

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ  
Архітектурний факультет  
дизайну**

**ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА  
ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ ВИПУСКНОЇ РОБОТИ  
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ  
БАКАЛАВРА ДИЗАЙНУ  
на тему:  
«Дизайн інтер'єру та обладнання автосалону»**

Виконала: Сергієнко Єва Миколаївна

Київ 2024 р.

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ  
Архітектурний факультет  
дизайну**

**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
Завідувач кафедри  
Третяк Ю.В.  
2024 року

**ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА  
ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ ВИПУСКНОЇ РОБОТИ  
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА  
«Дизайн інтер'єру та обладнання автосалону»**

Виконала: Сергієнко Єва Миколаївна  
022 Дизайн  
Інтер'єр і обладнання  
Групи: ДН 20 - 4  
Керівник: Щеглов С. П  
(прізвище та ініціали)  
(вчене звання, науковий ступінь)

*Ідентичність підтверджую*

Київ 2024 р.

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БУДІВНИЦТВА І  
АРХІТЕКТУРИ**

Факультет                      Архітектурний  
Кафедра                        ДИЗАЙНУ  
Освітньо-кваліфікаційний рівень                      Бакалавр  
Спеціальність                      022 «Дизайн»

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Декан архітектурного факультету

\_\_\_\_\_ д.т.н., проф. О.В. Кащенко

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 року

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

Сергієнко Єва Миколаївна

1. Тема роботи «Дизайн інтер'єру та обладнання автосалону»
2. Керівник роботи Щеглов С. П

затверджені наказом вищого навчального закладу від «     » 2024 року

3. Термін виконання студентом роботи 15.02.2024 – 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:

РОЗДІЛ I. Особливості проектування автосалону.

РОЗДІЛ II. Засоби і прийоми формування інтер'єру

РОЗДІЛ III. Дизайн розробка елементу меблів

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 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 Завдання видав	Дата Завдання прийняв
1	Керівник Щеглов С.П.		
2	Керівник Щеглов С.П.		
3	Керівник Щеглов С.П.		

8. Дата видачі завдання 15.02.2024 року

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Видача завдання	15.02.2024	
2	Збір матеріалу	15.02 - 22.02.2024	
3	Виконання клазури	22.02 – 26.02.2024	
4	Розробка ескізу, пояснювальної записки – I розділу	27.02. - 12.03.2024	
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 експозиції і доповіді	14.06 – 17.06.2024	
10	Захист роботи	24.06 – 26.06.2024	

Студент \_\_\_\_\_ Сергієнко\_Є.М.  
( підпис ) ( прізвище та ініціали )

Керівник роботи \_\_\_\_\_ Щеглов\_С.П.  
( підпис ) ( прізвище та ініціали )

# ЗМІСТ ПОЯСНЮВАЛЬНОЇ ЗАПИСКИ

## ВСТУП

### РОЗДІЛ I. Особливості проектування автосалону.

1.1 Аналіз теоретичної джерельної бази.

1.2 Дослідження та вивчення аналогів.

1.3 Нормативні вимоги проектування інтер'єрного середовища

1.4 Специфіка будівництва автосалонів

1.5 Специфіка дизайну основних приміщень автосалону

### РОЗДІЛ II. Засоби і прийоми формування інтер'єру

2.1 Вихідні дані

2.2 Концепція інтер'єру

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

2.4 Композиційне і просторове рішення інтер'єру приміщень

2.5 Меблі та обладнання

### РОЗДІЛ III. Дизайн розробка елементу меблів

3.1 Аналоги

3.2 Функціональні, технологічні, конструктивні особливості

Список використаної літератури

# Вступ

## Актуальність теми дослідження

За останні кілька десятиліть автомобільна індустрія пройшла через великі зміни, вони постійно впливали на споживачів, тим самим змінюючи їх взаємодію з автосалонами. Важливими факторами є технологічні іновації, ефектний дизайн автосалону, вивчення споживчих уподобань, щоб бути забезпеченими конкурентоспроможністю та залученню нових клієнтів.

В сучасному світі є великий попит на автотранспорт, який забезпечить людям не тільки комфорт, а й унікальність, яка підкреслить їхні індивідуальні потреби. З розвитком цифрових технологій і розробкою нових бізнес-моделей, важливо враховувати, як дизайн інтер'єру впливає на ефективність роботи автосалонів, їхню привабливість для клієнтів, а також комерційний успіх.

Також актуальність теми є в тому, що нові моделі переходять на електричні або гібридні транспортні засоби, що дає змогу подбати про екологію світу. Розвиток нових технологій у авто промисловості, (екктричні та гібридні автомобілі) можуть збільшити попит на покупку нового автомобіля та послуг, пов'язаних з ним. Автомобільні дилери, які можуть запропонувати доступ до новітніх технологій та найновіших моделей, можуть отримати конкурентну перевагу. Переваги електрокарів роблять їх привабливими для споживачів та суспільства в цілому: Найголовніша з них, це те що вони є екологічно чистими в порівнянні з традиційними авто, ці машини не викидають шкідливі гази та інші забруднюючі речовини в атмосферу, тому сприяють зменшенню забруднення повітря. Теж це економія, так як електро машини заряджаються від зарядних станцій, йде велика економія на пального. Тихість – такі машини зазвичай набагато тихіші, за рахунок іншої роботи двигуна, це забезпечить більш комфортне проживання для мешканців міста. Ефективність енергоспоживання: Електрокари можуть бути більш ефективними у використанні енергії, оскільки вони використовують електромотори, які конвертують електричну енергію у рух, зазвичай ефективніше, ніж двигуни внутрішнього згорання, які втрачають енергію через теплові втрати.

Естетика – один з найголовніших факторів для створення дизайну. Люди різних вікових категорій та з різним соціальним статусом, користуються послугами в купівлі авто, тому при створенні дизайну цього проекту, треба забезпечити комфортний та естетично привабливий простір. Часто

клієнти приходять з дітьми, тому установка дитячого кутка, є цілком привабливою ідеєю для забезпечення спокою та ймовірно виграшного діла в покупці. Також лаундж зона та зона оформлення, має бути максимально комфортною, задля того щоб у клієнта не виникли негативні емоції. В цьому посприяють меблі, вони повинні бути зручними та ергономічними. Зручні крісла або дивани, столики для кави або напоїв допомагають створити атмосферу зручності і розслаблення не тільки клієнтам, а і працівникам, що забезпечить більшу продуктивність. Сам візуальний затишок має включати в себе приємний дизайн та оформлення, використання приємних кольорів, цікавого освітлення та декоративних елементів, що може породити бажання залишитись або дати рекомендацію друзям чи знайомим відвідати саме цей салон. Лаундж зона також може бути місцем для відображення нових моделей автомобілів або інших промоційних матеріалів, що зацікавить покупців. Простір для консультації, що може знаходитись в офісному відділі, має бути обладнаний зонами для приватних консультацій з продавцями або представниками компанії, де клієнти можуть отримати поради щодо покупки авто, або додаткову інформацію.

Загалом правильна організація зон в автосалоні важлива для зручності клієнтів та ефективності роботи персоналу. Зона реєстрації повинна бути розташована біля входу, щоб персонал міг привітати клієнтів і направити їх у відповідну зону. Також це зручно щоб зразу можна було зареєструвати клієнта, зразу приймати запити, а також надавати додаткову інформацію. Далі зона демонстрації, де добре видно нові моделі транспортних засобів, найкраще розташувати її посередині, щоб її було видно з різних кутів, а також для привернення уваги. В автосалоні може бути великий відкритий майданчик, де автомобіль розташовується так, щоб його можна було побачити з усіх боків. Далі зона тест драйву, вона повинна знаходитись близько від зони демонстрації або поруч з автосалоном, це забезпечить клієнтам легкий доступ до випробовування тест драйвом. Недалеко від зони демонстрації, також має бути зона консультації і лаундж зона, про яку говорилось вище. В загальному всі маленькі зони, мають бути біля основної демонстрації авто, для комфорту і зручності, а також для швидкого пересування. Все це можна розташувати відповідно до розміру та конфігурації простору шоу-руму, але головна мета – забезпечити продуктивність у всьому.

Цей проект містить глибокий аналіз сучасних тенденцій у дизайні автосалонів та оцінює їхній вплив на клієнтський досвід, ефективність використання простору та показники продажів. У ньому досліджуються фактори що впливають на успіх автосалонів, зокрема атмосфера, викладка продукції, технології та імідж бренду. Також розглядаються нові підходи

та стратегії, які можна використовувати для покращення дизайну автосалонів і стимулювання купівельного попиту.

Метою дослідження є не лише аналіз поточного стану дизайну автосалонів, а й визначення ключових напрямків майбутнього розвитку, які можуть допомогти авто шоурумам досягти більшого успіху в сучасному конкурентному середовищі.

## РОЗДІЛ 1. Особливості проектування автосалону.

### 1.1 Аналіз теоретичної джерельної бази.

При створенні автосалону, треба зазначити деякі аспекти, які допоможуть знайти підхід до кожного типу клієнтів. Основні пункти аналізу теоретичної джерельної бази можуть бути важливим етапом для забезпечення успішного проекту.

#### Стратегічне планування

Вивчення теорії стратегічного планування допоможе визначити найкращу стратегію розвитку автосалону з урахуванням конкурентних переваг, потреб ринку та інших факторів.

Стратегічне планування для автосалонів є важливою складовою успішного управління бізнесом в автомобільному секторі. Процес передбачає аналіз ринкової ситуації, конкурентного середовища та внутрішніх ресурсів компанії для того, щоб сформулювати стратегію, спрямовану на досягнення цілей і забезпечення конкурентоспроможності.

Планування стратегії для автосалонів стосується таких ключових питань, як визначення цільової аудиторії, формування асортименту продукції, розробка маркетингових стратегій та структурування простору для максимальної зручності клієнтів. Важливо також враховувати тенденції в автомобільній галузі, такі як електрифікація, діджиталізація та зміна споживчих уподобань.

Таке планування спрямоване на створення стійких конкурентних переваг, які допоможуть дилерам успішно працювати в швидкозмінному ринковому середовищі. Це передбачає постійний моніторинг ринкових тенденцій, аналіз ефективності стратегій та гнучке реагування на зміни для забезпечення динамічного розвитку дилерського центру.

## Маркетинг та брендинг

Маркетинг і брендинг автосалону відіграє важливу роль у залученні клієнтів і створенні позитивного корпоративного іміджу. Ефективна маркетингова стратегія здатна просувати продукти та послуги автосалону на ринку, привертати увагу потенційних клієнтів і збільшувати продажі. Брендинг спрямований на створення унікального і впізнаваного корпоративного іміджу, який асоціюється з високою якістю, надійністю та інноваціями в автомобільній галузі.

Маркетингові стратегії автосалонів використовують різноманітні канали комунікації для привернення уваги клієнтів, включаючи рекламу в місцевих ЗМІ, соціальні мережі, інтернет-рекламу, спеціальні акції та заходи. Особливу увагу слід приділяти віртуальному простору, оскільки більшість клієнтів шукають інформацію про автомобілі в Інтернеті перед тим, як відвідати автосалон.

Бренд автосалону повинен зосередитися на створенні унікального стилю, який відображає цінності та підхід компанії. Це включає в себе розробку логотипу та фірмового стилю, використання певних кольорів та дизайн візуальних матеріалів. Важливо, щоб бренд автосалону асоціювався з професіоналізмом, довірою та інноваційним підходом до автомобільного бізнесу.

Разом маркетинг і брендинг є потужними інструментами для залучення клієнтів і позиціонування автосалону на ринку як надійного і привабливого постачальника автомобілів і послуг. Ці стратегії допомагають забезпечити успіх автосалону та підвищити його популярність серед клієнтів.

## Дизайн інтер'єру та простору

Дизайн інтер'єру та простору автосалону теж відіграє важливу роль у створенні приємної та привабливої атмосфери для клієнтів. Перше враження від автосалону та його привабливість для клієнтів визначається продуманим естетичним дизайном. Ефективний дизайн інтер'єру може сприяти збільшенню продажів, підвищенню лояльності клієнтів і створенню позитивного корпоративного іміджу.

При розробці дизайну автосалону важливо враховувати потреби і побажання цільового клієнта. Слід враховувати ергономічність інтер'єру, зручність розташування транспортних засобів для огляду і зони очікування для клієнтів. Також важливо створити зони для презентації автомобілів, затишні куточки для консультацій і переговорів з клієнтами, інтерактивні елементи, які допомагають привернути увагу і зацікавити відвідувачів.

Дизайн інтер'єру автосалону повинен відображати імідж компанії. Цього можна досягти, використовуючи елементи дизайну, що відповідають корпоративним кольорам, логотипу та фірмовому стилю. Наприклад, в автосалоні преміум-класу часто використовують елегантні матеріали, високоякісну обробку і сучасний дизайн, в той час як в автосалоні економ-класу можна зробити акцент на простоті і функціональності. Інтер'єр та простір в автосалонах має створити приємну та затишну атмосферу для клієнтів, щоб вони відчували себе безпечно та комфортно під час відвідування автосалону. Це створює сприятливе враження про автосалон і підвищує ймовірність успішної покупки автомобіля.

## Управління персоналом

Управління персоналом є також важливим елементом успішного ведення цього виду бізнесу. Персонал автосалону відіграє ключову роль у взаємодії з клієнтами, продажі автомобілів та наданні післяпродажного обслуговування. При управлінні персоналом автосалону важливо створити мотивуюче і сприятливе робоче середовище, щоб співробітники могли досягти високих результатів. Це включає в себе навчання та освіту персоналу, розвиток кар'єри та створення схем мотивації та винагороди. Важливо також мати правильний баланс між різними типами досвіду та рівнями кваліфікації, а також правильне поєднання персоналу. Команди повинні вміти ефективно працювати разом, координувати свої дії та забезпечувати високий рівень обслуговування клієнтів.

Також важливо, щоб були створені чіткі системи комунікації для забезпечення ефективного обміну інформацією між різними відділами та менеджерами. Це дозволить уникнути непорозумінь і конфліктів, а також забезпечить безперебійний та ефективний робочий процес. Таким чином, управління людськими ресурсами в автосалонах вимагає комплексного підходу, спрямованого на створення мотивуючого середовища, правильний підбір і розвиток персоналу, а також ефективну комунікацію всередині організації. Ці заходи сприяють підвищенню ефективності та конкурентоспроможності автосалонів на ринку.

## Правові аспекти

Для забезпечення законності та стабільності функціонування автосалонів і пов'язаних з ними підприємств є різноманітні аспекти законодавства, які регулюють продаж, обслуговування, виробництво та експлуатацію автомобілів:

Одні з головних пунктів

1. Законодавство про автопромисловість: Це включає в себе регулювання виробництва автомобілів, безпеки та якості продукції, відповідність технічним нормам та стандартам, а також ліцензування виробництва та дозвільні процедури.
2. Законодавство про продаж і обслуговування автомобілів: Це включає в себе правила та вимоги щодо продажу автомобілів, гарантійні умови, права споживачів, а також вимоги до обслуговування та ремонту автомобілів.
3. Податкове законодавство: Це включає в себе оподаткування прибутку від продажу автомобілів, податки на додану вартість, акцизний податок на автомобілі, а також податки на власність та землю, пов'язані з автомобільним бізнесом.
4. Законодавство про захист даних: Оскільки автосалони збирають і обробляють великі обсяги особистих даних своїх клієнтів, важливо дотримуватися вимог щодо захисту цих даних від несанкціонованого доступу та використання.
5. Законодавство про страхування автомобілів: Це включає в себе вимоги щодо обов'язкового та добровільного страхування автотранспортних засобів, правила страхування, визначення відповідальності та виплати страхового відшкодування.
6. Законодавство про дилерську діяльність: Це включає в себе правила та вимоги щодо дилерської діяльності, ліцензування та реєстрації дилерських центрів, права та обов'язки дилерів перед виробниками та споживачами.

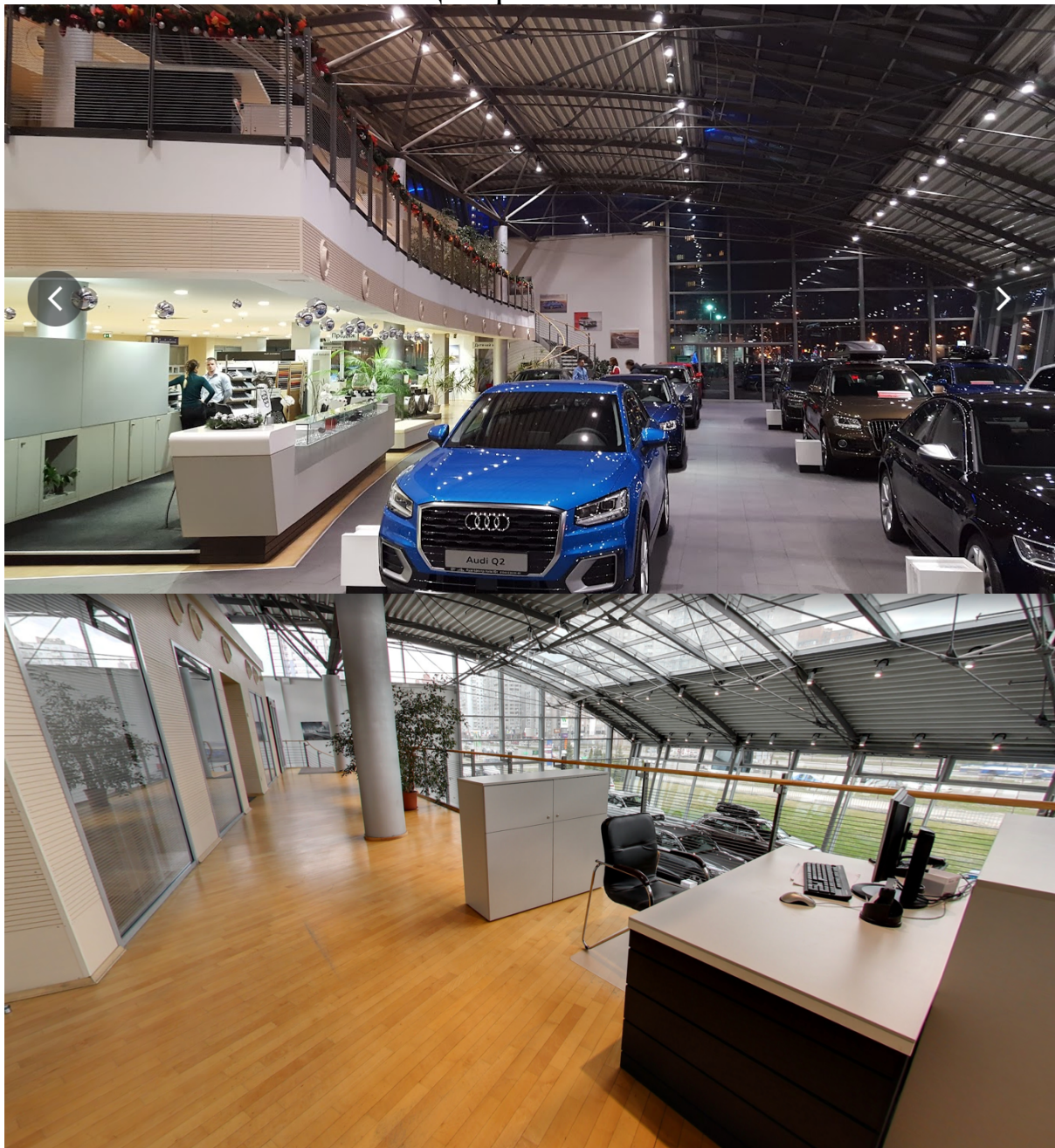
## Технології та інновації

В автомобільній промисловості технології та інновації теж є факторами, які постійно трансформують і розвивають цю галузь. Новітні технології в автомобільному бізнесі включають такі розробки, як електричні та гібридні транспортні засоби, системи автономного водіння, інтеграцію штучного інтелекту в автомобільні системи та розробку нових матеріалів для виробництва транспортних засобів. Ці інновації змінюють спосіб використання авто, роблячи їх безпечнішими, ефективнішими та зручнішими. Наприклад, впровадження електричних та гібридних машин допомагає зменшити викиди та залежність від нафтових ресурсів. Системи автономного водіння можуть підвищити безпеку на дорогах і зменшити кількість дорожньо-транспортних пригод. Крім того, технологічні інновації в автомобільній промисловості стимулюють конкуренцію серед виробників, що призводить до появи нових моделей з покращеними функціями та можливостями. Це надає споживачам більший вибір і дозволяє їм знайти найбільш підходящий

транспортний засіб для своїх потреб і вимог. Загалом, технології та інновації в автомобільній сфері впливають на всі аспекти галузі, від виробництва та продажу автомобілів до їх обслуговування та утилізації. Інновації допомагають рухати автомобільну промисловість вперед, забезпечуючи подальший розвиток і вдосконалення автомобільних технологій.

## 1.2 Дослідження та вивчення аналогів.

### Audi Центр Київ Юг





Створення автосалону Audi в Києві було важливою подією для автомобільного ринку в Україні. Автомобільна компанія Audi відома своєю преміальною якістю, і створення сучасного автосалону у столиці було спрямовано на задоволення потреб клієнтів та підвищення брендової привабливості марки Audi.

Ми бачимо досить хороший дизайн, використовується спокійна кольорова гамма, високоякісні матеріали, такі як скло, метал та дерево, які надають автосалону хорошого та привабливого вигляду.

За рахунок того, що більша половина приміщення загороджена тільки склом, а інша половина використовує білі кольори – це додає просторості та гарного світлового оформлення. Відкриті простори, великі вікна, добре розміщене освітлення, все це додає атмосферу відкритості та доступності.

В даному проєкті йде великий упор на зону виставки, так як є дуже багато моделей авто Audi. Розташували різні абсолютно різні моделі, ми бачимо контраст різних машин, та можемо проаналізувати та спробувати на тест драйві різницю, ти самим легко вирішуючи, що для себе є кращим. Це дає можливість підкреслити ексклюзивність та унікальність кожного автомобіля.

Друга половина розрахована на офіс, теж велика кількість місця, яка дає змогу поділити на різні блоки сфер обслуговування. Це дає комфорт клієнту, одночасно вирішувати всі питання по машині. Ці куточки обладнані м'якими меблями, кавоварками та іншим.

Інтер'єр автосалону також включає в себе сучасні технологічні рішення, такі як інтерактивні екрани, віртуальні тури по автомобілях, системи конфігурації автомобілів тощо, щоб забезпечити клієнтам найкращий досвід під час візиту в автосалон.

### Автосалон Porsche Центр Київ Аеропор





Цей салон є досить сучасним, кольорова гамма є дуже стриманою, загалом нічого лишнього. Можемо бачити як матеріали преміум якості, зразу роблять вид більш ексклюзивним та дорогим. Свого шарму додають рослини, які розміщені в досить цікавих горщиках.

За рахунок того, що основні офісні приміщення знаходяться на другому поверсі, це дає великий простір та відкриває додаткове місце для міні магазину з одягом та аксесуарами бренду Порше, що може заволікти ще клієнтів. Скляні вставки на стелі теж додають більшого освітлення та приємно пропускають сонячне світло.

Хоча зона виставки і велика, але самих експонатів не багато, це дає змогу зосередитись на найкращих моделях, та більш сконцентровано і ретельно оглянути їх.

Комфорт також полягає в тому, що лаунд зона, яка теж є на другому поверсі, дає можливість оглянути вид зверху, з різних сторін.

Технологічні інновації грають важливу роль в автосалонах Porsche, допомагаючи забезпечити клієнтам найсучасніші та зручні умови для ознайомлення з продукцією та вибору автомобіля. Деякі з технологічних інновацій, які можна зустріти в автосалонах Porsche, включають:

**Віртуальні турівки:** Клієнти можуть користуватися віртуальними турівками, щоб оглянути автомобілі з усіх кутів та дізнатися більше інформації про їхні функції та характеристики. Це дозволяє клієнтам дослідити різні моделі та конфігурації безпосередньо в автосалоні.

**Конфігуратор автомобіля:** Інтерактивні екрани або планшети можуть бути встановлені в автосалоні для допомоги клієнтам створити власний автомобіль, вибравши опції, колір кузова, оббивку салону, додаткове обладнання та інше.

Автомобільні додатки та мобільні додатки: Клієнти можуть скористатися спеціальними мобільними додатками, які надають інформацію про моделі автомобілів, актуальні пропозиції, можливості тест-драйвів та резервації автомобіля.

Технології розпізнавання жестів і голосу: В автосалонах Porsche можуть бути встановлені системи, які реагують на жести або команди голосом, щоб надати клієнтам інтерактивний досвід під час взаємодії з інформаційними екранами чи планшетами.

Віртуальна реальність (VR): Деякі автосалони можуть надавати клієнтам можливість скористатися віртуальною реальністю для відчуття сидіння за кермом або для віртуального тест-драйву моделі автомобіля.

Ці технологічні інновації допомагають покращити взаємодію клієнтів з брендом Porsche та забезпечити найкращий досвід під час відвідання автосалону.

## Mercedes-Benz – Автомобільний Центр Київ





При створенні цього центру, використали досить не типову форму приміщення. Таким чином освітлення попадає в середину зі всіх сторін, що дає змогу візуально збільшити простір. Mercedes-Benz славиться своїми автомобілями преміум-класу, тому інтер'єр є просторим і комфортним. Розміри салону дозволяють установити і ліфт і сходи, що теж є великим плюсом.

Дизайн інтер'єру цього салону є досить елегантним, інтер'єр оформлений з використанням вишуканих матеріалів, таких як білі кам'яні колони, дерево в меблях та алюмінієвий каркас. В цьому випадку кожна деталь є продумана для створення високого враження. Можемо також замітити, що

для кращого вигляду та підкреслення дизайну автомобілів, приміщення підсвічується спеціальними прожекторами та світлодіодними лампами.

Біля зони фуд, є дитяча зона, вона є безпечним середовищем для дітей. Вона забезпечена відсутністю небезпечних предметів, матеріалів, та гострих кутів. Зона оформлена яскравою та привабливою кольоровою тематикою, що сприяє веселій атмосфері та стимулює інтерес дітей.

Також можемо замітити, що в автосалоні присутні стенди з товарами які використовуються для виставлення аксесуарів, запчастин, додаткового обладнання та інших товарів.

## Автосоюз, офіційний дилер Volkswagen





Інтер'єр автосалону Volkswagen відображає стиль і цінності бренду та вражає своєю сучасністю, функціональністю і комфортом. Інтер'єр автосалону Volkswagen вирізняється сучасним стилем з чіткими лініями, великою кількістю простору та яскравими кольорами, які створюють відчуття відкритості та легкості.

Маркетингові матеріали салону виражаються в інформаційних стендах з актуальною інформацією про різні моделі, особливості та технології автомобілів розміщені по всьому автосалону.

Презентація продукту є окремими автомобілями які розташовані на підлозі автосалону для зручного огляду. Просторий інтер'єр включає окремі зони для особистих консультацій з продавцями, де клієнти можуть отримати детальну інформацію про автомобілі та послуги компанії Volkswagen.

Лаундж зона є досить велика та простора, сидіння для клієнтів зручні та м'які, їх можна відрегулювати для оптимального комфорту під час консультації, що до купівлі автомобіля. Увесь інтер'єр спроектований з урахуванням зручності для клієнтів, зі зручним розташуванням і доступністю до всіх виставлених автомобілів та сервісних послуг.

Естетика та ергономіка дизайну інтер'єру буде забезпечувати приємний візуальний досвід та комфорт при взаємодії з автомобілями та персоналом.

Інтер'єр оснащений хорошим освітленням, такими як прожектора, встроєні лампи та люк денного світла, що демонструють функції автомобіля.

Фірмовий стиль офісів продажів Volkswagen оформлені у стилі бренду з використанням логотипів, кольорів та дизайну, що відповідають іміджу компанії.

Загалом, інтер'єр автосалону Volkswagen розроблений з урахуванням комфорту, естетики та функціональності, створюючи зручне і тепле середовище для клієнтів.

## BMW АВТ Баварія Київ





Цей приклад автосалону, є досить маленький і мінімалістичний. Інтер'єр продуманий досить оранічно та компактно. Маленькі зони які поділені перегородками, щоб не мішати один одному в роботі. Вас чекатиме ретельно продуманий інтер'єр з вишуканими матеріалами, такими як натуральна шкіра, дерево, алюміній та високоякісний камінь. М'які крісла та дивани забезпечать комфортний відпочинок під час консультацій з продавцями або під час очікування тест-драйву. Зони консультацій та продажу забезпечують персональне обслуговування для кожного клієнта,

дозволяючи знайти ідеальний автомобіль, який відповідає їхнім потребам та бажанням. Маленькі але яскраві лампи для підсвічування створять атмосферу затишку та елегантно підкреслить дизайн інтер'єру. Крім того, великі телевізори, які включають програму інформації про авто, допоможуть клієнтам краще ознайомитися з автомобілями та їх функціями.

Зручна зона демонстрації авто, розташована так, що з кожного куту видно різні авто. Для більшого зручності клієнтів встановлені пробні місця у кожному автомобілі, де вони можуть сісти та відчути комфорт сидінь, розмір салону та оцінити якість внутрішнього оббивки. В цій зоні можуть бути представлені різні моделі BMW, що дозволяють клієнтам подовше побути в салоні та підібрати саме те, що хочуть вони.

Всі ці елементи разом створюють привабливий та стильний інтер'єр, який відображає якість та престиж бренду BMW.

### 1.3 Нормативні вимоги проектування інтер'єрного середовища

Нормативні вимоги до дизайну приміщень охоплюють широкий спектр аспектів, включаючи безпеку, здоров'я, ергономіку, естетику та функціональність. Ці вимоги визначаються національними та міжнародними стандартами, будівельними нормами та галузевими правилами. Вони регулюють різні аспекти, такі як розмір і пропорції приміщень, використання природного і штучного світла, вентиляція і повітрообмін, матеріали і обробка поверхонь, доступність для людей з обмеженими можливостями, пожежна безпека і звукоізоляція. Дизайн внутрішніх приміщень базується на цих вимогах і забезпечує комфортне, безпечне та естетично привабливе середовище для користувачів об'єкта.

Вимоги до дизайну інтер'єру також враховують адаптивність просторів до потреб користувачів і мінливих функціональних вимог. Це включає в себе рухомі перегородки та меблі, модульні системи конфігурації простору та можливість змінювати освітлення й акустичне середовище для створення різних атмосфер.

Крім того, існують нормативні вимоги щодо енергоефективності та сталого розвитку, такі як використання енергоефективних матеріалів і систем опалення, вентиляції та кондиціонування. Це допоможе зменшити вплив на навколишнє середовище та заощадити енергію.

Стандарти також враховують принципи дизайну універсального доступу, гарантуючи, що об'єкти є доступними та комфортними для всіх користувачів, включаючи людей з інвалідністю та маломобільних груп населення.

Загалом, дотримання нормативних вимог є важливим елементом дизайну середовища в приміщеннях, що забезпечує створення безпечного,

функціонального, естетичного та екологічно сталого простору для користувачів.

#### 1.4 Специфіка будівництва автосалонів

На відміну від традиційних магазинів, структура автосалонів та автоцентрів має особливості, які відіграють важливу роль на етапі проектування. Простір поєднує в собі торговельну залу (шоу-рум), кабінети персоналу, переговорні кімнати, сервісні зони, зони очікування, а також різні складські та підсобні приміщення. Архітектурна концепція повинна бути оригінальною і адаптованою до всіх дизайнерських рішень для конкретної марки автомобіля, але в той же час акцент повинен бути зроблений на комфорт відвідувачів. Мало хто відвідує автосалони випадково, вони приїжджають, щоб підібрати і купити дорогий товар. Показники продажів конкретного автосалону можуть напряму залежати від таких, здавалося б, незначних "дрібниць", як те, наскільки вдало архітектор розпорядився будівлею, зручність під'їзних шляхів і паркування, можливість перекусити взалі.

До будівлі автосалону пред'являється ряд вимог, оскільки вона повинна мати велику кількість просторих приміщень і комфортний мікроклімат. Під час будівництва необхідно дотримуватися основних будівельних норм.



У плануванні даної будови має враховуватися:

1. Приміщення великої площі для розміщення автомобілів;
2. Службове приміщення;
3. Місце для розміщення зон очікування і відпочинку, а також ресепшена;
4. Переговорний;
5. Можливо-прибудови, що використовуються в якості діагностичних центрів, Автомийки, приміщення для сервісного обслуговування.

Під час експлуатації необхідно дотримуватися низки правил.

Приміщення автосалону досить велике. Співробітники дотримуються принципу пропорційності в будівлях. Це запобігає тому, щоб простір не став дисфункціональним.

Будівлі часто поділяють на секції та використовують часткове скління. Конкретні особливості залежать від уподобань клієнта.

Безпека - один з головних моментів. Використовуються негорючі матеріали, а волога не може проникнути в середину. Автосалони, які будуються, мають ідеально підходити для зберігання автомобілів та їхніх запчастин.

Етапи будівництва автосалону.

Спочатку готується будівля. Ставляться цілі, уточнюються функції та призначення, готується документація.

Другий етап-технічні розрахунки. На ньому вибирається і обґрунтовується режим роботи. Визначається, яке обладнання слід використовувати.

Далі складається план розміщення з урахуванням вимог замовника, призначення будівлі та місцевих особливостей.

Після підготовки документації фахівці приступають до будівництва автосервісу. Будівництво автосервісу з панелей є доступним і ефективним варіантом термінового зведення необхідних об'єктів.

Будівництво автосалону починається з визначення місця розташування і вибору марки автомобіля, яку автосалон буде пропонувати покупцям. Якщо планується будівництво елітного автосалону, то займана площа повинна становити не менше 700 квадратних метрів, чверть з яких повинна бути відведена під шоу-рум, тобто близько 300 квадратних метрів. Авторитетні автодилери рекомендують виділяти 27-35 квадратних метрів

на один автомобіль, щоб потенційні покупці могли комфортно підійти до нього і розглянути його як зблизька, так і здалеку. Клієнти також повинні мати можливість вільно відчиняти всі двері і заглядати під капот автомобіля, який їх зацікавив. Тільки високо кваліфіковані фахівці можуть врахувати всі нюанси і вкороткі терміни облаштувати автосалон відповідно до уподобань і побажань замовника.

## 1.5 Специфіка дизайну основних приміщень автосалону

Дизайн основних зон автосалону є важливим елементом у створенні привабливого і функціонального середовища для презентації автомобілів та обслуговування клієнтів. Кожне приміщення має свої особливості, які відображають призначення і завдання простору. Розглянемо основні зони автосалону та їхні характеристики.

### Зона рецепції

Зона рецепції – відмінна риса автосалону. Вона повинна бути відкритою, просторою і привабливою. Зазвичай її оформляють у стилі марки автомобіля, що продається. В оформленні можуть бути використані фірмові логотипи, кольори та елементи дизайну компанії. М'які крісла та дивани забезпечують комфорт під час очікування консультацій та тест-драйвів.



## Зона шоу-руму та продажу

Це зона, де демонструються і продаються автомобілі. Вона повинна бути світлою, з високими стелями і великою виставковою площею. Дизайн цієї зони повинен бути елегантним і сучасним, з використанням якісних матеріалів і декоративних елементів, що підкреслюють престижність бренду.



## Зона тест-драйву

Зона тест-драйву повинна бути сконфігурована таким чином, щоб забезпечити безпеку та зручність клієнтів. Це може включати спеціально обладнані маршрути для тест-драйву автомобілів на дорозі та комфортні зони для підготовки та обговорення вражень після тест-драйву.



## Консультаційна зона

Місце, де можна отримати детальну інформацію про автомобіль, його послуги та умови продажу. Зона повинна бути зручною і привабливою, з достатнім простором для презентації матеріалів і ділових дискусій.



## Зона післяпродажного обслуговування

Місце, де транспортні засоби обслуговуються та ремонтуються після покупки. Вона повинна бути добре обладнана і організована з урахуванням потреб механіків і клієнтів. Зазвичай є окремий вхід і доступ до гаражної зони.



Кожна з цих зон відіграє важливу роль у створенні приємного та ефективного середовища для клієнтів і персоналу. Тому їх дизайн повинен бути ретельно продуманий і організований з урахуванням функціональних і естетичних вимог.

## Висновок

Дизайн інтер'єру автосалону – складне і важливе завдання, що вимагає комплексного підходу і уваги до деталей. В результаті, вдалий дизайн інтер'єру автосалону забезпечує не тільки естетичне задоволення, але й функціональність і комфорт для клієнтів і персоналу.

Він повинен відображати фірмовий стиль компанії, створювати атмосферу престижу і розкоші, а також демонструвати передові технології та інновації, притаманні автомобільній індустрії. Крім того, дизайн інтер'єру повинен бути зручним і функціональним, з ефективним розміщенням і

демонстрацією автомобілів, зоною консультацій і продажів, а також зручністю під час тест-драйвів і сервісного обслуговування.

Успішний дизайн інтер'єру автосалону вимагає співпраці між архітекторами, дизайнерами, інженерами та представниками бренду, а також має враховувати індивідуальні потреби та особливості людей на конкретних ринках і в конкретних регіонах. Тільки завдяки такому підходу можна створити унікальне та ефективне внутрішнє середовище, яке приваблює клієнтів і створює незабутній досвід роботи з брендом.

## РОЗДІЛ II. Засоби і прийоми формування інтер'єру

### 2.1 Вихідні дані

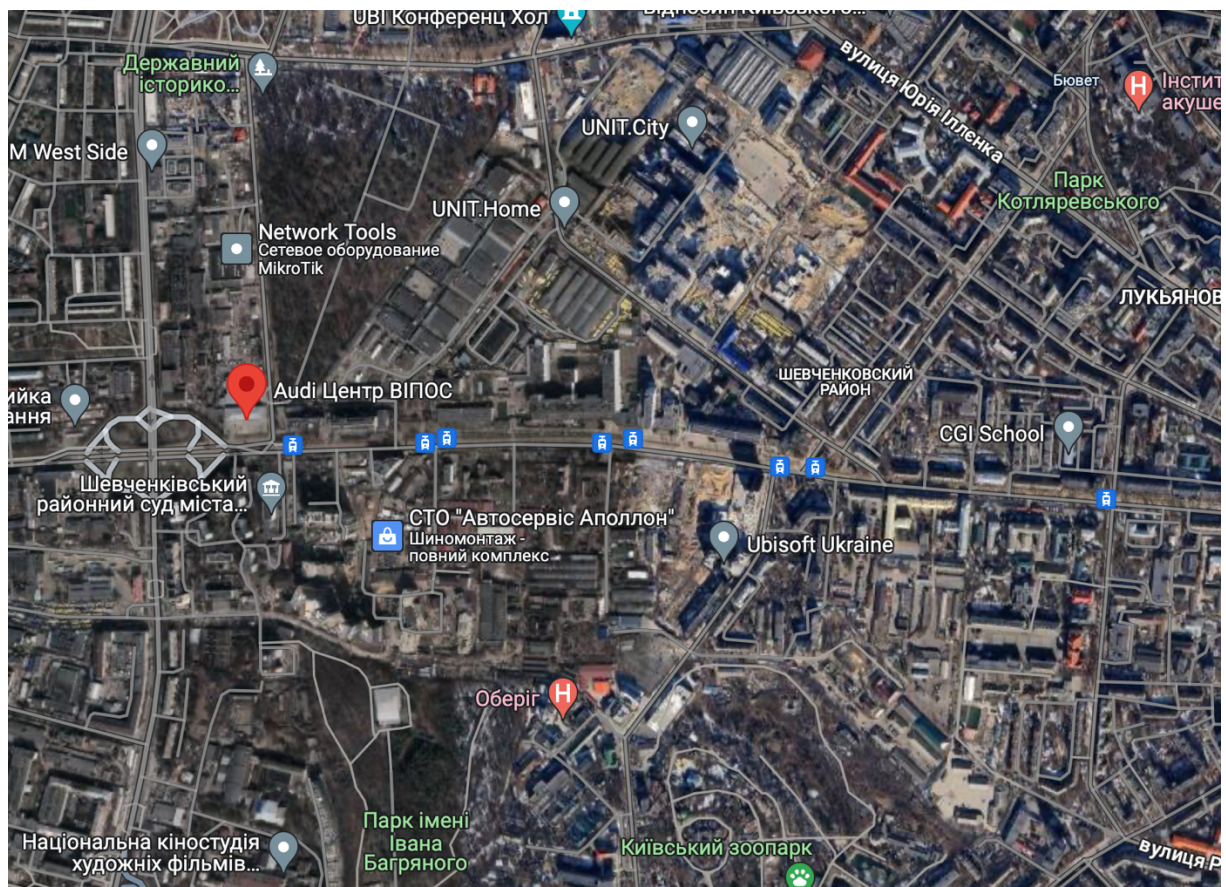


Рис.2.1 Геолокація

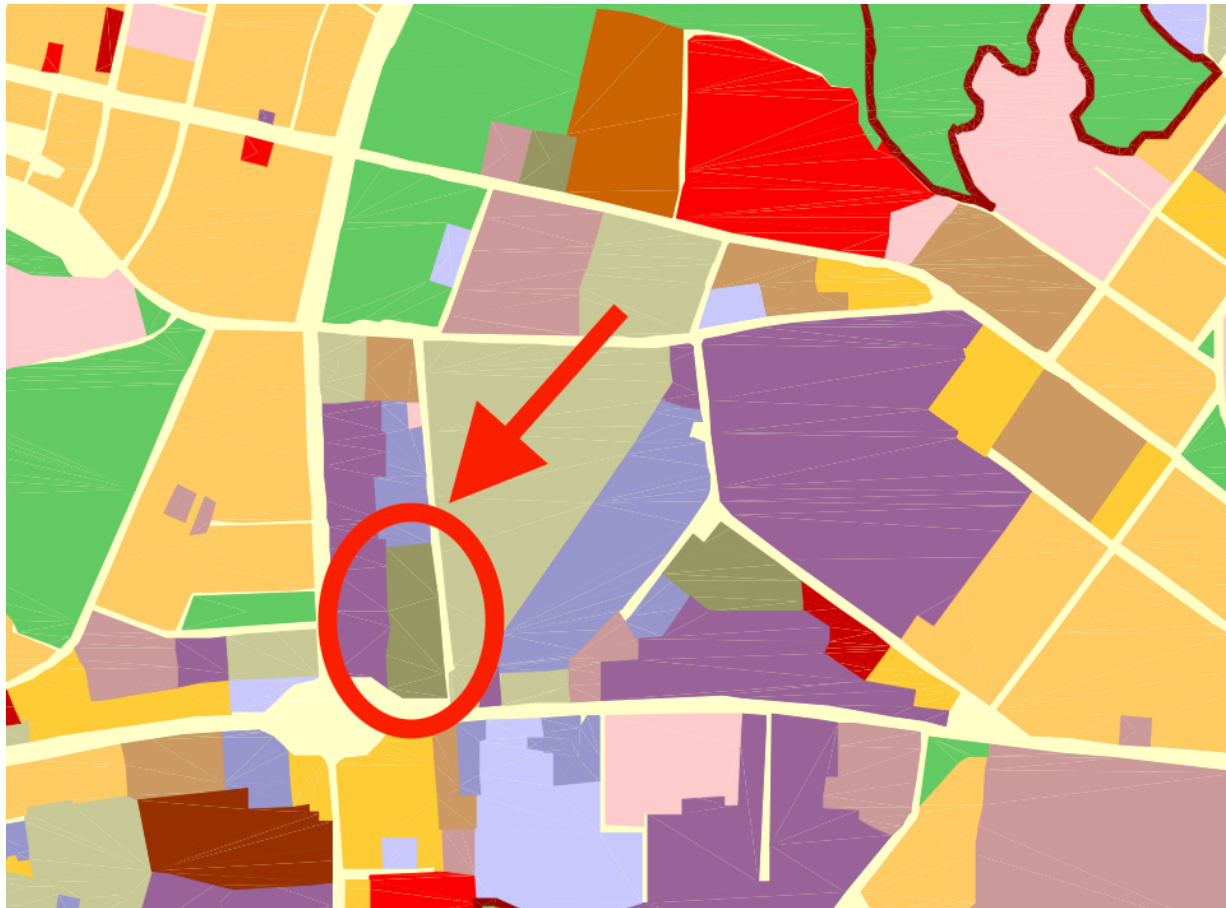


Рис.2.2 Схема генерального плану та експлікація з умовними позначеннями до нього



Рис.2.3 Фото фасаду автосалона ВІПОС Ауді

Автосалон ауді ВІПОС розташований на вулиці Дегтярівська 54. Правий центр Дніпра, Шевченківський район міста Києва, місцевість Лук'янівка, Сирець, Шулявка.

Найстаріший офіційний дилер, який відкрився в 2003 році. Цей салон займається не тільки продажем, а й ремонтом та сервісним обслуговуванням машин.

Компанія є лідером з продажів автомобілів, а також володіє найбільшим складом Ауді в Україні.

#### Особливості салона Ауді ВІПОС

1. Широкий асортимент автомобілей, від маленьких компактних до розкішних седанів та великих позашляховиків
2. Високий рівень сервісного центру, який обладнаний сучасним обладнанням, а майстри є кваліфіковані та з великим стажем роботи з машинами
3. Консультанти знаходять індивідуальний підхід до кожного клієнта та допоможуть підібрати автомобіль відповідно до ваших потреб та побажань, також надають консультацію по питанням фінансування та страхування
4. Гарантія на довгострокову безпеку автомобіля, забезпечить гарантійне та постгарантійне обслуговування

5. Додаткові послуги, такі як: тюнінг, персоналізація автомобіля, та установка додаткового обладнання

Основні етапи будівництва складаються з бетонного фундаменту, металевого каркасу який забезпечить конструкції міцність і стабільність. Для зведення стін використали цеглу, яка забезпечує міцність і теплоізоляцію будівлі. Великий скляний фасад для створення привабливого зовнішнього вигляду, які дозволяють клієнтам бачити машини з вулиці. Також оздоблення фасаду з алюмінію, що забезпечує довговічність. Ізоляційні матеріали включають в себе мінеральну вату.

Загальна відомість про автосалон

Двохповерховий автосалон до складу якого входять: виставкова площа – 410,8 м<sup>2</sup>, чоловіча роздягальня 18,4 м<sup>2</sup>, жіноча роздягальня – 21,1 м<sup>2</sup>, зона персоналу - 84,2 м<sup>2</sup>, вбиральня жіноча - 6,8 м<sup>2</sup>, 1,7 м<sup>2</sup> (2 кабінки), вбиральня чоловіча – 6,8 м<sup>2</sup>, 1,7 м<sup>2</sup> ( 2 кабінки), дитяча кімната – 41,5 м<sup>2</sup>, гарантійний кабінет – 24 м<sup>2</sup>, кімната буфету – 11,1 м<sup>2</sup>, кабінет директора – 15 м<sup>2</sup>, зона для відпочинку клієнтів – 308,1 м<sup>2</sup>, архів – 65 м<sup>2</sup>, склад – 41,1 м<sup>2</sup>, зона відпочинку – 46,1 м<sup>2</sup>

Загальна площа 1 поверх – 551,9 м<sup>2</sup>

Загальна площа 2 поверх - 551,9 м<sup>2</sup>

Висота приміщення – 3 м

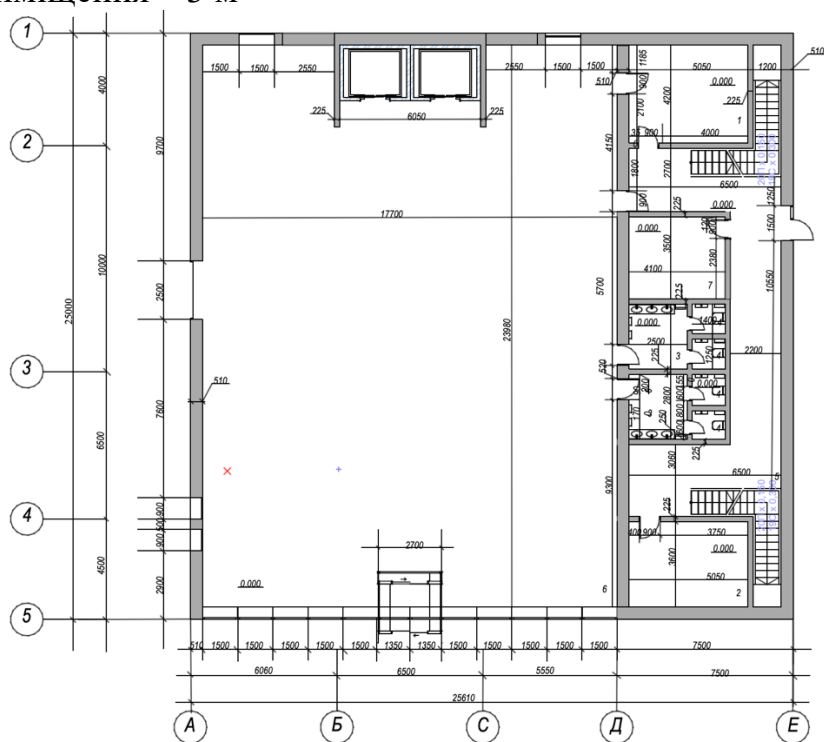


Рис.2.4 Обмірювальний план 1 поверху

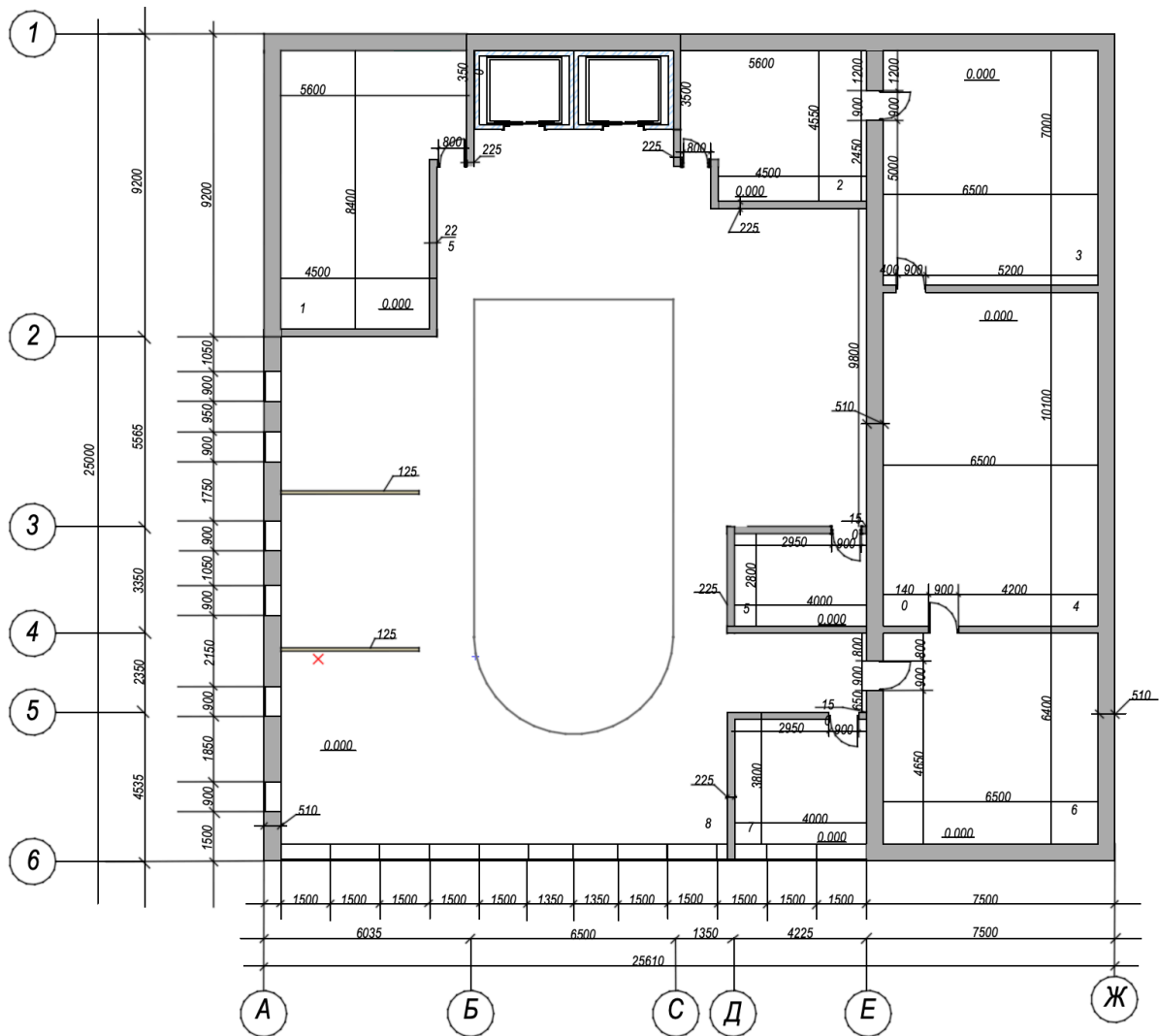


Рис.2.5 Обмірювальний план 2 поверху

## 2.2 Концепція інтер'єру

Концепція інтер'єру автосалону має на меті створення сучасного, привабливого і функціонального простору, який забезпечує комфорт і зручність як для клієнтів, так і для персоналу. Основною ідеєю є підкреслення престижу та інноваційного духу бренду, демонстрація автомобілів у найкращому світлі і створення приємного досвіду для відвідувачів.

Інтер'єр автосалону починається з просторого і добре освітленого шоу-руму, де представлені автомобілі. Скляні фасади і великі вітрини дозволяють клієнтам бачити експоновані машини з вулиці, що приваблює їх зайти всередину. Використання природного освітлення у поєднанні з якісним штучним освітленням допомагає підкреслити дизайн і деталі

автомобілів. Сучасні лампи використані для створення акцентів і підсвічування моделей.

Простір шоу-румів організований так, щоб забезпечити легкий доступ до кожного автомобіля і можливість огляду з різних кутів. В середині достатньо місця для руху відвідувачів і велика зона для сидіння, де клієнти можуть комфортно обговорити свої потреби з консультантами. Меблі в таких зонах сучасні, зручними і відповідають загальному стилю салону. Використовуючи якісні матеріали, таких як шкіра, метал і дерево, це додало відчуття розкоші і підкреслює високий рівень обслуговування.

Стійка ресепшн розташована так, що її легко знайти при вході. Це місце першого контакту з клієнтом, тому важливо, щоб воно виглядало привабливо і професійно. В залі знаходяться стенди з рекламами, а також атрибути які можна купити на пам'ять.

Сервісна зона, де проводяться технічні обслуговування і ремонти, також повинна бути частиною інтер'єру. Можливість клієнтам бачити процес обслуговування їх автомобіля через скляні перегородки додає прозорості і підвищує довіру.

Внутрішнє оздоблення інтер'єру включає в себе використання нейтральних кольорів з акцентами, що відображають фірмовий стиль бренду. Логотипи та елементи фірмового дизайну інтегровані в інтер'єр, щоб підкреслити ідентичність компанії. Додаткові елементи, такі як великі екрани для демонстрації відео про нові моделі та технології, інформаційні панелі і інтерактивні дисплеї, установлені для залучення і зацікавлення клієнтів.

Загалом, концепція інтер'єру автосалону створює атмосферу престижу, інновацій і довіри, забезпечуючи при цьому високий рівень комфорту і зручності для клієнтів та персоналу.

### 2.3 Функціонально-технологічне і об'ємно-просторове рішення інтер'єру приміщень

Функціонально-технологічне і об'ємно-просторове рішення інтер'єру автосалону орієнтоване на забезпечення ефективної роботи і максимального комфорту для клієнтів та персоналу. Простір автосалону зазвичай поділяється на кілька ключових зон, кожна з яких виконує свою специфічну функцію і має свої особливості дизайну та планування.

Центральною частиною автосалону є шоурум, завдяки скляним фасадам, які забезпечують природне освітлення і відкривають вид на експоновані автомобілі з вулиці, він є просторий і добре освітлений, що дозволяє відвідувачам вільно пересуватися між автомобілями і розглядати їх з усіх боків.

Для створення динамічного і сучасного вигляду інтер'єру використовувались високоякісні матеріали, такі як мармур, скло, дерево та шкіра. Підлога в приміщенні міцна і легка у догляді, адже вона повинна витримувати значні навантаження. Різні зони шоу-руму були виділені за допомогою різних підлогових покриттів, що також допомагає організувати простір і направляти потік відвідувачів.

Окремо розташовані зони для персоналу, де менеджери з продажу можуть вести переговори з клієнтами в спокійній обстановці. Ці приміщення оснащені сучасними засобами зв'язку і презентаційним обладнанням для демонстрації різних моделей і конфігурацій автомобілів. (такі як телевізори, монітори та планшети) Для забезпечення приватності і комфорту, зони розташовані далеко один від одного.

Сервісна зона, де проводиться технічне обслуговування і ремонт автомобілів, розташована окремо від шоу-руму, але водночас має легкий доступ для клієнтів, адже знаходиться за стінкою. Вона обладнана сучасними підйомниками, інструментами і діагностичним обладнанням. Ця зона є добре організованою і чистою, що підвищує довіру клієнтів до якості обслуговування. Скляні перегородки які знаходяться на другому поверсі в зоні відпочинку розташовані, щоб клієнти могли спостерігати за процесом обслуговування свого автомобіля - це додає прозорості і довіри.

Для самого персоналу, зона відпочинку знаходиться в окремому приміщенні, щоб було комфортно перепочити та перекусити. В тому самому приміщенні знаходяться і роздягальні з яких одразу можна вийти в зал, тому клієнти завжди будуть бачити працівників гарно одягненими в офісному стилі.

На другому поверсі, також є зона буфету, на випадок, якщо клієнт в черзі або довго очікує, в ній також є телевізори в яких клієнт одразу може оглядати різні моделі авто.

## 2.4 Композиційне і просторове рішення інтер'єру приміщень

Композиційне і просторове рішення інтер'єру приміщень автосалону ґрунтується на принципах гармонії, функціональності та естетичної

привабливості, створюючи комфортне і продуктивне середовище для клієнтів та працівників. Основною метою є оптимальне використання простору, забезпечення зручності руху та логічного розташування різних функціональних зон.

У сучасному дизайні інтер'єру шоуруму важливу роль відіграє відкритий план. Відкриті простори дозволяють створювати відчуття простору і свободи, сприяючи кращій взаємодії між людьми. Використання мінімальної кількості перегородок або їх відсутність дозволяє природному світлу проникати в глибину приміщення, що створює більш приємну атмосферу. Тому в салоні є відкритий план, який сприяє колаборації та легкій комунікації між співробітниками.

Зонування простору є ключовим елементом композиційного рішення. Воно забезпечує логічний розподіл функцій і оптимізацію використання приміщень. В даному проекті виділені зони виставки елементів, роботи, їжі та відпочинку, що дозволяє більш ефективно організувати роботу. В автосалоні розділені зони для індивідуальної роботи, командної роботи, переговорів та відпочинку, що сприяє підвищенню продуктивності.

Освітлення відіграє важливу роль у створенні композиційного рішення. Поєднання природного і штучного освітлення допомагає створити комфортну атмосферу і акцентувати важливі елементи інтер'єру. Використання скляних фасадів, і джерел світла дозволяє максимізувати доступ природного світла, що позитивно впливає на настрій і продуктивність. Штучне освітлення, зокрема прожекторні лампи, можуть використовуватися для створення акцентів і зонування простору.

Матеріали і текстури також грають важливу роль в композиційному рішенні інтер'єру автосалону. Використання натуральних матеріалів, таких як дерево, камінь, скло та метал, додає приміщенню природності і тепла. Контрастні текстури можуть створювати візуальний інтерес і підкреслювати окремі зони.

Колірна гамма впливає на сприйняття простору і настроїв. Світлі кольори зазвичай використовуються для створення відчуття простору і легкості, тоді як темні кольори можуть додати приміщенню інтимності і затишку. Використання акцентних кольорів дозволяє виділити певні елементи інтер'єру і створити візуальні акценти.

Меблі та обладнання вибрана з урахуванням функціональності і естетики. Ергономічні меблі забезпечують комфорт і підтримку здоров'я, що

особливо важливо в робочих просторах. Компактні та модульні меблі дозволяють легко змінювати конфігурацію простору відповідно до потреб.

Декоративні елементи, такі як шини, реклами, рослини додають інтер'єру індивідуальності і завершеності. Вони відображають особистий стиль і цінності компанії.

Загалом, композиційне і просторове рішення інтер'єру приміщень спрямоване на створення гармонійного, функціонального і естетично привабливого середовища, яке відповідає потребам і очікуванням користувачів. Рациональне використання простору, оптимальне зонування, продумане освітлення, вибір матеріалів і текстур, а також використання відповідних меблів і декоративних елементів допомагають створити інтер'єр, який сприяє комфорту, продуктивності і загальному благополуччю.

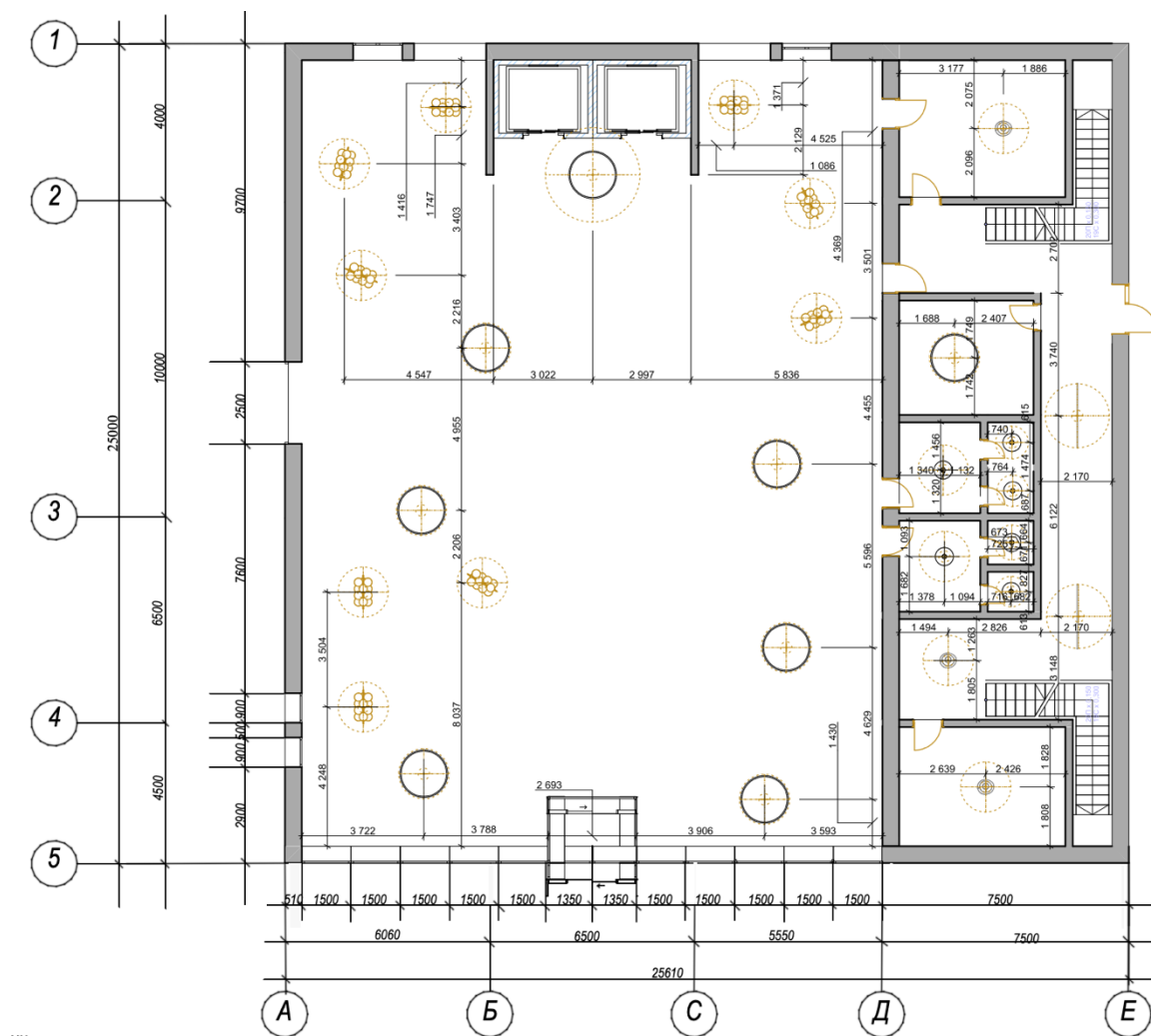


Рис.2.6 План освітлення 1 поверху

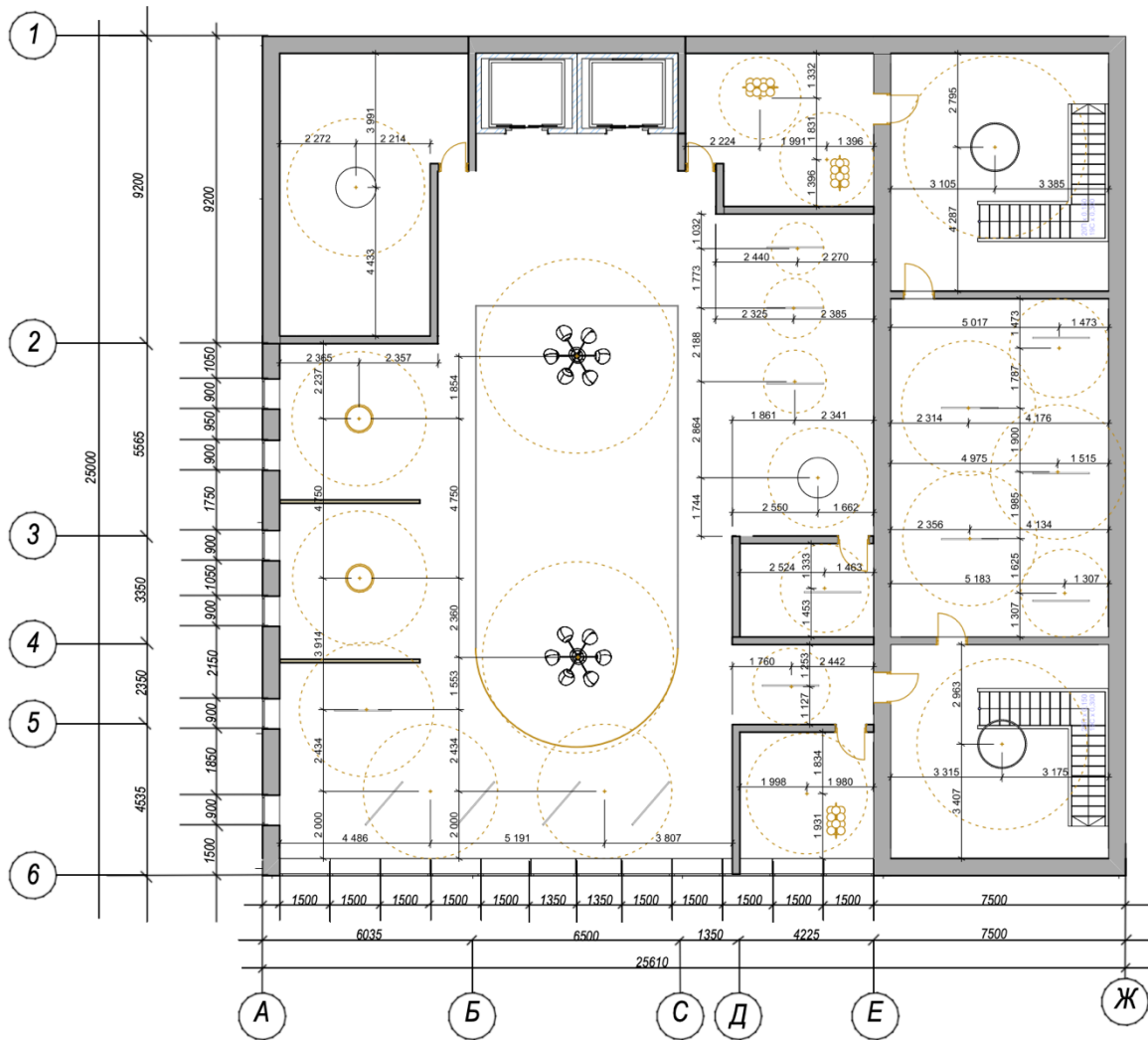


Рис.2.7. План освітлення 2 поверху

## 2.5 Меблі та обладнання



Рис.2.8. Інтер'єр шоурума

Меблі та обладнання в автосалоні відіграють важливу роль у створенні комфортного, функціонального і привабливого середовища для клієнтів і персоналу. Основним елементом є демонстраційні зони, де автомобілі виставляються для огляду. О основному залі використовуються спеціальні платформи – подіуми з дерева, які піднімають автомобілі, дозволяючи відвідувачам розглядати їх з різних ракурсів. Ці платформи оснащені підсвічуванням для підкреслення дизайну автомобілів.

В зоні ресепшн розташовується стійка адміністратора, яка є добре видимою і легко доступною для відвідувачів за вдяки емблеми автомобіля та привабливого дизайну. Важливо, що вона відповідає загальному стилю інтер'єру і має достатньо місця для розміщення необхідного обладнання, такого як комп'ютери, телефони та інформаційні матеріали.



Рис2.9. Інтер'єр шоурума

На другому поверсі розташована зона очікування з зручними кріслами та диванами, де клієнти можуть відпочити під час очікування. Цю зону розбавляє стінка з рослинами, яка дає ефект розслабленості. Тут також розташовані журнальні столики з інформаційними буклетами, журналами та напоями.

Офісні зони для менеджерів з продажу обладнані зручними робочими столами, кріслами та шафами для документів. Важливим елементом є наявність сучасних комп'ютерів і телефонів для ефективної роботи. В кабінетах встановлені презентаційні дисплеї та інтерактивні панелі, які дозволяють демонструвати клієнтам різні моделі автомобілів, їхні характеристики та конфігурації.

Зона реклами, такі як кіоски з одягом, вітрини з аксесуарами для машин, телевізори з інформацією розташовані в стратегічних місцях шоу-руму. Вони дозволяють клієнтам самостійно отримувати інформацію про автомобілі, переглядати відео та фотографії, а також ознайомлюватися з новими технологіями і пропозиціями. Це обладнання додає сучасного вигляду інтер'єру і сприяє залученню клієнтів.



Рис2.10 Інтер'єр дитячої кімнати

Декоративні елементи і аксесуари, такі як рослини, картини, логотипи бренду і фірмові кольори, використовуються для створення приємної атмосфери і підкреслення корпоративного стилю. Вони допомагають створити відчуття єдності і завершеності інтер'єру, роблячи автосалон більш привабливим і комфортним для відвідувачів.

Загалом, меблі та обладнання в автосалоні повинні відповідати високим стандартам комфорту, функціональності і естетики, забезпечуючи приємний досвід для клієнтів і сприяючи ефективній роботі персоналу. Матеріалів, кольорів і технологій грає ключову роль у створенні гармонійного і сучасного інтер'єру, який відображає престиж і інноваційність автомобільного бренду.

### РОЗДІЛ III. Дизайн розробка елементу меблів

При проектуванні автосалону Ауді, була також розробка рецепшену. Розробка дизайну рецепшена орієнтується на створення привабливого, функціонального і гостинного простору. Стійка рецепшена повинна бути добре видимою та легко доступною, розташованою одразу при вході.

Важливо використовувати високоякісні матеріали, такі як мрамур, дерево, скло або метал, щоб підкреслити престиж бренду. Форма стійки може бути прямою або вигнутою, з логотипом компанії на передній панелі. Колірна гамма стійки має гармоніювати з інтер'єром, використовуючи фірмові кольори бренду.

Освітлення повинно поєднувати загальне і акцентне, з вбудованим підсвічуванням або декоративними світильниками для створення приємної атмосфери. Декоративні елементи, такі як рослини і картини, додають затишку і стилю. Функціональність стійки передбачає достатньо місця для роботи персоналу, зберігання матеріалів і зручний доступ до електричних розеток.

Функціональність рецепшена в автосалоні забезпечує ефективну роботу персоналу та комфортне обслуговування клієнтів. Стійка рецепшена повинна мати достатньо місця для розміщення необхідного обладнання, такого як комп'ютери, телефони, принтери та інші офісні прилади. Вона має бути зручною для роботи, з ергономічною висотою і достатньою робочою поверхнею.

Важливим аспектом є організація простору для зберігання документів, інформаційних матеріалів і особистих речей співробітників. Вбудовані шафи, полицки та ящики допомагають підтримувати порядок і швидко знаходити необхідні речі. Зона рецепшена також повинна мати зручний доступ до електричних розеток і мережевих підключень для підключення техніки.

Для зручності клієнтів важливо забезпечити місце для заповнення документів і консультацій. Рецепшен має бути оснащений зручними сидіннями або столиками для клієнтів, які можуть знадобитися під час очікування або отримання інформації. Інформаційні стенди, дисплеї або кіоски дозволяють клієнтам самостійно ознайомитися з інформацією про автомобілі, послуги та акції.

### 3.1 Аналоги



Рис.3.1 стійка рецепшн [https://dizayner.com.ua/3805-stiika-resepsn-simple-32-7.html?gad\\_source=1&gclid=CjwKCAjwgpCzBhBhEiwAOSQWQUlxtyAwKDdam1mOmCYxWbY8X7n4vFnyQ6QUcUIBU4805U6wt-GatxoCh6AQA\\_vD\\_BwE](https://dizayner.com.ua/3805-stiika-resepsn-simple-32-7.html?gad_source=1&gclid=CjwKCAjwgpCzBhBhEiwAOSQWQUlxtyAwKDdam1mOmCYxWbY8X7n4vFnyQ6QUcUIBU4805U6wt-GatxoCh6AQA_vD_BwE)

Данна стійка є не великою, але простою і зручною в користуванні. Щоб підкреслити індивідуальність компанії, на стійку можна легко розмістити логотип та назву бренду. Виконана в стриманому і сучасному стилі; Основні особливості - ергономічність, функціональність і економія простору. Оригінальні геометричні модулі і можливість поєднання декількох контрастних декорів надають меблям візуальну легкість і стиль. Стильні та модні кольори деревних декорів в поєднанні з білим кольором

освіжають інтер'єр офісу чи торгової зони; Стійка виконана з сучасних матеріалів, екологічно чистих і безпечних для здоров'я людей.



Рис 3.2 Стійка рецепши SIMPLE 32-7

Рецепши є стійкий до стирання поверхні завдяки використанню високоякісного українського ЛДСП, MDF та ПВХ; Ламінована ДСП покрита спеціальною плівкою з обох боків. Ламінація робить плиту більш привабливою, стійкою до вологи, зносу, механічних пошкоджень, температурних і хімічних впливів. ЛДСП зберігає свій оригінальний вигляд протягом тривалого часу. Кромка, зроблена зі спеціального ударостійкого ABS у товщині 2 мм / 0,5 мм, забезпечує серії довговічність.



Рис 3.3 Стійка рецепції [https://beauty-market.com.ua/p2171337143-stojka-dlya-administratora.html?source=merchant\\_center&gad\\_source=1&gclid=CjwKCAjwgpCzBhBhEiwAOSQWQWi8Amf-SVHZgn-2WJnb25hWwmn7RlsJwmGbNEVUChZTpv1ack7sqBoCgvsQAvD\\_BwE](https://beauty-market.com.ua/p2171337143-stojka-dlya-administratora.html?source=merchant_center&gad_source=1&gclid=CjwKCAjwgpCzBhBhEiwAOSQWQWi8Amf-SVHZgn-2WJnb25hWwmn7RlsJwmGbNEVUChZTpv1ack7sqBoCgvsQAvD_BwE)

Фасад виконаний із фрезерованого пофарбованого МДФ, внутрішня частина виконана з ЛДСП. Посередині золота вставка з Апета и Led підсвіткою яка встановлена знизу. Для зручності зберігання зроблена невелика тумба на чотири ящики, також зроблені чотири полки.

Переваги цієї стійки є в тому, що вона компактна – це дозволяє зручно розкласти рецепцію в приміщенні, надійність та довговічність, яка є в продуманій конструкції і в використанні матеріалів і фурнітури високої якості, оригінальний вид, який дає естетично – позитивних емоцій.



Рис 3.4 Сійка рецепції

### 3.2 Функіональні, технологічні, конструктивні особливості

Моєю розробкою обладнання в інтер'єрі стала сійка рецепції в автосалоні.

Основна увага була приділена ергономічному розрахунку, це дало змогу створити об'єкт, в якому буде достатньо місця, максимальний комфорт та інші чинники та фактори за допомогою яких працівник зможе продуктивно працювати.

Стійка йде напівкруглої форми, візуально ділиться на 3 секції висотами – 700, 1000, 1200 мм. Ширина зони де знаходиться техніка та документи 400 мм. Також в рецепції є дві тумби для розташування документів, розміром 700 x 400 x 400. Для особистих речей між тумбами є полка шириною 300 мм.

Матеріали з яких зроблена стійка – це дерево, камінь та ДСП панелі кольору антрацит. Таким чином рецепція вписується під загальний інтер'єр салону та виглядає естетично та привабливо.

В зоні столу, розташовані комп'ютери, планшети та два робочих місця, для швидкої роботи з клієнтом

Для красивого візуалу, в зоні рецепції ззаду є панель, яка вироблена з тих самих матеріалів як і стійка, з вставками в виді маленьких колон, а посередині висить телевізор, для того щоб клієнт одразу ознайомлювався з матеріалами.

Таким чином, стійка дає максимальний комфорт для праці, у працівників є багато місця для роботи та особистих речей, за вдяки двох робочих місць, можливо спокійно піти на обід та перепочинок. Для самого клієнта є зручне місце в нижній секції, щоб можна було оформити документи, або переглянути інформацію на планшеті. А візуальний естетичний вид, дає клієнту хороший настрій та висновок, що дає шанси на позитивну угоду.



Рис.3.1. Стійка рецепції



Рис.3.2 Стійка рецепції в інтер'єрі

## Список використаної літератури

1. Металорізальні інструменти. проектування : Навч. посіб. / М. Л. Кукляк, І. С. Афтаназів, І. І. Юрчишин; Нац. ун-т "Львів. політехніка". - Л., 2003. - 556 с.
2. Основи конструювання та розрахунків деталей машин : Підруч. / В. Т. Павлице; Наук.-метод. центр вищ. освіти. - 2-е вид., випр. - Л. : Афіша, 2003. - 558 с.
3. Лінда С.М.. Архітектурне проектування громадських будівель і споруд : навч. посіб. / С. М. Лінда ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Нац. ун-т "Львів. політехніка". – 2-ге вид., виправл. і доповн. – Л. : Вид-во Львів. політехніки, 2013. – 644 с. : іл. – Бібліогр.: с. 635-637
4. Історичні відомості розвитку автосалонів [Електронний ресурс] / Режим доступу:<https://driving.ca/auto-news/news/rearview-mirror-the-evolution-of-car-dealerships>
5. Інтер'єр автосалону Porsche [Електронний ресурс] / Режим доступу:[http://avtosale.ua/avtosalon/Porsche\\_centra\\_kiev\\_aeroport-1104/](http://avtosale.ua/avtosalon/Porsche_centra_kiev_aeroport-1104/)
6. Стаття <https://make-self.net/public/94-83/2157-budivnictvo-avtosaloniv.html> «Особливості будівництва автосалонів»
7. Сучасні проблеми архітектури та містобудування. Випуск 22. 2009, А.Ю. Кобилінський
8. Інтер'єр автосалону Mercedes-Benz ,Нідерланди [Електронний ресурс] /Режим доступу: <https://storeinteriors.ru/mercedes-benz/>
9. ДБН В.2.2-23:2009. БУДИНКИ І СПОРУДИ. ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ.
10. ДБН В.2.2-23:2018 БУДИНКИ І СПОРУДИ. ПЛАНУВАННЯ І ЗАБУДОВА ТЕРИТОРІЙ
11. Характеристика кольорів [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.melino.com.ua/psychologija-koloru-v-dyzajni-interjeru-2/>
12. Кіницький Я. Т. Теорія механізмів і машин: Підручник. -К.: Наукова думка,2002.- 660 с

13. Виставки // Енциклопедичний словник Брокгауза і Ефрона : в 86 т. - Спб. ,

14. ДБН В.2.2-9-20018 БУДИНКИ І СПОРУДИ. ГРОМАДСЬКІ БУДИНКИ ТА СПОРУДИ 1890-1907.

15. Інтер'єр автосалону Mini Cooper, Берлін[Електронний ресурс]  
/ Режим доступу: <https://storeinteriors.ru/bmw-mini/>

### Anti-Plagiarism v-15.257

Максимальное совпадение с одним документом 2,0%  
Совпад. пров. по: UK, RU, UA. Ошибки в документе: 6%

ID 119149 Название: Деловая литература по области автосалоны Добавлено в БД: 2024-06-10 Автор: Сергей Сив Монахов Руководитель деп: Сергей С. П. Консультант: Оценки:	Документ		Суммарное совпадение по Базе Данных	
	Словы	Листы	Словы	Листы
	50773	401	1697 (3%)	25 (6%)

#### Источники плагиата

ID	Описание	Источники плагиата в документе	
		Словы	Листы