КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ

АРХІТЕКТУРНИЙ

(факультет)

ДИЗАЙНУ

(кафедра)

АТЕСТАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему «Дизайн інтер'єру кафе-магазину»

Виконав: студент **4** курсу, групи **ДН-42**
за спеціальністю **022 «Дизайн»**
(шифр і назва напряму підготовки, спеціальності)

Куріленко Вероніка Петрівна
(прізвище, ім'я та по батькові)

Консультанти: доцент кафедри, Ус Вікторія Феліксівна
(наук. ступінь, посада, прізвище та ініціали)

Керівник доцент кафедри, Ус Вікторія Феліксівна
(наук. ступінь, посада, прізвище та ініціали)

Рецензент Науково-методична комісія спеціальності
(наук. ступінь, посада, прізвище та ініціали)

Робота містить власні проектні пропозиції. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Куріленко В.П.
(підпис, ініціали та прізвище здобувача)

Київ - 2022 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:
Завідувач кафедри
дизайну
професор, д.арх. _____Ю.В.Третяк

“___” _____ **2022** року

З А В Д А Н Н Я
НА АТЕСТАЦІЙНУ БАКАЛАВРСЬКУ РОБОТУ СТУДЕНТА

Куріленко Вероніка Петрівна
(прізвище, ім’я, по батькові)

1. Тема роботи: Дизайн інтер’єру кафе-магазину
Науковий керівник роботи Ус Вікторія Феліксівна, доцент кафедри
(прізвище, ім’я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від «18» квітня *2022 року № 265/2*

2. Термін виконання студентом роботи *14.02.2022 – 19.06.2022 р.*

3. Вихідні дані до роботи *Ситуаційний план, Генеральний план, плани, фасади архітектурного об’єкту*

4. Зміст атестаційної бакалаврської роботи (перелік питань, які потрібно розробити) *Актуальність теми, концептуальне обґрунтування проекту, функціонально-планувальне і об’ємно просторове рішення інтер’єру, композиційне рішення інтер’єру, характеристика використаних елементів*

меблів та обладнання, характеристика використаних матеріалів оздоблення, проектне рішення елементу меблів

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
Ситуаційний план, Генеральний план, план приміщення, розгортки стін, розріз, план стелі, деталі; Відображення роботи в матеріалі

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	*Ус Вікторія Феліксівна, доцент кафедри*	*14.02.2022*	*28.04.2022*
2	*Ус Вікторія Феліксівна, доцент кафедри*	*14.02.2022*	*22.05.2022*
3	*Ус Вікторія Феліксівна, доцент кафедри*	*14.02.2022*	*08.06.2022*

7. Дата видачі завдання *14.02.2022 року*

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	*Видача завдання*	*14.02.2022*	
2	*Збір матеріалу*	*14.02. –7.04.2022*	
3	*Виконання клаузури*		
4	*Розробка ескізу, пояснювальної записки – І розділу*	*7.04. –28.04.2022*	
5	*Оцінка ескізу*	*28.04.2022*	
6	*Подальша розробка пояснювальної записки, графічної частини і роботи в матеріалі*	*29.04. –12.06.2022*	
7	*Передзахист*	*10.06 – 13.06.2022*	
8	*Перевірка роботи на відсутність плагіату*	*13.06. –16.06.2022*	
9	*Підготовка експозиції і доповіді*	*13.06. –19.06.2022*	

10	*Захист роботи*	*20.06. –24.06.2022*	

Студент_____ Куріленко В.П.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи_____ _____Ус В.Ф.___
(підпис) (прізвище та ініціали)

ЗМІСТ ПОЯСНЮВАЛЬНОЇ ЗАПИСКИ

ВСТУП……4

РОЗДІЛ І. ОСОБЛИВОСТІ ПРОЕКТУВАННЯ ІНТЕР'ЄРІВ КАФЕ-МАГАЗИНУ

1.1 Аналіз літературних джерел по дизайну інтер'єрів кафе та магазинів……6

1.2 Дослідження світової проектної практики дизайну інтер'єрів кафе-магазинів……8

1.3 Вивчення нормативної бази проектування громадських будівель з розташованими в них кафе та магазинам……18

РОЗДІЛ ІІ. ЗАСОБИ І ПРИЙОМИ ФОРМУВАННЯ ІНТЕР'ЄРУ

2.1 Вихідні дані……20

2.2 Концепція інтер'єру……22

2.3 Функціонально-планувальне і об'ємно-просторове рішення інтер'єру ……24

2.4 Композиційне рішення інтер'єру кафе-магазину ……26

РОЗДІЛ ІІІ. ДИЗАЙН РОЗРОБКА ЕЛЕМЕНТУ МЕБЛІВ

3.1 Аналоги……32

3.2 Функціональні, технологічні та конструктивні особливості ……38

ВИСНОВКИ……41

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ……42

ВСТУП

Нинішнє покоління добре знайоме з кав’ярнями, які об’єднують у собі як зони для прийому їжі, так і осередки, де можна насолодитися сприйняттям візуального мистецтва, виступів, або навіть шопінгом. Кав'ярні стали не тільки місцем, де можна купити каву, але й місцем для зборів, роботи та спілкування людей з різних сфер життя.

Цей концепт різноманітних типів кав’ярень помітно розвивається і в Україні. Зростає попит на вхід або/та довгострокове перебування у кав’ярні, наприклад як вибір її не тільки як місця для спілкування з друзями, або місця відпочинку та перекусу, а як вибір оупен-спейсу для проведення повноцінного робочого дня.

Сама ідея кав'ярні вперше з'явилася в Дамаску, столиці і найбільшому місті Сирії, в 1530 році. Кав'ярні спочатку не тільки продавали каву. Від значення слова café з перекладу англійської мови на арабську - Qahuwa, що означає вид вина - у кав’ярнях також сервували вино. Як і в Європі, де окрім продажу кави та снеків, кав’ярні також займаються подачею алкогольних напоїв. На американському континенті кав’ярня у додаток є площадкою, де місцеві артисти демонструють свою майстерність грати живу музику та співати.

Різновиди споживчої діяльності в кав’ярнях опосередковано роблять кав’ярні багатофункціональними. Окрім того, що кав’ярня є місцем для соціальної взаємодії, вона також є місцем для роботи фрілансерів або навіть грає функцію галереї для виставок художників та місцевих підприємців, де вони демонструють свої проекти, витвори мистецтва або продукцію

потенційним покупцям. Розміщення виставкових залів у кав'ярні є головним поштовхом для залучення відвідувачів. Виставка не використовується як додаток до кав’ярні, а перетворюється на невід’ємну її частину.

Аналогічні приклади об’єднання різних функціональних зон у кав’ярнях або ресторанах активно поляризуються зараз і в Києві.

На обмежених площах проводяться майстер-класи, зустрічі, невеликі зібрання та виступи музикантів. Крім того, проходять художні виставки з роботами різних сфер мистецтва (картини, фотографії, скульптури).

РОЗДІЛ І. ОСОБЛИВОСТІ ПРОЕКТУВАННЯ ІНТЕР'ЄРІВ КАФЕ-МАГАЗИНУ

Кафе - невеликий заклад харчування та пиття. Впровадження кави та її вживання в Європі забезпечило вкрай необхідну увагу для соціальної діяльності людей, що не схильні до сидіння в барах та не споживають акоголь. У 17 столітті кав'ярні відкриваються в Італії, Франції, Німеччині та Англії.

Протягом 200 років після середини 17 століття найвідоміші кав'ярні Європи процвітали в Лондоні як готові місця для новин, обговорень і фракцій. Власники кав'ярень змагалися один з одним за поставки газет; протягом цього часу в кав'ярнях розташовувався бізнес з купівлі-продажу страхування, кораблів, акцій, товарів, а іноді навіть рабів. Літератор, актор чи художник може виступати або декламувати для своєї групи шанувальників в улюбленій кав'ярні; а кав'ярні стали неофіційними станціями збору та розповсюдження посилок і листів. До 19 століття щоденна газета і домашня пошта витіснили ці функції.

Приблизно в той самий час, як свідчать живопис і література, французькі кафе та ресторани були в зеніті як місця збору інтелектуалів і художників. Заможніші гурмани серед інтелігенції могли обідати в паризьких ресторанах високого тону, як Оноре де Бальзак обідав у Véry, тоді як у скромніших кафе чи бістро були приховані «богемні» художники. Кафе продовжувало залишатися важливим соціальним закладом у Франції протягом 20-го та початку 21-го століть.

Наприкінці 20 століття, коли еспресо та інші сорти кави стали популярними в Сполучених Штатах, відкрилося багато ресторанів, що спеціалізуються на каві. У 1990-х і на початку 2000-х років деякі кав'ярні почали пропонувати доступ до Інтернету для населення, що породило так зване

Інтернет-кафе.

Кав'ярні, або відомі як кафе - це кавові напої, які пізніше стали місцем взагалі для споживання напоїв. Тепер це не тільки кава, а й інші напої, в тому числі слабоалкогольні. У нашому розумінні кафе означає своєрідне просте місце, не такий серйозний заклад, як ресторан – але досить цікавий, щоб перекусити, насолоджуючись розвагами. З розвитком ери кав’ярень це не лише місце, де можна насолодитися їжею та напоями, а й місце спілкування та пошуку нових друзів.

Інтер’єр є однією з речей, які мають позитивний і значний вплив на рішення клієнтів кав’ярні щодо її відвідування та подальшого споживання їжі та напоїв. Атмосфера є одним із найважливіших факторів, що впливають на рішення про вибір кафе/кав’ярні. Якщо перша кав’ярня в 15 столітті була місцем для зустрічей і центром новин, де люди можуть відпочити та обмінятися новинами про останні події, політику та плітки. Вона була відкрита лише на сніданок, поки не стала місцем збирання місцевої інтелігенції та творців до півночі. То у наш час у різних куточках світу кав’ярні в прямому сенсі сходять з розуму.

1.2 Дослідження світової проектної практики дизайну інтер'єрів кафе-магазинів

Щодо дослідження аналогічних проектів інтер'єрів кафе-магазинів та шоурумів, влучно буде зазначити роботи як зарубіжних студій, де дана концепція закладу вже встигла вкорінитися упродовж історії, так і українську, значно новішу практику. Головною метою дослідження є розгляд вдалих прикладів поєднання різних функціональних зон в одному просторі та створення інтер'єру та атмосфери, що не заперечує їх існування як одне ціле, а навпаки дає змогу доповнювати одне одного. У цьому пункті розглянуто такі проекти як: Ceramika showroom – шоурум європейської кераміки у Японії, створений шведською студією Claesson Koivisto Rune Architects, з функціональною зоною кафе усередині, що натякає на європейські традиції формування подібних закладів; інтер'єр для кафе-шоуруму бренду органічної косметики Patom у Бангкоці, спроєктований практикою NitaProw; Katimo Cafe – двоповерховий заклад бренду одягу Katimo у Києві з зоною кафе на першому поверсі та з магазином на другому; простір Teplo Candle Bar у Києві, що об'єднує у собі шоурум свічок та ароматів для дому від однойменного бренду, винний бар та осередок для проведення тематичних лекцій та майстер-класів.



Рис 1.1 Ceramika showroom, Claesson Koivisto Rune Architects, Мацумото, Японія, 2013 р.

Шведська студія Claesson Koivisto Rune облаштувала цей японський виставковий зал (рис 1.1), де продається європейська кераміка, використовуючи дерев’яні меблі у світлих кольорах та рослини в горщиках.

Шведський архітектор Клаессон Койвісто Руне розробив інтер’єр флагманського магазину Ceramika в місті Мацумото в гірській префектурі Нагано. Торгові приміщення в колишній ратуші на березі річки були розібрані, а потім обладнані нейтральними фарбованими стінами, дерев’яною підлогою та різноманітними дерев’яними меблями, розробленими на замовлення. Кольори та матеріали інтер’єру підібрані так, щоб гармоніювати з фарфором, який переважно синьо-білий. Виставковий зал викладений у просту сітку з вітринами, розташованими в ряди, і стелажами на стінах. "Мета полягала в тому, щоб створити строгий, але скромний простір", - пояснили архітектори.



Рис 1.2 Зона кафе у Ceramika showroom, Claesson Koivisto Rune Architects, Мацумото, Японія, 2013 р.

Виставкові столи містять дерев’яні рами з бічними панелями, які можна зняти та відкрити, щоб створити додаткові полиці внизу, а сірі штори можна використовувати для поділу простору. Дизайнери використовували власні продукти, включаючи стілець Heart для David Design, а також проекти Tacchini і Wästberg для інших меблів і освітлення. Тут також є невеликий магазинчик з книгами та кафе зі столиками в приміщенні та на відкритому повітрі. У приміщенні зона кафе (рис 1.2) відокремлюється від виставкового простору за допомогою ламп, що, на відміну від інших частин приміщення, звисають зі стелі нижче висоти людського росту.

Виставковий зал Ceramika розташований у центрі міста в будівлі колишньої ратуші вздовж річки Мацумото. Простір був повністю знищений, а новий інтер’єр нарочито простий, але з ретельно вишуканими деталями. Дерев’яні меблі були розроблені Claesson Koivisto Rune і виготовлені майстром

столяром Хосіно-саном. Це дозволило використовувати менші пропорції та мати набагато вищий ступінь витонченості, ніж зазвичай у такому проекті. Багато деталей у проекті, такі як: меблі, столи та вішалки для одягу, були розроблені спеціально Claesson Koivisto Rune і виготовлені локально в Японії.



Рис 1.3 Виставковий зал і кафе бренду органічного здоров’я та краси Patom, практика NitaProw, Бангкок, Таїланд, 2017 р.

Практика NitaProw із Бангкока використала розібрану конструкцію будинкового човна, щоб створити цей магазин (рис 1.3) із вікнами для бренду органічної краси в розкішному саду міста. Прозора структура, розташована в районі Тонглор Бангкока, функціонує як магазин, виставковий зал і кафе на 25 місць для бренду органічного здоров’я та краси Patom. Його сади також використовуються як приміщення для майстерень і фермерського ринку. Засновники NitaProw Ніта Ювабун і Prow Puttorngul вирішили використати скло для стін магазину площею 100 квадратних метрів, щоб оптимізувати вид на навколишню зелень і дозволити перехожим на вулиці побачити будь-яку діяльність, що відбувається всередині.

В його інтер’єрі розміщена біла антресоль у формі циліндра, яка, за словами архітекторів, призначена для того, щоб запропонувати відвідувачам привілейований вигляд, натяк на інтимність та грайливість. Трохи нижче піднесеного простору знаходиться комора, де готують їжу для кафе. Округлу форму антресолі віддзеркалюють прилеглі гвинтові сходи, обвиті ротангом. Після застосування ротанга для сидіння в кафе нижче (рис 1.4), архітектурний дует вирішив використовувати матеріал у більшому масштабі, віддаючи перевагу його природному вигляду та гнучкості. На стелі дерев’яні балки перетинаються хрест-навхрест, щоб наслідувати стрункі рухливі форми пальм, які можна побачити на органічній фермі Патома.



Рис 1.4 Зона кафе виставкового залу бренду органічного здоров’я та краси Patom, практика NitaProw, Бангкок, Таїланд, 2017 р.

Дерев’яні стовпи на стелі магазину та ті, що утворюють каркас будівлі, зроблені з переробленого секвої, взятої з покинутого плавучого будинку, який колись належав власнику Патома. Основа латунних виставкових столів

сформована зі стовбурів повалених дерев, а стільці в кафе взяті з невикористаної колекції меблів з тику власника Патома.



Рис 1.5 Фасад та перший поверх Katimo Cafe, Iya Turabelidze studio, Київ, Україна, 2021 р.

Katimo Cafe на Рейтарській (рис 1.5) від українського бренду одягу. Кафе зробили на першому поверсі, а на другому облаштували магазин площею 100 м^2, експериментальний цех та офіс команди.

Невеликий простір кафе поділяється на барну стійку та зону для сидіння з вузьким проходом посередині. Стіни та стеля пофарбовані у білий колір, що зосереджує увагу відвідувача на масивній чорній фігурі бару з легкою скляною вітриною, всередині якої викладені кондитерські вироби. Така легкість верхньої частини інтер'єру ніби натякає, що приміщення не закінчується лише на кафе, та на другому поверсі клієнта чекає ще одна, головна зона.

В інтер’єрі шоуруму (рис 1.6) переважають білий колір та світлі відтінки деревини, з золотими акцентними вставками на підлозі, що розмежують простір на виставкову зону та зону відпочинку. Великі вікна завішані білими напівпрозорими шторами з легкого матеріалу, завдяки яким створюється враження інтимності. Дерев’яна стеля, що пофарбована у чорний одразу вдало звертає увагу відвідувача на простір внизу кімнати, де по периметру роташовані вішаки з різноманітним одягом, що пропонує бренд. Також у центрі розташована зона відпочинку - два крісла, кавовий столик та лава у кавових відтінках. З них зручно оглядається увесь простір магазину та зручно приміряти взуття, або роздивлятися образи перед великим дзеркалом, що розташоване позаду.



Рис 1.6 Другий поверх, зона шоуруму Katimo Cafe, Iya Turabelidze studio, Київ, Україна, 2021 р.

Таке вдале поділення різних функціональних зон поверхами закріплює у відвідувача асоціацію двох окремих просторів та додає зручності тим, хто прийшов до закладу з різними цілями: купівлі одягу або відпочинку за чашкою кави. Але тим самим й заграє з випадковими відвідувачами можливістю поцікавитися іншими функціями, що пропонує бренд. Для тих же, хто відвідав магазин, затриматися у зоні кафе за напоєм тільки посилить враження від візиту та збільшить шанси на повторний, та на рекомендацію його друзям або знайомим.



Рис 1.7 Фасад Teplo Candle Bar, (автор невідомий), Київ, Україна, 2020 р.

На вулиці Льва Толстого у Києві розташований заклад Teplo Candle Bar. За задумом власників, це камерний шоурум з фірмовим дизайном та затишною атмосферою, де без шуму та зайвої метушні відвідувачі можуть вибрати нові аромати для дому або улюблені бестселери свічок, який поєднує у собі також кав'ярню і винний бар з невеликою атмосферною терасою на вулиці та

автономний простір, який приймає майстер-класи та лекції, навчальні програми зі створення свічок та психології, зустрічі про мистецтво, кіноперегляди та вечірки.

З фасаду відвідувачів за скляною вітриною зустрічає великий декоративний елемент у формі свічки (рис 1.7) з назвою закладу та теплою підсвіткою по краю, що відразу натякає на концепцію бренду та шоурум, що розташований у першій кімнаті від входу. Відразу за дверима по лівій стіні бачимо виставкову зону з товарами магазину (рис 1.8), що також за своєю формою нагадує стилізовану свічку з головним елементом у вигляді вогнику посередині. По правій і лівій сторонах вогника підвішені полиці. Увесь стенд виконаний з металу та лагідно віддзеркалює теплу підсвідку по периметру полиць. Разом з легкою підсвіткою, схованою у стелі, складається враження кімнати, що дійсно освітлюється лише за допомогою теплого вогника свічки, створюючи атмосферу домашнього інтимного вечора всередині. Це також і простір для лекцій і майстер-класів, що проводяться у закладі.



Рис 1.8 Інтер’єр Teplo Candle Bar, (автор невідомий), Київ, Україна, 2020 р.

У наступній кімнаті, відокремленій від шоуруму шторою з плотної темної тканини розташована зона бару та великий банкетний стіл (рис 1.9) на десять осіб, що за потребою розкладається на два стола меншого розміру для двох окремих груп людей. В інтер'єрі переважають теплі кольори та заокруглені меблі з акцентами на освітлення, чорні ніжки стільців відкидають довгі тонкі тіні, взагалом підтримуючи концепцію створення атмосфери саме завдяки грі зі світлом. Карамельні тони інтер'єру підтримують це враження. Саме відтінки коричневого та помаранчевого кольорів асоціюються у людини з домом та безпекою, бо споконвік житло з натуральних матеріалів та освітлене за допомогою вогня з комину або свічок набувало саме таких кольорів не тільки у сутінках, а і вдень.



Рис 1.9 Банкетна кімната Teplo Candle Bar, (автор невідомий), Київ, Україна, 2020 р.

1.3 Вивчення нормативної бази проектування громадських будівель з розташованими в них кафе та магазинами

Проектування інтер'єру передбачає у собі поєднання професійних навичок архітекторів, дизайнерів та декораторів задля створення гармонійного предметно-просторового середовища, де елементи пов'язані між собою в одне ціле, завдяки спільному задуму та призначенню.

Існує декілька категорій дизайну інтер'єру:

- стандартний – тобто оформлений без участі архітектора, дизайнера або художника, або без завдання створити унікальний простір;
- високий – створений з додаванням дизайнером до інтер'єру унікальних елементів та ідей;
- ексклюзивний – досконале предметно-просторове середовище, створене із застосуванням елементів та матеріалів найвищої якості, в якому цілісно поєднуються сильний художній образ та функціональність.

Рішення щодо вибору між категоріями, зазначеними вище, має прийматися за урахуванням різноманітних факторів, таких як сегменту ринку, визначенням цільової аудиторії, типом і місцем розташування закладу. Це може бути:

- Елітний тип
- Кафе для середнього класу
- Вечірнє кафе тощо.

На проектне рішення вплине наявність зручних транспортних під'їздів та паркування перед кафе, місткість залу, оптимальний час роботи закладу, основні запропоновані послуги, кухня.

Назва закладу, тематика, атмосфера та оформлення мають співвідноситися між собою. Інтер’єр повинен відображати концепцію кафе. Найкраще працюють заклади, що мають власну «фішку», тобто бренд, що робить їх впізнаваними на ринку, будує сильне ком’юніті навколо та залучає потенційних клієнтів.

РОЗДІЛ ІІ. ЗАСОБИ І ПРИЙОМИ ФОРМУВАННЯ ІНТЕР'ЄРУ

2.1 Вихідні дані

Проектований кафе-магазин розташований у будівлі за адресою Хрещатик 21а у місті Києві (рис 2.1).

У восьмиповерховій житловій будівлі перші два поверхи з панорамними вікнами (рис 2.2) на головну вулицю та видом на Київську Міську Державну Адміністрацію відведені під громадські заклади, переважно кафе та магазини, зважаючи вдале для ведення даного бізнесу розташування. Будівля знаходиться поряд станції метро «Хрещатик», що сприяє високому пішохідному трафіку біля кафе-магазину.

Загальні відомості про приміщення: загальна площа 160 кв. м, у тому числі: зала для відвідувачів площею 87 кв. м на першому поверсі та 31 кв. м на другому, санвузол для відвідувачів площею 3 кв. м, два технічні приміщення з площею першого 22 кв. м та другого 19 кв. м.

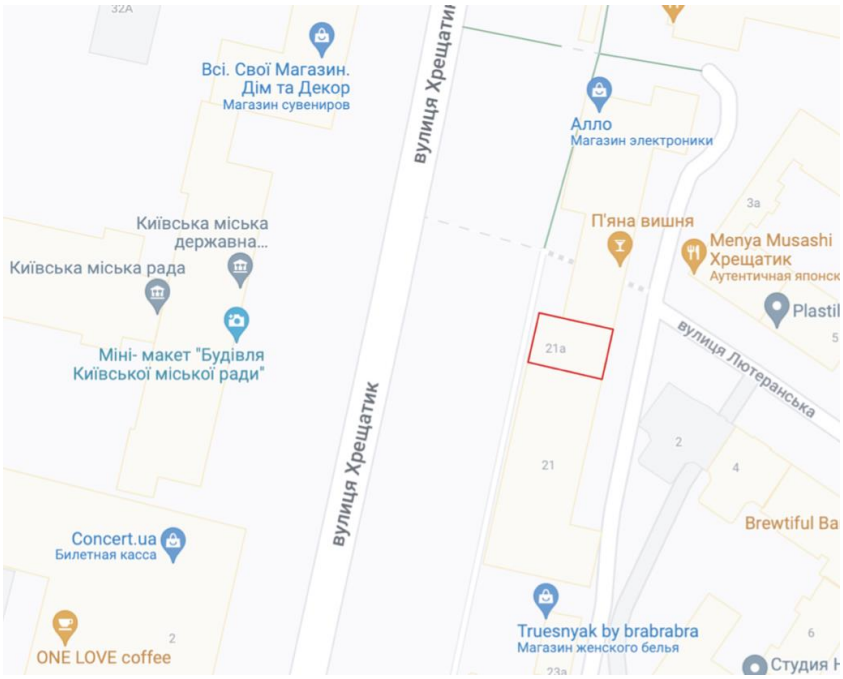


Рис 2.1 Ситуаційна схема розташування приміщення



Рис 2.2 Фасад будівлі

2.2 Концепція інтер’єру

Концепція розробленого інтер’єру кафе-магазину полягає у створенні багатофункціонального простору, що об’єднує у собі різні функціональні зони як для технічних процесів, так і для створення атракції для відвідувачів, таких як: місця для відпочинку та спілкування, прийому їжі, виставкова зала магазину, зона для примірки одягу.

На меті стояла задача зробити такий простір, де дві зони кафе та магазину не конкурують, а підтримують одна одну, сприяючи створенню комфортної та унікальної атмосфери для відвідувачів, сприяючи спілкуванню різних груп населення, створенню єдиного ком’юніті навколо закладу та виставлених у ньому брендів та популяризації товарів та послуг українських митців, дизайнерів та підприємців (рис 2.3).



Рис 2.3 Концепція головної зали кафе-магазину

Однією з головних задач було створити осередок спокою в центрі міста. Затишний куток, куди можна прийти сховатися від скороплинного часу та метушні головноі вулиці столиці. Досягти такої атмосфери допоміг підбір вдалої кольорової палітри (рис 2.4) та поєднання між собою фактур та текстур різних матеріалів, що тематично не суперечили б товару, виставленому на стендах, такому як: посуд, домашній декор, прикраси, принти, створені українськими дизайнерами, на футболках, шоперах, листівках, ніжні one-of-a-kind витвори українських майстрів. Але кольори також мають бути цікаві відвідувачам та привертати увагу. Тому за основу паалітри було обрано світлі пастельні кольори у відтінках світанку, на яких подекуди грають акценти темних плям та легкі матеріали: кольорове скло, переливи світла на плитці, метал та дзеркальні поверхні, розбавлені свіжістю живих квітів та рослин.

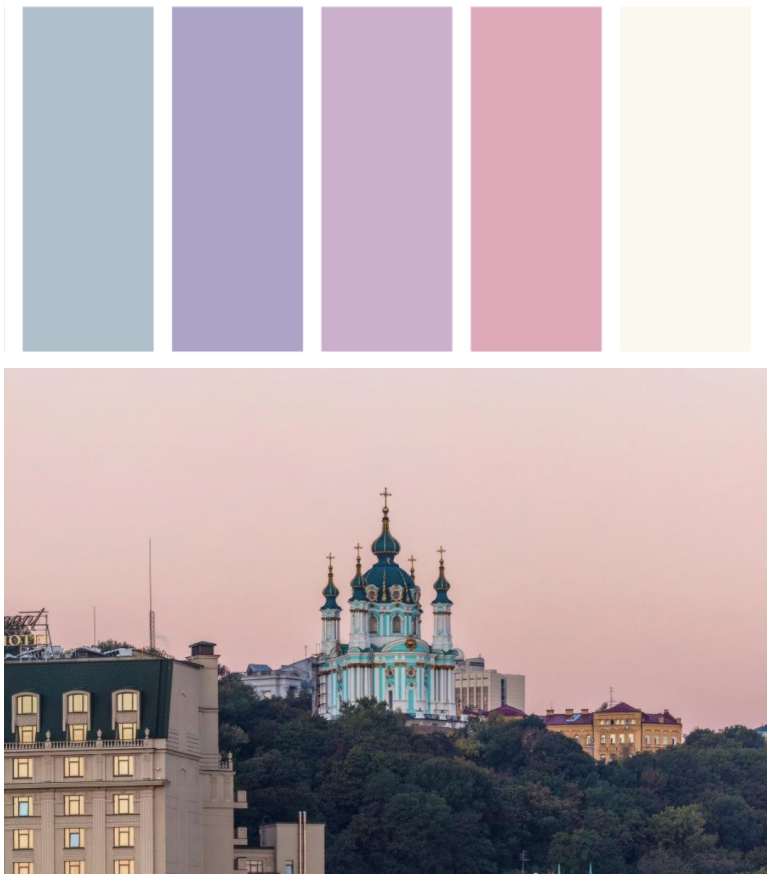


Рис 2.4 Кольорова гама проектованого інтер’єру

2.3 Функціонально-планувальне і об’ємно-просторове рішення інтер’єру

При проектуванні громадського закладу дизайнер має враховувати створення сприятливих умов для всіх форм спілкування відвідувачів. У даному випадку завдання стоїть також у забезпеченні обміну товарами, інформацією та донесення цінностей бренду.

Функціональні зони мають налічувати:

- технічні приміщення (такі як склад та кухня);
- приміщення для основних функцій (у даному випадку зона для сидіння відвідувачів у кафе, зона відпочинку, та зона магазину).

Сутність формування інтер’єрів громадських закладів полягає у споживаному продукті, що створюється у процесі виробництва. Інтер’єр же наадає умови для його споживання.

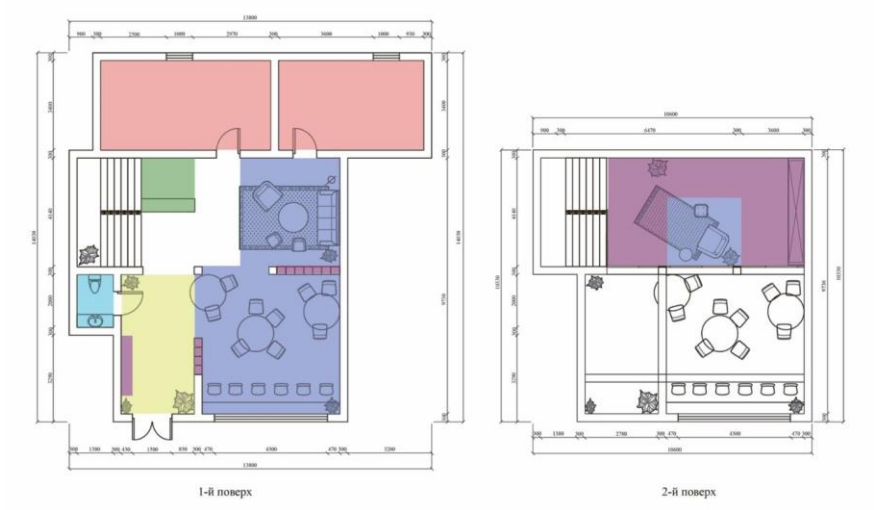
Процес планування інтер’єру кафе має зважати увагу на:

- Вхідну зону
- Прохід до місця сидіння, тобто столу
- Розміщення за столом та приймання їжі
- Відпочинок
- Вихід

Все це визначається за допомогою вивчення системи обслуговування, асортименту страв, часу перебування, місткістю.

Для торгівельної ж зали треба враховувати такий чинник як обладнання, та розмістити в інтер’єрі прилавок, вішала, шафи, вітрини тощо.

Вдале розміщення товару сприяє не тільки високій покуповій здатності, а й естетичному насолодженню та у певній мірі культурному збагаченню відвідувача, коли мова йде про вироби дизайнерів та митців. Такі твори, як візуальне мистецтво у вигляді двовимірних чи тривимірних творів, які здатні виробляти внутрішні переживання, натхнення, уяву, тощо, для людей, які це бачать чи насолоджуються.



Експлікація функціонального зонування		
№	Назва	Зображення
1	Вхідна зона	
2	Місця для сидіння	
3	Барна стійка	
4	Зона шоуруму	
5	Службові приміщення	
6	Санвузол	

Рис 2.5 Функціональний поділ простору

Декілька речей можуть вплинути на форму облаштування інтер’єру кав’ярні, а саме, поділ простору за функціями, вибір матеріалу, експонування, системи циркуляції та освітлення в гостьовій залі. Все це є важливими факторами, які сприяють підвищенню уваги відвідувачів, а також забезпечують

відчуття комфорту відвідувачам у процесі прибування всередині. Хороша система проектування інтер’єру підтримує презентацію кав’ярні клієнтам та сприяє добрим враженням та відгукам.

В ергономіці кав'ярні з виставковим залом, шоурумом або магазином дуже важлива широка циркуляція між стільцями або столами. Достатня кількість діяльності вимагає достатнього кровообігу. Кав'ярню з подібною функціональною зоною можна інтерпретувати як будівлю, яка виконує функцію виставкового місця для творів мистецтва або може також функціонувати як місце аукціону для творів митців та дизайнерів, що також включає місце для харчування, яке забезпечує їжу та безалкогольні або слабоалкогольні напої, якими можуть насолоджуватися відвідувачі кав'ярні, не зважаючи на час. Такий бізнес повинен мати атракціон для залучення відвідувачів, особливо біля головного входу для створення хорошого циркуляційного зв'язку. Кав'ярні та шоуруми створені як невід'ємна одиниця для створення комфортної та невимушеної атмосфери. Відвідувачі опосередковано отримують бонус, відвідуючи кав’ярні з виставковими залами. Не тільки насолоджуватися чашкою кави, але й насолоджуватися роботою художників, які виставляються та опосередковано отримувати знання.

Імідж кімнати стає важливою річчю для створення кімнати, яка відповідає концепції інтер’єру приміщення. Образ, створений при такому плануванні інтер’єру, повинен зробити приміщення комфортним і інформативним. Це вплине на тривалість перебування відвідувачів у кав’ярні.

2.4 Композиційне рішення інтер’єру кафе-магазину

Інтер’єр кафе-магазину виконаний у сучасному стилі COLOUR MINIMALISM.

Більшість людей сьогодні знайомі з концепцією мінімалізму, яка передбачає розбирання речей до їх найпростішої форми. Його можна застосувати до будь-чого, від мистецтва та стилю життя до архітектури та дизайну інтер'єру.

Мінімалістичний дизайн інтер'єру дуже схожий на сучасний дизайн інтер'єру і передбачає використання найнеобхідніших речей для створення простого та незабитого простору. Зазвичай він поєднує відкритий план поверху, багато світла та функціональні меблі, а також акцентує увагу на формі, кольорі та текстурі лише кількох основних елементів. Він характеризується простотою, чистими лініями та монохроматичною палітрою з кольором, який використовується як акцент. Кольоровий ж мінімалізм відрізняється більшою різнобарвністю та поєднує у собі більш зухвалі кольорові відносини.

Мінімалістичний підхід використовує лише основні елементи: світло, форму та красиві матеріали, у відкритому плані, щоб створити відчуття свободи та розслаблення (рис 2.5). Немає зайвих орнаментів і декорацій. Натомість деякі деталі, які використовуються, нескладні та гармонійно вписуються в обстановку. Для дизайну інтер'єру кафе-магазину – це дуже зручний варіант стилю, бо завдяки ненав'язливим елементам та просторому світлому приміщенню, увага людей шукає за що зачепитися, а саме – за вироби, що пропонує шоурум, розташовані на стендах-перегородках навколо зони сидіння.

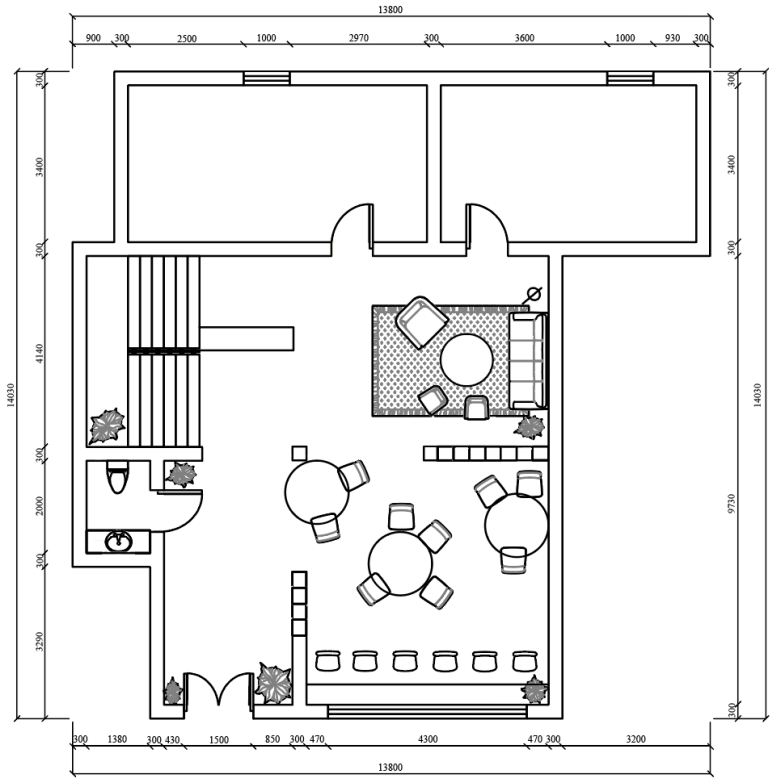


Рис 2.6 План першого поверху

Мінімалістичні меблі та аксесуари акцентують увагу на їх зручності. Плоскі, гладкі поверхні та сильні чисті лінії створюють сміливі заяви, які підкреслюють сутність кожного предмета. Увага приділяється чистоті та простоті форми.

Чисті стільниці та поверхні, голі стіни з мінімальною кількістю творів мистецтва та усунення безладу, включаючи купи паперу та колекції дрібниць, також є важливими для створення мінімалістичного простору. Саме тому деякі полиці на стенді мають залишатися пустими, щоб не забруднити чистоту композиції. Розвантаження простору допомагає розвантажити розум і створити відчуття візуального спокою. Однак деякі мінімалістичні дизайни ризикують відчути себе трохи бездушними. Щоб уникнути цього, в інтер’єрі скомбіновано різні відтінки і фактури.

Використовуючи монохроматичну палітру кольорів, чудовий спосіб привнести тепло в простір — це включення різних відтінків і змішування текстур. Текстура і зернистість візерунків акрилових шаф додають візуального інтересу, зберігаючи нейтральну палітру кольорів, а металеві та дзеркальні акценти меблів з переливами світла на скляних поверхнях пом’якшують яскраві, білі елементи.

Текстиль додає текстуру і надає простору додатковий розмір і легкість. Драпірування, меблі, подушки та килими з різних текстильних виробів, таких як органза, велюр та атлас додають прохолоди та комфорту в кімнату, зберігаючи мінімалістичний стиль.

У вхідній зоні, за дверима з напівпрозорого блакитного матеріалу, відвідувача зустрічає дзеркало у людський ріст та невелика зона торгової зали, з картинами по лівій стіні та шафою стендом з книжками та домашнім декором по правій. Вона також грає роль перегородки, тому відвідувач з першої ж секунди не попадає до зони кафе, а прямує до металевої стійки, що грає роль рецепції та каси.

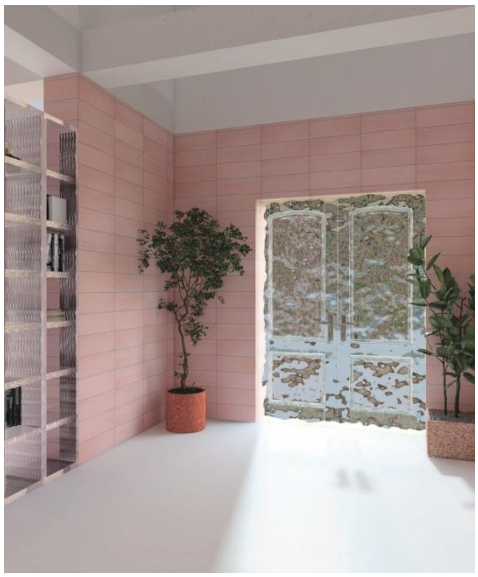


Рис 2.7 Перспективне зображення інтер’єру з видом на вхідну зону

Зона прийому їжі відокремлюється від коридору шафами з акрилу, що не перевантажують простір завдяки ніжній напівпрозорій текстурі, що заграє зі світлом. Меблі, зроблені з металу, пом’якшуються кольоровими акцентами на текстильних елементах, виготовлених з легкої органзи та живими рослинами у скляних вазах. Біля панорамного вікна з видом на Київську Міську Державну Адміністрацію та Хрещатик розміщуються барні стільці з кольоровими акцентами у тон подушок.



Рис 2.8 Перспективне зображення інтер’єру з видом на відокремлену зону для відвідувачів

З іншого боку від рецепції розміщений ще один невеликий кавовий столик з велюровими диваном та кріслом та пуфами у атласі металевого відтінку, що заграє з іншими металевими елементами композиції. Відчуття інтимності та комфорту цієї зони підкреслює сірий візерунчастий килим на підлозі.

Двері складу та кухні також доповнюють інтер’єр металевим фінішем, а двері до санвузла зроблені з матового рожевого акрилу, що пропускає світло.

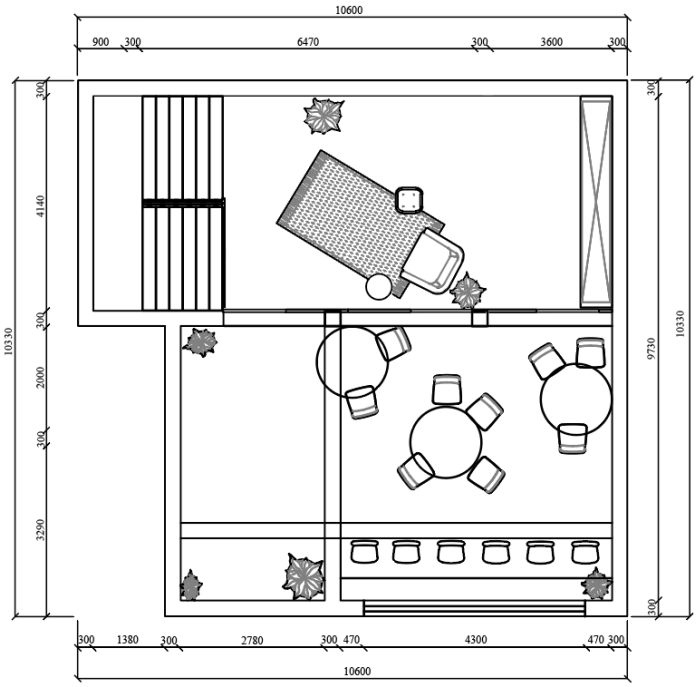


Рис 2.9 План другого поверху

Зліва від касової стійки розміщуються металеві сходи на другий поверх зі скляною вставкою-перегородкою. На другому поверсі (рис 2.6) розміщується зона шоуруму з білими стелею та стінами, але теж продовжуючи металеву історію першого поверха. На стіні підвішена дзеркальна поверхня з назвою закладу, що світиться у теплому відтінку. Домашньості також додає шерстяний килим на підлозі. Взагалом тут використовуються такі ж текстильні матеріали, що і внизу, виключаючи органзу – сірий вельвет для дивану, і металевий відтінок атласу для пуфа і штор перевдягальні. Композицію довершує менша версія кавового столика з першого поверху і шафа на всю стіну з товарами магазину.

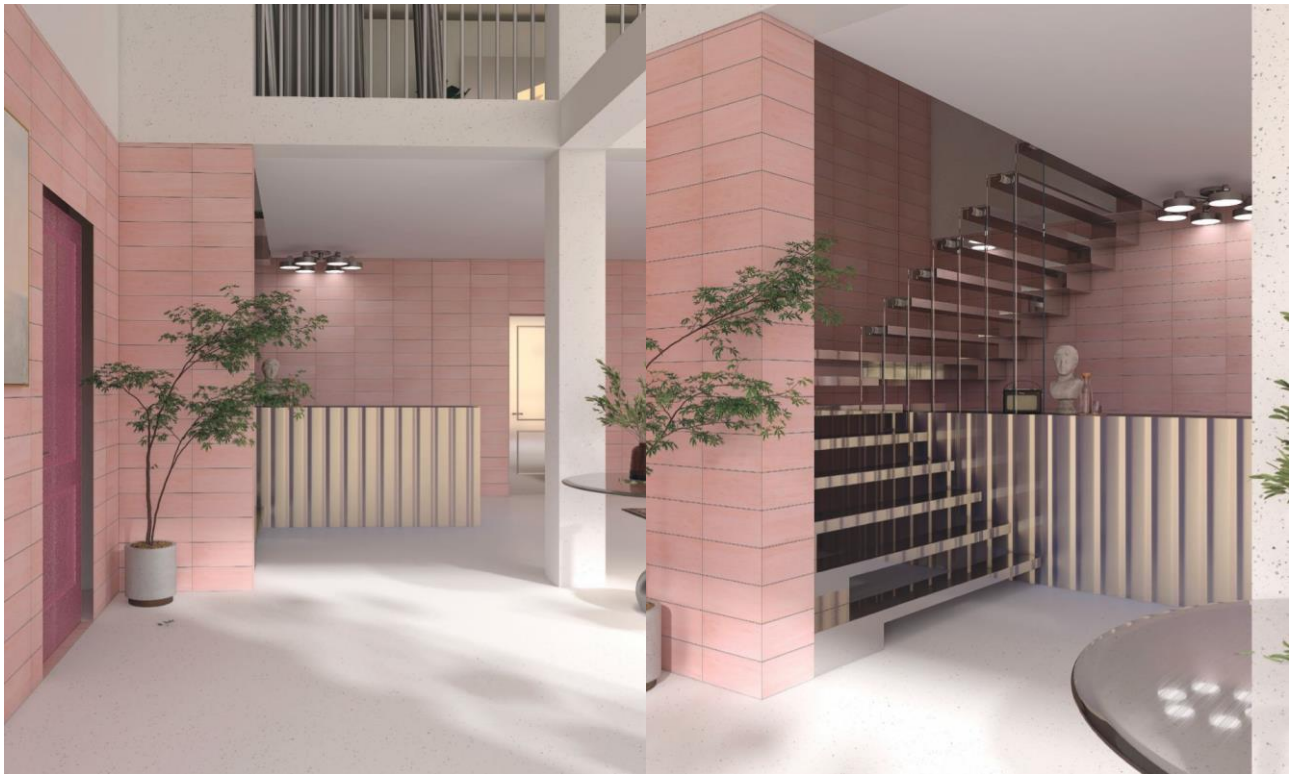


Рис 2.10 Перспективне зображення інтер’єру з видом на касову стійку



Рис 2.11 Перспективне зображення інтер’єру з видом на зону шоуруму

Використання кольорів, фактур та текстур в інтер’єрі

Кольори неба на світанку, напівпрозорі текстури та акценти на металевих елементах створюють відчуття свіжості та творчого натхнення.

Використовуваний для стін, підлоги та стелі колір – білий, символізує легкість, новизну та викликає відчуття цілісності та завершеності. Він може бути багатогранним і для кожної людини висловлювати щось особливе. За зовнішньою простотою та наївністю цей колір приховує в собі незвичайне та вибухове.

Плитка по периметру стін першого поверху у ніжно-рожевому кольорі. Рожевий сприймається нашою підсвідомістю як доброзичливий, ніжний, мрійливий та романтичний. Він навіює на приємні й злегка збуджуючі душу думки, оскільки має нотки червоного, проте відрізняється більшою невпевненістю. Відтінки рожевого викликають сильну чутливість та сентиментальність, що добре працює в інтер’єрі, де виставляються витвори мистецтва та дизайнерські речі. Завдяки цьому вони ще більше закохують у себе відвідувачів.



Рис 2.12 Перспективні зображення інтер’єру з видами на перший та другий поверхи

На першому поверсі також присутні яскраві кольорові акценти у малиновому кольорі. У поєднанні з білим та сірим він схильний домінувати в парі, тому будь-який тон, готовий поступитися першістю в комбінації, буде

вигідним. Саме такі властивості у нейтральних кольорів. Кожен такий тон вносить певний настрій у пару, так білий – яскравий, героїчний контраст, сірий – шляхетність. Тому в інтер'єрі він використаний обережно, невеликими порціями, щоб не привертати на себе забагато уваги, а гармонійно працювати у парі, викликаючи цікавість.

Щодо металевих елементів та сірого текстилю – сірий гарно поєднується з будь-якими відтінками та робить кожен колір соковитішим, насиченішим. Сірий не привертає до себе увагу, тому вона приковуватиметься до іншого відтінку, який знаходиться з ним у парі. Такий колір дуже практично використовувати у виставковому просторі інтер'єру, де не всі товари пов'язані однією темою, та можуть не поєднуватися з деякими кольорами. Завдяки ж сірому, у даному інтер'єрі можна буде уникнути такої проблеми. Також він вдало підкреслює форму будь-яких елементів.

Вибір матеріалів, як правило, використовує фактури та текстури, які мають здатність віддзеркалювати або приломлювати сонячні промені – це метал, скло, акрил та тканини з цікавою фактурою. Використання такого спектру матеріалів перетворить простий мінімалістичний інтер'єр на щось унікальне та відмінне від інших.

РОЗДІЛ ІІІ. ДИЗАЙН РОЗРОБКА ЕЛЕМЕНТУ МЕБЛІВ

3.1 Аналоги

У розробці такого простору, що поєднує у собі зони кафе та магазину, велику роль грає таке розміщення товару, щоб задовольнити потреби не тільки тих відвідувачів, що цілеспрямовано прямували до шоуруму, а й зацікавити тих,що завітали до простору кафе. Вдале рішення допоможе залучити більше клієнтів та посприяє розвитку бренду й бізнесу.

Враховуючи це, для даної дипломної роботи була розроблена шафа-стенд, що складається з типових блоків і також грає роль перегородки в інтер’єрі.

У процесі розробки було розглянуто аналогічні приклади стендів.



Рис 3.1 Panton Wire Cube, Вернер Пантон, 1971

Panton Wire від Verner Panton (рис 3.1) — це необроблений, але елегантний, легкий промисловий дизайн. Блоки Panton Wire можна використовувати як окремо, так і в комбінації - на підлозі, підвішуючи на стіні або як міжкімнатні перегородки. Panton Wire поставляється з покритої лаком хромованої сталі у різноманітних кольорах, таких як, наприклад: чорний, сніг і мулен руж. Щодо скляних полиць та верхніх панелей: до куба Panton Wire можна додати скляну полицю діаметром 4 мм, або елемент меблів може функціонувати як скляний стіл разом зі скляною стільницею 12 мм. Кубики Panton Wire можна використовувати окремо – як тумбочки або складати один на один, створюючи таким чином стелажі або розділювачі простору зі змінною геометрією. Panton Wire поставляється з 4 затискачами на модуль для складання та чотирма ніжками. Розташований на підлозі Panton Wire може витримати до 40 кг.



Рис 3.2 Cloud Boxes, Studio Maarten Kolk & Guus Kusters, 2013

Серія ящиків для зберігання (рис 3.2) демонструє напівпрозору латексну шкіру, їхній напівпрозорий вигляд натхненний зображенням хмар, з їх легкою текстурою, що нагадує ранковий туман.
П’ять контейнерів, розроблені студією Maarten Kolk & Guus Kusters для PROOFFlab, були задумані для організації офісних речей, зберігання безладу за гнучкою завісою. На додаток до зменшення візуального шуму, який вони пропонують, матеріал, з якого виготовлені ці «хмарні коробки», також поглинає звук.

«Подумавши про акустику, ми швидко зрозуміли, що тиша не була нашою метою в цьому проекті. не так вже й погано мати навколо себе звук, коли ви працюєте. Це починає турбувати, коли звук стає шумом. Видалення звуку не створює тиші; це просто змінює ваше визначення шуму. Ми уявляли, що наше ідеальне рішення має бути схожим на туман; низько висить хмара, яка не змушує навколишній світ зникнути, а знімає гострі краї та робить все м’якше.

У кожному офісі є речі, які потрібні, але які ми не хочемо бачити. вони бувають різних масштабів – від степлера до пилососа. ми подумали, що було б чудово, якби ви могли розмістити всі подібні речі в офісній хмарі не приховуючи їх, тому ви більше не знаєте, де їх знайти, а згладжуючи їх, перетворюючи на розмиті кольорові силуети», – студія Maarten Kolk & Guus Kusters.



Рис 3.3 Fukuoka Shelves, Fabien Cappello, 2012

Стелажна система, розроблена для того, щоб розкрити невеликі виробничі потужності міста в Японії та створити досвід участі в процесі проектування та виробництва (рис 3.3).

Відвідувачам галереї, де презентувався даний елемент інтер’єру були роздані листівки з дизайном стелажів, інструкціями по збірці та картою, де зазначено перелік елементів системи та де їх можна отримати. Відвідувачі

оглядали район міста, купуючи матеріали безпосередньо в місцевих майстернях і магазинах, а потім поверталися додому, щоб зібрати свою стелажну систему.

«Я щойно розробив систему стелажів із використанням гофрованого пластикового листа. Це все ще прототип; нам потрібні були полиці для демонстрації знайдених об’єктів на виставці в Японії, а також нам знадобилася якась перегородка, тому я спроєктував це досить швидко. Усі полиці вирізані на ЧПУ з хвилястими краями, і коли гофрований матеріал складається по ним, він добре вставляється на місце і кріпиться гвинтами. Єдина конструкція — це обшивка самого об’єкта, тому вона виглядає як звичайний стелаж. Легкість пластику створює враження, ніби полиці плавають без нічого між ними, що надає виробу чудове відчуття напівпрозорості. Я бачу це як відсилку на паперові перегородки, які ви знайдете в Японії».

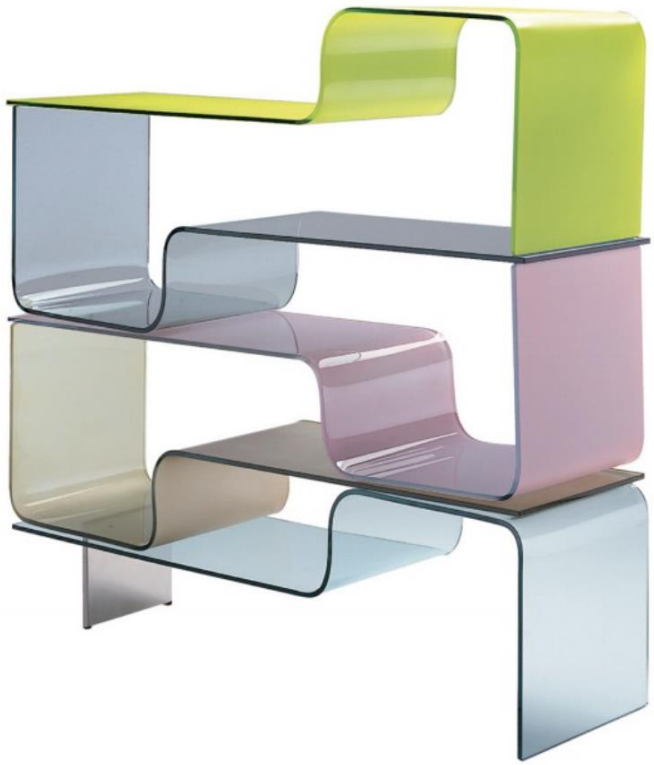


Рис 3.4 Kurl bookcase, Karim Rashid, Zeritalia, 2003

Kurl bookcase (рис 3.4) - це модульна книжкова шафа/вітрина з прозорого та пофарбованого вигнутого скла, товщиною 12 мм. Стандартні кольори зелений PMS 379C, рожевий PMS 1895C, металевий коричневий PMS 8021C. Захисна фурнітура з нержавіючої сталі та силіконової гуми. Ніжка з полірованого алюмінію. Розроблена Каримом Рашидом для італійського виробника меблів Zeritalia.



Рис 3.5 Libereria, Zeritalia, 2002

Модульна настінна книжкова шафа з прозорого скла (рис 3.5). Центральна та бокові сторони товщиною 19 мм, задня частина 15 мм, полиці 12 мм. Максимальна вага полиць: 25 кг. Фурнітура та запобіжні троси з нержавіючої сталі. Регульовані ніжки.

3.2 Функціональні, технологічні та конструктивні особливості

Для даної роботи розроблена шафа-стенд, що складається з типових блоків, завдяки чому є багатофункціональною та може задовольнити потреби як для розміщення у великих просторах, граючи роль вітрини та стенду, а й в

маленьких кімнатах, займаючи дуже невелику кількість місця. У проектованому інтер’єрі вона також грає роль полупрозої перегородки, що не перевантажує композицію.

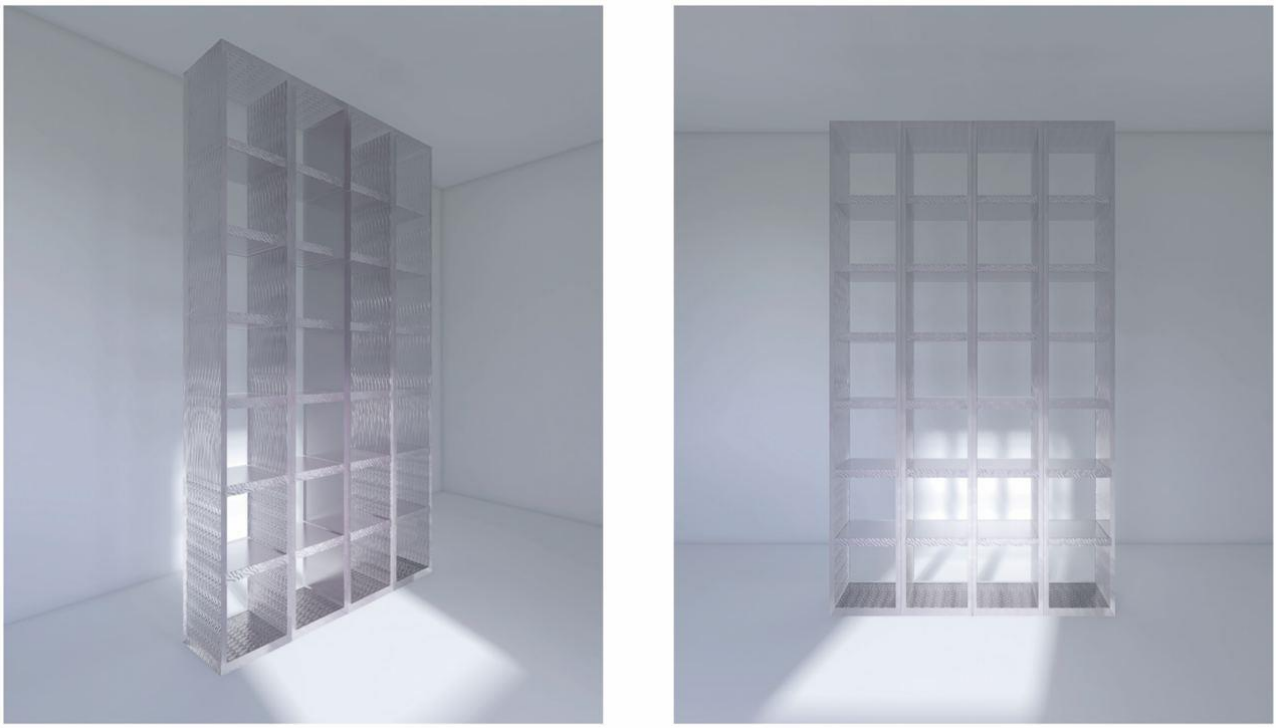


Рис 3.6 Макет елементу меблів

Обраний матеріал - акрил, у легкому, майже невагомому ліловому кольорі, також напівпрозорий і гарно заграє зі світлом, підтримуючи атмосферу та не потребуючи додаткового освітлення кожної окремої полиці, на яких виставляються товари.

Параметри даного елементу наведені на кресленнях:

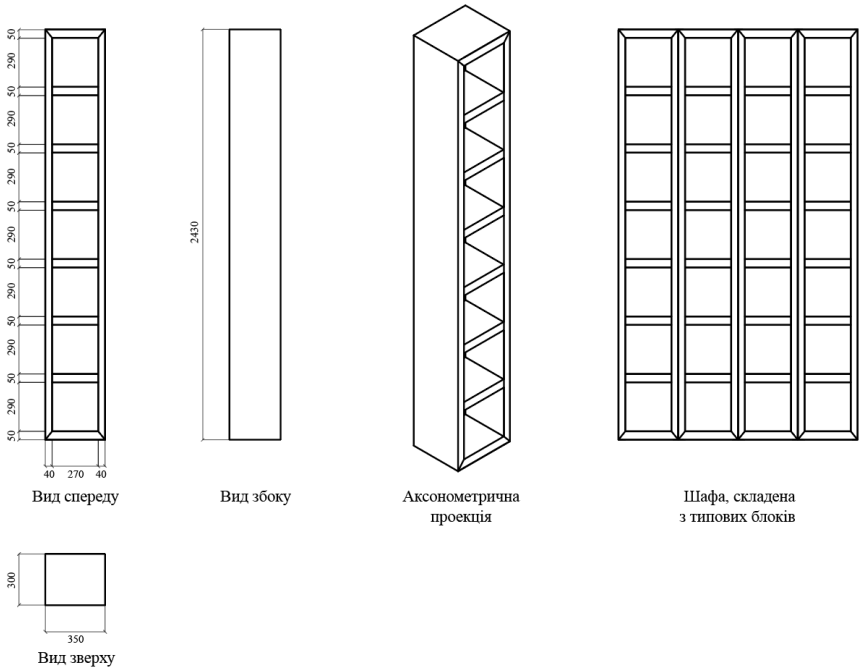


Рис.3.7 Креслення обладнання

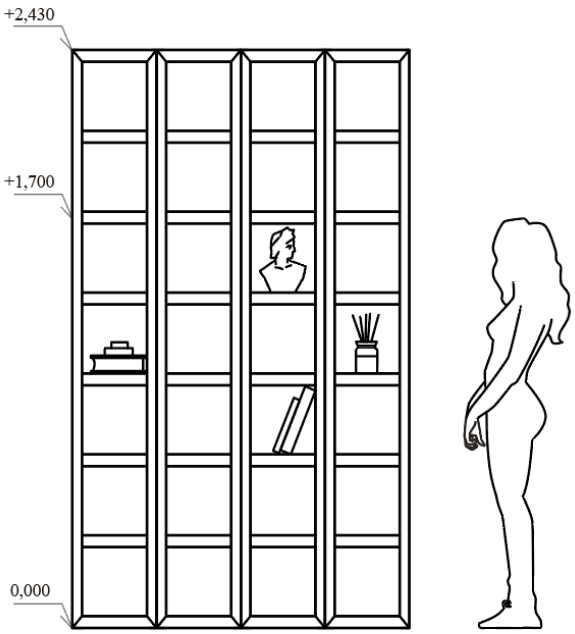


Рис.3.8 Ергономічна схема обладнання

ВИСНОВКИ

Розроблений проект інтер’єру кафе-магазину відповідає усім нормам проектування громадських закладів.

Функціонально-планувальні рішення створено відповідно норм проектування житла. Об’ємно-просторова організація середовища створена за правилами композиційного простору, колірного рішення, вибраних матеріалів, форми обладнання й меблів.

Меблі та обладнання підібрані по функціональним і ергономічним вимогам. Основним фактором, що вплинув на розроблені рішення стало забезпечення комфортної атмосфери для перебування відвідувачів у закладі та сприяння розвитку ком’юніті навколо нього, з ціллю залучення більшого інтересу до виставлений у торговельній залі дизайнерських продуктів та виробів мистецтва.

Елементом обладнання, що був розроблений, стала шафа-стенд.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Бізнес план кафе - зразок українською. Бізнес план [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: https://biznes-plan.at.ua/index/biznes_plan_kafe_zrazok_ukrajinskoju/0-14
2. Білий дім: 5 правил монохромного інтер’єру. The Village Україна/ Оксана Бойко [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: https://www.the-village.com.ua/village/service-shopping/design-hack/267769-monohromniy-inter-er
3. Дизайн інтер'єру, меблів та обладнання : підручник / Сергій Сьомка, Євген Антонович ; Міністерство культури України ; Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв. - Київ : Ліра-К, 2018. - 400 с. : іл., портр.
4. ДСТУ 7251:2011 “Вимоги Дизайну та Ергономіки”
5. Засоби виразності живопису, ахроматичні та хроматичні кольори, світлота, насиченість, відтінок [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: http://blohobrazotvorghohomustectva.blogspot.com/2014/11/blog-post_86.html
6. Зиміна С.Б. Стилі інтер"єру. Посібник. – Київ: Довіра, 2018. - 359 с.
7. Змановских Элина Викторовна. Художественные приемы и технологические средства в дизайне интерьера общественных зданий : [рос.] : автореферат дис. ... кандидата технических наук : 17.00.06. — СПб. : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2009. — 20 с.
8. Иттен Иоханнес. Искусство цвета. — М.: Издатель Д. Аронов, 2000.
9. Иттен Иоханнес. Искусство формы. пер. с нем. и предисл. Л. Монаховой. — М.: Изд. Д. Аронов, 2001. — 136 с.
10. Кава та вино в Teplo Candle Bar на вулиці Льва Толстого. The Village Україна/ Юлія Тунік [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL:

https://www.the-village.com.ua/village/food/food-news/298953-kava-ta-vino-u-teplo-candle-bar-na-vulitsi-lva-tolstogo

11. Кайл Чайка. В поисках минимализма. Стремление к меньшему в живописи, архитектуре и музыке = Kyle Chayka. The Longing for Less: Living with Minimalism / переводчик Тамара Эйдельман. — М.: Альпина Паблишер, 2020. — 288 р.
12. Кассия сент Клэр. Тайная жизнь цвета: пер. с англ./ Кассия сент Клэр - Москва:Эксмо, 2018
13. Конструювання меблів [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: https://msd.com.ua/konstruyuvannya-mebliv/
14. Лисициан М. В. и др. Интерьер жилых и общественных зданий: учеб. для вузов. — М.: Стройиздат, 1973. — 240 с.
15. Матеріалознавство (для архітекторів та дизайнерів): підручник / К. К. Пушкарьова, М. О. Кочевих, О. А. Гончар, О. П. Бондаренко ; за ред. К. К. Пушкарьової ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України. — К. : Вид-во «Ліра -К», 2012. — 592 с. : іл. — Бібліогр.: с. 511—514 (58 назв).
16. Минимализм в интерьере [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: https://www.ivd.ru/dizajn-i-dekor/stili-interiera/minimalizm-v-interere-98852
17. Не роби помилку: 10 способів зіпсувати інтер'єр. The Village Україна/ Марія Іващук [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: https://www.the-village.com.ua/village/service-shopping/design-hack/213551-ne-robi-pomilku-10-sposobiv-zipsuvati-inter-er
18. Олійник О. П. Конструювання меблів та обладнання інтер’єру : підруч. / О. П. Олійник, Л. Р. Гнатюк, В. Г. Чернявський. — К. : НАУ, 2014. — 348 с.
19. Основи дизайну інтер’єру : навч. посіб. / О. П. Олійник, Л. Р. Гнатюк, В. Г. Чернявський. — К. : НАУ, 2011. — 228 с. : іл. ISBN 978-966-598-711-6

20. Основи дизайну : Навчальний посібник / Юрій Білодід, Олена Поліщук,. - К. : Вид. ПАРАПАН, 2004. - 239 с.
21. Проект Lookcolor/ Ксенія Халяміна [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: https://lookcolor.ru
22. Психология цвета: как оттенки влияют на восприятие продукта. vc.ru/ Лена Очкова [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: https://vc.ru/marketing/12044-colour-guide
23. ЦВЕТ В ИНТЕРЬЕРЕ/ Александр Михалькевич [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: http://mikhalkevich.narod.ru/kyrs/Cvetovedenie/main11.html
24. Цветовые ассоциации/ Александр Михалькевич [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: http://mikhalkevich.narod.ru/kyrs/Cvetovedenie/main7.html
25. Шоурумы, галереи и книжные Киева, где можно выпить кофе. БЖ/ Ирина Грищенко [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: https://bzh.life/mesta-i-veshi/shourumy-galerei-i-knizhnye-kieva-gde-mozhno-vypit-kofe/
26. Шпара П. Е. Техническая эстетика и основы художественного проектирования: підруч. — К.: Вища шк., 1989. — 296 с.
27. Architonic [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: https://www.architonic.com/en
28. Ceramika showroom by Claesson Koivisto Rune Architects. dezeen/ Kate Andrews [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: https://www.dezeen.com/2013/10/05/ceramika-showroom-matsumoto-claesson-koivisto-rune-architects/
29. Gridded glazing frames garden views from NitaProw's organic beauty shop in Bangkok. dezeen/ Natasha Levy [Електронний ресурс]. Режим доступу:

URL: https://www.dezeen.com/2017/05/25/nitaprow-organic-beauty-shop-glass-walls-bangkok-thailand/

30. Katimo Cafe на Рейтарській від українського бренду одягу. The Village Україна/ Анастасія Дейна [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: https://www.the-village.com.ua/village/food/food-news/309065-katimo-cafe-na-reytarskiy-vid-ukrayinskogo-brendu-odyagu