

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 торговельної зали магазину посуду та декору для дому

Матвієва Анастасія Олександрівна

(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

„___” _____ 2024 року

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

на тему:

Дизайн інтер'єру торговельної зали магазину посуду та декору для дому

(назва)

Виконала Матвієва Анастасія Олександрівна

(прізвище, ім'я та по батькові повністю)

022 Дизайн

(спеціальність)

Інтер'єр та обладнання

(освітня програма)

Групи ДН-20-2

Керівник Хараборська Ю.О.

(прізвище та ініціали)

д.арх., доцент

(вчене звання, науковий ступінь)

Ідентичність підтверджую

Київ 2024 р.

**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

З А В Д А Н Н Я

**для ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ ВИПУСКНОЇ РОБОТИ
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ**

бакалавра дизайну

Матвієва Анастасія Олександрівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Дизайн інтер'єру торговельної зали магазину посуду та декору для дому

2. Керівник роботи Хараборська Юлія Олександрівна доц., кандидат архітектури,
(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	<i>Доц. Хараборська Ю.О.</i>		
2	<i>Доц. Хараборська Ю.О.</i>		
3	<i>Доц. Хараборська Ю.О.</i>		

8. Дата видачі завдання 12.02.2024 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

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

Студент _____ **Матвієва А.О.**
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ **Хараборська Ю.О.**
(підпис) (прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ I. ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТУВАННЯ КОМЕРЦІЙНОГО ПРИМІЩЕННЯ МАЗАГИНУ8	
1.1. Аналіз теоретичної джерельної бази. Дослідження та вивчення аналогів	8
1.2. Нормативні вимоги проектування інтер'єрного середовища.....	17
1.3. Висновки до Розділу I	20
РОЗДІЛ II. ЗАСОБИ І ПРИЙОМИ ФОРМУВАННЯ ІНТЕР'ЄРУ	
2.1. Вихідні дані	22
2.2. Концепція інтер'єру.....	23
2.3. Функціонально–технологічне і об'ємно–просторове рішення	
інтер'єру приміщень.....	26
2.4. Композиційне і просторове рішення інтер'єру приміщень	28
2.5. Меблі та обладнання	31
2.6. Висновки до Розділу II.....	33
РОЗДІЛ III. ДИЗАЙН-РОЗРОБКА ЕЛЕМЕНТУ МЕБЛІВ	
3.1. Аналоги.....	35
3.2. Функціональні, технологічні, конструктивні особливості	44
3.3. Висновки до Розділу III.....	49
ВИСНОВКИ.....	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	52

ВСТУП

Актуальність теми.

Відкриття нових магазинів на території України під час повномасштабної війни є своєрідним острівцем підтримки і стабільності. Магазини не лише продають товари, але й створюють сприятливе середовище для збереження національної ідентичності та підтримки морального духу людей. Проблема цінності вітчизняних брендів почала підніматися на належний рівень [12]. Актуальність таких магазинів полягає в їхній здатності сприяти внутрішній єдності людей.

Магазини також слугують важливим економічним чинником, оскільки вони підтримують місцевих виробників, що в свою чергу на пряму сприяє зростанню місцевої економіки та зменшенню залежності від імпорту товарів.

Магазини посуду та товарів для дому можуть стати засобом підтримки психологічного комфорту в умовах стресу та нестабільності в країні на даний момент. Красивий та затишний інтер'єр домівки може допомогти зняти напругу та забезпечити певний рівень зручності і безпеки для дорослих та дітей.

Сучасний посуд та декор для дому від українських брендів, може і буде передавати та втілювати історичні традиції, що робить його не тільки побутовим предметом користування, але і частиною української культури. Підтримка сучасних українських брендів посуду та декору може викликати у людей патріотичний настрій та гордість за свою країну.

Українські виробники виготовляють посуд та декор дуже високої якості, що відповідає міжнародним стандартам якості та вдало конкурує на європейському та міжнародному ринках. Український декор вражає своєю унікальністю та оригінальним дизайном, який привертає увагу споживачів та зможе виходити за рамки відомих стандартів.

Також багато українських брендів акцентують увагу на сталому виробництві та використанні екологічно чистих матеріалів, що в подальшому позитивно впливає на навколишнє середовище. А створення магазинів для українських брендів може стимулювати розвиток молодих дизайнерів та підприємців у сфері посуду та декору,

також магазини з українським декором можуть бути цікавими і для туристів, які бажають придбати аутентичні сувеніри та частинки місцевої культури.

Мета даної роботи – це створення дизайн-проєкту торговельної зали магазину посуду та декору для дому.

Для реалізації дипломного проєкту були поставлені такі **задачі**:

- вивчення літературних джерел на тему магазинів;
- вивчення вітчизняного та закордонного досвіду проєктування інтер'єрів комерційних приміщень;
- розробка повного набору креслень для комерційного приміщення магазину;
- візуалізації основних груп приміщень.

РОЗДІЛ I. ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТУВАННЯ КОМЕРЦІЙНОГО ПРИМІЩЕННЯ МАЗАГІНУ

1.1. Аналіз теоретичної джерельної бази. Дослідження та вивчення аналогів

При розробці приміщення магазину постає завдання щодо створення інноваційного та привабливого простору, де кожен елемент буде мати своє значення.

При створенні даного приміщення магазину головною метою стає створення унікального і впізнаваного інтер'єру, який відображає корпоративну ідентичність та привертає увагу цільової аудиторії. Важливо, щоб дизайн стимулював покупців до взаємодії з продукцією та створював неповторне враження, яке потім у свою чергу буде стимулюванням для відвідувачів купити товар в даному магазині.

Організація чіткого зонування магазину має на меті ретельне планування та розташування усього простору, де кожна зона або розділ відповідають своїй функції. Важливо враховувати зонування також для ефективного використання простору та легкості орієнтації для клієнтів.

Основні функції магазину включають в себе створення комфортного та затишного середовища для покупців, ефективного використання торгового простору, організацію візуального представлення товарів та напряду сприяння взаємодії з покупцями. Дизайн повинен підтримувати основні цілі магазину, а також забезпечуючи не лише естетичний, а й функціональні аспекти його діяльності.

У комерційному дизайні орієнтуються в першу чергу на функціональність і практичність, але це не означає, що можна жертвувати такими важливими складовими як естетикою і стилем.

Завдання комерційного дизайну магазину полягає у тому, щоб обрати стиль інтер'єру, який би відповідав потребам бізнесу, узгоджувався з філософією та метою компанії, акцентував увагу на продуктах, які пропонуються клієнту. Важливу роль відіграють у цьому деталі: колір в інтер'єрі, розстановка меблів, аксесуари.

Ключовими групами споживачів магазинів посуду та декору для дому є група людей, які відзначається рядом особливостей, що роблять їх важливими учасниками в цьому ринковому сегменті.

Перш за все, це любителі унікального дизайну.

Другий важливий сегмент – прихильники народної культури та традицій.

Третя група – покупці, які цінують якість та екологічність.

Четверта група – фахівці та колекціонери.

П'ята група – власники ресторанів та кафе.

Ось чому для того, щоб створити та забезпечити комфортним, функціональним, та найбільш відповідним комерційним приміщенням для магазину посуду та декору, дизайнерам потрібно старанно проводити аналіз теоритичної джерельної бази та робити дослідження, враховуючи потреби та вимоги, як замовників, так і клієнтів, та особливо поєднуючи гармонійно нові технології та тенденції, які удосконалюють майбутній інтер'єрний проєкт.

Вітчизняні аналоги

Gunia Project – бренд виняткових речей, створених на основі етнічних традицій України. Кожна колекція є унікальним поєднанням дизайнерського мислення, глибоких етнографічних досліджень та художнього підходу до ремісничої майстерності [2]. Місцезположення: Gunia Project, вул. Антоновича, 4/6, Київ, Україна (рис.1.1).

Їх новий магазин Gunia Project розташований на вулиці Антоновича. Новий простір – вдвічі більший за перший магазин бренда. Магазин розташований на двох поверхах: на першому поверсі – простір Gunia Project, на другому – офісне приміщення команди. Дизайн інтер'єру нового простору розробив і втілив Еміль Дервіш, український дизайнер.

Доповнення магазину – велика кількість дзеркал різної форми та розміру. Команда вважає, що це найважливіший елемент, який допомагає відчувати річ на собі.

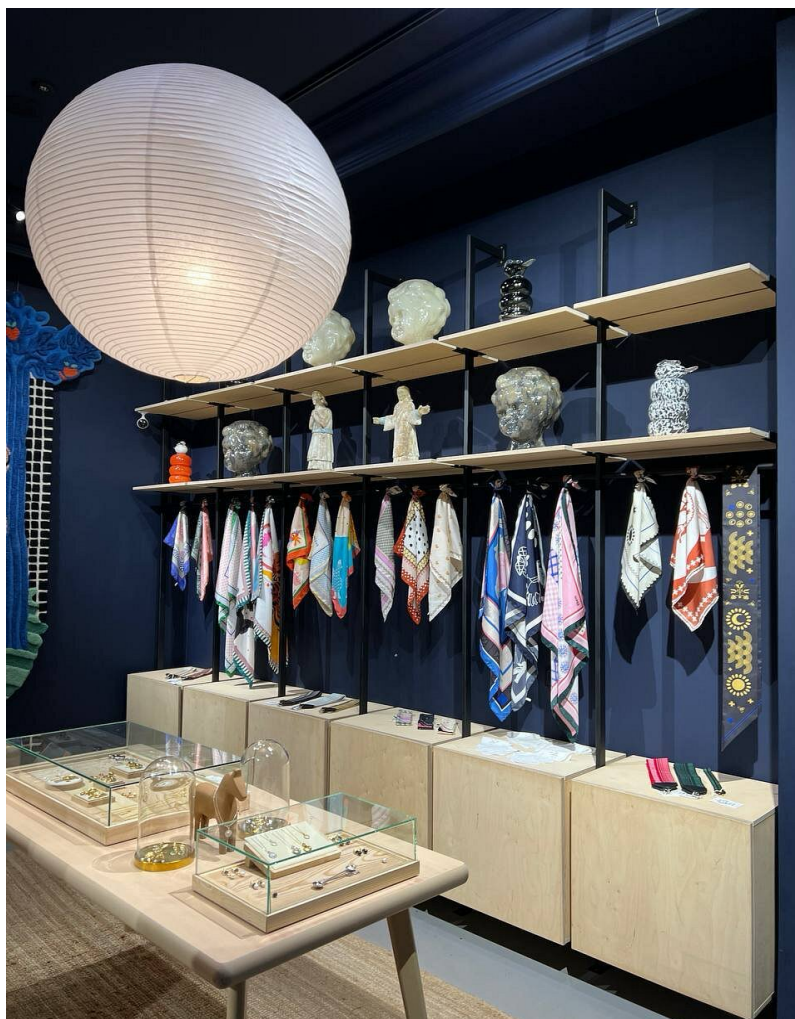


Рис.1.1. Gunia Project, Київ, Україна [2]

Крім того, простір доповнено квітами Ana Florist, завдяки якому до подарунка від Gunia Project одразу можна підібрати букет.

Бренд використовує народні ремесла та звертається до найдрібніших деталей традиційної культури, створюючи дизайнерські вироби, які ідеально підходять для повсякденного життя [17].

Даний шоурум був обраний для аналогу через територіальне схоже місцезнаходження даного магазину, як і обране приміщення, магазин знаходиться у місті Києві. Також крамниця стала аналогом через ідентичний асортимент продукції яка буде продаватись у магазині, дизайн проєкт якого розробляється. Різноманіття представлених меблів в деревині, і дуже вдалих українських мотивів, поєднується в чудовий простір для товарів, де велика кількість полиць допомагає розмістити кожен представлений товар окремо, щоб покупець зміг побачити все. Також чудове рішення – це взяти один яскравий колір, який буде акцентний, в даному випадку це насичений,

але не дуже яскравий синій колір. Дуже влучно підкреслено кожен окрему зону в магазині окремим освітленням, яке світить як загально, так і точково на обрані об'єкти. А самі зони дуже зручно та органічно поділені. І найголовніше – це магазин з українським корінням, який продає товари з аутентичною символікою, але в сучасному яскравому виконанні.

Svetoria – салони меблів, світильників і аксесуарів в центрі Києва, а також онлайн-магазин з доставкою по всій Україні. Ми дбаємо про те, що ми продаємо, та про послуги, які ми надаємо вам. Всі їх продукти є оригінальними і втілюють якість та майстерне майстерність. Нічого з того, що вони пропонують, не є підробкою, імітацією або не відповідає стандартам. Лише оригінали [8]. Місцезаходження: Svetoria, Велика Житомирська, 40, Київ, Україна (рис.1.2.)

Даний шоурум був обраний для аналогу через схожу стилістику, мінімалістичний стиль та велике різноманіття товару для дому в асортименті магазину. Чудові великі панорамні вікна, які дозволяють пройти крізь себе багато сонячного світла. Приміщення також має тільки один поверх, та не дуже велику площу, але тим не менш, всі товари та особливо посуд стоять по своїм зонам, та відокремлюються освітленням.



Рис.1.2. Svetoria, Київ, Україна [8]

Katimo Living – бренд жіночого одягу та декору для дому заснований у Києві в 2015 році. Шоурум цього українського бренду одягу розташований у двоповерховій садибі в історичному центрі Києва.

На першому поверсі працює *Katimo Cafe*, де можна побачити наймоднішу тусовку міста. А на другому — великий магазин площею 100 м².

Дизайном нового простору *Katimo* опікувалася українська дизайнерка інтер'єрів Ія Турабелідзе [18].

Краса народжується у площині між внутрішнім і зовнішнім світом. Проявляється у кожному виборі, у великих і майже непомітних фрагментах особистого повсякдення. *Katimo Living* — це лінія об'єктів для дому, що уособлює цілісне бачення естетики буття.

У напрямі *Katimo Living* підкреслюється цінність побуту та його естетичний потенціал. Врахувавши різноманіття речей для дому, створили кераміку, декор, текстиль, меблі, освітлення, аксесуари для простору, а також домашній одяг та білизну. Дизайн усіх позицій об'єднаний ідеєю сталості та мінімалізму у його виразному, часом експериментальному вимірі. Візуальна складова балансує з утилітарністю та ергономічністю. Особистий простір стає особливим, краса оселяється на відстані витягнутої руки [9].

Місцеположення: вул. Рейтарська, 19а, Київ, Україна (рис.1.3).



Рис.1.3. *Katimo Living*, Київ, Україна [9]

Цей шоурум був обраний для аналогу через спільну філософію у дизайні, стримані кольори, використання екологічних та натуральних матеріалів, мінімалістичний стиль, та бажання використовувати тільки сучасні тенденції в дизайні приміщення. Також через максимально відкрите та просторе приміщення, та спокійні кольори. Даний магазин притягує своєю водночас простотою та стриманістю. Також в конкретному магазині більшість простору саме виділена для посуду та декору для дому, який розставлено дуже грамотно та просторо.

Зарубіжні аналоги

Ferm LIVING – це данський дизайнерський бренд, заснований у 2006 році Тріне Андерсен. Компанія спеціалізується на створенні естетичних та функціональних предметів для дому, включаючи меблі, текстиль, освітлення та декор. Відкритий як для приватних споживачів, так і для оптових клієнтів і преси. Тут можна придбати всю колекцію *Ferm LIVING*, а також підібраний вибір старовинних сувенірів, рослин, журнальних столиків та інших аксесуарів для дому. На верхніх поверхах знаходяться офіси [3]. Місцезположення: The Home of *ferm LIVING* Boutique, Kuglegårdsvej 1-5, 1434, Копенгаген, Данія (рис.1.4.).



Рис.1.4. The Home of *Ferm LIVING* Boutique, Копенгаген, Данія [3]

Ferm LIVING славиться своїм сучасним та стильним дизайном, який є невичерпним джерелом натхнення для оформлення магазину. Використання їхніх продуктів або відтворення їхнього стилю створює привабливе та сучасне середовище, яке буде відзначатися не лише продуктами, а й загальною атмосферою. Особливу увагу потрібно звернути на різноманітність текстильних виробів Ferm LIVING. Їхні подушки, килими та інші текстильні аксесуари відрізняються високою якістю та стильним дизайном. Використання подібних елементів у дизайні магазину може доповнити його інтер'єр та забезпечити затишок. Ferm LIVING створює сучасні меблі, аксесуари для дому та дизайнерське освітлення.

Даний шоурум був обраний через велику кількість переваг, що роблять його дійсно привабливим простором, на який можна та потрібно рівнятися. Сучасність та естетика, які характерні для продукції цього данського бренду, створюють унікальне враження та можуть привертати увагу клієнтів. Теплі кольори у всьому, які роблять загальний простір дуже приємним та затишним.

У цьому приміщенні вдало поєднані мінімалістичні форми, але разом із цим це не нудний інтер'єр, всюди видно уважність до деталей, архітектурність та стиль.

В інтер'єрі використано тільки натуральні матеріали. У інтер'єрі Ferm LIVING менше контрасту більше фактурності і незвичних елементів, що дозволить додати в кожен спокійний інтер'єр оригінальності.

Fredericia – це відомий данський бренд меблів, який визначається своєю винятковою якістю, сучасним дизайном та великим захопленням традиціями ремеслами. Заснований у 1911 році, *Fredericia* може похизуватися довголітньою історією та великим внеском у світовий дизайн меблів.

Його витончені та функціональні вироби виготовляються з використанням високоякісних матеріалів і створюють атмосферу елегантності в будь-якому просторі. *Fredericia* надає перевагу майстерності та ретельно обробленим деталям, завдяки чому кожен елемент стає справжньою іконою дизайну. Бренд велику увагу приділяє співпраці з провідними дизайнерами та архітекторами, результатом чого стають

унікальні колекції, що поєднують у собі інновації та класичні риси. Це робить Fredericia одним із піонерів у світі сучасного дизайну меблів.

Через велику увагу до деталей та ретельний відбір матеріалів, меблі Fredericia стають не тільки елементами інтер'єру, але й справжніми творами мистецтва. Кожен предмет віддзеркалює високий стандарт естетики та демонструє вплив датського дизайну на світову сцену. Fredericia - це бренд, який відзначається не лише своєю історією та традиціями, але й постійною бажаністю інновацій та створенням меблів, які вражають своєю елегантністю та функціональністю [4].

Місцеположення: Showroom Fredericia Copenhagen, Løvstræde 1, 4th & 5th floor, DK-1152, Копенгаген, Данія (рис.1.5.)

Завдяки великому вибору високоякісних меблів створюється атмосфера, що вражає не лише стильністю, а й функціональністю. Кожен елемент відзначається унікальним характером, високою якістю та сучасним підходом до дизайну. Цей бренд є партнером у створенні естетичного магазину, а також цілком і повністю став символом високих стандартів для подібних магазинів. Бренд Fredericia надає перевагу деталям, а також вибагливість у виборі меблів, що зробить магазин приємним інтер'єрним досвідом для клієнтів.

Даний шоурум було обрано через світле, просторе приміщення. Немає зайвих предметів, а навпаки відчувається легкість у просторі. Величезні кімнати з меблями, які ідеально підходять для натхнення.



Рис.1.5. Fredericia, Копенгаген, Данія [4]

Marimekko – це фінський бренд, заснований у 1951 році Армі Ліннавірта. Відомий своїм вишуканим дизайном текстилю та моди. *Marimekko* визначається виразними кольорами, абстрактними малюнками та яскравим стилем. За понад півстоліття існування, *Marimekko* став символом фінського дизайну та витонченості. Його унікальні малюнки та весняна палітра кольорів стали визнаними у всьому світі. Бренд бере натхнення з природи та різноманітних культур, що відображено в кожному створенні. *Marimekko* також славиться своєю модною лінією одягу, взуття та аксесуарів. Його стильні та комфортабельні вироби виражають індивідуальність та любов до дизайну. Бренд відомий своєю прагненням до сталої виробництва та використання якісних матеріалів. *Marimekko* став справжньою культурною іконою, взявши участь у різних проєктах, від дизайну тканин для відомих меблевих виробників до співпраці зі світовими дизайнерами.

Завдяки своїй унікальності та сталому прагненню до інновацій, *Marimekko* продовжує вражати світ своїм креативним підходом до дизайну та високою якістю своїх виробів [5]. Місцезаляження: *Marimekko*, Puusepätkatu 4, 00880 Helsinki, Finland, (рис.1.6) . *Marimekko* - це не просто меблі, а стиль та емоції, які можна втілити у магазині, зробивши його виразним та унікальним.



Рис.1.6. *Marimekko*, Гельсінкі, Фінляндія [5]

Шоурум Marimekko був обраний через його вишуканість та креативність. Його унікальний дизайн текстилю та яскраві кольори можуть перетворити простір у витвір мистецтва, привертаючи увагу та залишаючи невимушене враження. Також шоурум привернув свою увагу яскравим червоним кольором, який проглядається по всьому інтер'єру і навіть в декорі та товарі. Тепла гама світлих кольорів в поєднанні із червоним акцентним кольором виглядає ну дуже вражаюче.

1.2. Нормативні вимоги проєктування інтер'єрного середовища

Громадські будівлі та їх приміщення за своєю соціальною структурою відносяться до сфери обслуговування, тому що призначені для забезпечення найрізноманітніших процесів, сутність яких полягає у задоволенні широкого кола матеріальних і духовних потреб громадського сервісу. Зважаючи на те, що просторова структура будівлі визначає виробництво або підготовку продукту і можливість його одночасного тимчасового споживання, передбачається наявність деяких процесів обслуговування, які потребують спеціального простору.

Слід зазначити, що внутрішній простір громадських об'єктів також поділяється на дві основні зони – службову та громадську. Службова зона призначена для перебування та роботи персоналу, а громадська – для відвідувачів. На підставі цього в громадських порудах завжди взаємопов'язані процеси виробництва та споживання [19].

Проєктування магазину посуду та декору для дому повинно відповідати ряду нормативних вимог та стандартів, які забезпечують безпеку, зручність та естетичний вигляд приміщення.

Забезпечення безпеки магазину – це одна з найважливіших аспектів проєктування та експлуатації будь-якого приміщення. Безпека стосується як відвідувачів, так і виставкових товарів, і включає в себе наступні аспекти:

Пожежна безпека – дотримання норм щодо пожежної безпеки, встановлення необхідного обладнання, систем сигналізації та евакуації. Враховуючи значення

безпеки, особливо при наявності великої кількості відвідувачів, нормативи пожежної безпеки мають велике значення. ДБН В.1.1-7-2002 "Пожежна безпека будівель і споруд" [6] встановлює вимоги до конструкцій, матеріалів та систем безпеки виставкових приміщень. Враховуючи значення безпеки, особливо при наявності великої кількості відвідувачів, нормативи пожежної безпеки мають велике значення.

Безпека входів та виходів – забезпечення безпеки при вході та виході, включаючи використання аварійних виходів та контроль доступу для попередження неповнолітніх від доступу до зон в яких вони не мають перебувати.

Відеоспостереження – встановлення систем відеоспостереження для моніторингу областей високого ризику та попередження можливих крадіжок чи інших інцидентів.

Захист від крадіжок – застосування систем антизлодій, маркування товарів, розташування стелажів та товарів для оптимальної видимості.

Охорона від травм – розміщення товарів та обладнання таким чином, щоб уникнути травматичних ситуацій для клієнтів та персоналу.

Електробезпека – правильне розміщення та обслуговування електричних пристроїв та обладнання для запобігання короткому замиканню та пожежам.

Системи сигналізації та охорони – становлення систем сигналізації для сповіщення про будь-які надзвичайні ситуації, а також систем охорони для запобігання несанкціонованому доступу.

Захист персоналу – навчання персоналу з питань безпеки, надання засобів індивідуального захисту та створення безпечних робочих умов.

Вентиляція та кондиціювання повітря – забезпечення комфортної температури та якості повітря в приміщенні.

Енергоефективність – використання енергоефективних технологій та матеріалів для зменшення витрат енергії.

Санітарні норми – дотримання санітарних норм та правил, зокрема у відношенні до зберігання та демонстрації посуду.

Освітлення – забезпечення належних умов виставки та збереження товарів важливо дотримуватися норм освітлення. Державні будівельні норми (ДБН) України

мають окремий розділ, присвячений освітленню ДБН В.2.5-28-2006 "Світло та освітлення" [7]. Цей документ встановлює вимоги до рівня освітленості, рівномірності розподілу світла, кольорового спектра освітлення та інших параметрів. Наукова література також вказує на важливість використання сучасних світлодіодних технологій та систем автоматичного регулювання освітлення для досягнення оптимальних результатів.

Освітлення для магазину грає важливу роль у створенні зручних та привабливих умов для демонстрації та купівлі товарів. Воно повинно бути детально спроектовано, відповідати вимогам безпеки та комфорту, і враховувати різні аспекти магазинного простору.

У магазинах найчастіше використовується 2 види освітлення – природне та штучне.

Природне освітлення - аксимізація використання природного світла може допомогти зменшити витрати на електроенергію та зробити магазин більш природнім.

Штучне освітлення - використовується для підсвічування стелажів, цікавих деталей, та інших виставкових товарів. До типів штучного освітлення відносяться лампи різних типів: LED, галогенні, ртутні, металгалідні тощо.

Оптимальний рівень освітлення залежить від типу магазину та характеристик об'єктів. Великі магазини можуть вимагати більш високого рівня освітлення, тоді як маленькі шоуруми можуть потребувати меншого освітлення для збереження експонатів. Світильники повинні бути розміщені так, щоб забезпечити рівномірне та ефективне освітлення всіх стелажів та товарів на них. Часто використовують потайне освітлення, яке дозволяє уникнути візуальних завад та блисків.

А також, в залежності від настрою та специфіки магазину, може бути використано тепле (низька колориметрична температура, близько 2700К) або холодне (висока колориметрична температура, близько 5000К) освітлення. Вибір кольорової температури може впливати на сприйняття товару в магазині. Важливо враховувати енергоефективність освітлення для зменшення витрат на електроенергію та позитивного впливу на навколишнє середовище.

Важливість правильного освітлення в магазинах посуду та декору неможливо переоцінити, оскільки воно не лише надає виробам правильний вигляд, але й створює відчуття комфорту та привабливості для покупців. Освітлення стає ключовим фактором у створенні неповторної атмосфери, яка залучає та залишає незабутнє враження.

Проектування магазину посуду та декору для дому - це складний та відповідальний процес, що вимагає дотримання ряду нормативних вимог та стандартів для забезпечення безпеки та ефективності приміщення. Враховуючи пожежну безпеку, норми охорони праці та вентиляції, проєкт повинен створювати безпечне та зручне середовище для відвідувачів та персоналу. Використання енергоефективних технологій та дотримання ергономічних стандартів допомагає забезпечити оптимальні умови для роботи та покупок. Організація структури приміщення повинна враховувати правила доступності для осіб з обмеженими можливостями та логічне розташування товарів. Всі ці аспекти сприяють створенню магазину, який відповідає вимогам якісного середовища для покупців та забезпечує відповідність стандартам та нормам у сфері торгівлі та будівництва.

Врахування цих аспектів допоможе створити не лише естетично приємне, але й безпечне та функціональне комерційне приміщення.

1.3. Висновки до розділу I

Вивчення теоретичної бази та аналіз аналогів є важливим етапом у розробці проєкту комерційного приміщення, такого як магазин посуду та декору для дому. Ретельний огляд літературних та практичних джерел дозволяє врахувати кращі практики та інновації, що вже існують у цій сфері.

Особливості проектування комерційного приміщення, а саме розуміння особливостей проектування відображається у вмінні враховувати потреби магазину посуду та декору для дому. Це включає в себе ефективне розміщення товарів,

створення привабливого інтер'єру, а також врахування функціональних та естетичних аспектів.

Дотримання нормативних вимог у процесі створення інтер'єрного середовища є ключовим елементом успішної реалізації магазину. Це включає в себе відповідність будівельним нормам, забезпечення безпеки та ефективного використання простору.

Узагальнюючи, успішне проєктування комерційного приміщення магазину посуду та декору потребує глибокого аналізу, врахування найновіших тенденцій та строгої відповідності нормативам, що забезпечує створення привабливого, функціонального та безпечного середовища для клієнтів та персоналу.

РОЗДІЛ II. ЗАСОБИ І ПРИЙОМИ ФОРМУВАННЯ ІНТЕР'ЄРУ

2.1. Вихідні дані

Магазин посуду та декору для дому розташований у не житловому комплексі Obolon Smart HUB у м. Київ, Оболонського району, що знаходиться по вул. Маршала Тимошенка, 21, місцеположення є чудовим, так як дане приміщення знаходиться у спальному районі, в 2-х хвилинах від метро (рис.2.1.).

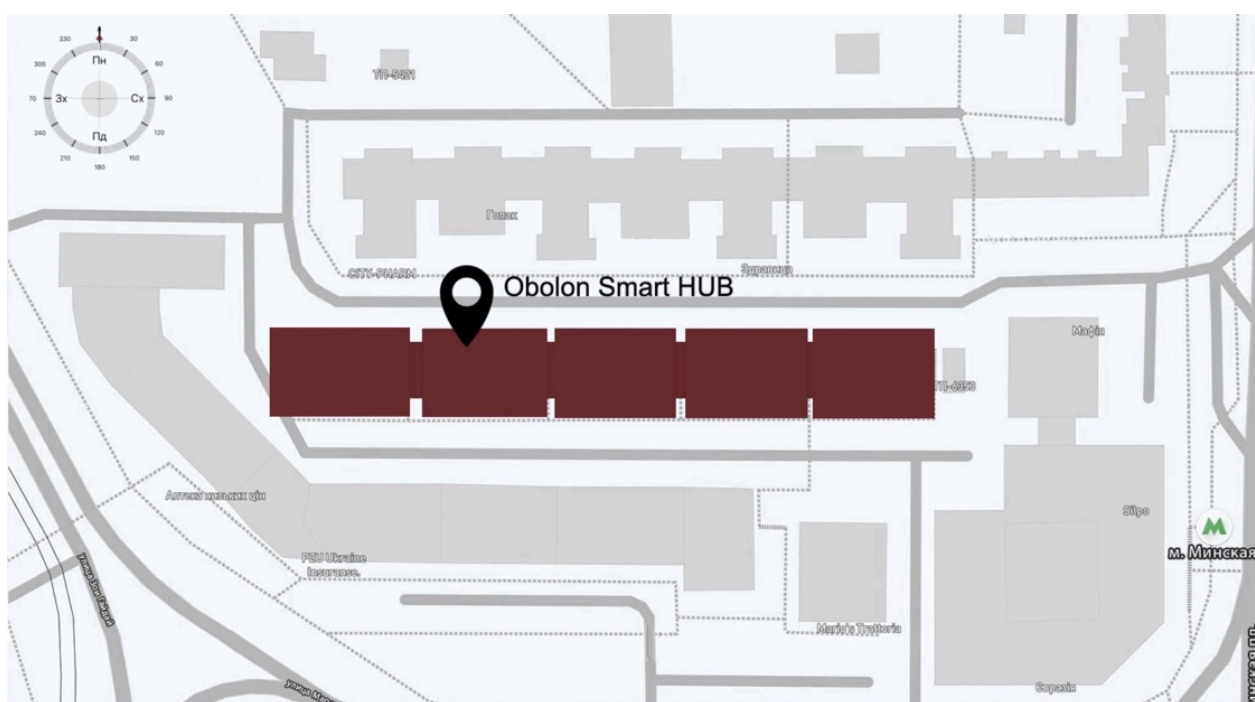


Рис.2.1. Ситуаційний план розташування Obolon Smart HUB

Територія обмежена вулицями Левка Лук'яненка, Зої Гайдай та Оболонським проспектом, що забезпечує гарний транспортний зв'язок з інфраструктурою міста.

Комплекс торгово-офісних Obolon Smart HUB пропонує робочий простір, у якому все працює в ритмі нового бізнесу [10]. Зустрітися з партнером, провести презентацію, знайти однодумців - це саме таке місце. Простір розташований близько до центру та має чудову транспортну доступність, сучасна архітектура, розвинена локація та наповнений життям район – все це зробить робить бізнес абсолютно комфортним. Неподалік тут мешкає близько 300 000 ваших потенційних клієнтів.

Зручна локація:

- ст. м. «Мінська» в 100 метрах від локації SMART HUB
- зупинки автобусів, тролейбусів та маршрутних таксі.

Будівля має 4 поверхи.

Обране приміщення знаходиться на 2 поверсі третьої секції будівлі, загальна площа усіх 5 приміщень на другому поверсі складає – 623, 60 м² (рис. 2.2). Обрано приміщення загальною площею 143,13 м². Підняти до приміщення можна по сходах або на ліфті. Приміщення для магазину має висоту стелі – 3 м, і багато вікон, частина із них панорамні. Вікна знаходяться у північній частині будівлі, тому у магазині буде завжди світло.

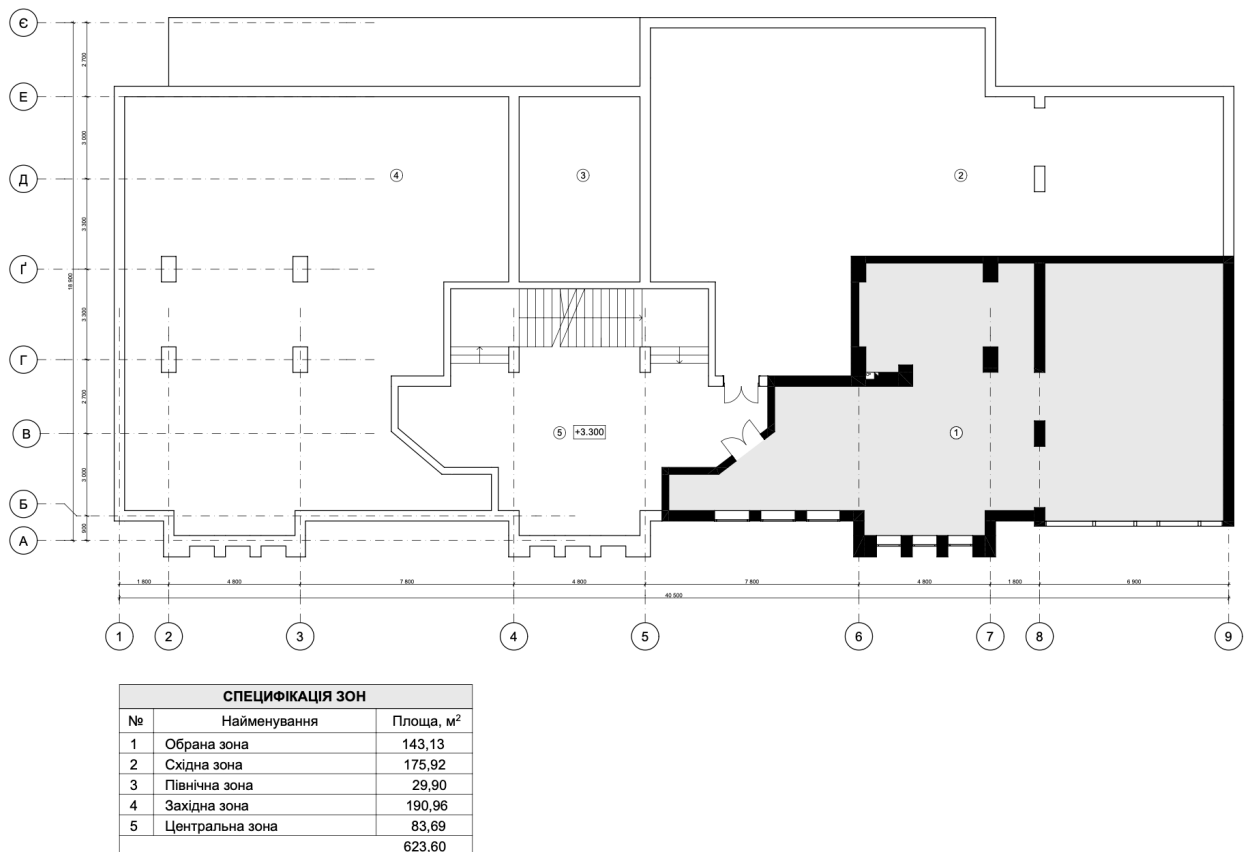


Рис.2.2. Другий поверх будівлі Obolon Smart HUB (власне креслення)

2.2. Концепція інтер'єру

Архітектори та дизайнери мають багато можливостей завдяки сучасним тенденціям дизайну інтер'єру. Доступні на ринку оздоблювальні матеріали та

правильне використання дозволять створити будь-який інтер'єр особливим, незвичайним, як з погляду функціональності, так і з погляду естетики. Архітектори та дизайнери повинні повністю розуміти ситуацію щодо технічних характеристик певних матеріалів і того, чи доцільно їх використовувати в конкретному приміщенні [19].

При проектуванні комерційного приміщення для магазину посуду та декору ключовою проблематикою стає – вибором концепції інтер'єру, яка відобразить і витончено передаватиме естетику та ідентичність бренду. Художній образ в інтер'єрі формується з багатьох складових. Це різноманітні асоціації, метафори, аналогії та відчуття на рівні досвіду [13]. Важливо створити атмосферу, що буде притягувати клієнтів, але при цьому залишається доступною та зрозумілою. Кожен елемент дизайну повинен гармонійно вписуватися в загальний стиль, надаючи відчуття унікальності та комфорту.

Вирішення питання щодо ефективного розташування товарів — ще одна важлива задача. Оптимально організовані вітрини та полиці мають створювати логічні зони для різних категорій товарів, спонукати до дослідження асортименту і створювати позитивний враження від шопінгу. Уникнення перенасиченості інтер'єру та збалансованість в кольоровій палітрі є ще однією труднощі при проектуванні. Збереження простору, але водночас дотримання концепції, вимагає творчого підходу та виваженої естетики.

Питання ергономіки також стає важливим в процесі створення магазину. Меблі та вітрини повинні враховувати не лише естетичність, але і зручність для клієнтів, щоб полегшити їхнє переміщення та огляд товарів.

Не менш важливою є і проблема ефективного освітлення. Сприяючи створенню атмосфери, воно також має підкреслювати деталі товарів та покращувати їхню презентацію.

Узгодження всіх цих елементів у єдину гармонійну композицію вимагає великої уваги до деталей та творчості, але вирішення цих проблем може стати ключовим чинником успіху магазину посуду та декору.

Підсумовуючи попередньо викладені дані, тенденції сучасної практики проектування комерційного приміщення для магазину посуду та декору орієнтовані на створення та забезпечення доступного та зручного приміщення для відвідувачів та працівників магазину.

Концепція інтер'єру визначає його основне завдання – організація внутрішнього простору, створення умов для емоційного впливу на людей та створення основних ідей естетичного матеріального середовища. Створення дизайнерської концепції інтер'єру магазину є складний та комплексний процес, для розуміння якого необхідне раціональне обґрунтування й систематизація загальних положень формування дизайн-образу [11].

Даний проєкт поєднує елементи етнічного дизайн із сучасним мінімалістичним стилем, що відображає важливість збереження та популяризації традицій у сучасному світі. Такий дизайн не тільки створює приємну атмосферу для покупців, а й підкреслює унікальність та індивідуальність самого магазину. Це сприяє формуванню іміджу бренду та привертає увагу нових клієнтів, які цінують поєднання традицій та інноваційного дизайну.

Для магазину характерні високі вимоги до архітектурно-художнього образу внутрішнього середовища. Інтер'єр оцінюють за його привабливістю для покупців. Завдання дизайнера – створити виразний художній образ, який повинен викликати у відвідувача певну запрограмовану емоційну оцінку.

Концепція дизайну інтер'єру магазину посуду та домашнього декору, що поєднує в собі етнічний стиль і мінімалізм, є інноваційною та захоплюючою ідеєю. Унікальна та приваблива атмосфера створюється шляхом поєднання етнічних деталей, які привносять відчуття автентичності та тепла, з мінімалістичним стилем, який характеризується простими та чистими формами.

Загальна концепція інтер'єру буде акцентувати увагу на самих товарах, підкреслюючи їх якість, дизайн та функціональність. Чистий фон білих стін та мінімалістичний дизайн допоможе створити атмосферу елегантності та сучасності, яка відобразатиме стиль меблів та створить комфортну атмосферу для покупців.

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

Обране приміщення знаходиться на другому поверсі комплексу Obolon Smart HUB у м. Київ (рис. 2.3) площею 143,13 м². Простір відкритий, всі стіни є несучими, тому нічого демонтувати не можна, але можна монтувати нові перегородки, також важливо не забувати, що по середині приміщення розміщуються пілони, місця для проходу достатньо, але пілони чіпати не можна, так як вони є несучими елементами будівлі. Вхід у приміщення знаходиться ліворуч на плані.

Візуально зараз приміщення поділено на 3 зони: Зона 1 площею 61,45 м², Зона 2 площею 26,62 м² та Зона 3 площею 55,23 м². У приміщення вже покладена чорнова стяжка. Стіни без наявної чорнової штукатурки та вирівнювання. Проведена каналізація та підвід холодної та гарячої води. В приміщенні також розміщенні радіатори напільного під’єднання вздовж всіх вікон. Загалом приміщення має ломані стіни, але кути 90 градусів в більшості простору збережені.

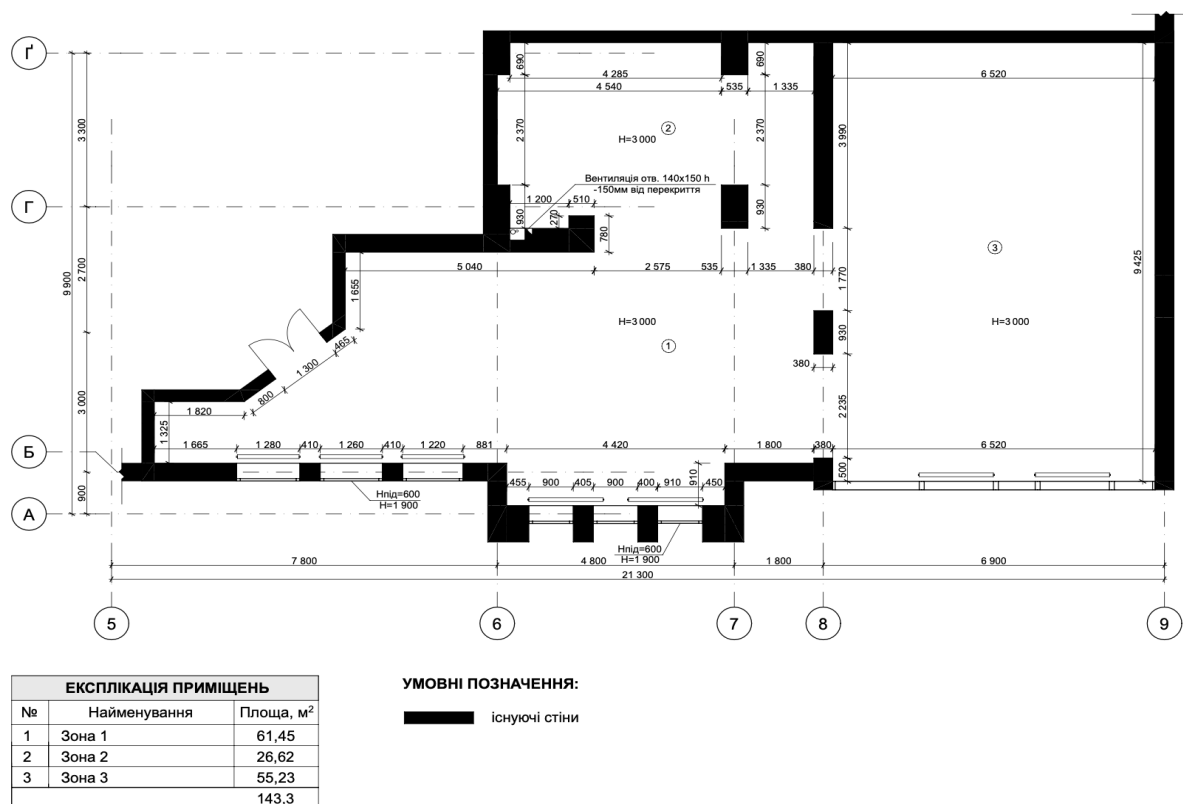


Рис.2.3. Обране приміщення під магазин посуду та товарів для дому (власне креслення)

Підходячи до функціонально-технологічного та об'ємно-просторового рішення інтер'єру враховано багато аспектів, щоб забезпечити оптимальну функціональність та вражаючу естетику.

Аналіз потреб та функціональності став першим кроком. Визначено обсяг роботи та розміщення меблів, враховуючи логіку переміщення відвідувачів. Простір торговельної зали поділяється на основні, допоміжні і обслуговуючі зони (рис.2.5):

- Посуд – сервізи, чашки, тарілки, які буде займати найбільшу частину приміщення;
- Меблі та текстилі: дивани, столи, стільці, ковдри, подушки, штори, килими, рушники;
- Декоративні предмети: вази, свічники, фоторамки, скульптури, картини;
- Освітлення: лампи, люстри, світильники;
- Предмети для прикраси стін: плакати, панно, настінні годинники, книги;
- Рослини;
- Елементи декору на кухні: різні декоративні кухонні прилади (рис. 2.5).

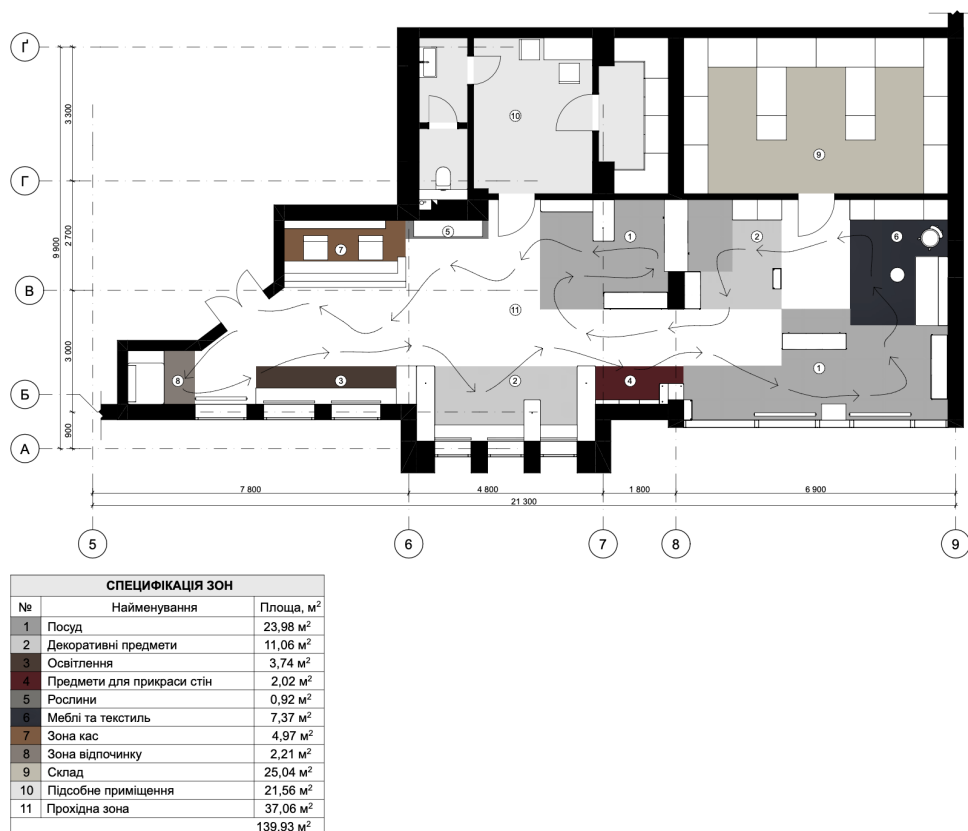


Рис. 2.5. План зонування та руху обраного приміщення (власне креслення)

У функціонально-просторовому рішенні було використано багато різнорівневих меблів для товарів, таких як столи, стелажі, полиці і ін. Вони допомагають підкреслити окремі товари і акцентувати увагу на продукті. Деякі полиці освітлені знизу або зверху для підсвічування товарів.

Використано вже існуючі пілони для створення вертикальних елементів, що додають архітектурну глибину і структуру простору. Більшість пілон декоровані в колір стін, не створюючи акценти, а навпаки поєднуються в загальну картину простору. Використано поєднання різних декоративних елементів, які чудово показують суміш елементів етно- та мінімалізму, це мікроцемент, дерево, метал, фарба.

Основними кольорами інтер'єру магазину є натуральні відтінки білого, сірого та бежевого, в поєднанні із нержавіючою сталлю та деревом, а також темно червоний колір, як акцент. Також присутнє як нейтральне так і тепле освітлення в торговельній залі. Стіни бежевого кольору, які створюють відчуття простору та світлості в залі. Підлога також світла, з матовою поверхнею, щоб створити чистий фон для огляду товарів. Стелажі поєднують в собі як нейтральні кольори, так і акцентні на противагу спокійним стінам та стелі.

2.4. Композиційне і просторове рішення інтер'єру приміщень

Інтер'єри приміщень архітектурних об'єктів громадського призначення використовуються для здійснення різноманітних процесів, сутність яких зводиться до одного — громадського споживання продукту (матеріального чи духовного). Сам продукт створюється в процесі виробництва, а інтер'єр громадського будинку надає умови для його споживання (що передбачає наявність спеціальних службових приміщень) [14].

Багато факторів впливають на композиційну цілісність інтер'єру, включаючи стилістичну єдність окремих меблевих виробів, чіткість пропорційних відносин і характер членування в меблевих системах. У кожному випадку створюється система,

яка має спільні характеристики. В інтер'єрі окремі меблі можуть існувати лише як частини цілісної взаємозалежної системи. Коли будується меблева система, необхідно чітко розуміти композиційну ідею, яка має вирішальне значення для художнього дизайну інтер'єру. Це досягається шляхом вибору матеріалів для обробки меблів і інтер'єру, контрастних або контрастних поєднань кольору, фактури та текстури [19].

Загальний простір торговельної зали відрізняються розподіленням на такі зони як, зона столового декоративного посуду (22,03 м²), зона меблів та текстилю (7,37 м²), зона декоративних предметів (13,01 м²), зона освітлення (3,74 м²), зона предметів для прикраси стін (2,02 м²), зона рослин (0,92 м²), зона кас (4,97 м²), зона відпочинку (2,21 м²) та загальна прохідна зона (37,06 м²). Тому було створено залу вільного композиційного та просторового рішення.

Людський масштаб встановлює елементи, пов'язані за змістом безпосередньо з людиною. Це дверні прорізи, з їх висотою і шириною, бар'єри, огороження, сходинки, ширина проходів і висота меблів. Залежно від прийнятих в інтер'єрах співвідношень цих елементів з реальною людиною може бути створена та чи інша якісна характеристика людського масштабу.

Зіставлення різних масштабів в інтер'єрі фактично визначає можливість пізнання людиною навколишнього простору й свого місця в ньому. Та найголовніше, що закладається в просторовій композиції, — це обсягові співвідношення мас, які утворюють композицію інтер'єрного простору. Тут можливі два принципово різні підходи: розміщення переважної більшості об'ємів по периметру простору, коли центральний простір залишається зорво відкритим, або розміщення основної «маси» в центрі. Перший варіант активно використовується у громадських спорудах, можливості другого прийому застосовують для створення інтимних і монументальних композицій.

Для великих інтер'єрних просторів застосовується прийом розміщення рухомих, напівзамкнених допоміжних просторів, об'єднаних загальною комунікаційною структурою. Змінюючи співвідношення мас, дизайнер може досягти потрібного враження — від повної ізольованості простору до злиття його з

навколишнім простором, а інші просторові характеристики допоможуть підсилити обране вирішення.

Дизайн інтер'єру торгової зали магазину посуду та предметів для дому в мінімалістичному та етно стилі має бути спроектований з урахуванням естетики, функціональності та відображення бренду.

Народний стиль в оформленні інтер'єрів має декілька назв – етнічний стиль, екзотика, фолк або просто етника. Цей стиль передбачає максимальне використання різних елементів декору, щоб відобразити історичні та культурні особливості будь-якої нації чи території. Завдяки поєднанню всіляких фольклорних мотивів в дизайні інтер'єру, етнічному стилю вдається створювати унікальну атмосферу занурення в традиції і культуру іншого народу [16].

Тут кожна деталь має значення, створюючи гармонійне середовище для покупців, що стимулює їх емоції та сприяє зручності покупок.

Зонування приміщення на ділянки для різних категорій товарів з найбільшим акцентом і площею відведено для посуду.

А також розроблено органічні переходи між зонами для забезпечення природного потоку покупців, і в разі чого евакуації. Також приділено увагу використанню традиційних етнічних мотивів у дизайні. Елементи декору, що відображають культуру у текстурах, освітленні, меблях. Використано природні, земляні та спокійні кольори для створення атмосфери спокою та гармонії. Елементи яскравих кольорів для привертання уваги до окремих продуктів або акційних пропозицій зроблені темно червоним кольором.

Промислові товари складають значну частину торговельного простору. В дизайні торговельної зали спостерігається чистота ліній, певна простота та лаконічність, головна особливість даного простору в значній функціональності. Присутні використання певних новітніх технологій в обладнанні та оздобленні. Певною мірою присутня мінімалістична естетика з незвичними етно акцентами в чистих, добре освітлених просторах. Для гармонії всіх компонентів була здійснена відмова від перенасичення великою кількістю декоративних елементів чи орнаментів [15].

Присутня мінімалістична кольорова палітра в усіх приміщеннях. Яка в свою чергу приносять певну витонченість та естетику в сучасному дизайні магазину.

Головною особливістю даного простору є розділення стелі на дві частини: перша – декоративний елемент такий, як кесони, який плавно простягається вздовж більшої частини спроектованого простору, та переходить у мікроцемент в другій частині стелі.

В зоні ближче до виходу з торговельної зали буде використано разом із кесонами стельові світильники споти чорного кольору, у зоні кас висять два світильники українського бренду з етно мотивами.

Для надання інтер'єру більшої декоративності, присутні два декоративних бра по одній на зону відпочинку та зону меблів та текстилю. Додатково по всім іншим приміщенням та в другій частині стелі використано точкові врізні світильники, які будуть гармонійно поєднуватись зі стелею.

Особливістю покриття підлоги є використання такого ж матеріалу як і друга частина стелі – мікроцемент в поєднанні із плінтусом прихованого монтажу з МДФ 6 см під фарбування в колір декоративної штукатурки. В підсобних приміщеннях використано керамограніт бежевого кольору 600x600 мм, який немає порогів і покладено суцільним орнаментом по всім чотирьом підсобним приміщенням.

По всім стінам використано вологостійку декоративну штукатурку, яка своєю фактурою нагадує хату-мазанку. Колір декоративної штукатурки – світло-бежевий, не нав'язливий. Також по більшій частині стін нижче середини проходить об'ємний сучасний український орнамент класичного червоного кольору, таким чином весь простір стає суцільним та врівноваженим і поєднується із двома стилями: етно та мінімалізмом.

2.5. Меблі та обладнання

Увійшовши до торговельної зали будь-якого магазину, перший аспект, який відкриється, - це меблі та обладнання, які в даному проекті вдало поєднують у собі

елементи мінімалістичного та етно стилів. Кожна деталь вибрана з уважністю, щоб створити атмосферу, яка б залучала покупців та надихала їх на придбання товарів.

Важливим моментом у процесі розміщення меблів і устаткування є дослідження передбачуваного психологічного стану людини в просторі [19]. На перший погляд, кожен предмет меблів дивує своєю простотою і функціональністю. Стелажі та полиці виготовлені з натуральних матеріалів – дерева та металу, і мають чисті лінії та прості форми, що характеризують мінімалістичний стиль. Але при ближчому огляді можна помітити деталі, що вказують на етно мотиви - традиційні орнаменти та декоративні елементи зі стародавніми символами, що надають меблям унікальності та шарму, а також дерев'яні вигини.

Увагу привертають також вітрини, які виконані у мінімалістичному стилі. На цих вітринах ви побачите найкращі предмети посуду та декору, які представлені в магазині, вони вибрані з особливою увагою, щоб підкреслити красу та вишуканість товарів.

Кожний куточок магазину пронизаний уважністю до деталей і турботою про зручність клієнтів. Розташування меблів та обладнання ретельно продумане, щоб забезпечити оптимальний потік покупців та максимальний комфорт під час перегляду товарів.

На передньому плані знаходяться не лише естетичність та стиль, але й практичність та функціональність. Кожен елемент, починаючи від стелажів і закінчуючи меблями, спроектований з метою максимізації використання простору та підвищення зручності для покупців. Меблі та обладнання виготовлені з високоякісних матеріалів, що відповідають вимогам якості та довговічності. Кожна деталь, будь то металева конструкція стелажу або дерев'яна поверхня столу чи зони каси, відзначається майстерністю виготовлення та дбайливим відбором матеріалів.

Крім того, у магазині ретельно продумані зони відпочинку та презентації. Створення затишних куточків для відпочинку з м'якими кріслами та декоративними подушками створюють можливість для відпочинку та релаксації під час покупок. Спеціально обладнані зони для демонстрації товарів створюють можливість для покупців активно спілкуватися та ділитися досвідом.

Усі ці елементи об'єднуються в єдину гармонійну композицію, яка вражає своєю красою, функціональністю та автентичністю. Кожен відвідувач магазину посуду та декору для дому відчуває особливу атмосферу, яка залишає незабутній враження та збуджує бажання повертатися сюди знову і знову.

Меблі з простим та ергономічним дизайном, що дозволяють легко організовувати товари та зручно їх демонструвати. Оптимальні пропорції та розміщення елементів дизайну для забезпечення балансу та гармонії. Ефективне розміщення касової зони на початку приміщення, а також зон обслуговування покупців. Також використано меблі та полиці, що відповідають сучасним стандартам ергономіки та забезпечують легкий доступ до товарів.

Особливу увагу приділено розташування товарів на різних рівнях для зручності покупців будь-якого зросту. Меблі доповнені елементи дерев'яного декору, що відображають традиційність та естетику етно стилю. А акцентом стає зона меблів та текстилю яка в більшості розроблена в червоній кольоровій гамі, яка поєднується із червоним орнаментом на стінах приміщення. Для зручності відвідувачів торговельної зали магазину посуду та декору для дому у меблевих конструкціях та стелажах використано не велику кількість кольорів, тільки: чорний, білий та червоний, а вже як доповнення йдуть такі матеріали та текстури, як дерево та метал, що звісно є невід'ємною частиною етно дизайну.

2.6. Висновки до розділу II

Важливо щоб кожна деталь була уважно продумана та підібрана з метою створення унікального середовища, яке захоплює та надихає покупців.

Меблі та обладнання відзначаються не лише своєю естетикою, але й високою якістю виготовлення та функціональністю. Їхні прості форми та чисті лінії відповідають мінімалістичному стилю, а елементи етно декору надають їм неповторності та шарму.

Кожен елемент інтер'єру, починаючи від меблів і закінчуючи текстильними додатками, відіграє свою роль у створенні затишної та комфортної атмосфери для покупців. Елементи етно декору додають інтер'єру унікальності та автентичності.

Усе це разом створює унікальний образ магазину, який залишає незабутнє враження та стає місцем, куди покупці хочуть повертатися знову і знову. Його мінімалістичний та етно стиль доповнюється практичністю та затишком, роблячи його ідеальним місцем для покупок та відпочинку.

РОЗДІЛ III. ДИЗАЙН-РОЗРОБКА ЕЛЕМЕНТУ МЕБЛІВ

3.1. Аналоги

Розробляючи дизайн проєкт торговельної зали магазину посуду та декору для дому, наступним етапом стає розробка та проєктування стелажу для посуду. На даний час існує не велика кількість різновиду конкретного обладнання для різного виду посуду такого як: чашки, миски, склянки, контейнери для зберігання, тарілки та інші., але потреба в таких стелажах є актуальною в світовому попиті та ринку, щоб замінити стандартні та одноманітні класичні полиці. Існує низка цілих аспектів важливості даної продукції:

По-перше це організовано і зручно, так як стелаж для різноманітного посуду допомагає магазину ефективно організовувати, впорядковувати та демонструвати асортимент кухонного посуду. Клієнти можуть легко знаходити потрібний їм посуд і швидко зробити свою вдалу покупку.

По-друге це зберігання та комплектація посуду, стелажі дозволяють зберігати посуд у відсортованому та організованому стані, що полегшує процес поповнення товару та контролю їх запасів.

По-третє це просування самого товару, адже ефективно розміщений та привабливий стелаж привертає увагу покупців, сприяючи збільшенню продажів і покращенню маркетингової стратегії.

По-четверте це безумовно створення позитивного враження у відвідувачів, адже чистий, організований та естетичний стелаж для різного посуду допомагає створити позитивне враження про магазин і підвищити рівень задоволеності клієнтів.

Тому щоб створити унікальний, сучасний дизайнерський об'єкт, було ретельно досліджено та вивчено вітчизняні та світові аналоги стелажів різної конфігурації, форми, розмірів та матеріалів.

Вітчизняні аналоги

KOLO furniture – бренд меблів натхненні епохою модернізму та особливою увагою до кольору та фактур. Створений командою українських спеціалістів: Марією Дерев'яненко, Валентином Лузаном та Владом Толочко.

Їх головна мета – розвивати ринок національного дизайну, який буде гідним гравцем на внутрішній та світовій арені. Це трансляція ідентичності та цінностей українських рис споживачеві. У тому числі функціональна естетика *KOLO furniture* [20]. Місцезапис: *KOLO furniture*, проспект Повітрофлотський, 92Б, м. Київ, Україна

Стелаж SIMPLE 12 (рис.3.1).

Розміри: 1670x400x1520мм

Вага: 60 кг

Матеріал каркасу: сталеві круглі труби, полімерне порошкове покриття по каталогу RAL Classic. (на фото RAL 9005 структура)

Матеріал полиць: ЛДСП Egger Дуб Денвер трюфель 18мм

Дизайнер: Лузан Валентин



Рис.3.1. *KOLO furniture* Стелаж SIMPLE 12, Київ, Україна [20]

Даний стелаж було обрано через подібність форми, прямі лінії, дакож через велику кількість полиць, на які можна покласти не мало декоративних або не декоративних предметів. Також стелаж є наскрізний і до нього буде зручно підійти з будь якої сторони та подивитись що знаходиться на полицях без будь яких проблем.

Стелаж виконаний із різних матеріалів, які чудово утворюють контраст між собою. Ніжки масивні, стійні, та витримують як маленьку, так і велику вагу предметів. Даний стелаж підійде як для комерційного використання, наприклад у магазинах, так і в для житлових приміщень, будь то будинок чи квартира. Даний стелаж також підходить як аналог через подібність матеріалу з якого зроблено стелаж SIMPLE 12.

Maiimo – бренд меблів із власним виробництвом під Києвом. У них унікальний асортимент, власні та куровані колекції. Місцеположення: *Maiimo*, вул. Онікієнка 75А, м. Бровари, Україна

Стелаж зі зберіганням MO-VA

Висота: 165x450x1350мм

Матеріал: Береза премиум (березова фанера)

Стелаж із зберіганням MO-VA 165 см - це найбільший і функціональний стелаж колекції (рис. 3.2). Його лаконічний дизайн у скандинавському стилі допоможе зберегти атмосферу відкритого простору і в той же час вирішити завдання по організації та зберіганням товарів, речей або предметів декору. Конструкція комбінованого стелажа проста і лаконічна. Модуль з висувними ящиками зручний для закритого зберігання, в той час як на відкритих полицях можна розмістити товари або предмети, до яких хочеться привернути увагу [21].

Даний стелаж було обрано як аналог через українське виробництво, водночас просту але цікаву форму, екологічні натуральні матеріали стелажу, а також комбінацію відкритих та закритих полиць, куди можна розмістити товар як на демонстрацію, так і заховати декілька однакових продуктів, щоб вони завжди були під рукою і клієнт одразу міг придбати потрібну йому конкретну продукцію.



Рис.3.2. *Maiimo* Стелаж із зберіганням MO-VA 165 см, Бровари, Україна [21]

Archdepfurniture – бренд меблів та аксесуарів родом з Одеси [22].

Місцеположення: *Archdepfurniture*, вул. Львівська, 48, м. Одеса, Україна

Матеріал: основа – метал (антивандальне порошкове фарбування у два шари) RAL 9005 (чорний матовий);

Полиці ламіноване ДСП Kronospan K086 PW - під дерево мат.

Розміри: 800x416x1775 мм

Даний стелаж обрано як аналог через мінімалістичні стиль та тонкі лінії стелажу, стриману форму, а також використання дерева.

Відкриті полиці з боковинами, щоб предмети не випадали з полиць випадково, але їх все рівно дуже добре видно. Поєднання чітких і плавних напівкруглих ліній гармонійно поєднуються у цьому стелажі (рис.3.3).



Рис.3.3. Archdepfurniture Металевий стелаж "Spacious High", Одеса, Україна [22]

Зарубіжні аналоги

Midj – це італійський бренд меблів.

Італія – це не просто місце виробництва. Це виходить далеко за рамки цього: це спосіб мислення та життя. Тому не лише «Зроблено в Італії», а й ідеальна синергія між майстерністю, креативністю та технологіями, що робить їх метод роботи додатковим значенням у кожному творі. Промислова потужність і передові технології — їхня сильна сторона.

Ноу-хау є серцем компанії: завдяки йому всі проекти набувають форми та втілюються в життя завдяки майстерності, яка постійно вдосконалюється та вдосконалюється.

Через свої колекції вони постійно шукають універсальність і можливість знайти ідеальне рішення як для громадських, так і для приватних приміщень. Шукають всі можливі рішення для виконання меблевого проекту замовника. Кожна з колекцій Midj змінюється за допомогою абсолютно нових матеріалів і кольорів, які постійно перевіряються [23].

Місцезнаходження: *Midj Midj S.p.a., Via Madonna di Campagna, 2, 33075 Cordovado (PN), Italy*

Книжкова шафа *Apelle*

Матеріал:

Основа – металева конструкцією з дерев'яними полицями

Додатково – шкіряні ящики.

Даний стелаж дуло обрано як аналог, через відкриті та закриті полиці, нестандартну форму, а також екологічні матеріали. Такий стелаж попри не малу висоту та ширини має легкість. А також має стійку опору, яка не дасть конструкції стелажу впасти на людей.



Рис.3.4. *Midj*, Книжкова шафа *Apelle*, Кордовадо, Італія [23]

Muuto – датський бренд меблів.

Muuto сягає корінням у скандинавську дизайнерську традицію, що характеризується стійкою естетикою, функціональністю, майстерністю та чесним виразом. Розширяючи цю спадщину за допомогою перспективних матеріалів, технік та сміливого творчого мислення, наша амбіція полягає в тому, щоб надати нові перспективи скандинавського дизайну.

Насправді назва, Muuto, походить від *muutos*, що означає нову перспективу фінською мовою [24]. Місцезапис: *Muuto Store* – Copenhagen, Store Regnegade 12, 1110, Copenhagen K, Denmark. Stacked Storage System, будучи одночасно універсальною та функціональною, системою зберігання, може бути організована та перебудована для точних естетичних та функціональних потреб будь-якого простору. Тут видно добірку попередньо розроблених конфігурацій книжкових шаф, які приносять сучасне зберігання в будь-який будинок, робоче місце або готельний простір. Всі модулі з дошкою можна встановити безпосередньо на стіну (рис.3.5).



Рис.3.5. *Muuto*, Stacked Storage System, Копенгаген, Данія [24]

Кожен модуль Stacked поставляється з двома кліпами того ж кольору, що і модуль, тоді як Oak поставляється з двома кліпами світло-сірого кольору. Система складеного зберігання відповідає європейським вимогам щодо безпеки, міцності, довговічності та стабільності в сховищі - EN 16121:2013 та EN 16122:2012 - при дотриманні рекомендацій зі складання та конфігурації.

Стелаж був обраний як аналог через свою нестандартну систему зборки та варіативність, а також матеріали які використовуються у даному стелажі і загалом брендом Muuto відповідають найвищим критеріям якості.

Audo Copenhagen – бренд розроблений на основі об'єднання брендів MENU, The Audo та Lassen, що відбулося минулого року. Audo Copenhagen відображає як століття традицій датського дизайну так і сучасний глобальний погляд, який постійно розширюється та розвивається.

Естетична філософія Audo Copenhagen це м'який мінімалізм з чистими лініями, спокоєм, землястими тонами та природніми матеріалами [25].

Audo відображає як століття датських дизайнерських традицій, так і сучасний, глобальний світогляд, який постійно розширюється та розвивається.

Меблі, освітлення та інтер'єрні аксесуари Audo формуються цілеспрямованими деталями, високоякісними матеріалами та людськими потребами, що йдуть рука об руку з прагненням створити міцні, тривалі зв'язки та партнерські відносини.

Поєднання спадщини та сучасного дизайну, датського коріння та глобальних амбіцій, людей та проектів по всьому світу, дизайни Audo є каталізаторами творчості та комунальних інновацій. Місцеположення: *Audo Copenhagen*, Arhusgade 130, Floor 1, 2150 Nordhavn, Denmark

Стелаж Zet Storage system

Колір: чорний

Дизайнер: Kaschkasch Cologne

Матеріал: сталь з порошковим покриттям

Розміри: 1140x1530x400 мм

Стелаж Zet Storage system – легко збирається або розбирається та переміщується, коли завгодно, його тонкий баланс порядку, зручності та стилю формується з матеріалів, відібраних для краси та витривалості. Заснований лише на двох компонентах - дерев'яних U-подібних полицях та металевій рамній конструкції, визначеній діагональними стійками - він поставляється в шести кольорах та з додатковими виставковими полицями та задніми панелями.

Кожна полиця може витримати 39 кг, що є приємним доповненням до даного дизайнерського стелажу, адже тоді він може помістити багато товарів, декору, різних книг та енциклопедій, наприклад.

Саме тому цей стелаж було обрано як аналог.



Рис.3.6. *Audo Copenhagen*, Стелаж Zet Storage system, Копенгаген, Данія [25]

3.2. Функціональні, технологічні, конструктивні особливості

Дизайнерське проєктування навколишнього середовища включає дизайн інтер'єру, його облаштування та предметне наповнення. Проєктування предметного середовища, яке включає меблі та обладнання, є завершальним етапом багатьох попередніх проєктних розробок щодо організації простору в цілому, функціонального зонування, композиції, технологій, ергономіки, колористики та інших факторів. Для цього дизайнери повинні мати базові знання як з архітектурно-конструкторських дисциплін, так і з історії дизайну або конструктивно-технологічних основ проєктування меблів [26].

Предметний дизайн є складною сферою проєктування, яка включає в себе кілька сфер діяльності проєктування та будівництва.

Промисловий дизайн — це поєднання функціональних і конструкційних якостей виробу разом із його естетичним виглядом [27].

Створення меблів складається з трьох основних етапів: дизайнерське проєктування, конструктивне проєктування виробу та реалізація проєкту в матеріалах. Дизайнерське розроблення складається з розробки ескізного проєкту, а потім розробки дослідного зразка та робочої конструкторської документації на основі затвердженого дослідного зразка. Всі етапи технологічного процесу включають етап реалізації в матеріалі, який відбувається протягом усього періоду масового виробництва зразка, незалежно від тривалості випуску [26].

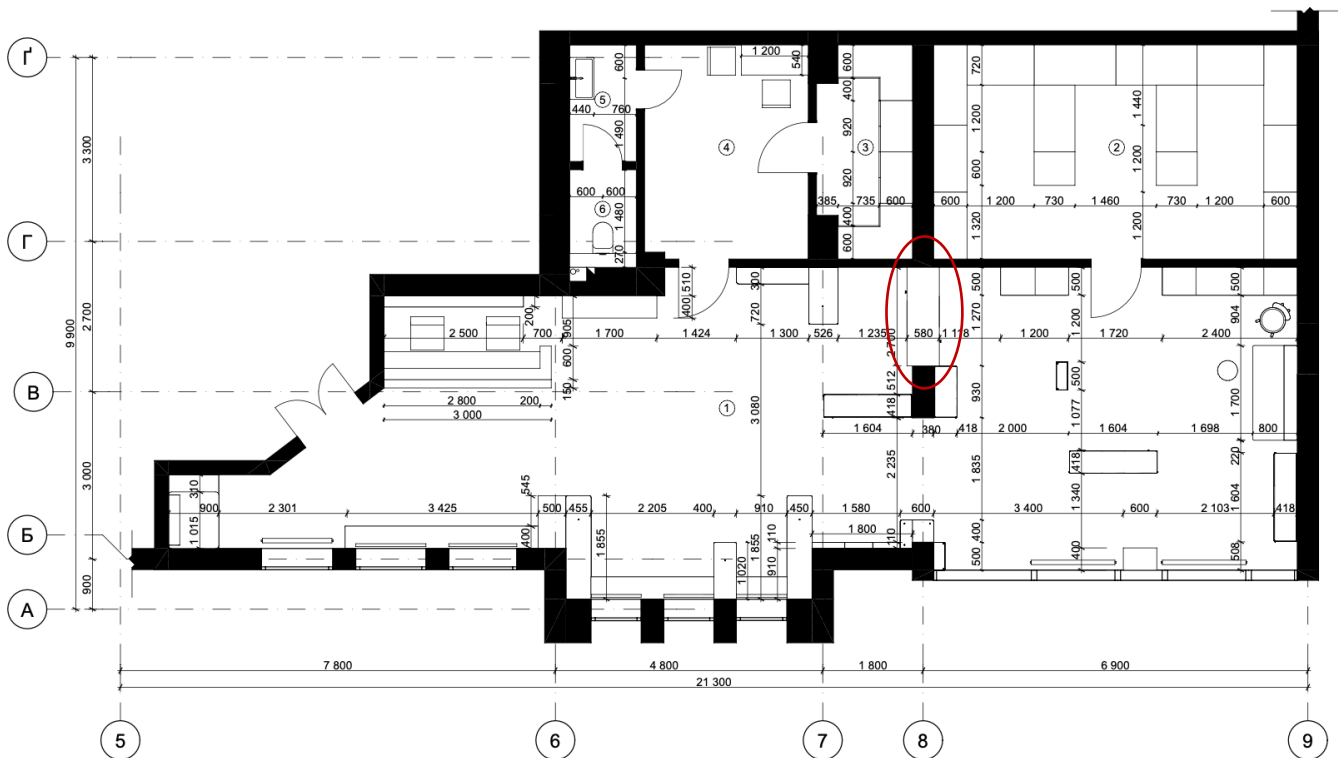
В дизайн проєкті розробляється стелаж, який розроблено для торговельної зали магазину посуду та декору для дому а конкретно для різного виду посуду такого як: чашки, миски, склянки, контейнери для зберігання, тарілки та інші товари. Стелаж буде використаний для презентації та продажу товарів.

Загальні дані

Розмір стелажу складає: 1770 мм в довжину, 2300 мм в висоту та 380 мм в глибину і поділяється на різні зони (полиці та шухляди), де розміщено різні позиції товару. Також зверху стелажу вмонтовані точкові світильники, так як стелаж буде

знаходиться між несучими елементами стіною та колоною (рис 3.7.), потрібно надати потрібне освітлення для демонстрації посуду на всіх полицях стелажу.

Полиці стелажу ліворуч на праворуч від центральної конструкції стелажу знаходяться на різних висотах, для того щоб мати можливість ставити на даний стелаж різновисотний та різногабаритний посуд. Всі демонстративні товари стоять на різних висотах, але в межах поля зору людини.



ЕКСПЛІКАЦІЯ ПРИМІЩЕНЬ		
№	Найменування	Площа, м ²
1	Торгівельна зала	93,33
2	Склад	25,04
3	Гардеробна	6,04
4	Кімната персоналу	11,22
5	Санітарне приміщення	2,50
6	Санвузол	1,80
		143,13

Рис. 3.7. План розташування меблів та обладнання (власне зображення)

Не менш важлива безпека відвідувачів даного магазину, тому на високих полицях стелажу розміщено невеликі за висотою металеві огороження, які допоможуть запобігти травмуванню людей, товар просто не зможе впасти на них.

Прораховано також окремі посилі для бокалі які будуть підвішені верх ногами та не пилитись, а також полиці для тарілок, які будуть стояти вертикально та кожен потенційний клієнт магазину зможе розглянути кожну тарілку яка йому сподобалась окремо.

Важливо приділити особливу увагу нижній частині стелажу, а саме шухлядам. Вони розраховані так, щоб доступ до них був із протилежних двох сторін, але завжди ліворуч. Стелаж дає змогу продивитись товар з двох сторін із двох частин магазину. А по своїй формі шухляда, є вигнутою та нагадує хвилю, і висувається на прихованих телескопічних направляючих. Товщина полиць складає 18 мм, середньої основи – 20 мм, а верхньої частини із освітленням – 60 мм (рис 3.8.)

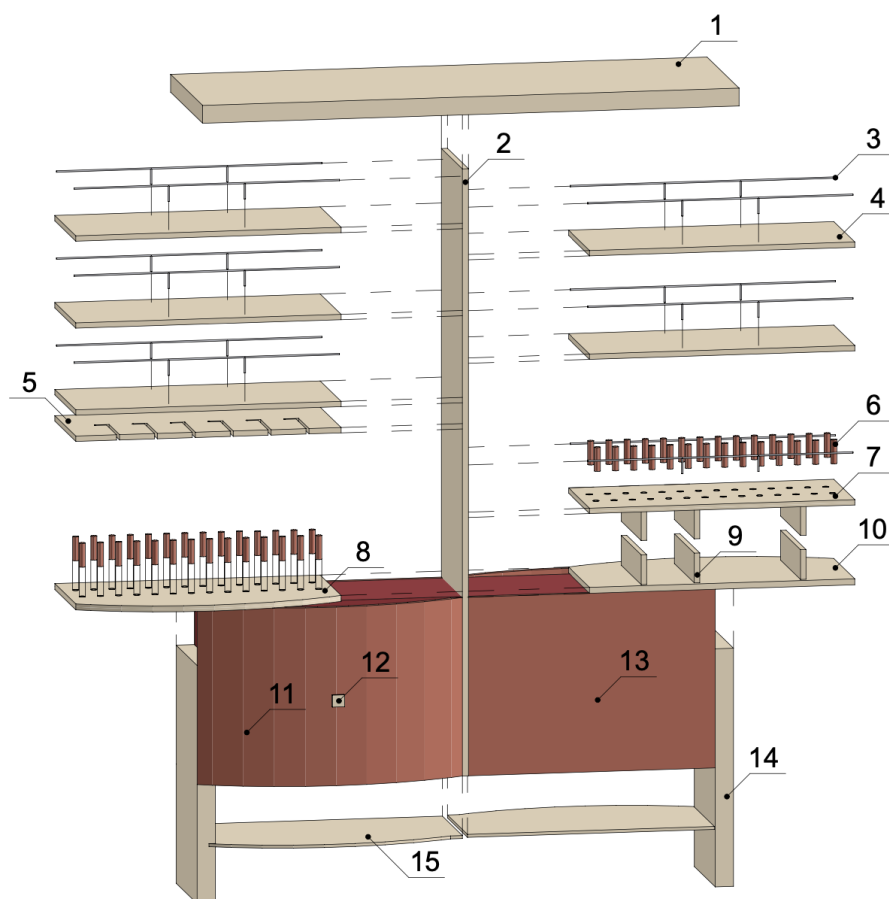


Рис. 3.8. Конструктивне рішення стелажу (власне зображення)

Стелаж для посуду має дві ніжки ліворуч та праворуч товщиною 60 мм, які дуже міцно тримають стелаж та не дають змогу йому впасти, додатково також стелаж кріпиться своїми полицями до стіни ліворуч, та колони праворуч.

Кольорова гама та матеріали стелажу.

Стелаж було розроблено під конкретну стилістику та концепцію магазину посуду та декору для дому, який буде гармонійно вписуватись в інтер'єр приміщення, а саме відтінки натурального теплого дерева та червоний колір, для акценту обрано сріблястий колір. Дана кольорова гама створює затишну та стильну атмосферу у магазині, та робить стелаж як акцентом так і гармонійним доповненням інтер'єру.

Стелаж для посуду вирішено обрати із деревини, яка підходить ідеально в стиль мінімалізм та етно, а також додати нержавіючу сталь, як елемент функціональності та декору (рис. 3.9.).

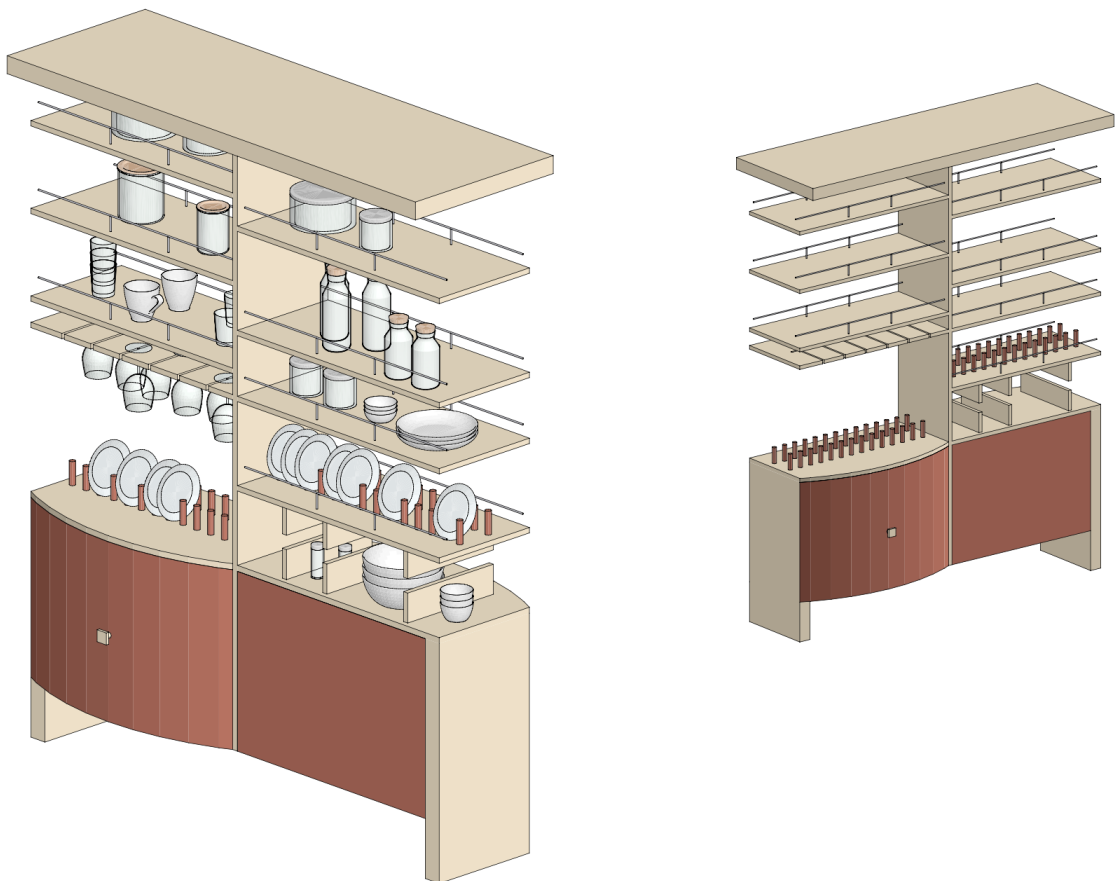


Рис. 3.9. 3Д схема стелажу для посуду (власне зображення)

Ергономіка стелажу.

Ефективність і зручність для клієнтів у роздрібній торгівлі залежать від ергономіки та організації торгового простору. Систематичне та виважене розміщення стелажів може значно підвищити продажі та задовольнити клієнтів [28].

Ось кілька стратегій, які використано:

1. Логічна структура – розташовано товари на стелажі систематично. Використано категорії та асортиментні блоки;
2. Використання світла – правильне освітлення значно покращить вигляд товарів, представлених на полицях. Для підсвічування важливих областей або акцентів використано яскраві джерела світла (точкові світильники);
3. Висота та видимість – щоб отримати кращу видимість, розміщено найбільш продавані товари на рівні очей. А за рахунок використання різних рівнів висот, вийшло додати візуальну привабливість;
4. Зручність для клієнта – клієнти мають легкий доступ до стелажів. Простір між стелажимами, враховано розміри та потреби клієнтів.

Ергономіка стелажу для торговельної зони магазину посуду та декору для дому включає в себе кілька дуже важливих аспектів:

1. Висота полиць повинні бути розташовані так, щоб люди могли легко дотягнутися до речей. У ідеалі верхня полиця повинна бути на рівні плечей, а нижня - на рівні колін. Згідно з Нойфертом, ідеальна висота верхньої полиці становить приблизно 140-160 см від підлоги на рівні плечей дорослої людини. Нижня полиця повинна бути приблизно 50–70 см від підлоги. Рекомендується використовувати допоміжні засоби, такі як драбини або підставки, щоб полиці, які знаходяться вище 180 см, були зручними для використання;
2. Глибина полиць повинна бути достатньою для зберігання всіх необхідних речей, але не занадто великою, щоб було важко знайти речі на задніх рядах. Ідеальна глибина 35–60 см для зберігання великих товарів, наприклад сервізів. 25-35 см для зберігання малих поварів. Доступ до предметів у задніх рядах може бути ускладнений через надто глибокі полиці;
3. Ширини проходів – важливо залишати достатньо місця між стелажимами, щоб люди могли легко проходити та залишатися в безпеці. Проходи повинні бути шириною 80–90 см в конкретній зоні товарів, щоб люди могли легко переміщатися між стелажимами. Щоб стелажі були безпечними для переміщення в загальній торговельній залі, ширина проходів повинна бути не менше 110-120 см;

4. Міцність конструкції – з урахуванням ваги збережених предметів стелажі повинні бути міцними та здатними витримувати навантаження. Стелажі повинні бути виготовлені з матеріалів, які мають високу міцність і можуть витримувати значні навантаження. Допускається навантаження до 50 кг на полицю для стелажів в торговельній залі та до 200 кг на полицю для складських стелажів. Конструкція стелажа повинна бути стійкою та захищеною від перекидання і прогинання.

Розроблений стелаж відповідає всім ергономічним нормам та є дуже зручним та ергономічним для відвідувачів магазину (рис. 3.10.)

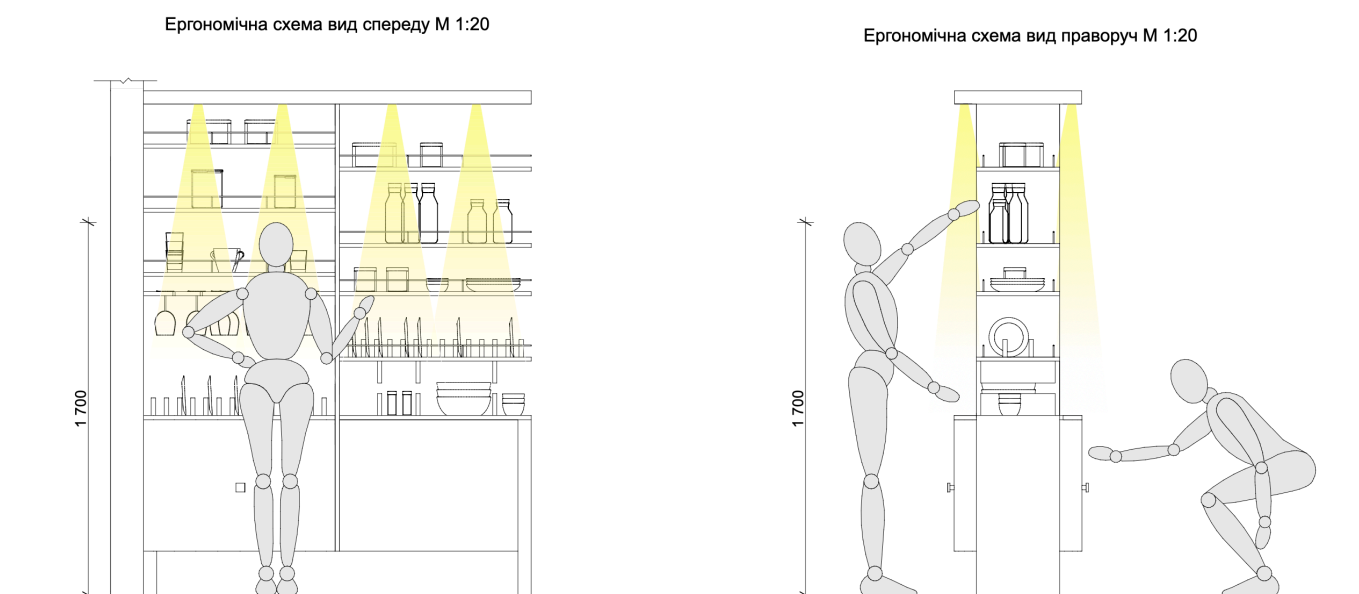


Рис. 3.10. Ергономічна схема стелажу для посуду (власне зображення)

3.3. Висновки до Розділу III

В цілому, вивчення аналогів різних стелажів є важливим етапом у розробці і реалізації власного стелажу для посуду, дозволяючи взяти на увагу кращі практики та інновації для досягнення бажаного результату.

Аналіз функціонально-конструктивного та об'ємного рішення показав, що оптимальне використання хоч і не великого простору є ключовим для його

ефективності в залі магазину. Конструктивні особливості, спрямовані на простоту монтажу та практичність, забезпечують зручність у використанні та відносну мобільність стелажу.

Стелаж для посуду, розроблений у стилі мінімалізм і етно з використанням деревини та металу, являє собою поєднання функціональності, технічних інновацій та естетичної привабливості. Завдяки зручному доступу до всіх полиць, ефективній організації простору та легкості очищення, цей стелаж забезпечує високий рівень комфорту у використанні.

Міцність і стабільність конструкції досягаються за рахунок міцного каркасу та дерев'яних полиць, які також забезпечують вологостійкість та легкість збірки. Гармонійне поєднання матеріалів створює стильний вигляд, що підходить для мінімалістичних та етнічних інтер'єрів, а модульна система дозволяє адаптувати стелаж під різні потреби. Простий, але елегантний дизайн з акцентом на натуральні матеріали створює затишну атмосферу та підкреслює унікальність інтер'єру.

Загалом, стелаж для посуду у стилі мінімалізм і етно є втіленням гармонійного поєднання функціональності та естетики. Він не лише органічно вписався в інтер'єр торговельної зали магазину посуду та декору для дому, але й став його центральним елементом, додаючи інтер'єру індивідуальності та шарму.

ВИСНОВКИ

В ході виконання дипломної роботи вивчено великий масив даних, присвячених архітектурно-будівельним нормам, стилям та проектуванню магазинів. На основі аналізу цих даних були визначені основні принципи створення інтер'єру сучасного магазину: актуальність, функціональність, ергономічність, естетичність. Єдина ідея виражається в усіх деталях проєкту.

Розробка проєкту торговельної зали магазину посуду та декорум для дому є водночас складним і цікавим завданням, що передбачало численні виклики та можливості.

Акцентами об'ємно-художнього рішення проєкту стали розроблені меблі, світильники, декоративні елементи стін, підлоги та стелі. Всі складові створеного інтер'єру взаємозалежні, мають ознаки контрасту й нюансу, композиційний центр, відповідність форми і змісту. Декоративно-художнє рішення приміщення повністю відповідає концепції стильного інтер'єру в сучасному магазині.

Враховуючи усі аспекти розробки проєкту магазину, можна зробити висновок, що розроблений додатково стелаж для посуду став ефективним інструментом для презентації продукції, створення позитивного іміджу та стимулювання зацікавленості відвідувачів у приміщенні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Нойферт П., Неф Л. Проектування і будівництво. — М.: «Архітектура-С», 2005р.
2. Магазин Gunia Project, Київ, Україна. Електронний ресурс: <https://guniaproject.com.ua/> (дата звернення 30.01.24)
3. Магазин Ferm LIVING, Копенгаген, Данія. Електронний ресурс: <https://fermliving.com/> (дата звернення 30.01.24)
4. Магазин Fredericia, Копенгаген, Данія. Електронний ресурс: <https://www.fredericia.com/> (дата звернення 30.01.24)
5. Магазин Marimekko, Гельсінкі, Фінляндія. Електронний ресурс: https://www.marimekko.com/com_en/ (дата звернення 30.01.24)
6. ДБН В.1.1-7-2002 "Пожежна безпека будівель і споруд. Електронний ресурс: http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=5009 (дата звернення 31.01.24)
7. ДБН В.2.5-28-2006 "Світло та освітлення". Електронний ресурс: http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=28019 (дата звернення 31.01.24)
8. Магазин Svetoria, Київ, Україна. Електронний ресурс: <https://svetoria.ua/> (дата звернення 5.03.24)
9. Магазин Katimo, Київ, Україна. Електронний ресурс: <https://katimoclothes.com/en/product-category/home-decor/vases/> (дата звернення 5.03.24)
10. Комплекс торгово-офісних будівель «Obolon Smart HUB». Електронний ресурс: <https://smarthubobolon.com.ua/> (дата звернення 6.04.24)
11. Позняк А.Г. Основні фактори формування концепції дизайну інтер'єру магазину. – 101 ст., 2013р.
12. Актуальність брендингу в українській економіці. Електронний ресурс: https://osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/20316/ (дата звернення 9.05.24)

13. Арнхейм Р. Нові нариси з психології мистецтва / Р. Арнхейм; [Пер. з англ.с. - М.: Прометей, 1994.-352с.
14. Основи проектування інтер'єрів: курс лекцій. Ч. 2 / [Укл. М.Й. Маркович]. — Тернопіль: ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2016. — 75 с.
15. Композиційні особливості інтер'єрних просторів. Електронний ресурс: https://elr.tnpu.edu.ua/pluginfile.php/133154/mod_resource/content/1/тема%207.pdf (дата звернення 12.05.24)
16. Дизайн об'єктів та інтер'єр приміщень закладів готельно-ресторанного бізнесу [Текст] : навч. посібник / Ю. М. Коренець, Є. Г. Клевцов. – Кривий Ріг: [ДонНУЕТ], 2020. – 162 с.
17. 6 шоурумів, які відкрили за 2021 рік в Києві. Електронний ресурс: <https://www.village.com.ua/village/service-shopping/style-guide/320143-shou-rumi-yaki-vidkrili-v-2021> (дата звернення 19.05.24)
18. Інклюзивні та екологічні: 8 шоурумів українських брендів у Києві. Електронний ресурс: <https://bzh.life/ua/mesta-i-veshi/1705933817-inklyuzivni-ta-ekologichni-8-shourumiv-ukrayinskih/amp/> (дата звернення 19.05.24)
19. Дизайн внутрішнього простору будівель і комплексів. Електронний ресурс: <http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/6595/1/M07761.pdf> (дата звернення 20.05.24)
20. *KOLO furniture*, Стелаж SIMPLE 12. Електронний ресурс: <https://kolo.furniture> (дата звернення 25.05.24)
21. *Maiimo*, Стелаж із зберіганням MO-VA 165 см. Електронний ресурс: <https://maiimo.com> (дата звернення 28.05.24)
22. *Archdepfurniture*, Металевий стелаж "Spacious High". Електронний ресурс: <https://archdepfurniture.com> (дата звернення 29.05.24)
23. *Midj*, Книжкова шафа Apelle. Електронний ресурс: <https://www.midj.com> (дата звернення 30.05.24)
24. *Muuto*, Stacked Storage System. Електронний ресурс: <https://www.muuto.com> (дата звернення 30.05.24)

25. *Audo Copenhagen*, Стелаж Zet Storage system. Електронний ресурс: <https://audocph.com> (дата звернення 30.05.24)

26. Конструювання меблів та обладнання інтер'єру : підруч. / О. П. Олійник, Л. Р. Гнатюк, В. Г. Чернявський. — К. : НАУ, 2014. — 348 с.

27. Сьомка С.В. Дизайн інтер'єру, меблів та обладнання : підручник / Сергій Сьомка, Євген Антонович ; М-во культури, Нац. акад. керівних кадрів культури і мистецтв. — Київ : НАКККіМ, 2018. — 358 с. : іл., табл., 20 арк. фотоіл.

28. Ергономіка та організація торгового простору: Як стелажі можуть поліпшити продажі. Електронний ресурс: <https://tdesign.com.ua/ua/blog/yak-roztavlyati-stelagi-tdesign> (дата звернення 03.06.24)

Anti-Plagiarism v-15.257

Максимальное совпадение с одним документом 2.0%

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

ID: 128675 Название: Дизайн інтер'єру торговельної зали магазину посуду та декору для дому Добавлено в БД: 2024-06-06 Авторы: Матвієва Анастасія Олександрівна Руководители: Хараборська Ю.О. Консультанты: Опоненты:	Документ		Суммарное совпадение по Базе Данных	
	Символы	Лексемы	Символы	Лексемы
	66523	567	4145 (6%)	48 (8%)

Источник плагиата

ID	Описание	Наличие плагиата в документе	
		Символы	Лексемы



Certificate of achievement

SketchUp Fundamentals (Desktop)

Congratulations on finishing this Course. Go forth and use your SketchUp expertise to make the world a better place.

This certificate is awarded to

Анастасія Матвієва

Issued: 2023-11-24

Certificate ID: vobblaaq0m