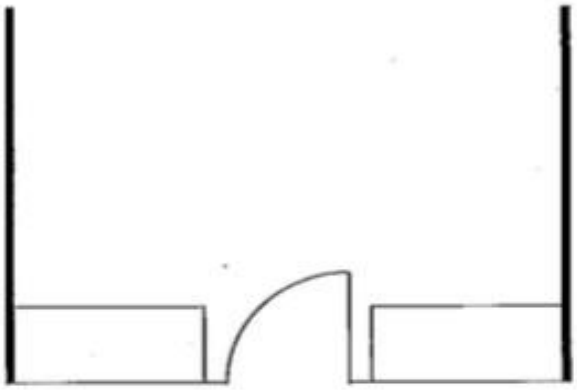
Рис. 1.Переглядальна вітрина

Рис. 1.Переглядальна вітрина з підвіконною стінкою

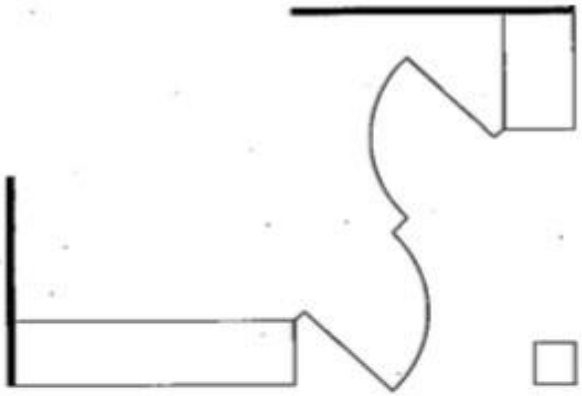
Вхідна зона: створення першого враження

Вхідна зона є критично важливою для формування першого враження про бренд та його торговельний простір. Знайомство потенційного клієнта з асортиментом і брендом відбувається на психологічному рівні через зорові відчуття. Мета інтер'єру — закохати з першого погляду, активуючи всі необхідні нейробіологічні чинники, які впливають на бажання залишитися в магазині для детального ознайомлення з асортиментом.

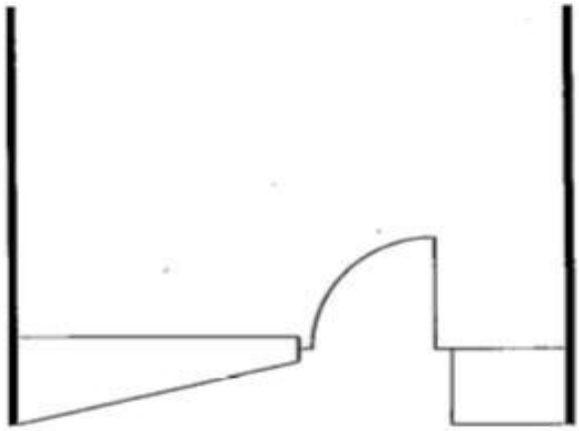
Розмір вхідної зони залежить від площі торговельної зали: чим більша площа зали, тим більша вхідна зона, і навпаки. Грамотно оформлена вхідна зона може забезпечити до 60% продажів. Вона повинна бути привітною, залучати увагу та створювати атмосферу, яка спонукає клієнтів досліджувати асортимент і повертатися знову. Ефективне розташування акцентів, декору та освітлення у вхідній зоні може підвищити конверсію і зробити візит клієнта приємним і запам'ятовуваним.



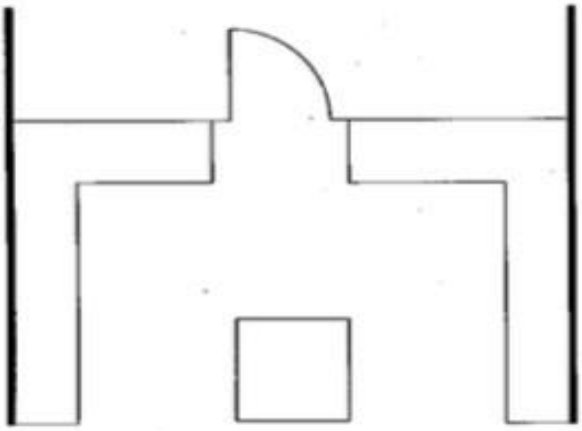
(5) Простой вход, одна створка



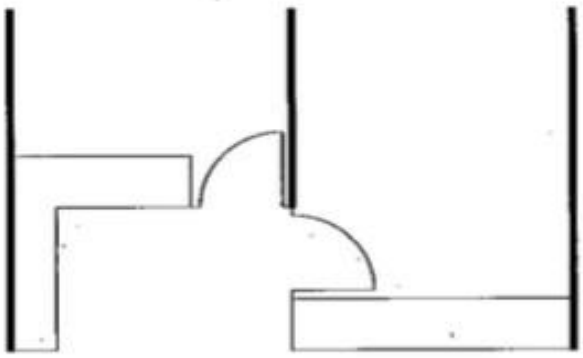
(6) Вход через угол



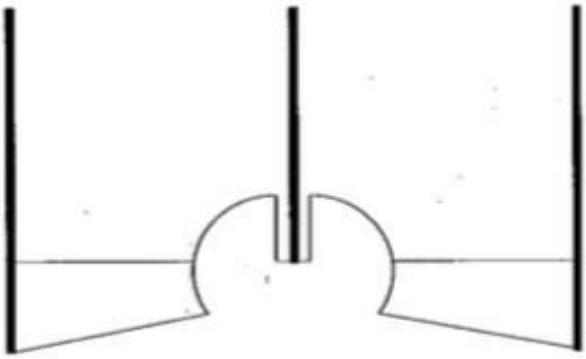
(7) Воронкообразный вход



(8) Заглубленный вход



(9) Смещенный вход



(10) Небольшие воронкообразные входы

Примірочні: комфорт та функціональність

Примірочні є необхідною частиною магазину, де клієнти можуть приміряти обраний товар і прийняти рішення про покупку. Для забезпечення комфорту примірочні повинні відповідати наступним вимогам:

- Наявність дзеркал в повний зріст.
- Місце для сидіння.
- Гачки для одягу та речей.
- Зручне місце для покладання особистих речей.
- Якісне освітлення.
- Кабіни для переодягання розміром 1,1 х 1,15 м.
- Примірочні розміром 1,5 х 2 м.

Бажано також виділити місце для очікування з зручними диванами чи кріслами біля примірочних, щоб супроводжуючі клієнтів могли комфортно очікувати.

Каса: організація та розташування

Каси можуть бути поодинокими, зонними, центральними та груповими, залежно від типу торгової точки. Ширина проходу між касами повинна бути достатньою для безперешкодного проходу візків, дитячих та інвалідних колясок, тобто не менше 1 м. Столи для кас відділів самообслуговування можна придбати в готовому варіанті.

У спеціалізованих магазинах, універмагах і мережах роздрібної торгівлі можуть використовуватися різні типи кас. В універмагах відкритого типу найчастіше застосовуються зонні каси, тоді як у спеціалізованих магазинах можуть бути поодинокі каси або каси на кожному поверсі. Вибір типу каси залежить від організації роботи магазину та функціональних вимог.

Розташування та вибір типу кас

У багатопрофільних універмагах часто використовуються зонні каси, які дозволяють ефективно обслуговувати клієнтів у різних секціях магазину. У спеціалізованих магазинах роздрібної торгівлі можуть застосовуватися каси на

кожному поверсі або центральні каси, які обслуговують весь торговий простір. Вибір типу кас залежить від специфіки торгового підприємства, організації його роботи та обсягу клієнтського потоку.

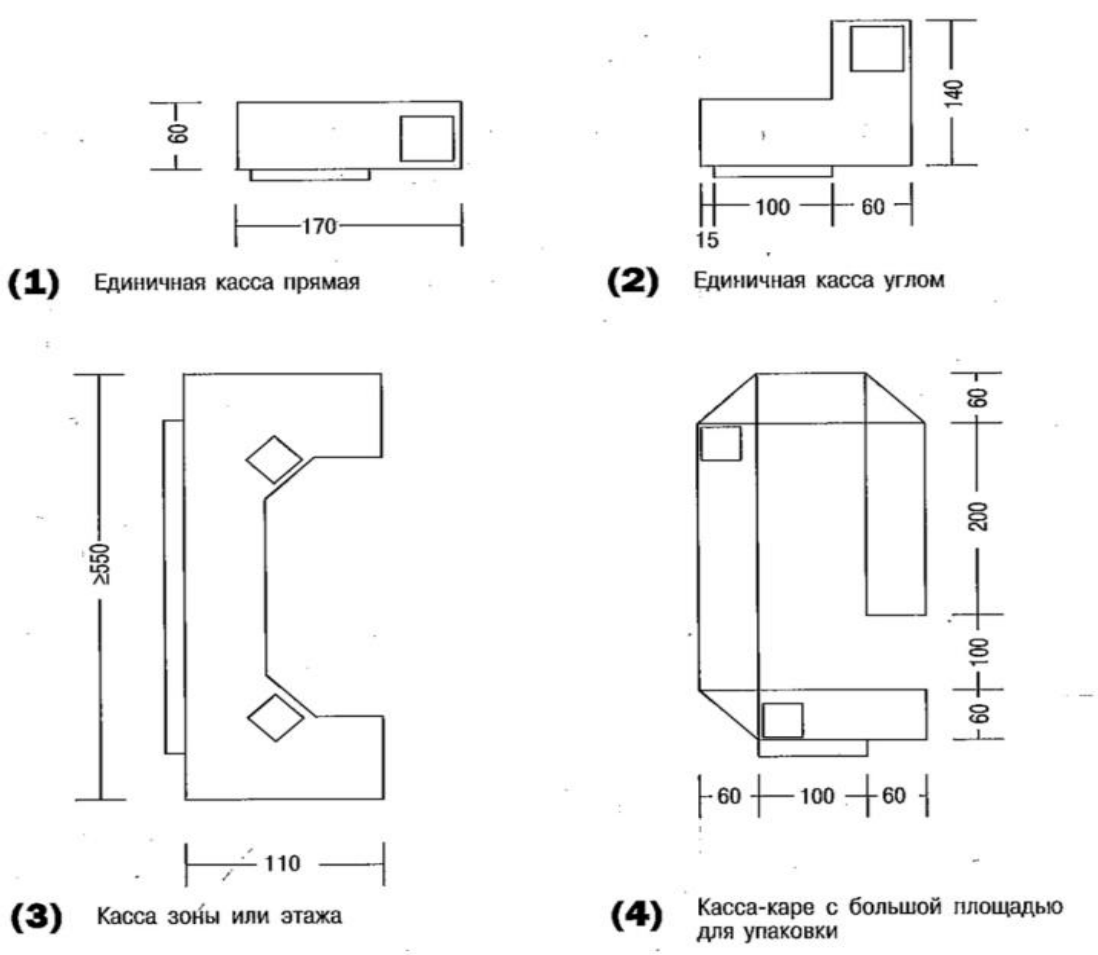
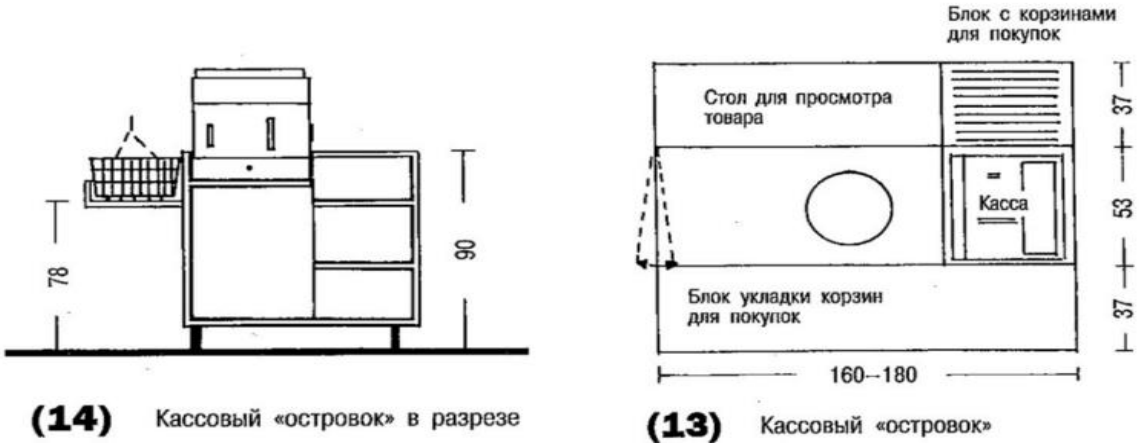


Рис. 1. Різновиди кас



Оформлення торгового простору: важливість декору та освітлення

Оформлення торгового простору відіграє ключову роль у створенні привабливої атмосфери для клієнтів. Важливо, щоб дизайн інтер'єру відповідав концепції бренду і сприяв зручності та комфорту покупців. Особливу увагу слід приділяти розташуванню акцентів, вибору кольорової гами та декору, які повинні гармонійно поєднуватися і створювати позитивні емоції.

Освітлення є одним із найважливіших елементів дизайну магазину. Воно повинно бути достатньо яскравим, щоб забезпечити комфортний огляд товарів, але водночас не надто інтенсивним, щоб не створювати дискомфорту для очей. Використання різних режимів освітлення протягом дня та ночі дозволяє створювати змінну атмосферу, що стимулює інтерес покупців.

Зони відпочинку: комфорт для клієнтів

Зони відпочинку є важливим елементом у структурі сучасного магазину. Вони дозволяють клієнтам перепочити під час покупок, що сприяє підвищенню їхнього задоволення від відвідування магазину. Зручні дивани, крісла та журнальні столики створюють атмосферу затишку і комфорту, що робить перебування в магазині приємнішим.

Маркетингові стратегії: вплив дизайну на продажі

Дизайн магазину є потужним інструментом маркетингу, який може суттєво вплинути на обсяги продажів. Створення привабливого та функціонального простору сприяє формуванню позитивного іміджу бренду і збільшує лояльність клієнтів. Вітрина, вхідна зона, примірочні та інші елементи інтер'єру повинні бути ретельно продумані, щоб максимально залучати та утримувати увагу покупців.

Пожежна безпека

Проектування підприємств торгівлі слід здійснювати відповідно до вимог ДБН В.1.1-7, ГОСТ 12.1.004, НАПБ Б.01.005 та інших нормативних документів, а також з урахуванням вимог цього розділу.

Максимальна площа протипожежних відсіків

Максимальна площа поверху або його частини між протипожежними стінами 1-го типу (протипожежного відсіку), залежно від ступеня вогнестійкості та поверховості будинків підприємств торгівлі, повинна відповідати нормам, наведеним у таблиці 2. Це дозволяє забезпечити належний рівень безпеки та ефективне управління евакуацією у разі пожежі.

Таблиця 2

Ступінь вогнестійкості будинків	Найбільша кількість поверхів	Найбільша площа поверху чи його частини між протипожежними стінами 1-го типу, м²		
		одноповерхових	двоповерхових	3-5-поверхових
I-II	5	3500	3000	2500
III	2	2000	1000	-
IIIа, IIIб	1	1000	-	-
IV, IVa і V	1	500	-	-

Примітка 1. Найбільшу площу поверху чи його частини між протипожежними стінами будинків I і II ступенів вогнестійкості допускається збільшувати не більше ніж на 100 % за умови обладнання підприємств торгівлі автоматичними установками пожежогасіння.

Примітка 2. Допускається збільшувати висоту будинків магазинів I і II ступенів вогнестійкості на один поверх для розміщення у верхньому поверсі комор, приміщень для готування товарів до продажу, підсобних, службових, побутових і технічних приміщень.

Розрахунок шляхів евакуації

Для розрахунку шляхів евакуації кількість покупців, що одночасно перебувають у торговельній залі, слід визначати з розрахунку на одну людину, включаючи площу, зайняту обладнанням:

- для магазинів у містах та селищах – 3,0 м² площі торговельної зали;
- для магазинів у сільських поселеннях – 2,0 м² площі торговельної зали.

Із торговельної зали повинно бути передбачено не менше двох ереджених евакуаційних виходів безпосередньо назовні або в сходові клітки типу СК1, які мають двері з пристроями самозачинення та ущільнення у притулах. Допускається передбачати евакуаційні виходи на сходи типу С2 за умови виконання вимог 8.9 цих Норм.

Додаткові вимоги до евакуаційних виходів

У підприємствах роздрібної торгівлі торговельною площею до 150 м², які розміщуються в одноповерхових окремо розташованих будинках, вбудовано-

прибудованих, прибудованих чи вбудованих приміщеннях у будинках іншого призначення, допускається використовувати як другий евакуаційний вихід із торговельної зали вихід через групу неторговельних приміщень, за винятком комор і розвантажувальних приміщень.

Із неторговельних приміщень, в яких одночасно перебуває не більше 50 осіб, допускається влаштовувати один евакуаційний вихід, якщо відстань від найвіддаленішої точки підлоги до виходу не перевищує 25 м.

Ширина евакуаційних проходів

Ширину основних евакуаційних проходів у торговельній залі слід визначати за розрахунком, але вона повинна бути не менше:

- 1,4 м для торговельної площі до 100 м² включно;
- 1,6 м для площі більше 100 м² до 150 м² включно;
- 2,0 м для площі більше 150 м² до 400 м² включно;
- 2,5 м для площі понад 400 м².

Протипожежні перешкоди

Підприємства з торговельною площею більше 100 м², розташовані в будинках іншого призначення, слід відокремлювати від інших підприємств і приміщень протипожежними перешкодами. У будинках I ступеня вогнестійкості це можуть бути протипожежні стіни 2-го типу, перегородки з вогнестійкістю EI 60, перекриття 2-го типу. У будинках II-III ступенів вогнестійкості – протипожежні стіни 3-го типу, перегородки 1-го типу, перекриття 3-го типу. У будинках IIIа, IIIб, IV, IVа ступенів вогнестійкості – протипожежні перегородки 2-го типу.

Вхід до торговельної зали

У разі розміщення підприємства торгівлі в будинку іншого призначення (кооперовані будинки, торговельні центри тощо) допускається передбачати входи до торговельної зали із загального вестибюля за умови виконання вимог 5.32 ДБН В.1.1-7 та забезпечення нормованої кількості евакуаційних виходів із торговельної зали, не враховуючи виходів через загальний вестибюль.

Дотримання норм пожежної безпеки є критичним аспектом у проектуванні та експлуатації торговельних підприємств. Вони забезпечують безпеку клієнтів і працівників, а також сприяють організованому та ефективному реагуванню на надзвичайні ситуації. Правильне планування та оснащення приміщень, адекватне розташування евакуаційних виходів і дотримання вимог щодо протипожежних перешкод є необхідними умовами для забезпечення безпечної експлуатації торговельних підприємств.

Гарний дизайн магазину, який відповідає концепції бренду, здатний значно підвищити привабливість торговельного простору для клієнтів. Важливо враховувати всі аспекти дизайну, від вітрини до зон відпочинку, щоб створити комфортне і привабливе середовище. Дотримання норм пожежної безпеки та правильне розташування кас забезпечують безпеку та зручність для покупців. Ефективний дизайн магазину є не тільки засобом залучення клієнтів, але й потужним інструментом для збільшення продажів та формування позитивного іміджу бренду.

Висновки до Розділу 1.3

Дизайн та атмосфера: Кожен з шоурумів має свою унікальну атмосферу, яка відображає ідентичність бренду. Використання різних кольорів, текстур і форм допомагає створити цю атмосферу та сприяє створенню враження, що клієнти залишаться задоволеними і повернуться.

Функціональність: Простори, такі як примірочні кабіни та касові зони, ретельно продумані з урахуванням комфорту та потреб клієнтів. Це сприяє позитивному досвіду покупки та збільшує ймовірність повторних візитів.

Безпека та вимоги: Важливо враховувати вимоги щодо пожежної безпеки та інші нормативні вимоги. Правильне розташування виходів евакуації та дотримання стандартів щодо ширини проходів мають вирішальне значення для забезпечення безпеки клієнтів та персоналу.

Вхідна зона та вітрина: Це перші елементи, з якими зустрічаються клієнти. Ефективне використання цих просторів може значно підвищити привабливість магазину та його конверсію.

Загалом, кожен з шоурумів має свої унікальні особливості, але всі вони спрямовані на створення приємного досвіду покупки та відображення ідентичності бренду.

Примірочні кабіни та каси: Вони є важливими елементами для комфортного та зручного обслуговування клієнтів. Їх правильне розташування та обладнання відповідними зручностями, такими як дзеркала в повний зріст, місце для сидіння та освітлення, гарантує зручність під час примірки товарів та оплати.

Вимоги щодо пожежної безпеки: Належне дотримання вимог щодо пожежної безпеки є критичним аспектом будь-якого комерційного приміщення. Врахування цих вимог у дизайні та плануванні приміщення допомагає забезпечити безпеку та захист споживачів та персоналу.

Функціональність та ергономіка: Проектування магазину повинно враховувати потреби клієнтів та персоналу. Максимальна функціональність простору та його ергономіка допомагають забезпечити зручність та ефективність використання приміщення.

Вітрина та вхідна зона як засіб приваблення клієнтів: Ефективне використання вітрин та вхідних зон як маркетингового інструменту допомагає залучати увагу потенційних покупців та створювати перше позитивне враження про магазин.

Використання матеріалів та колірної палітри: Вибір матеріалів та кольорової палітри відображає стиль та ідентичність бренду, а також може впливати на настрій та емоції відвідувачів.

Загалом, успішний дизайн магазину - це той, що поєднує в собі естетику, функціональність, безпеку та маркетингові аспекти для створення приємного та привабливого середовища для клієнтів.

РОЗДІЛ 2. Засоби і прийоми формування інтер’єру

2.1 Вихідні дані

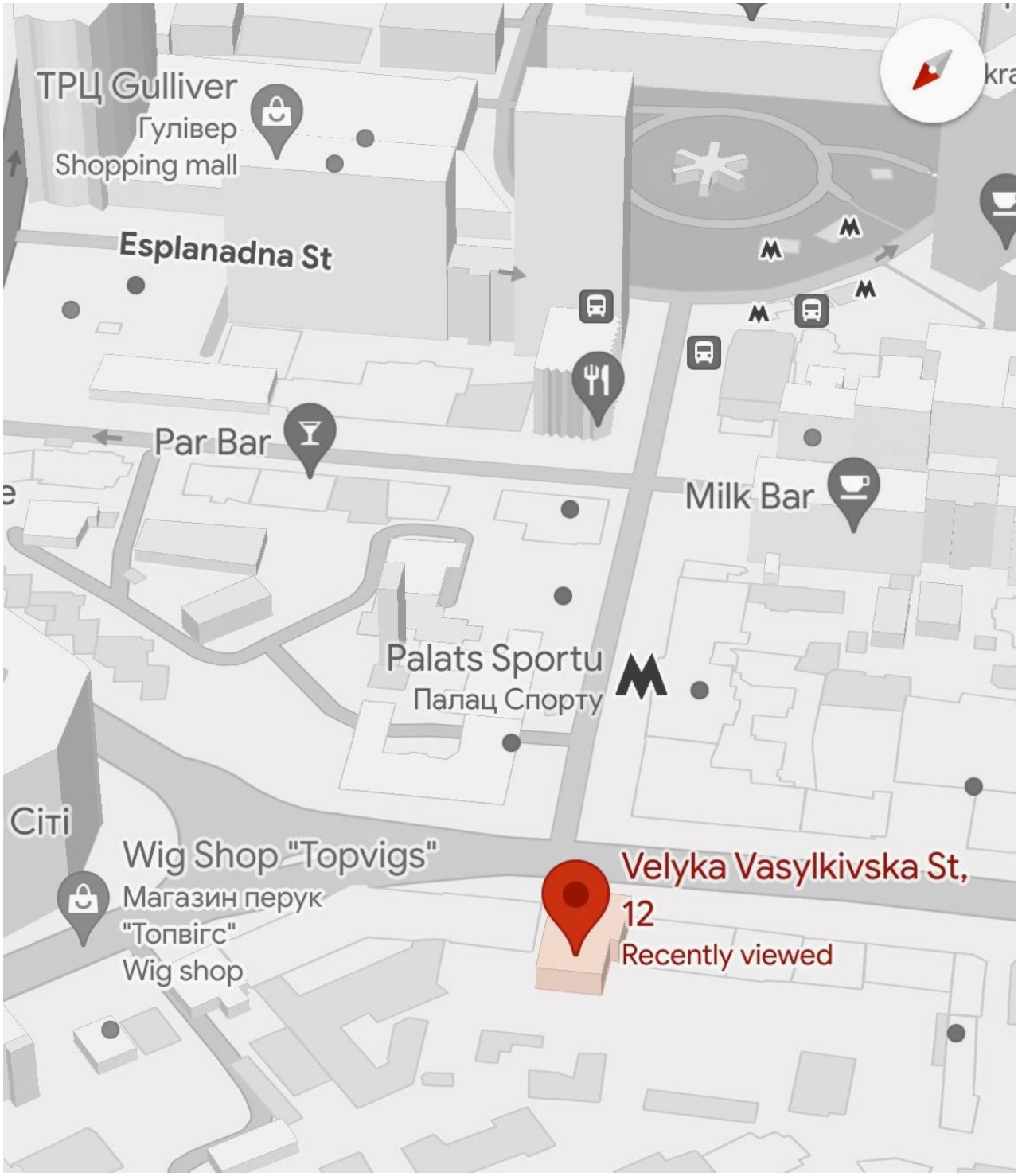


Рис. 2.1 Схема генерального плану

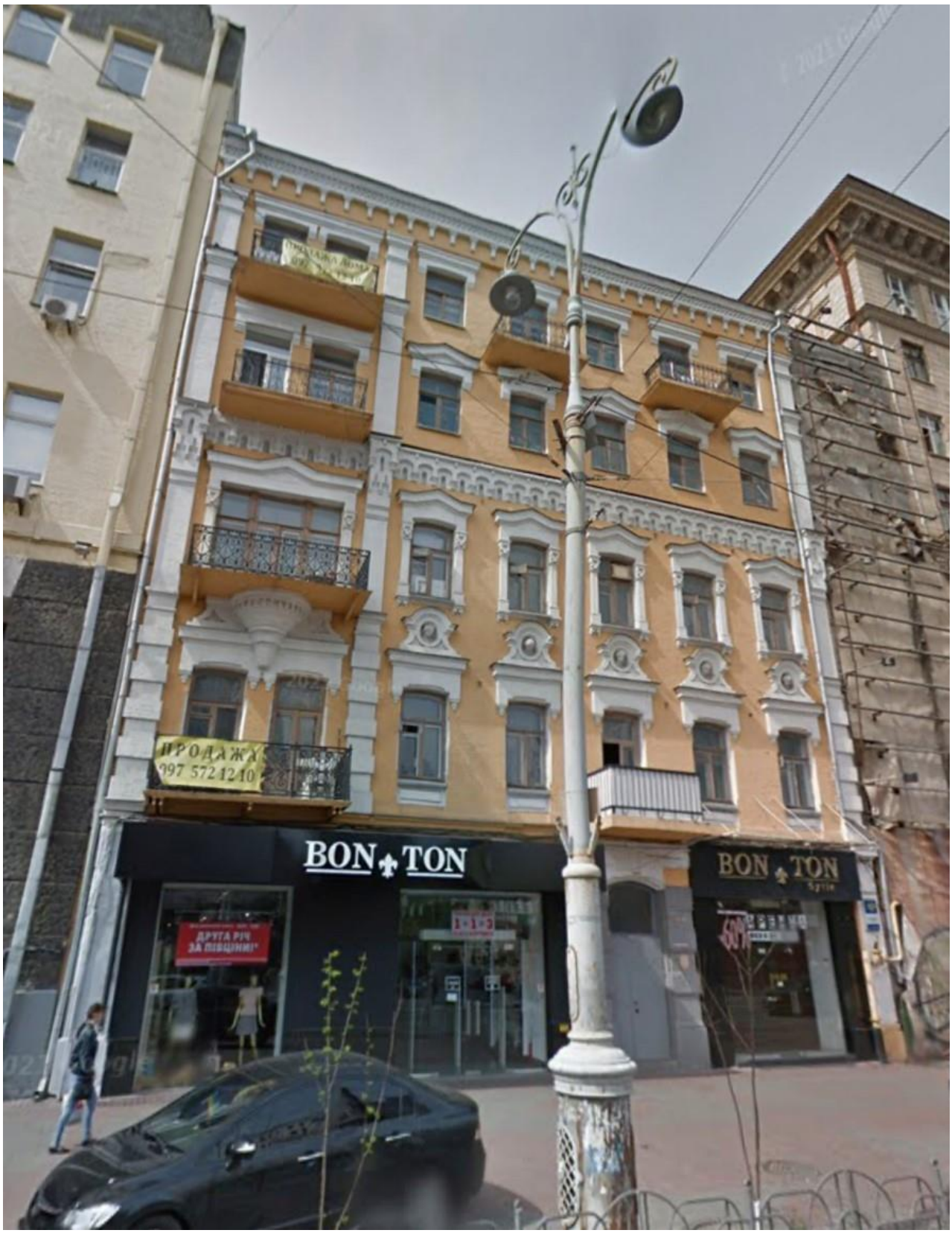


Рис. 2.2 Фото будівлі

Брандмауер, розташований за адресою вул. Велика Васильківська, 12, знаходиться в самому центрі Києва. Лише за сто метрів від нього розташована станція метро "Площа Українських Героїв (Льва Толстого)". Район, де встановлено цю великоформатну рекламну конструкцію, характеризується високим пішохідним трафіком та значною транспортною завантаженістю.

Приміщення знаходиться на першому поверсі. Всередині є кілька кімнат, а також вихід на вулицю з іншого боку будівлі. Загальна площа налічує 256,79 м², але в приміщенні можливо виділити такі складові, як підвал розміром 27,18 м² та окрема маленька кімната розміром 11,50 м². Найбільша частина простору налічує 220,03 м², посередині зали знаходяться несучі конструкції (колони) товщиною 1130 мм. Висота стін від підлоги до стелі складає 3,8 м.

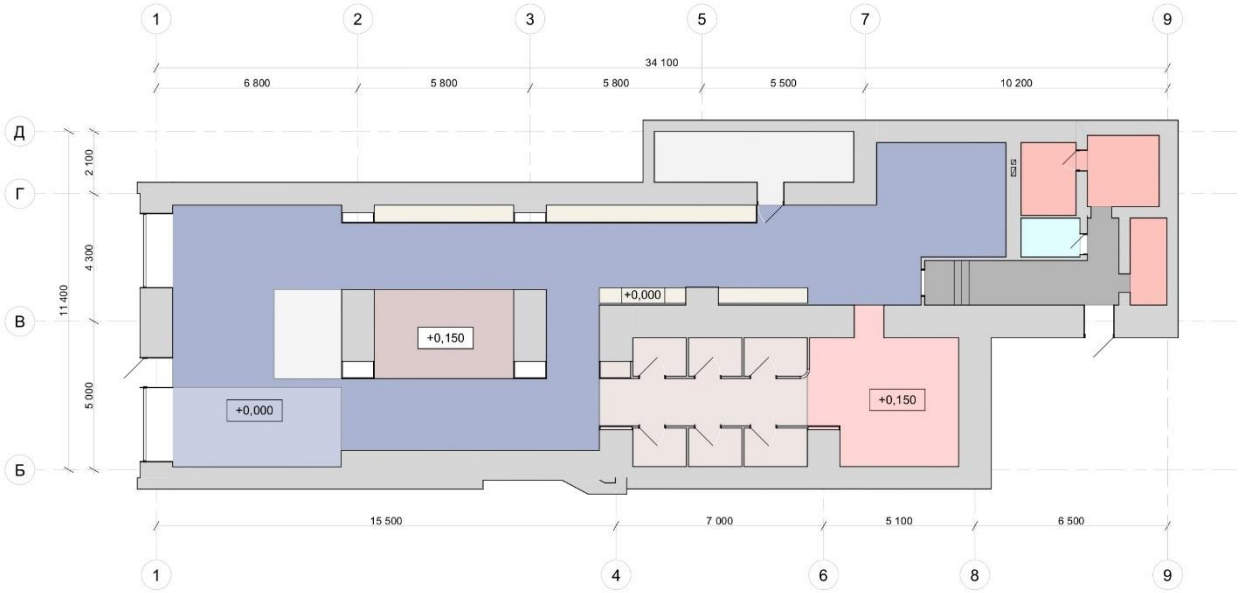


Рис. 2.3 План зонування

2.2. Концепція інтер'єру

Концепція магазину з одягом полягає в створенні приміщення, яке підкреслює та розкриває ідеологію концептуального бренду жіночого одягу. Простір поєднує в собі функціональність та естетику.

Сам бренд пропонує базовий, мінімалістичний та комфортний одяг для повсякденного носіння. Ідея бренду полягає в тому, щоб надати клієнтам якісний базовий одяг, який гарно комбінується між собою завдяки стриманій палітрі кольорів, але в поєднанні з більш цікавими формами. Відмовляючись від зайвих деталей, бренд підкреслює естетику простоти, пропонуючи одяг, який підходить для будь-яких ситуацій і підкреслює індивідуальний стиль свого власника. Кожен виріб створений з розумінням потреб активного та стильного способу життя. Використання високоякісних матеріалів і увага до деталей роблять кожну позицію бренду надзвичайно практичною. Бренд вірить у збалансований підхід до моди, де простота поєднується зі стилем, створюючи унікальний образ для сучасної людини.

Головною ідеєю інтер'єру є поєднання протилежних текстур та фактур подібних відтінків, що підкреслює філософію бренду. Наприклад, використання матових та лакованих меблів, темних та світлих відтінків. Це дозволяє створити гармонійний та динамічний простір, який відображає філософію бренду.

Оскільки одяг виступає основним фокусом в магазині, було уникнено використання надмірних деталей у інтер'єрі. Було прийнято рішення зосередитися на мінімалістичному дизайні, щоб створити нейтральне та затишне середовище, де одяг може бути в центрі уваги. Відсутність зайвих акцентів дозволяє виробам вибиватися та привертати увагу клієнтів своїм стилем та якістю.

Інтер’єр має сучасний, мінімалістичний стиль з акцентом на м'які лінії та індустріальні форми. Приміщення наповнене світлом, завдяки великим вікнам та

правильно розташованому освітленню. Вітрини виконані у стриманій кольоровій гамі, що підкреслює чистоту та простоту форм.

Через високу стелю потрібно облаштувати достатню кількість світла в примірочних – вони освітлюються за допомогою прихованих підсвіток у стелі та стіні.

Особливістю приміщення є острів, на якому розміщено стенд для речей. Це центральний елемент магазину, який привертає увагу клієнтів та дозволяє зручно розміщувати одяг для огляду. Острів виготовлений з комбінації матеріалів: дерево, метал і скло, що створює баланс між природними та індустріальними елементами.

Також передбачено зони для відпочинку клієнтів, де вони можуть зручно приміряти речі. Ці зони обладнані м'якими меблями у нейтральних тонах, що сприяє релаксації та комфорту.

Таким чином, інтер’єр магазину створює затишну та сучасну атмосферу, де кожен елемент підтримує загальну концепцію бренду, підкреслюючи його простоту, функціональність та естетику.

2.3. Функціонально-технологічне і об’ємно-просторове рішення інтер’єру приміщень

Інтер'єр простору для магазину одягу має досить велику кількість особливостей в проектуванні. В процесі завжди потрібно пам’ятати про те, що при розробці приміщення враховуються всі технологічні та функціональні особливості.

Під час аналізу та в процесі розробки даного приміщення завжди були враховані важливі пункти для створення інтер’єру, щоб досягти оптимального результату, а саме розробляти все так, щоб простір був зручним, комфортним та з використанням необхідних меблів, які мають незамінну функцію та гарно дотримуються загальної ідеї, підкреслюючи стиль та характер ідеології бренду.

Також були враховані такі аспекти: збалансоване, гармонійне поєднання кольорів та форм, щоб створити приємну атмосферу для клієнтів.

Під час розробки функціонально-технологічного і об'ємно-просторового рішення інтер'єру приміщень магазину одягу, слід врахувати ключові фактори, такі як площа магазину, кількість персоналу та клієнтів. Для магазину з площею 256 м² можна орієнтуватися на таку кількість персоналу:

- Продавці-консультанти: в цьому магазині потрібно від 3 до 6 продавців-консультантів. Це залежить від очікуваного потоку клієнтів і режиму роботи магазину (наприклад, чи буде він працювати у дві зміни).

- Адміністратор/менеджер: 1 особа, яка буде відповідати за управління магазином, вирішення адміністративних питань і координацію роботи персоналу.

- Охоронець: 1 особа.

- Касири: 1-2 особи.

Якщо дотримуватися вказаних норм і стандартів, простір матиме розподіл по зонах з урахуванням траєкторії руху.

Для розробки дизайну інтер'єру бутіку одягу, потрібно врахувати оптимальну кількість клієнтів, яка може одночасно перебувати в приміщенні, щоб забезпечити комфорт і зручність для всіх. Для бутіку з площею 256 м² задіяні такі розрахунки:

1. Простір для кожного клієнта складає близько 2-4 м² для комфортного переміщення та перегляду товарів.

2. Оптимальна кількість клієнтів одночасно в бутіку з площею 256 м² може варіюватися від 64 до 128 осіб.

Проте, для забезпечення комфорту клієнтів було вирішено орієнтуватися на нижню межу – близько 64 осіб. Це дозволить уникнути перенаселення, забезпечити зручний доступ до товарів та уникнути створення черг в примірочних і на касі. Додатково, було враховано специфіку товару і планування

магазину. Ще в приміщенні передбачені досить великі примірочні кабіни та зони для відпочинку, тому кількість клієнтів може бути зменшена.

З метою забезпечення ефективного і комфортного середовища в бутіку, слід врахувати також інші важливі аспекти:

Зонування простору

Вхідна зона займає - 15,20 м².

Торгові зони:

Виділено - 145,37 м² та острів/ стенд - 14.08 м² для основних торгових зон, де розміщені стійки з одягом, полиці, манекени тощо.

Це дозволяє клієнтам легко оглядати і вибирати товар.

Приміщення кабін:

Розміщення приміщень кабін має досить зручний доступ з будь-якої частини магазину. Для магазину такої площі оптимально було зробити 6 приміщень кабін, які займають - 28,15 м².

Зони відпочинку:

Облаштовано 2 місця для відпочинку з комфортними кріслами, де клієнти зможуть перепочити.

Зона очікування/відпочинку - 21,88 м².

Робочі місця:

Запроектовано для персоналу зручні робочі місця, де вони зможуть ефективно виконувати свої обов'язки.

Каса/Рецепція - 6,85 м²; зона для зберігання товару/склад - 12,19 м².

Також облаштовані зони для комунікації персоналу, де вони зможуть обговорювати робочі питання та відпочивати під час перерв.

Приміщення для персоналу займає 14,01 м².

В приміщенні також виділене окреме місце для складу - 12,19 м² (місця для зберігання запасів товару). Це підсобне приміщення та зона за торговими стійками.

Також було враховано процес поповнення товару на стійках і полицях так, щоб це не заважало клієнтам.

Санітарні вузли:

Було забезпечено наявність санітарного вузла для персоналу площею 2,59 м².

Розваги та заходи:

Площа приміщення дозволяє передбачити можливість проведення різних заходів (покази мод, презентації нових колекцій) або інтерактивних зон для клієнтів.

Планування та врахування цих аспектів створює привабливий і функціональний інтер'єр бутіку, який сприятиме комфортному перебуванню клієнтів і ефективній роботі персоналу.

2.4 Композиційне і просторове рішення інтер'єру приміщення

Інтер'єр має сучасний, мінімалістичний стиль з акцентом на м'які лінії і нейтральні кольори. Ось основні характеристики дизайну:

Колірна палітра: В основному використані світлі відтінки, переважно білий або кремовий, що створює чистий і просторний вигляд. Також присутні акцентні рожеві меблі з прозорого матеріалу.

Форми та лінії: Інтер'єр характеризується плавними, округлими формами меблів і елементів декору. Немає гострих кутів, що створює відчуття гармонії і комфорту.

Меблі: Встановлені мінімалістичні меблі з гладкими поверхнями. Центральне місце займає острів та каса/ресепшн з округлими кутами. В середині острова розташований стенд розроблений для товарів.

Майже всі меблі дизайнерські, вони були розроблені індивідуально для цього проєкту.

Велику частину займають стійки різних, але подібних кривих форм для одягу.

Меблі налічують приблизно 20% простору, та зображають ті чи інші геометричні форми.

Освітлення: Використане м'яке, розсіяне освітлення, яке вбудоване в стелю і стіни. Це створює плавний, безтіньовий ефект і додає приміщенню комфорту та сучасного вигляду.

Якісне освітлення, забезпечує достатньо світла для всіх торгових зон, щоб клієнти могли добре бачити товар. Використано різні типи освітлення (загальне, акцентне, декоративне) для створення привабливої атмосфери.

Вбудована (скрита) трекова система, яка знаходиться вздовж торгової зони слугує додатковою вказівкою, це допоможе клієнтам легко знаходити потрібні товари і примірочні кабіни.

Планування: Простір відкритий і добре організований, з достатньо місця для переміщення. Можна побачити зони для товарів, примірочних або відпочинку.

Цей інтер'єр підходить для бутику, оскільки він створює елегантну та сучасну атмосферу, сприятливу для комфортного перебування клієнтів і ефективної презентації товарів.

Висновки до Розділу 2.5

Описуються ключові аспекти проектування інтер'єру магазину одягу. Основні елементи, які було враховано: примірочні кабіни, зони відпочинку, робочі місця, торгові зони, зонування простору, розваги та заходи. Інтер'єр магазину має сучасний, мінімалістичний стиль з акцентом на м'які лінії і нейтральні кольори.

Було враховано такі аспекти: колірна палітра, форми та лінії, меблі, освітлення, планування, додаткові характеристики приміщення

Проект інтер'єру магазину одягу площею 256 м², розташованого в центрі Києва, базується на сучасному мінімалістичному дизайні, який підкреслює естетику та функціональність бренду. Враховано всі необхідні технологічні та функціональні аспекти для створення комфортного простору як для клієнтів, так і для персоналу.

Інтер'єр відрізняється світлою кольоровою палітрою з акцентами, плавними лініями меблів без гострих кутів та м'яким, розсіяним освітленням, що створює відчуття простору і гармонії. Простір добре зонований, з урахуванням оптимального розміщення примірочних кабін, зон відпочинку, робочих місць для персоналу, торгових зон та інших функціональних елементів. Магазин знаходиться на вулиці Велика Васильківська, в районі з високим пішохідним трафіком і транспортною завантаженістю. Приміщення знаходиться на першому поверсі, має кілька кімнат, підвал і окремий вихід на вулицю з іншого боку будівлі. Висота стін складає 3,8 м, що забезпечує простір для втілення інтер'єрних рішень.

Концепція інтер'єру підкреслює ідеологію бренду, який пропонує базовий, мінімалістичний і комфортний одяг для повсякденного носіння. Використання протилежних текстур та фактур подібних відтінків дозволяє створити гармонійний та динамічний простір, що відображає філософію бренду.

Загалом, інтер'єр магазину створює затишну та сучасну атмосферу, де кожен елемент підтримує загальну концепцію бренду, підкреслюючи його простоту, функціональність та естетику. Це сприяє комфортному перебуванню клієнтів та ефективній роботі персоналу, забезпечуючи привабливий та функціональний простір для успішного розвитку бренду.

Використання екологічно чистих матеріалів у дизайні приміщення підкреслює відповідальний підхід до створення ефективного та екологічно безпечного середовища.

РОЗДІЛ 3. Дизайн-розробка елементу інтер'єру

3.1 Дослідження та вивчення аналогів

Приклади українських рецепцій минулих років

Аналог №1

Стійка рецепції була виготовлена на замовлення для українського бренду the COAT - Це бренд жіночого готового одягу заснований Катериною Сільченко в 2014 році.

Дизайн Інтер'єру також розробила Катерина Сільченко. Дизайнер черпає натхнення в оточуючих жінках, сильних, пристрасних і тонких водночас.

Приміщення, в якому знаходиться стійка рецепції, розташовується в Києві. Загальна площа приміщення 130 м².

Проєкт був реалізований в 2022 році.

Дизайн рецепції характеризується сучасним мінімалізмом і використовує натуральні матеріали та нейтральну кольорову гамму.

Ресепшн: складається з центрального елемента з каменю або схожого матеріалу та дерев'яної стільниці, що додає тепла та контрасту. Декоративна тумба з дзеркальною поверхнею під стільницею додає відчуття простору.

Основні кольори: світлі відтінки бежевого та кремового.

Акцентні елементи: дерево та дзеркальні поверхні.

Рис. 3.1 стійка рецепції для магазину the COAT []

Аналог №2

Наступний приклад стійки рецепції був розроблений для бренду Symbol, також на замовлення за індивідуальними ескізами.

Symbol - найбільший дистриб'ютор брендів lux-сегмента у Східній Європі. Мережа їхніх мультибрендових бутиків налічує у 7 містах та 32 локації України.

Головними архітекторами були: Слава Бальбек, Марія Повстяна, Марія Козачук.

Symbol Digital Showroom розташований у Києві на вулиці Городецького. Як і сусідні будинки, дім на Городецького, 11-А був зведений наприкінці XIX століття. Під час Другої світової Хрещатик і прилеглі будівлі були зруйновані вибухами та згоріли у пожежах, проте у повоєнні роки їх було відновлено в історичному вигляді. До Symbol на цій локації розміщувався годинниковий

бутик. Діджитал-шоурум розташований поруч з Пасажем, неподалік від інших магазинів мережі. Загальна площа приміщення 75,8 м².

Проєкт був реалізований в 2022 році.

У 2021 році Symbol звернулися до бюро Балбека із запитом на інтер'єр бутика з новою концепцією: дизайн для діджитал-шоуруму компанії з інтерактивними онлайн-примірочними.

Гостей Symbol зустрічає зона рецепції, розташована праворуч від входу. Напроти стійки розміщений диван – це зона очікування для гостей.

Від рецепції клієнти прямують обирати одяг за допомогою інтерактивних онлайн-примірочних – диванів, розміщених напроти екранів з колекцією Symbol.

На фото зображена рецепція, яка характеризується мінімалістичним та сучасним дизайном із використанням монохромної кольорової гами та гладких поверхонь.

Стільниця рецепції: гладка і закруглена, також сірого кольору, створює відчуття монолітності.

Ресепшн має округлені форми, що додають м'якості дизайну, незважаючи на використання холодних матеріалів.

Верхня частина рецепції є гладкою і без зайвих деталей, що підкреслює мінімалістичний підхід.

Використання монохромних сірих відтінків і гладких поверхонь додає інтер'єру елегантності та професійного вигляду. Округлені форми меблів створюють м'який контраст із загальною строгою стилістикою простору.

Рис. 3.2 Стійка рецепції для магазину Symbol []

3.2 Функціонально-технічні особливості

Основним обладнанням будь-якого магазину одягу є рецепція з касою довжиною та формою якої буде різна залежно від кількості потоку клієнтів та дизайнерського рішення. При аналізі приміщення та з урахуванням потоку клієнтів було вирішено розробити рекреацію з касою на одне робоче місце розміри якої :

Довжина -2500 мм; ширина 800мм; висота - 1150 мм.

Рецепція має мінімалістичну згладжену форму та добре доповнює інтер'єр.

Функціонально-технічні особливості рецепції з касою в магазині одягу та бутіках включають ряд аспектів, спрямованих на забезпечення зручності клієнтів та ефективної роботи персоналу. Ось кілька ключових особливостей:

Ергономіка простору: Рецепція з касою повинна мати оптимальне розташування, щоб забезпечити легкий доступ для клієнтів і зручність обслуговування. Каси мають бути розташовані таким чином, щоб забезпечити зручну траєкторію руху клієнтів, мінімізувати черги і сприяти ефективній роботі персоналу.

Підготовка працівників: Персонал, який працює за касою, повинен мати необхідну підготовку для оперативного та професійного обслуговування клієнтів. Це включає навички роботи з касовим обладнанням, обробки платежів, роботи з програмним забезпеченням, а також вміння ефективно комунікувати з клієнтами.

Касове обладнання: Робота каси в магазині одягу потребує спеціалізованого обладнання, такого як касові апарати, POS-термінали для прийому безготівкових платежів, сканери штрих-кодів і принтери для друку чеків. Важливо, щоб це обладнання було надійним і функціональним для безперебійної роботи каси.

Безпека та контроль: Рецепція з касою повинна бути обладнана системами безпеки, такими як відеоспостереження, щоб запобігти крадіжкам і забезпечити безпеку персоналу та клієнтів. Також важливо мати системи контролю за доступом до касового приміщення для запобігання несанкціонованому доступу.

Електронне документування та звітність: Касові операції мають бути документовані і відображені в системі обліку, щоб забезпечити точність обліку обороту та відповідність фінансовим стандартам. Системи автоматизованого обліку і звітності допомагають зберігати дані про продажі, інвентаризацію і фінансові операції відповідно до вимог законодавства.

Дизайн інтер'єру: Естетика рецепції з касою також важлива. Вона повинна гармонійно вписуватися в загальний дизайн магазину, підкреслюючи його стиль

та ідентичність бренду. Використання якісних матеріалів, стильного дизайну та правильного освітлення допомагає створити привабливу і функціональну зону рецепції.

Ці функціонально-технічні особливості грають важливу роль у забезпеченні ефективної роботи рецепції з касою в магазині одягу та бутіках, що відображається у зручності обслуговування клієнтів та оптимізації робочих процесів персоналу.

Згідно з Державним будівельним нормативом "ДБН Б.2.2-10:2019 Будинки та споруди. Планування та зонування" та Німецькими будівельними нормами (Нойферд), рецепція з касою в магазині одягу та бутіках повинна відповідати таким вимогам:

Оптимальне розташування зон: Відповідно до ДБН, рецепція повинна бути розташована у такому місці, щоб було зручно доступатися з входу та було хороший огляд входу для персоналу. Згідно з Нойфердом, рецепція повинна бути розташована так, щоб було забезпечено безперешкодний доступ для клієнтів та ефективне обслуговування.

Освітлення: Згідно з обома нормативами, рецепція повинна бути добре освітлена, з урахуванням як природного, так і штучного світла. Це важливо для створення привабливої та функціональної зони обслуговування.

Простір для клієнтів та персоналу: Згідно з ДБН, рецепція повинна мати достатньо простору для руху клієнтів та персоналу, з можливістю зручного розміщення касового обладнання та додаткових матеріалів. Нойферд також визначає необхідність створення комфортних зон для обслуговування клієнтів та роботи персоналу.

Доступність для осіб з обмеженими можливостями: Обидва нормативи вимагають, щоб рецепція була доступна для осіб з обмеженими можливостями. Це означає наявність підйому для інвалідних візків, а також достатньо широких коридорів та входів для їх зручного руху.

Естетика та дизайн: Обидва нормативи вказують на важливість естетики та дизайну рецепції. Вона повинна гармонійно вписуватися в загальний дизайн магазину, підкреслюючи його стиль та ідентичність бренду.

Застосування вимог ДБН та Нойферда допомагає створити функціональну, зручну та естетичну рецепцію з касою в магазині одягу та бутиках, що сприяє комфортному обслуговуванню клієнтів та ефективній роботі персоналу.

Висновки до Розділу 3.3

Аналізуючи приклади стійок рецепцій для магазинів одягу, можна зробити висновок про те, що дизайн цих елементів інтер'єру відображає ідентичність та філософію бренду, що є важливим елементом їхнього маркетингового іміджу.

Стійка рецепції для бренду the COAT відзначається мінімалістичним дизайном, використанням натуральних матеріалів та нейтральної кольорової гами, що створює естетичну та затишну атмосферу. З іншого боку, рецепція для мережі Symbol має сучасний дизайн з використанням інтерактивних онлайн-примірочних, що відображає інноваційний підхід бренду та спрямована на комфорт та зручність клієнтів.

Функціонально-технічні особливості рецепції з касою в магазинах одягу та бутиках включають оптимальне розташування, ергономіку, безпеку, освітлення, доступність для осіб з обмеженими можливостями та естетичний дизайн. Дотримання вимог ДБН та Нойферда допомагає забезпечити ефективну роботу рецепції, комфортне обслуговування клієнтів та підвищує рівень задоволення від відвідування магазину.

4. Висновки

Проектування та створення магазину одягу - складне завдання, що потребує комплексного підходу та уваги до деталей. У цьому проєкті детально аналізуються ключові аспекти дизайну магазину з урахуванням впливу різних факторів, зокрема, створення привабливого та функціонального середовища для покупців.

Кожен з шоурумів має свою унікальну атмосферу, що відображає ідентичність бренду за допомогою різноманітних кольорів, текстур і форм. Функціональні простори, такі як примірочні кабіни та касові зони, підібрані з урахуванням комфорту клієнтів, сприяючи позитивному досвіду покупки і збільшуючи ймовірність повторних візитів. Важливо дотримуватися вимог щодо безпеки та враховувати їх у дизайні, а також ефективно використовувати вхідну зону та вітрину для приваблення клієнтів.

Проект інтер'єру магазину одягу має сучасний мінімалістичний стиль, який підкреслює естетику та функціональність бренду. З урахуванням колірної палітри, форм, меблів та освітлення створено затишну та сучасну атмосферу, що сприяє комфортному перебуванню клієнтів і ефективній роботі персоналу. Використання екологічно чистих матеріалів підкреслює відповідальний підхід до створення ефективного та екологічно безпечного середовища.

Дизайн рецепцій для магазинів одягу відображає ідентичність та філософію бренду. Важливо дотримуватися функціонально-технічних особливостей, таких як ергономіка, безпека та доступність для осіб з обмеженими можливостями, щоб забезпечити комфортне обслуговування клієнтів і підвищити рівень задоволення від відвідування магазину.

Проаналізувавши всі аспекти, було створено проект магазину одягу, який знаходиться в Києві та має площу 256 м². Щодо дизайну інтер'єру шоурумів, він відображає тенденції сучасної моди та сприяє розвитку місцевих брендів. Зосереджуючись на якісних матеріалах, ергономіці та естетиці, дизайн створює

привабливі та функціональні простори для покупців. Крім того, проекти дизайну можуть враховувати тенденції сталої моди та підвищеного інтересу до екологічно відповідального підходу.

У цілому, дизайн інтер'єру українських магазинів одягу є не лише відображенням естетики та функціональності, але й важливим чинником для економічного відновлення та розвитку країни в умовах сучасних викликів.

5. Використані джерела.

1."Адаптивний дизайн інтер'єрів" - Васильченко В.П., видавництво "ІнтеріорДизайн", 2018.

2."Архітектура будівель і споруд" - Котеньова З.І. Навчальний посібник для студентів будівельних спеціальностей – Харків ХНАМГ, 2007.

3."Дизайн офісних приміщень" - Іванова О.В., видавництво "АртБукс", 2020

4."Дизайн інтер'єру" - Новосельчук Н.Є., Полтава: Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», 2020. – 165 с.

5. ДБН В.2.2-23:2009 (Дата звертання: 25.01.2024);

6. Дизайн приміщення магазину ubras. URL: https://retaildesignblog.net/wp-content/uploads/2023/06/ubras-store-by-So-Studio-01.png Дата звертання: 20.01.2024);

7."Екологічний аспект в організації робочих приміщень" - Корнієнко Л.С., видавництво "ЕкоМедіа", 2019.

8. Інтер'єр шоуруму з одягом бренду CHER'17, знаходиться у Києві. URL: https://amazingarchitecture.com/store/cher17-showroom-a-clothing-store-like-a-portal-to-another-reality-in-kyiv-ukraine-by-temp-project (Дата звертання: 25.01.2024);

9. Інтер'єр шоуруму з одягом бренду SVRN. URL: WGNB creates minimal monochrome SVRN store in Chicago (Дата звертання: 20.01.2024);

10."Композиція в дизайні" - Устин В. Б. Методичні основи композиційно-художнього формоутворення в дизайнерській творчості: Навчальний посібник / - 2-е видання., уточнене та доповнене. - М. : АСТ : АСТРЕЛЬ, 2007. - 239, [1] с

11. Нойферт Э. Строительное проектирование.:/Пер. с нем. К.Ш. Фельдмана, Ю.М. Кузьминой; Под ред. З.И. Эстрова и Е.С. Раевой. 2-е изд. М.: Стройиздат, 1991. – 255 с: ил. ISBN 5-274-00236-6. Перевод издания: Bauentwurfslehre/E. Neufert F. Viweg & Sohn Braunschweig/Wiesbade. (Дата звертання: 25.01.2024);

12."Основи проектування інтер’єрів" - Маркович М.Й., курс лекцій. Ч. 2. — Тернопіль: ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2016. — 75 с.

13. "Основи інтер'єрного дизайну" - Петренко Л.М., видавництво "Київський університет", 2018

14. Особливості використання дизайну магазину одягу. URL: https://borisstudio.com/uk/dizajn-interera-magazinu-odyagu (Дата звертання: 20.01.2024);

15. Порівняння розкішних і звичайних/звичайних модних магазинів. URL: https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:541158/FULLTEXT01.pdf. (Дата звертання: 20.01.2024);

16. Стійка рецепції для магазину the COAT. URL: https://rinalovko.com/projects/thecoat (Дата звертання: 20.05.2024);

17. Стійка рецепції для магазину Symbol. URL: https://www.balbek.com/symbol (Дата звертання: 20.05.2024);

18. Сучасна архітектурна освіта. Концептуальність архітектурної С 89 творчості: матеріали XII Всеукраїнської наукової конференції 19 листопада 2020 р. – К.: КНУБА, 2022. – 155 с.

19."Типи будинків та архітектурні конструкції" - Бойко Х.С.. Навчальний посібник, 2-ге видання доповнене. Львів: Львівська Політехніка 2015. – 204 с.

20. [Електронний ресурс] - Режим доступу: [CHER’17 Showroom: A clothing storelike|Store]

21. [Електронний ресурс] - Режим доступу: [https://retaildesignblog.net/wp content/uploads/2023/06/ubras-store-by-So-Studio-01.png]

22. [Електронний ресурс] - Режим доступу: [https://static.dezeen.com/uploads/2023/03/svrn-store- chicago_wgnb_dezeen_2364_col_30.jpg]

Anti-Plagiarism v-15.257

Максимальное совпадение с одним документом 1.0%

Словари проверки: en_US, ru_RU, ua_UA. **Ошибок в документах: 9%**

ID: 129351 Название: Дизайн інтер'єру та обладнання торговельної зали бутіку одягу Добавлено в БД: 2024-06-10 Авторы: Гриб Катерина Віталіївна Руководители: Биков М.І. Консультанты: Оппоненты:	Документ		Суммарное совпадение по Базе Данных	
	Символы	Лексемы	Символы	Лексемы
	44942	382	670 (1%)	11 (3%)

Источник плагиата

ID	Описание	Наличие плагиата в документе	
		Символы	Лексемы

Tue Jun 11 21:54:31 EEST 2024, Плотніко Костянтин Михайлович, Київський національний університет будівництва і ар