

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ

Архітектурний факультет

дизайну

(назва випускової кафедри)

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

на тему:

«Дизайн інтер'єру та обладнання шоуруму українського бренду одягу»

Величко 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 та обладнання шоуруму українського бренду одягу»

(назва)

Виконав Величко Анастасія Олександрівна

(прізвище, ім'я та по батькові повністю)

022 Дизайн

(спеціальність)

Інтер'єр та обладнання

(освітня програма)

Групи ДН-20-1

Керівник асистент Колобанова Д. А.

(прізвище та ініціали)

(вчене звання, науковий ступінь)

*Ідентичність підтверджую*

Київ 2024

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БУДІВНИЦТВА І  
АРХІТЕКТУРИ**

Факультет Архітектурний  
Кафедра ДИЗАЙНУ  
Освітньо-кваліфікаційний рівень Бакалавр  
Галузь знань 02 «Культура і мистецтво»  
(шифр і назва)  
Спеціальність 022 «Дизайн»  
(шифр і назва)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Декан архітектурного факультету

\_\_\_\_\_ д.т.н., проф. О.В. Кащенко

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 року

**З А В Д А Н Н Я  
ДЛЯ ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ ВИПУСКНОЇ РОБОТИ  
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ  
бакалавра дизайну**

Величко Анастасія Олександрівна

\_\_\_\_\_

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Дизайн інтер'єру та обладнання шоуруму українського бренду одягу»

2. Керівник роботи Колобанова Д. А., асистент

\_\_\_\_\_

( 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, проектної 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	Асистент Колобанова Д. А.	12.02.2024	23.03.2024
	Доцент Прокопов О. В		
2	Асистент Колобанова Д. А.	23.04.2024	21.05.2024
	Доцент Прокопов О. В		
3	Асистент Колобанова Д. А.	21.05.2024	03.06.2024
	Доцент Прокопов О. В		

8. Дата видачі завдання 12.02.2024 року

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

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

Студент \_\_\_\_\_ Величко А. О.  
( підпис ) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи \_\_\_\_\_ Колобанова Д. А.  
( підпис ) (прізвище та ініціали)

## **ЗМІСТ ПОЯСНЮВАЛЬНОЇ ЗАПИСКИ**

ВСТУП.....	6
<b>РОЗДІЛ I. ОСОБЛИВОСТІ ПРОЕКТУВАННЯ ШОУРУМУ УКРАЇНСЬКОГО БРЕНДУ ОДЯГУ</b>	
1.1. Аналіз теоретичної джерельної бази.....	9
1.2. Дослідження та вивчення аналогів.....	17
1.3. Нормативні вимоги проектування інтер'єрного середовища шоуруму.....	28
<b>РОЗДІЛ II. ЗАСОБИ І ПРИЙОМИ ФОРМУВАННЯ ІНТЕР'ЄРУ</b>	
2.1. Вихідні дані.....	34
2.2. Концепція інтер'єру.....	39
2.3. Функціонально-технологічне і об'ємно-просторове рішення інтер'єру приміщень.....	40
2.4. Меблі та обладнання.....	42
<b>РОЗДІЛ III. ДИЗАЙН-РОЗРОБКА ЕЛЕМЕНТУ МЕБЛІВ</b>	
3.1. Аналоги.....	48
3.2. Функціональні, технологічні, конструктивні особливості.....	52
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>56</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....</b>	<b>57</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** У сучасному світі конкуренція в галузі моди та одягу надзвичайно велика, а споживачі стають все більш вимогливими. У зв'язку з цим створення привабливого та ефективного шоуруму для українського бренду одягу набуває великої актуальності.

Шоурум бренду одягу — це спеціально облаштований простір, де представлено колекції одягу і аксесуарів певного бренду. Дизайн інтер'єру шоуруму для бренду одягу є надзвичайно важливим, оскільки він створює атмосферу, що відповідає іміджу бренду та приваблює клієнтів. Через привабливий інтер'єр клієнти відчують зручність та комфорт і мають більшу схильність зупинитися та розглянути продукцію ближче. За останні роки українська модна індустрія значно зростає, що призводить до зростання конкуренції серед брендів. Дизайн торговельного простору шоуруму стає ключовим фактором, який дозволяє брендам виділятися серед інших. Потужний імідж та відчуття унікальності можуть привернути увагу клієнтів та забезпечити конкурентну перевагу.

У сучасних умовах в Україні, коли країна переживає війну, важливо активно підтримувати місцеву економіку. Багато всесвітньо відомих брендів припинили свою діяльність на українському ринку через нестабільність ситуації. Це створило нішу, яка потребує заповнення. Людям необхідна альтернатива, яка забезпечить їхній попит на якісний одяг та аксесуари. Українські бренди мають потенціал здобути популярність та визнання як на внутрішньому, так і на міжнародному рівні. Підтримка місцевих виробників і підприємств сприяє не лише збереженню робочих місць, а й зміцненню національної економіки в цілому. Покупка товарів вітчизняного виробництва є не лише актом патріотизму, але й важливим економічним внеском в умовах нинішніх викликів. Тому підтримка та розвиток українських брендів одягу є ключовим завданням суспільства, яке має відчуття відповідальності перед своєю країною та її майбутнім.

**Мета роботи** полягає в розробці концепції, що враховує унікальність бренду, забезпечуючи гармонійний зв'язок між естетикою, функціональністю та стратегічними метою та цілями бренду. Основна ідея полягає в створенні простору, який не лише відобразить ідентичність та дух бренду через візуальні елементи та архітектурні рішення, але й буде сприяти ефективній презентації колекцій, залученню клієнтів та підтримці продажів.

Отже, актуальність дослідження дизайну шоуруму українського бренду одягу беззаперечно в контексті сучасного ринку моди. Правильно спроектований шоурум може допомогти бренду залучати увагу покупців, підвищувати продажі та створювати сильну конкурентну перевагу. Розуміння психологічних та маркетингових аспектів дизайну торговельного простору є ключовим для успішного просування українського бренду на міжнародному ринку моди.

На період війни в Україні актуальність створення дизайну шоуруму українського бренду одягу набуває ще більшого значення з ряду причин. По-перше, дизайн шоуруму може стати інструментом залучення уваги до української культури та таланту. Уміле поєднання національних мотивів та сучасних трендів може привернути увагу міжнародної аудиторії та сприяти популяризації українського бренду в умовах світової спільноти. Створення ефективного дизайну торговельного простору шоуруму українського бренду одягу на період війни в Україні є не лише засобом просування продукції, а й важливим кроком у підтримці власної країни та позиціонуванні українського бізнесу на міжнародному ринку.

Для досягнення поставленої мети передбачалося виконання наступних **завдань**:

- здійснити аналіз літературних джерел, що стосується дизайну інтер'єрів шоурумів одягу;
- проаналізувати та вивчити міжнародний та національний досвід у проектуванні інтер'єрів шоурумів одягу;

- здійснити огляд нормативних вимог до проектування інтер'єру шоурумів;
- вивчити ключові передумови та визначити чинники, які впливають на створення простору шоурумів;
- зібрати вихідні дані для проектування шоурумів одягу;
- обґрунтувати концепцію дизайну інтер'єру приміщення шоурумів;
- розробити принципи зонування простору шоурумів;
- обґрунтувати функціонально-планувальне та об'ємно-просторове рішення інтер'єру шоурумів;
- підібрати матеріали та кольорову гаму для інтер'єру шоурумів;
- підібрати меблі та обладнання для інтер'єру шоурумів;
- визначити функціональні, технологічні та конструктивні особливості;
- дослідити аналоги дизайну елементу меблів;
- обґрунтувати функціональні, технологічні та конструктивні особливості дизайну елементу меблів.

Робочий процес включав застосування різноманітних наукових **методів дослідження** для досягнення поставлених цілей. Були використані такі методи, як аналіз та узагальнення літературних джерел, проведення натурних обстежень, а також статистичний, стилістичний та композиційний аналізи. Порівняльний аналіз стилістичного оформлення інтер'єрів за останні роки також був проведений. Крім того, при проектуванні інтер'єру шоурумів використовувалися комп'ютерні методи моделювання в програмі ARCHICAD та візуалізації в 3D Max, Corona Renderer.

## РОЗДІЛ I. ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТУВАННЯ ШОУРУМІВ

### 1.1 Аналіз теоретичної джерельної бази

Дизайн у сучасному світі – це процес художньої діяльності, що відображає вічне прагнення людей до краси, гармонії та естетичної доцільності в усіх аспектах побуту і роботи. Тому розвиток дизайну та його культивування, засновані як на стародавніх традиціях, так і на сучасному світовому досвіді, є одним із ключових пріоритетів для нашої культури та мистецтвознавства. Останніми десятиріччями дизайн і його творці стали важливими інструментами у формуванні іміджу та соціально-економічному розвитку України [1].

Роль дизайну як науки та сучасної інструментальної бази у формуванні простору не можна переоцінити. Дизайн архітектурного середовища є одним із найбільш складних і структурованих процесів, спрямованих на творчу організацію навколишнього простору. Людина постійно взаємодіє не тільки з природним, а й з штучно створеним, антропогенним середовищем. Частина такого штучного простору постійно збільшується.

Ми все більше оточені новими предметами, меблями, інженерними спорудами, транспортними засобами, побутовими приладами та гаджетами. Всі ці речі потребують ретельної систематизації та розробки рекомендацій щодо методів, підходів і принципів взаємодії дизайну середовища з графічним та промисловим дизайном.

Дизайн середовища умовно поділяється на ландшафтний дизайн і дизайн інтер'єру. Проте вже сьогодні вони настільки тісно переплетені, що створюють єдину систему організації простору на різних рівнях: робочі місця, інтер'єри приміщень, архітектура будівель, планування вулиць, ландшафтний дизайн у контексті архітектурних ансамблів тощо [2].

Інтер'єр – це архітектурно-художнє оформлення внутрішнього простору, створене для забезпечення найсприятливіших умов життєдіяльності людини.

Це поняття включає в себе принципи розташування функціональних і декоративних елементів у приміщенні. Інтер'єр охоплює внутрішній простір будівлі або окремого приміщення, а його оформлення визначається конкретним призначенням цього простору. Архітектори розглядають інтер'єр у контексті екстер'єру – зовнішнього вигляду споруди в цілому. Планування простору залежить від його призначення (житлове, громадське, виробниче тощо) і підпорядковується загальним вимогам та закономірностям, таким як психофізіологічні, соціальні та будівельні.

Проектування інтер'єру вимагає вміння поєднувати окремі елементи в єдину гармонійну композицію, використовуючи архітектурно-естетичні засоби. До цих елементів належать взаємопов'язані фактори, що формують інтер'єр:

Функціональне призначення: створення інтер'єру починається з визначення функцій приміщення, окреслення ролі, яку це приміщення буде виконувати у загальній структурі будівлі або її частини.

Предметне наповнення: залежно від призначення приміщення, здійснюється його зонування і заповнення відповідними меблями, обладнанням і елементами інженерних комунікацій. Тут важливо враховувати ергономічні вимоги та фізіологічні особливості сприйняття людини.

Стилістика: стиль або стилізація приміщення визначаються єдністю художньо-утилітарних засобів виразності. Окрім стильового підходу до предметного наповнення (меблі, інженерія), важливими елементами створення стильного інтер'єру є освітлення, кольорові рішення та оздоблювальні матеріали.

Внутрішня об'ємно-просторова структура інтер'єру є однією з його ключових характеристик. Вона базується на закономірних зв'язках між побудовою внутрішнього простору і зовнішніми факторами, що впливають на його формування [3].

Дизайн інтер'єру являє собою професійну та всеохоплюючу практику, що

займається створенням внутрішніх просторів, які відповідають, захищають та задовольняють потреби людей. Це поєднання мистецтва, науки та бізнес-планування для розробки креативних, технічно досконалих, стійких та функціональних рішень для інтер'єру, що гармонійно взаємодіють з архітектурою приміщення. Процес включає стратегічне планування та дотримання принципів благополуччя, безпеки та здоров'я, поряд з обґрунтованими виборами щодо стилю та естетики [4].

Термін "шоурум" походить від англійського "show room", що буквально означає "демонстраційна кімната". Спочатку він використовувався для позначення кімнат, де під час тижнів моди відбувалися покази. Однак нині шоурум – це місце, де можна не лише оглянути і поміряти, а й купити товар [5].

Іншими словами, шоурум – це магазин-офіс, в якому представлені зразки з колекцій одного чи кількох брендів. Найчастіше він розташований не в центральних місцях, а в менш прохідних районах, таких як внутрішні двори чи промислові зони. Головною особливістю шоуруму є індивідуальний підхід до кожного клієнта. Через свою менш доступну локацію, такі магазини рідко відвідують випадкові перехожі. Це дозволяє персоналу зосередитися на кожному відвідувачеві окремо, забезпечуючи високий рівень обслуговування [6].

У Західній Європі шоуруми давно стали звичним явищем, тоді як в Україні це поняття тільки починає набувати популярності у модній індустрії. Але в деяких містах, таких як Київ, підприємливі модні ентузіасти вже відкрили власні шоуруми і охоче рекламують їх у соціальних мережах [5].

### **Особливості галузі**

Торгівля товарами повсякденного вжитку, зокрема одягом, взуттям та аксесуарами, є складною і багаторівневою галуззю. Ці товари настільки необхідні кожному, що відкриття магазину одягу часто стає одним із

найпопулярніших варіантів для підприємців. Основні характеристики галузі, важливі для розробки ефективної маркетингової стратегії шоуруму, включають:

Різноманітність форматів. На ринку є різні формати магазинів, що спеціалізуються на певних категоріях товарів. Існують як нішеві шоуруми, що зосереджуються на окремих елементах гардеробу (верхній одяг, нижня білизна, взуття, спортивний одяг, ділові костюми тощо), так і шоуруми з широким асортиментом одягу, взуття та аксесуарів без чітких рамок.

Гендерний розподіл. Ринок також розподіляється за статевою ознакою. Багато шоурумів обирають формат магазинів для жінок, орієнтуючись на більш динамічний та емоційний попит. Гендерна спрямованість магазину сильно впливає на асортимент та стратегії проектування шоуруму.

Фірмові або мультибрендові магазини. Галузь характеризується наявністю фірмових або мультибрендових магазинів, які можуть бути як власними, так і за франшизою.

Різноманіття цінових пропозицій. Магазини одягу пропонують продукцію на будь-який бюджет, що свідчить про важливість створення сильного бренду. Навіть при невеликій різниці у якості, ціни на товари можуть різнитися в десятки разів, але все одно мати зацікавленість серед споживачів з відповідним рівнем доходів.

Мода та стиль. Шоуруми одягу значно залежать від модних тенденцій, оскільки покупці обирають товари на основі актуальних трендів. Швидке оновлення асортименту у відповідь на модні зміни є ключовою стратегією для залучення та утримання клієнтів.

Сезонність. Сезонність забезпечує постійну динаміку на ринку одягу, взуття та аксесуарів. Випуск нових колекцій під кожен сезон є невід'ємною частиною цього процесу.

Таким чином, торгівля одягом, взуттям та аксесуарами є доволі складним та динамічним. Перелічені вище особливості є ключовими для розуміння

галузі та розробки ефективної стратегії для шоуруму [7].

### **Шоуруми бувають різних типів:**

Перший тип – це шоуруми, які зберігають свою приховану сутність.

Відомості про них передаються лише через впливових знайомих, а відвідувати їх можна лише за попереднім записом. Однак, для "своїх" (тобто дизайнерів, знаменитостей, редакторів журналів) власники шоурумів двічі на рік організують розпродажі колекцій за дуже привабливими цінами. Оптовий покупець може оглянути товар і замовити його за фабричними цінами, без націнки. У таких шоурумах речі зазвичай представлені в єдиному екземплярі, і їх цінова політика далеко перевищує середню мінімальну зарплату.

Важливою перевагою багатьох українських шоурумів є те, що вони пропонують вироби виключно вітчизняних дизайнерів, що позитивно впливає на економіку нашої країни. Крім того, українські мотиви в одязі нині дуже популярні, що сприяє підвищенню патріотичного духу.

Другий тип – це маленькі магазинчики, популярні завдяки сарафанному радіо. Вони працюють щодня без попереднього запису, але не привертають увагу перехожих гучними вивісками. Багато молодих українських дизайнерів, які беруть участь у тижнях моди, мають свої шоуруми в центрі Києва. Часто українські дизайнери та модельєри об'єднуються і продають свої бренди під одним дахом. Цей тип шоурумів є найпоширенішим в Україні і приносить непоганий прибуток.

Третій тип – квартирний шоурум. У таких квартирах зазвичай продаються не лише речі однієї конкретної марки, а різноманітні товари. Власниця привозить речі, наприклад, з Італії і продає їх за цінами, близькими до італійських. Потрапити в такий шоурум можна, лише маючи мобільний телефон власника або домовившись в переписці [5].

Проектування торговельного простору шоуруму для бренду одягу є ключовим етапом у створенні привабливого та функціонального середовища для презентації продукції. У процесі розробки такого простору постають різноманітні завдання та враховуються наступні характеристики.

Простір повинен відображати ідентичність бренду через дизайн, колірну схему, матеріали та загальний стиль. Важливо, щоб простір був легким для орієнтації та навігації для клієнтів та співробітників, а також максимізував використання кожного квадратного метра. Освітлення має бути достатнім для підкреслення деталей асортименту та створення атмосфери, а дизайн інтер'єру - сучасним і привабливим, з урахуванням функціональних потреб.

Торговий простір може бути розділений на різні зони, такі як зона прийому клієнтів, виставкова зона, зона примірки тощо. Використання сучасних технологій, таких як екранізовані відеодисплеї, може поліпшити враження від шоуруму та зробити його більш інтерактивним. Крім того, важливо надати комфортні умови для клієнтів, забезпечити безпеку та створити привабливий візуальний вигляд простору.

Ці характеристики спрямовані на створення простору, який буде ефективним для продажів, відображатиме бренд, забезпечить задоволення для клієнтів та співробітників і сприятиме розвитку бізнесу.

### **Основні функції шоуруму**

Шоурум для бренду одягу виконує кілька ключових функцій, спрямованих на підтримку бізнесу та задоволення потреб клієнтів. Ось основні функції шоуруму:

Презентація продукції. Однією з основних функцій шоуруму є демонстрація продукції бренду. Він дозволяє клієнтам оглядати, доторкатися та переглядати одяг особисто, що допомагає їм краще зрозуміти характеристики продуктів та прийняти рішення про покупку.

Створення атмосфери бренду. Шоурум дає можливість створити

унікальну атмосферу, що відображає ідентичність та стиль бренду.

Продажі та замовлення. Магазин одягу може бути місцем для здійснення продажів, а також прийому та обробки замовлень від оптових покупців або роздрібних клієнтів. Професійний персонал може надавати консультації та допомогу у виборі товарів.

Стимулювання продажів. Шоурум може виконувати функцію стимулювання продажів через організацію різноманітних промо-акцій, знижок, спеціальних пропозицій тощо.

Маркетингові заходи. Шоурум може бути ефективним інструментом маркетингу, привертаючи увагу клієнтів через свій дизайн, місцезнаходження та інші рекламні засоби.

Збір зворотного зв'язку. Шоурум може слугувати місцем для збору зворотного зв'язку від клієнтів щодо їхніх вражень від продукції та обслуговування, що допомагає бренду вдосконалювати свою пропозицію.

Враховуючи ці функції, шоурум може бути важливим елементом бізнесу бренду одягу, сприяючи розвитку бренду та залученню нових клієнтів.

### **Підбір матеріалів**

Вибір матеріалів є важливим етапом у процесі дизайну, оскільки він впливає на вигляд, якість і функціональність. Вірно підібрані матеріали можуть створити позитивне сприйняття магазину, його естетику, а також забезпечити тривалість та зручність його використання. Також, відбираючи матеріали, важливо враховувати їх відповідність задачам і функціональним вимогам проекту.

Перш за все, рекомендується використовувати якісні, природні матеріали, такі як дерево, скло, камінь та метал. Дерево може додати теплоти та затишку до інтер'єру, скло створить візуальний простір та прозорість, а камінь та метал додадуть вишуканості та сучасності.

Колір грає важливу роль у створенні атмосфери магазину.

Рекомендується використовувати нейтральні та природні відтінки, які дозволять акцентувати увагу на товарах.

Підлогове покриття є важливим аспектом дизайну шоуруму одягу. Якісні підлоги в магазинах і бутиках повинні бути привабливими та легкими у догляді. У зв'язку з потребою у технічному обслуговуванні килими не завжди є оптимальним варіантом для місць з великим потоком людей.

Рекомендується використовувати більш стійкі та легкоочищувані матеріали. Плитка, граніт і камінь є ідеальними варіантами для підлоги бутика. Також популярний полірований бетон, хоча він може не мати такого затишку та естетики, що притаманні іншим варіантам. Вибір підлогового покриття повинен базуватися на функціональних потребах конкретних зон торгового закладу. М'які килими теплих відтінків чудово підійдуть для гардеробних та зон відпочинку в елітних шоурумах. Лінолеум та вінілова плитка ідеально підходять для місць з великим потоком людей, таких як торгові зали.

Комбінування різних матеріалів для підлоги відповідно до їх функціонального призначення та естетики може створити ефектне враження на клієнтах [8].

Тканини та текстиль слід використовувати такі, що відображають стиль та атмосферу шоуруму. Наприклад, якщо бренд спеціалізується на екологічно чистому одязі, потрібно використовувати органічні тканини. Якщо бренд має сучасний або мінімалістичний стиль, слід підібрати тканини з простими дизайнами та нейтральними кольорами.

Використання пластику в магазинах може здешевити дизайн інтер'єру та суперечити ініціативам зменшення використання пластику. Обираючи екологічно чистіші матеріали, ми підтримуємо соціальну відповідальність. Додавання живих рослин у магазин додасть текстури та динаміки його вигляду. Під час вибору матеріалів завжди важливо перевіряти їх походження та намагатися обирати ті, які можна використовувати повторно або переробляти. Також слід віддавати перевагу фарбам з низьким вмістом ЛОС

та враховувати вибір сертифікованої деревини.

## 1.2 Дослідження та вивчення аналогів



Рис.1.1 та рис.1.2 Шоурум бренду одягу “Papaya”. Київ. 2024 р.

[ <https://official-online.com/lifestyle-2/style-life/papaya-kyiv-store/> ]

Дизайн магазину відображає концепцію мінімалістичного простору, де в центрі уваги знаходиться людина. Кутові дзеркала зникають у межах приміщення, додаючи відчуття глибини та особливої атмосфери. Важливим елементом дизайну є світлове панно, яке акцентує увагу на головній колекції сезону та вітає відвідувачів при вході. Світлова конструкція з'єднана з дзеркальним кубом, створюючи ілюзію нескінченності.

Серед ключових елементів простору є все необхідне для комфортного шопінгу: велика примірювальна зона очікування з м'якими диванами. Особливу увагу привертають яскраві акцентні елементи: стіл, каса та зручні крісла. Основний фон кімнати витриманий у світло-сірому кольорі, що створює відчуття простору, чистоти та світла. Меблі виконані в кольорі Pantone, який символічно називається Papatya. Перед кріслами розташована чорний зебровий диван, який додає інтер'єру оригінальності та стилю, привносячи в нього елемент дикої природи. На полицях позаду нього акуратно розміщені різні предмети, які є частиною асортименту магазину. Ці полиці підсвічені вбудованим світлодіодним освітленням, що підкреслює товари та додає елегантності загальному вигляду. Освітлення в магазині загалом продумане до дрібниць. Трекові світильники та світлодіодні лампи забезпечують рівномірне освітлення без створення тіней, що робить приміщення яскравим і приємним для перебування.

Ці елементи не тільки декоративні, але й функціональні. Наприклад, широкі й довгі столи дозволяють детально розглянути одяг, а зручні крісла у зоні з напоями дають можливість відпочити. Використання мінімалістичних вішаків та полиць підкреслює продукцію, не відволікаючи увагу від самого товару.

Сучасний та практичний інтер'єр створює унікальну атмосферу, щоб клієнти бренду могли в комфортних умовах оцінити та приміряти одяг [9].

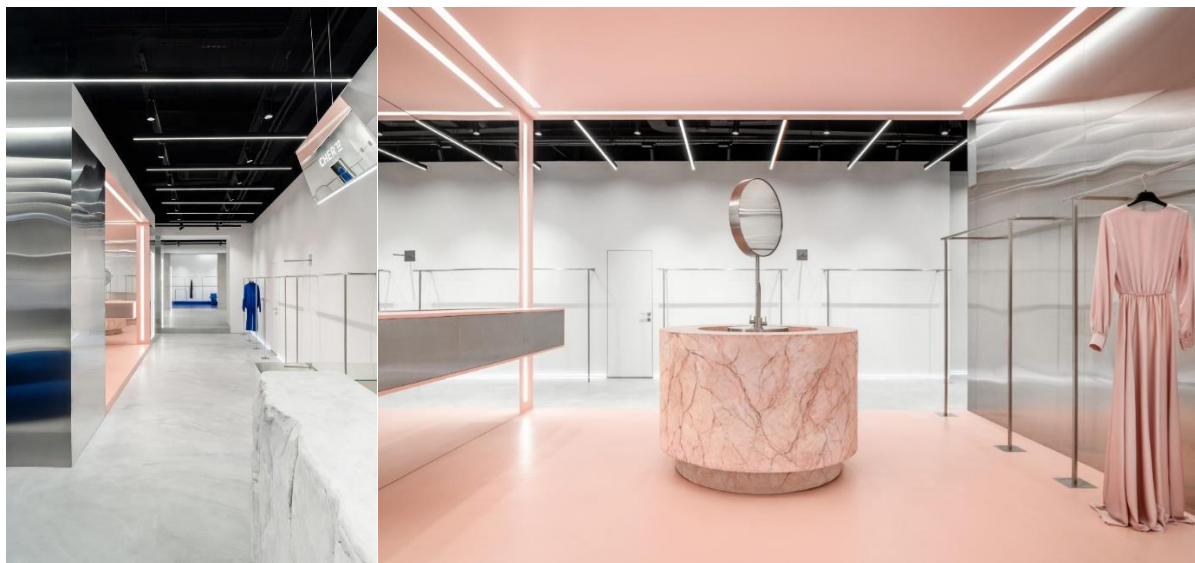


Рис.1.3, рис.1.4 та рис.1.5 Шоурум бренду одягу “СHER’17”. Київ. 2022 р.

[ <https://pragmatika.media/project/cher-17-showroom-portal-v-inshu-realnist-vid-temp-project/> ]

Концепція дизайну інтер'єру шоуруму є відгуком на тренд діджиталізації в індустрії моди. Сьогодні існує безліч магазинів з онлайн-шоурумами та віртуальними примірочними, а також набирає популярності віртуальний одяг.

Такий простір формує свою естетику, яка характеризується мінімалізмом, грою з пропорціями об'єктів та яскравими акцентними кольорами. Магазин CHER'17 представляє фізичний інтер'єр, натхненний віртуальною естетикою.

Рецепція, що нагадує масивну кам'яну брилу, символізує природу, яка зухвало проникає в наше швидке життя. Ще один елемент, що відображає зв'язок з природою, - це металеві та дзеркальні поверхні. Дзеркала різних форм та розмірів додають простору легкості та розширюють його межі. Дзеркала та сталеві поверхні нагадують озера, річки або райдужні плями бензину на асфальті після дощу.

Простір магазину має видовжену форму та поділений на три зони. Центральний елемент першої зони - великий синій диван, складений з видовжених циліндричних форм. Позаду нього розміщено LED-екран для демонстрації брендового контенту. Форма дивану гармоніює з металевими столиками, зробленими з обрізаних труб, та м'якими пуфами в зоні примірочних.

Другий зал оформлений у ніжно-рожевих тонах, з подіумом та стінами відповідного кольору. У центрі розташована рожева мармурова раковина з двома кранами: один для води, інший для ігристого. Шопінг у компанії друзів - це не лише примірка та купівля речей, а й спілкування та насолода моментом.

У третій зоні, розташованій в глибині магазину, домінують насичені ультрамаринові відтінки поверхонь та меблів, створюючи відчуття глибини та насиченості простору [10].



Рис.1.6 Шоурум бренду одягу “19.11”. Київ. 2023 р.  
[ <https://www.behance.net/gallery/183719615/1911> ]

Дизайн цього простору задуманий як фон, подібний до фотостудії або модельного подіуму, щоб відвідувачі могли відчувати себе моделями на показі. Загальний простір поділений на три основні зони: загальна зона для демонстрації моделей одягу, примірочна та гардеробна. У головному залі створено місце, де клієнти можуть відчувати себе на подіумі та милуватися своїм вбранням перед великим дизайнерським дзеркалом.

Особлива увага приділена вибору кольорової палітри. Темно-сірий відтінок використано для стелі, що візуально збільшує її висоту, а теплий білий колір стін візуально розширює простір. Стіни слугують ідеальним фоном для колекцій одягу.

Фактурна наливна підлога, що нагадує бетон, не тільки функціональна, але й візуально об'єднує весь простір. В інтер'єрі використано склоблокові

перегородки, завдяки чому світло потрапляє в примірочну та гардеробну, відбиваючись від скла і створюючи красиві візерунки. Білий тюль, що звисає від стелі до підлоги, додає затишку та м'якості, а також виконує роль перегородки для примірочної та зони зберігання [11].

Освітлення в магазині є стратегічно розташованим, з використанням вбудованих світильників та спрямованого освітлення для акцентування на різних зонах магазину та представлених товарах. Система освітлення створює рівномірне, але водночас затишне світло, яке підкреслює текстури та кольори одягу на виставкових рейках.

Одяг виставлений на вішаках, прикріплених до стін, що створює акуратний і організований вигляд. Вибір одягу охоплює різні стилі та кольори, що підкреслює універсальність та широкий асортимент магазину. Декілька дзеркал розташовані для зручності примірки та для візуального розширення простору.

Меблі виконані у сучасному стилі з акцентом на функціональність та естетику. У центрі приміщення розташовані м'які крісла та пуфи з гладкими, округлими формами, що створюють затишні зони для відпочинку. Декоративні столики з металевими поверхнями додають індустріального відтінку до загальної концепції дизайну.

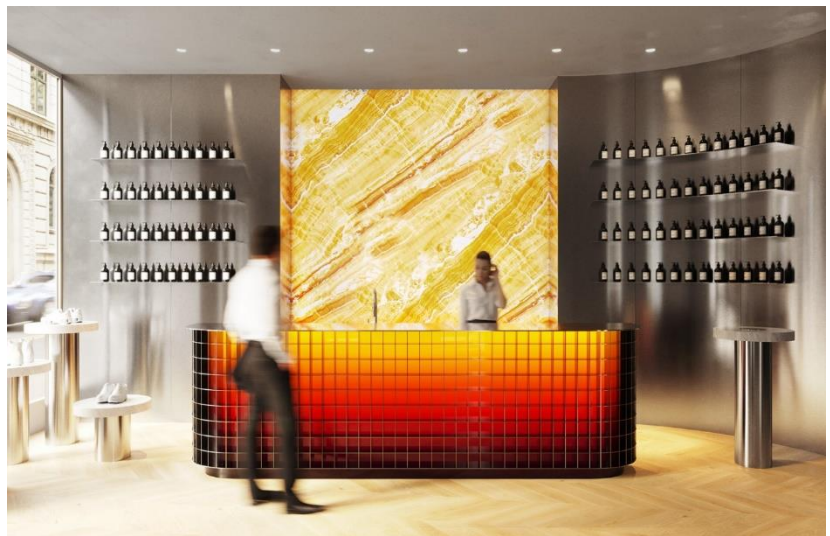


Рис.1.7, рис.1.8 та рис.1.9 Шоурум бренду одягу “МУКНА”. Відень. 2021 р.

[ <https://bogdanovabureau.com/portfolio-item/mukha-fashion-showroom/> ]

Концептуальний магазин займає два поверхи. На першому поверсі розташована барна стійка, а на другому — рецепція з касою. Завдяки продуманому зонуванню, частина простору виділена для вечірок, презентацій і приватних показів мод. Інтер'єр магазину натхненний ентомологією, зокрема збільшеним оком мухи, що демонструє досконалу форму гранчастої

структури та складну гармонію кольорів. Основними кольорами стали відтінки від насиченого коричнево-бузкового до оранжевого. У природі зовнішній вигляд комах має функціональне значення, передаючи певні характеристики, такі як отруйність або готовність до спаровування. У сучасному світі, де самовираження є ключовим, люди схожі на цих комах. Комбінація кольорів, аксесуарів і брендів відображає характер та індивідуальність людини. «Муха» є торговим майданчиком для тих, чий одяг передає їхню сутність і світогляд.

На першому поверсі центральним елементом є бар, який слугує своєрідним оазисом, де можна зупинитися і відновити сили за допомогою коктейлю чи свіжого напою після шопінгу. Тут не потрібно шукати додатковий бар чи кав'ярню. Це також місце для партнерів, які супроводжують покупців і чекають, поки ті приміряють одяг. Барна стійка виконана з напівпрозорих скляних цеглинок, а за нею розташовані стелажі з напоями.

Мінімалістичний дизайн з чистими лініями створює нейтральний фон для одягу та аксесуарів, доповнений нотками богемі через використання кольору та текстури. Художні деталі та артефакти, сховані в просторі, надають відвідувачам відчуття причетності до чогось значущого, як членам спільноти, що розуміється на якісній моді [12].



Рис.1.10, рис.1.11 та 1.12 Шоурум бренду одягу “COOSH”. Тернопіль. 2022 р.

[ <https://www.behance.net/gallery/158905333/COOSH-store> ]

Магазин COOSH займає дворівневе приміщення в старовинній будівлі, з'єднане великими вентиляційними сходами. Перший рівень складається з двох торгових залів, рецепції, зони очікування та складу. На другому поверсі знаходяться один торговий зал, примірочні, зона очікування та кімната для персоналу.

Цей інтер'єр магазину одягу вирізняється ультрасучасним мінімалізмом з

акцентом на чистих лініях та нейтральних відтінках. Стіни пофарбовані в ніжні відтінки білого, що створює відчуття простору та світла. Простір оформлений з використанням мінімуму меблів, які мають прості, чіткі форми.

Одним з головних візуальних акцентів шоуруму є хол з рецепцією. Рецепція має сучасний вигляд і стоїть на ніжках. Основу складають металеві труби, а поверхня виготовлена з ламінату. На стіні за рецепцією розташоване піаніно з плиткою, що складається лише з двох типів плиток, укладених у різних напрямках.

У цьому інтер'єрі часто фігурують рейки з металевих труб. Вони представлені в різних варіантах: окремо стоячі, настінні, з опорною пластиною або без неї. На рейках представлений одяг, що робить кожен елемент одягу добре видимим завдяки простоті та мінімалізму дизайну.

Під вішаками на подіумі розміщені акуратно складене взуття, яке додає інтер'єру завершеності та організованості.

Стіни та стеля прикрашені ліпниною [13].

Загалом, цей дизайн шоуруму одягу створює атмосферу спокою, чистоти та елегантної простоти. Кожна деталь продумана для забезпечення максимального комфорту покупців, а також для підкреслення краси та унікальності представленого одягу. Інтер'єр сприяє розслабленню та дозволяє зосередитися на виборі та примірці одягу, не відволікаючись на зайві елементи.



Рис.1.12, рис.1.13 та рис.1.14 Шоурум бренду одягу “Symbol”. Київ. 2022 р.

[ <https://www.balbek.com/symbol> ]

Магазин Symbol не лише відрізняється від інших бутиків мережі, але й пропонує новий рівень люксового шопінгу. В цифровому форматі відсутні стандартні рейки та полиці: клієнти можуть скласти свій образ на веб-сайті, після чого працівники шоуруму підготують вибрані речі для примірки.

Цей шоурум є втіленням багатофункціонального простору, що поєднує різні функції та об'єми. Основою дизайну слугують стіни з металевим

ефектом, які нагадують хвилі тканини, що коливаються за допомогою вітру, додаючи динаміки простору та об'єднуючи його в єдине ціле. Контури стін рухаються складними кривими, а не простими радіусами.

Інтер'єр цього шоуруму – це витягнутий простір з арочними переходами. Відвідувачів зустрічає рецепція, що знаходиться праворуч від входу.

Навпроти прилавка розташований диван для зони очікування, оскільки виставковий зал також служить пунктом видачі онлайн-замовлень.

Зона рецепції дозволяє клієнтам вибирати одяг за допомогою інтерактивних примірочних з диванами, розташованими навпроти ширм. Поруч з диванами стоять столики зі вбудованими сенсорними планшетами, вмонтованими в стільниці.

Замість традиційних вітрин праворуч розташовані мініатюрні стенди з планшетами, освітлені торшерами. Клієнти можуть використовувати ці планшети для примірки одягу та аксесуарів через інтерактивні фільтри масок.

У другому залі відвідувачів чекають три класичні примірочні, які вміщують кілька пуфів, дозволяючи гостям крутитися перед дзеркалом. На великому дивані навпроти можна приміряти взуття або чекати друга.

Дзеркальні двері примірочних і лайтбокс, розташований у цій зоні, створюють камерну атмосферу з рівномірним освітленням.

На першому поверсі підлогове покриття виконане з мікроцементу, який, завдяки своїй гладкій та гнучкій природі, охоплює стійку реєстрації та стенди у виставковій зоні, створюючи враження, що меблі виростили з підлоги. У зоні примірочних використано килимове покриття, яке гармонійно поєднується з штукатуркою та бетоном, створюючи єдиний кольоровий блок [14].

### **1.3. Нормативні вимоги проектування інтер'єрного середовища шоуруму**

Проектування інтер'єрного середовища магазину одягу включає в себе розгляд нормативних та ергономічних вимог, які гарантують комфортне та

безпечне оточення для покупців і працівників.

ДБН (Державні будівельні норми) є основними нормативними документами в галузі будівництва в Україні. Щодо проектування інтер'єрного середовища магазину одягу, відповідні вимоги можна знайти у ДБН В.2.2-9:2018 «Громадські будинки та споруди» [15], ДБН В.2.2-40:2018 «Інклюзивність будівель і споруд», ДБН В.2.2-16:2019 «Культурно – видовищні та дозволлєві заклади», ДБН В.2.5-28:2018 «Природне і штучне освітлення», ДБН Б.2.2-12:2019 «Планування і забудова територій», ДБН В.2.3-5-2018 «Вулиці та дороги населених пунктів», ДСП 173-2019 «Державні санітарні правила планування та забудови населених пунктів».

- У магазинах одягу повинні дотримуватися вимог щодо пожежної безпеки, включаючи встановлення пожежних виходів, пожежних сповіщувачів та вогнегасників.

- Дизайн магазину повинен відповідати місцевим будівельним нормам та стандартам, зокрема стосовно площі, висоти приміщення, освітлення тощо.

- Приміщення магазину повинно відповідати санітарним нормам щодо вентиляції, освітлення, водопостачання та іншим аспектам.

- Доступність для людей з обмеженими можливостями: Магазин повинен бути доступним для всіх клієнтів, включаючи людей з обмеженими можливостями. Це означає наявність пандусів, широких дверей, підйомників тощо.

- Нормативи можуть висувати мінімальні вимоги до площі приміщення для магазину одягу, а також рекомендувати оптимальні розміри для зонування, наприклад, розділення приміщення на зони для різних категорій одягу (чоловічий, жіночий, дитячий тощо).

Вдало спланований дизайн шоуруму одягу сприяє створенню сприятливої атмосфери для покупців, допомагає вигідно представити товари та збільшити продажі.

## **Функціональні зони**

Один із важливих аспектів дизайну інтер'єру магазину одягу - це зонування простору. Воно безпосередньо впливає на комфорт відвідувачів та їхнє загальне враження від магазину. Всі магазини одягу умовно поділяються на такі зони:

Вхід та прийомна зона: Перше враження має велике значення. Вхідна зона та прийомна мають бути привітними та залучними для клієнтів. Тут можуть розміщуватися рецепція, а також зручні місця для очікування.

Виставкова зона: це основна зона, де продукція бренду буде представлена. Вона повинна бути чітко структурованою, зручною для огляду та привабливою для клієнтів. Розміщення вішалок, стелажів та додаткових елементів виставки повинно бути обдуманим.

Зона примірки: це місце, де клієнти можуть приміряти одяг. Ця зона має бути приватною та комфортною, з дзеркалами та додатковим освітленням для кращого перегляду. Зазвичай розташовують у далекому кінці приміщення.

Робочий простір: це місце, де персонал може працювати з клієнтами, проводити консультації та вирішувати питання замовлень. Робочий простір може бути обладнаний робочими столами, комп'ютерами та іншими необхідними засобами комунікації.

Зона відпочинку: для персоналу може бути корисною зона відпочинку або кімната для перерв, де вони можуть відпочити та перезарядитися.

Технічні зони: простір також може включати технічні зони для обслуговування та підтримки технічного обладнання, такого як освітлення, аудіо- та відеообладнання.

## **Освітлення**

Дизайн інтер'єру магазину одягу неможливий без ретельно спланованого освітлення, яке здатне створити потрібну атмосферу та вигідно підкреслити певні категорії товарів. Гарне освітлення сприяє тому, що відвідувачі залишаються в магазині довше та здійснюють покупки. Якщо якась зона

освітлена гірше, відвідувачі можуть її ігнорувати, що негативно вплине на продажі.

Основні джерела світла повинні забезпечувати м'яке розсіяне світіння. Для акцентування уваги на окремих товарах використовують яскраве спрямоване світло. Підсвічування стійок і полиць із взуттям знизу дозволяє продемонструвати товар у всій красі.

Основні правила освітлення для магазинів одягу:

- Загальний рівень освітленості торгового залу має становити близько 500 Лк.
- Акцентне підсвічування має бути на 40% яскравішим за загальне освітлення.
- Рівень освітленості акцентного світла - до 1500 Лк.
- Лампи повинні мати коефіцієнт передачі кольору не менше 90.
- Освітленість вітрин може досягати 3000 Лк.

Температура світла підбирається залежно від категорії товарів. Для молодіжного одягу краще використовувати холодне світло, а для преміум-товарів - тепле. Освітлення у примірювальних кімнатах має бути особливо ретельно продуманим. Світло повинно падати не зверху, щоб уникнути неприємних тіней, а на середньому рівні, наприклад, навколо дзеркала.

### **Матеріали меблів та обладнання**

При відкритті магазину одягу необхідно дотримуватися певних нормативних вимог до матеріалів меблів та обладнання. Ці вимоги включають правила щодо безпеки, екологічності, пожежної безпеки та відповідності санітарно-гігієнічним нормам. Нижче наведено основні нормативні вимоги, які можуть бути застосовані в Україні:

Безпека матеріалів. Використовувані матеріали повинні відповідати державним стандартам якості та безпеки. Всі матеріали, що використовуються для меблів та обладнання, повинні мати сертифікати якості, які підтверджують їх безпечність для здоров'я людини.

Пожежна безпека. Відповідно до ДБН "Пожежна безпека об'єктів

будівництва", матеріали повинні мати необхідні властивості щодо негорючості або вогнестійкості. Використовувані матеріали повинні мати відповідний клас пожежної небезпеки, що вказується в сертифікатах відповідності.

Екологічність матеріалів. Матеріали повинні відповідати екологічним стандартам, що регулюють вплив виробництва та використання матеріалів на довкілля. Часто використовуються матеріали, що мають сертифікати відповідності європейським екологічним стандартам.

Санітарно-гігієнічні вимоги. Всі матеріали повинні пройти перевірку та отримати висновок санітарно-епідеміологічної служби про відсутність шкідливих впливів на здоров'я людини. Поверхні меблів, що мають контакт з одягом, повинні бути гладкими, легко очищуваними та такими, що не виділяють шкідливих речовин.

Ергономічність, міцність та довговічність. Меблі та обладнання повинні бути ергономічними та зручними для використання як персоналом, так і клієнтами. Матеріали повинні бути міцними та стійкими до зносу, що є особливо важливим для торгових приміщень з високим трафіком.

### **Кольорове рішення**

Колірна гамма повинна відповідати категоріям товарів, представлених у магазині:

Офісний одяг добре виглядає в інтер'єрі з переважанням сірих, білих або блакитних відтінків.

- Теплі, неясні відтінки, такі як рожевий, бежевий, салатний, створюють гарний фон для повсякденного одягу.
- Яскраві насичені кольори, такі як червоний, жовтий, фуксія, фіолетовий, підходять для магазинів з молодіжним одягом або спортивними товарами.
- Бутики з вечірніми сукнями оформлюються у червоному, бордовому, золотому або сріблястому кольорах.
- Для маленьких шоурумів краще уникати темних кольорів, які можуть

візуально зменшити простір.

### **Примірювальні кабінки**

Примірювальні кабінки мають бути максимально зручними та добре освітленими, оскільки саме тут покупці приймають остаточне рішення про покупку. Обов'язкові елементи у примірювальній:

- Високе дзеркало в повний зріст, бажано декілька.
- Килим під ноги.
- М'який пуф.
- Гачки для одягу та сумок.
- Компактна поличка для особистих речей.

### **Вітрини**

Вітрина повинна привертати увагу покупців та спонукати їх зайти до магазину. На вітрині можна виставляти кілька манекенів із товарами середнього цінового сегмента. Дорогі зразки краще не виставляти, щоб не відлякати покупців високою ціною. У великих магазинах вітрина може бути прозорою, щоб через неї було видно внутрішній простір магазину. Для маленьких магазинів доречні вітрини закритого типу [16].

## РОЗДІЛ II. ЗАСОБИ І ПРИЙОМИ ФОРМУВАННЯ ІНТЕР'ЄРУ

### 2.1. Вихідні дані

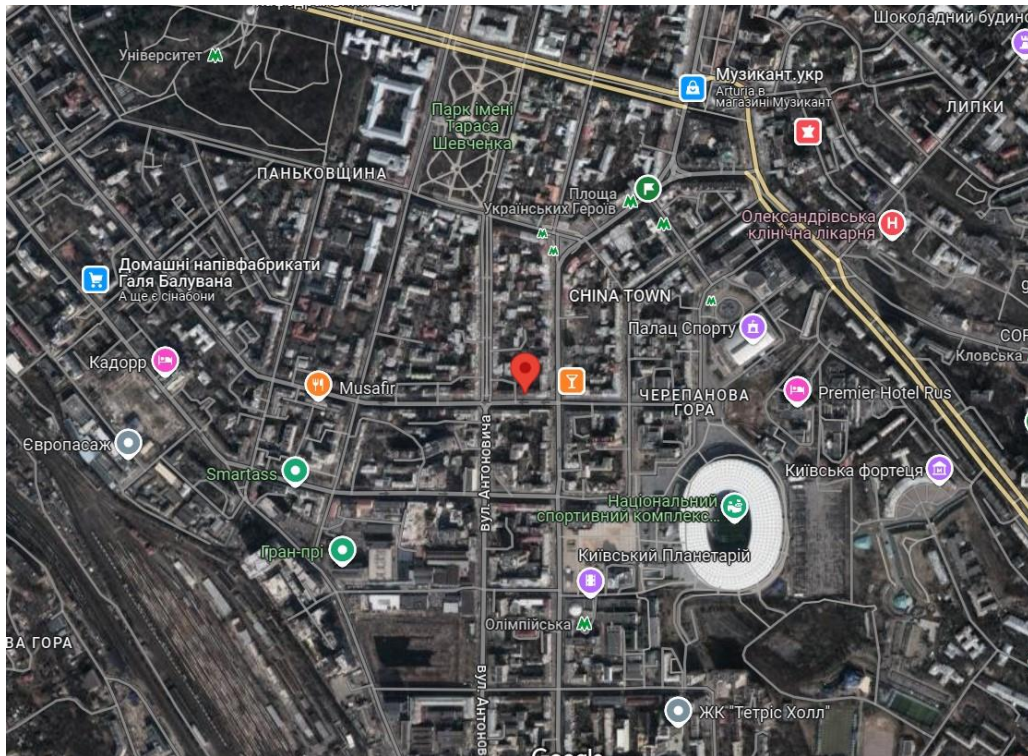


Рис 2.1 Ситуаційний план

[ <https://maps.app.goo.gl/2Hxh6QsLxDXhYfjQ> ]

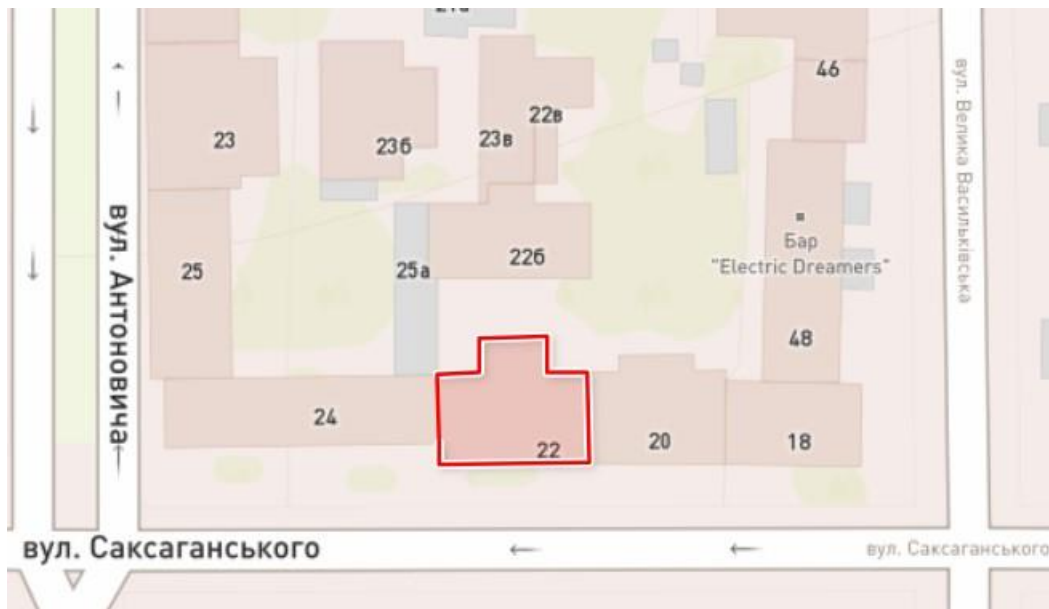


Рис 2.2 Генеральний план

[ <https://maps.visicom.ua/c/30.51516,50.4362,18/f/ADR3K0MXUAXCHEKKZV?l>

ang=uk]

Шоурум українського бренду одягу, який був обраний для проектування, розташовується на вулиці Саксаганського 22 в Голосіївському районі, м. Київ. Це комплекс, який складається з трьох будинків, а саме: № 22, № 22-б і № 22-в, кожен з яких має статус об'єкта культурної спадщини.

Київ, столиця України, є одним із найстаріших та найкрасивіших міст Європи. Розташований на мальовничих берегах Дніпра, Київ має багату історію, яка сягає понад 1400 років. Місто відоме своїми численними архітектурними пам'ятками, зокрема, Києво-Печерською лаврою та Софійським собором, які є частиною світової культурної спадщини ЮНЕСКО. Київ є важливим культурним, науковим, освітнім і промисловим центром країни, приваблюючи туристів з усього світу своїми зеленими парками, музеями, театрами та жвавою культурною сценою. Тут гармонійно поєднуються старовинні традиції та сучасний ритм життя, роблячи місто унікальним місцем для життя і відпочинку.

Завдяки цьому Київ є ідеальним містом для відкриття шоуруму українського бренду одягу.

### **Про будівлю**

На початку ХХ століття територія, де знаходиться садиба, була власністю Бориса Аароновича Клігмана, а в 1904 році перейшла у володіння купця першої гільдії Гірша (Григорія) Ароновича Клігмана, ймовірно, його брата. Забудова садиби завершилася до 1907 року, на що опосередковано вказує дата «1907» на фасаді одного з флігелів.

Садиба складається з головного будинку, розташованого на червоній лінії забудови вулиці, та двох флігелів у дворі. Один з них розміщений паралельно вулиці та головному будинку, а інший — у глибині ділянки, перпендикулярно до першого флігеля.

### **Головний будинок (№ 22)**

Будинок має чотири поверхи та підвал, зведений з цегли та виконаний у

формі літери Т. У центральній частині розташовані сходи, ліфти та вихід у двір. Дах двосхилий, вкритий бляхою, з плоскими перекриттями. Перший поверх первісно використовувався для торговельних приміщень, тоді як на верхніх поверхах були квартири.

Фасад будинку виконаний у цегляному стилі з елементами історизму, симетричний, двохосьовий, з десятьма вікнами. Крайні осі фасаду підкреслені невисокими ризалітами на два вікна кожен, увінчаними п'ятигранними щипцями з круглими люкарнами. Центральна частина фасаду з вісьмома вікнами виділяється аркатурою, яка сформована міжвіконними лопатками на рівні третього і четвертого поверхів. Центральний вхід прикрашений монументальним трикутним сандриком, що спирається на консолі, а в правій осі знаходиться проїзд у двір.

Вікна прямокутної форми: на першому поверсі широкі та без оздоблення, на другому — стандартного розміру, прикрашені рельєфними сандриками-полічками на консолях з квадратами діамантового русту. Вікна третього і четвертого поверхів трохи вужчі, ніж на другому, з клинчастими перемичками та замковими каменями. Міжвіконні лопатки декоровані квадратами, зубцями, нішами та полічками. Фасад завершується аркатурним фризом і карнизом з дентикулами на бокових щипцях.

Обабіч центральної осі фасаду розташовано два ряди балконів на два вікна кожен, більшість з яких зберегли оригінальні ковані металеві ґрати. Проте, чотири з шести балконів засклені, що негативно впливає на зовнішній вигляд фасаду.

Дворовий фасад оздоблений стриманіше: горизонтальне членування позначене слабо профільованими гуртами, вертикальне — гладенькими лізенами. Віконні ніші, бленди, лопатки та вінцевий карниз також прикрашені дентикулами.

Внутрішнє планування зазнало змін, але збереглася арка між вестибюлем і сходовою кліткою, а також кам'яні сходи з металевим огороженням.

Цей будинок є одним з найкращих прикладів цегляного стилю в Києві початку ХХ століття [17].



Рис 2.3 Фасад будівлі

[[https://uk.m.wikipedia.org/wiki/Садиба\\_на\\_вулиці\\_Саксаганського,\\_22\\_\(Київ\)](https://uk.m.wikipedia.org/wiki/Садиба_на_вулиці_Саксаганського,_22_(Київ))]

### Загальна відомість про шоурум

Шоурум розташований на першому поверсі будинку та має власний вхід. До складу входять приміщення №1- 46,65 м<sup>2</sup> та приміщення №2 – 63,07 м<sup>2</sup>. Загальна площа – 109,72 м<sup>2</sup>. Висота приміщення – 4 м.

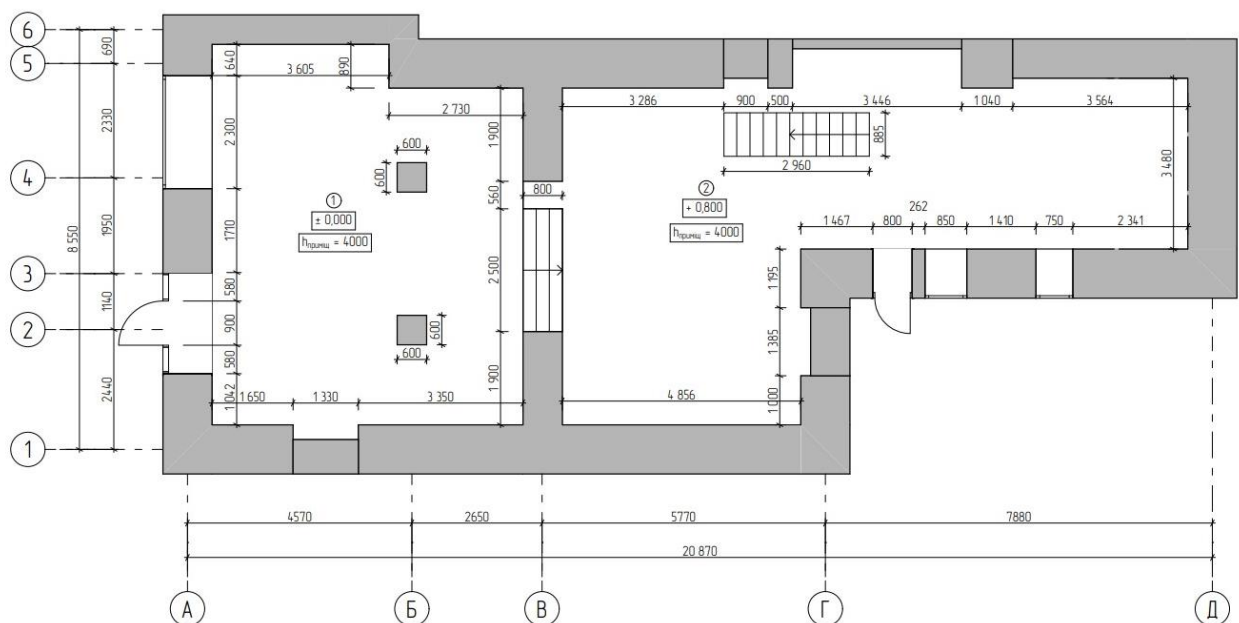


Рис.2.4 Обмірний план

Також в будівлі знаходиться підвал, в якому розташовані такі приміщення:  
№3 – сходові клітини, №4 – санвузол для працівників, №5 – склад, де зберігатиметься асортимент магазину та №6 – бомбосховище на випадок повітряних тривог.

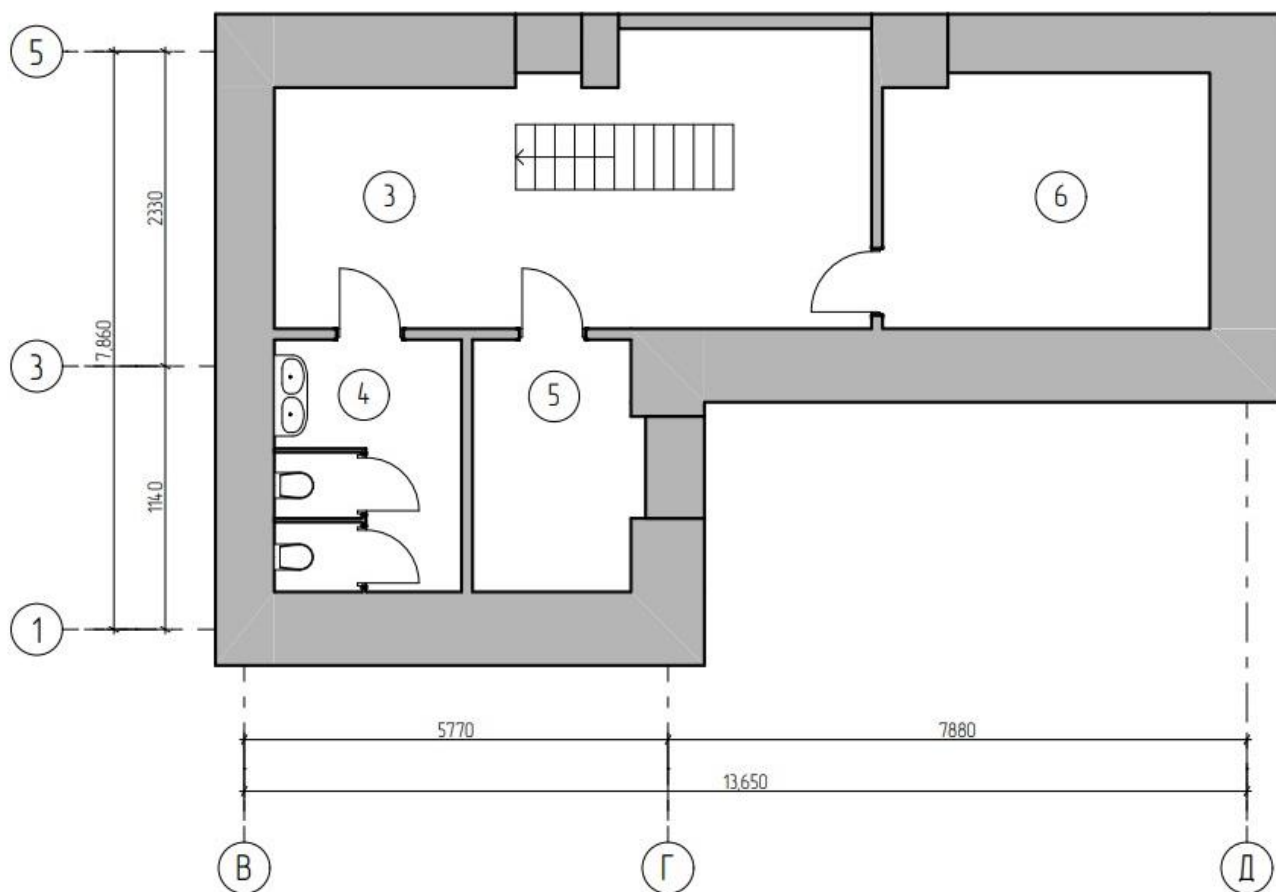


Рис.2.5 План підвального приміщення

## 2.2 Концепція інтер'єру

Концепцією шоуруму українського бренду одягу є відтворення унікального торговельного простору для людей, які цінують індивідуальність, стиль та якість. Основна ідея полягає в створенні атмосфери, де кожен клієнт може відчувати себе особливим, насолодитися процесом вибору та примірки одягу, а також отримати натхнення від унікального дизайну інтер'єру.

Важливою складовою шоуруму, на якій базується концепція є відвідувачі. В даному шоурумі немає розподілу на категорії, отже він відкритий для всіх поціновувачів моди, незалежно від віку, стилю та індивідуальних вподобань. Кожен відвідувач може знайти тут щось особливе для себе, насолоджуючись процесом вибору одягу в атмосфері, де зручно та комфортно. Шоурум пропонує інклюзивний простір, де всі бажаючі можуть відчувати себе частиною модної спільноти, а також отримати персональні консультації від стилістів.

Концепція цього шоуруму одягу фокусується на сучасному мінімалізмі з елементами індустріального дизайну та комфорті для відвідувачів. Приміщення оформлене з мінімальною кількістю декору, що підкреслює чистоту ліній і форм. Меблі мають простий дизайн, без зайвих деталей, що створює відчуття простору та легкості. Використання металевих елементів на стінах, строгих кольорових рішень та простих форм меблів надає приміщенню сучасного індустріального вигляду. Основні кольори, які фігурують в цьому проекті – сірий, синій, чорний та білий. Синій виконує роль акцентного кольору, привертаючи увагу та роблячи цей дизайн незабутнім.

Загальне розташування шоуруму, у самому центрі Києва, робить його доступним для всіх бажаючих, сприяючи значному потоку відвідувачів та підкреслюючи його статус як одного з головних модних центрів міста. Це стратегічне розташування дозволяє залучати не тільки місцевих жителів, але й

туристів, які бажають ознайомитися з сучасними українськими брендами та трендами. Близькість до основних транспортних артерій та популярних місць відпочинку забезпечує зручність відвідування, а навколишня інфраструктура, включаючи кафе, ресторани та інші магазини, створює приємне середовище для шопінгу та дозвілля.

### **2.3 Функціонально-планувальне і об'ємно-просторове рішення інтер'єру шоуруму**

Функціонально-планувальне і об'ємно-просторове рішення інтер'єру шоуруму надає відвідувачам максимально зручний та приємний досвід перебування, забезпечуючи легку навігацію та доступність до всіх товарів. Простір сплановано таким чином, щоб кожна зона виконувала свою функцію та гармонійно інтегрувалася у загальну концепцію.

#### **Зонування**

Зонування приміщення – це процес розподілу простору на функціональні зони з метою максимального використання площі та створення комфортного середовища.

#### Вхідна зона:

Вхід в приміщення здійснюється з боку вулиці, що забезпечує зручний доступ для всіх відвідувачів. Крім того в магазині передбачений евакуаційний вихід, що веде у двір житлового будинку, який знаходиться в кінці шоуруму. Це забезпечує додаткову безпеку та відповідає вимогам протипожежної безпеки.

#### Торгівельний простір:

У торговельному просторі гармонійно розташовані вішаки з одягом, стенди та ніші з широким асортиментом магазину. Кожен елемент простору продуманий до дрібниць, щоб клієнти могли легко знайти потрібні речі та насолодитися процесом вибору. Продукція розміщена таким чином, щоб підкреслити її унікальні особливості та створити привабливу візуальну композицію.

### Зона відпочинку:

Зона відпочинку служить комфортним місцем, де відвідувачі матимуть змогу випити напій, перепочити або просто розслабитись під час шопінгу. Тут можна зручно зачекати на друзів або родичів, які також можуть приміряти одяг чи робити покупки. Затишні місця для сидіння та приємна атмосфера створюють комфортні умови для відпочинку.

### Зона рецепції в поєднанні з зоною кав'ярні:

Ця зона поєднує в собі функції рецепції та кав'ярні, де відвідувачі зможуть оплатити свої покупки або замовити собі напій. Привітний персонал завжди готовий допомогти з вибором продукції, надати консультації та запропонувати різноманітні напої та легкі закуски. Така інтеграція створює зручний простір, де клієнти можуть не лише робити покупки, але й насолоджуватись приємним відпочинком.

### Зона примірочних:

У зоні примірочних розташовуються просторі кабінки для примірки одягу, обладнані великими дзеркалами, що дозволяють відвідувачам в повній мірі оцінити вигляд одягу на собі. Тут також є зручний диван, на який можна присісти для примірки взуття або просто відпочити. Усі ці елементи створюють комфортні умови для примірки одягу та забезпечують приємне враження від шопінгу.

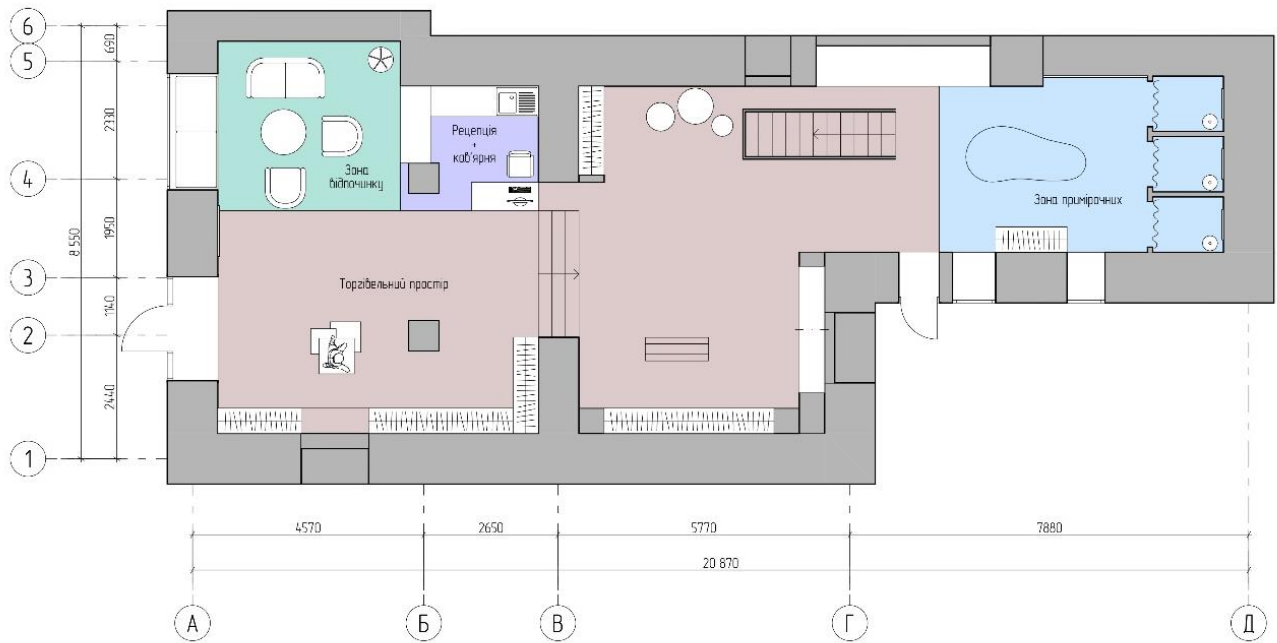


Рис.2.6 План зонування

Підсумовуючи, це функціонально-планувальне і об'ємно-просторове рішення для шоуруму українського бренду одягу, розроблене для створення комфортного, зручного та привабливого простору для відвідувачів, де кожен може насолодитися унікальним досвідом шопінгу, легко знайти необхідний одяг, отримати професійні консультації та відпочити в затишній атмосфері.

## 2.4 Меблі та обладнання

Шоурум одягу виконаний у сучасному мінімалістичному стилі з елементами індустріального дизайну. Основні кольори інтер'єру – синій, сірий, чорний та білий. Підлога - наливна під бетон, додає індустріальної строгості, водночас служачи нейтральним фоном, який не відволікає увагу від продукції, але водночас надає їй ваги та значущості.



Рис. 2.7 Торгівельна зала

У торговельній залі розміщені вішаки для одягу, виконані в мінімалістичному стилі з плавними лініями. Ці вішаки виготовлені з високоякісних матеріалів, що забезпечує їхню довговічність та естетичну привабливість. Під вішаками розташовані спеціальні платформи для взуття, що не тільки підкреслюють сучасний стиль, але й забезпечують зручний доступ до товару.



Рис. 2.8 Ніша для сумок



Рис. 2.9 Ніша для взуття та головних уборів

Інтегровані у стіни ніші використовуються для демонстрації сумок, взуття та інших аксесуарів. Ці ніші оформлені у стриманій кольоровій гамі, що робить їх ідеальними для презентації різноманітних товарів, акцентуючи увагу на кожному елементі колекції.

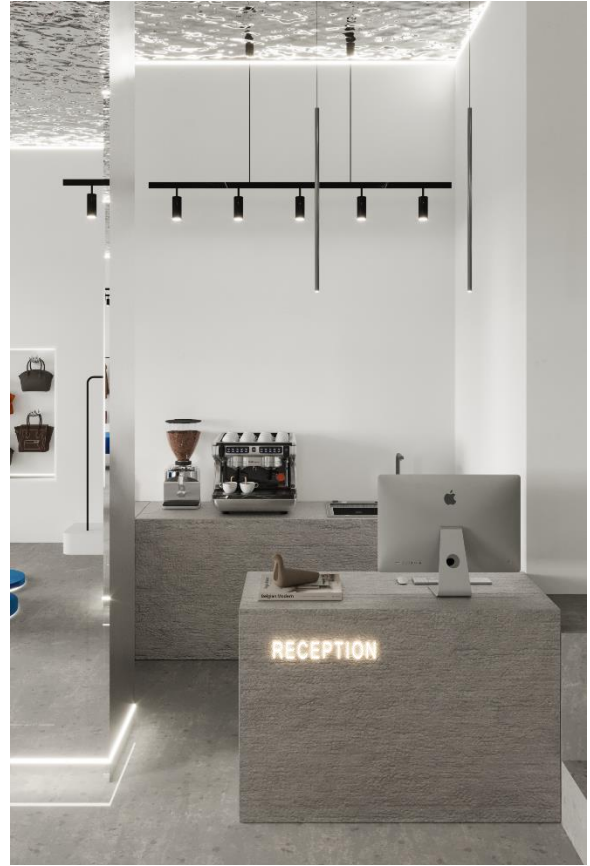


Рис. 2.10 та 2.11 Зона відпочинку та реєстрація

Ліворуч від входу знаходиться затишна зона відпочинку, де відвідувачі можуть перепочити та насолодитися атмосферою шоуруму. Тут розташовані два стильні крісла. Журнальний столик, що стоїть між ними, служить як для розміщення каталогів та журналів, так і для зручності відвідувачів. На підвіконні розміщені два невеликі матраци, які створюють додаткові місця для сидіння, що дозволяють відвідувачам насолоджуватися видом з вікна.

Реєстрація, виконана з каменю, має квадратну форму, яка гармонійно поєднується з загальним індустріальним дизайном приміщення. Це місце не

тільки служить точкою привітання відвідувачів, але й плавно переходить у кав'ярню, де клієнти можуть насолодитися свіжозвареною кавою та іншими напоями.



Рис. 2.12 Зона примірочних

Примірочні виконані у формі арки, що додає приміщенню витонченості та елегантності. Їх три, і кожна з них обладнана м'яким пуфом, гачками для одягу, м'яким килимком та великим дзеркалом у повний зріст. Ці елементи забезпечують максимальний комфорт для відвідувачів під час примірювання одягу. Вийшовши з примірочних, відвідувачі можуть побачити велике дзеркало на всю стіну, яке не лише додає простору, але й дозволяє розглянути себе з різних ракурсів. Поруч з дзеркалом розташований диван плавної форми, який забезпечує зручне місце для відпочинку. Після примірки речей відвідувачі можуть залишити їх на вішаку, що стоїть біля дивану, що

забезпечує зручність та порядок у примірочній зоні.

Освітлення у шоурумі ретельно продумане, щоб створити максимально комфортні умови для відвідувачів та підкреслити переваги товарів. Трекові світильники забезпечують яскраве, але ненав'язливе світло, акцентуючи увагу на одязі. Точкові світильники додають світла у необхідні зони, а підвісні світильники, розташовані над журнальним столиком у зоні відпочинку та над рецепцією, створюють затишну атмосферу. LED підсвітки, розміщені по всьому шоуруму, додають сучасності та стильності інтер'єру, підкреслюючи його індустріальні елементи. Завдяки продуманому освітленню кожен елемент інтер'єру та кожна одиниця товару виглядають у найкращому світлі, що сприяє приємному та комфортному шопінгу.

Цей детально продуманий і гармонійно виконаний дизайн шоуруму створює ідеальні умови для комфортного і приємного шопінгу, а також підкреслює сучасний стиль та естетику бренду, роблячи кожен візит незабутнім для відвідувачів.

## РОЗДІЛ III. ДИЗАЙН-РОЗРОБКА ЕЛЕМЕНТУ МЕБЛІВ

### 3.1. Аналоги

У процесі проектування шоуруму одягу наступним етапом стало створення стенду для демонстрації речей.

Розробка відповідного стенду залежить від багатьох факторів, таких як стиль шоуруму, концепція бренду та функціональні потреби. Важливо також врахувати ергономічність і зручність доступу до одягу для відвідувачів. Сучасні тенденції включають використання нестандартних матеріалів і інноваційних рішень, що дозволяє створити унікальну і привабливу вітрину, яка підкреслює індивідуальність бренду.

Для створення цього об'єкта було ретельно вивчено світові аналоги.



Рис.3.1 Дворівневий стенд

[ <https://www.pinterest.com/pin/757308493620642604/> ]

На зображенні представлено витончено оформлений стенд для одягу в шоурумі.

Круглі стільниці є центральним елементом стенду та складаються з двох білих фігур різної висоти. Вони мають гладку, мінімалістичну обробку, що підкреслює сучасний дизайн шоуруму. Висоти столиків варіюються, створюючи багат шаровий ефект, який додає динаміки в композицію.

Композиція столиків разом з розташованими на них предметами створює гармонійний та стильний вигляд, який привертає увагу відвідувачів і сприяє ефективній демонстрації продукції.

Такий стенд ідеально підходить для розміщення одягу, взуття, сумок, аксесуарів та інших товарів, створюючи при цьому привабливу і функціональну експозицію. Завдяки різнорівневим поверхням, він дозволяє ефективно демонструвати продукцію, привертаючи увагу відвідувачів.



Рис.3.2 Стіл вільної форми

<https://toddmerrillstudio.com/shop/studio/karl-springer-studio-free-form-low-table-usa-2015/>

The Free Form Low Table був першим твором, який ексклюзивно перевидала галерея Karl Springer LTD. Створений у 1970-х роках, цей низький стіл вільної форми є одним із найвідоміших дизайнів Спрінгера серед його численних робіт. Столи, як окремо, так і в групах, демонструють універсальний і грайливий дизайн, який залишається актуальним протягом часу.

Ці аморфні столи представлені в трьох формах, кожен з яких має висоту від 14 до 18 дюймів. Відповідно до оригінального дизайну Спрінгера, низький стіл Free Form можна замовити з матеріалів, таких як нержавіюча сталь, латунь, бронза або лакована козина шкіра в різних кольорах. Окремі столи оснащені прихованими заглибленими коліщатами, що дозволяє легко їх переміщати та обертати.

Стіл на зображенні виготовлено з дзеркально полірованої нержавіючої сталі [18].



Рис.3.3 Трирівневий стенд з полицями

<https://www.pinterest.com/pin/51017408273778914/>

Цей модульний стенд - втілення сучасного мінімалізму з функціональним додатком. Виготовлений із натурального дерева, він поєднує простоту форми з високою функціональністю.

Основними елементами є три циліндричні фігури, які розташовані на різних рівнях. Ці фігури символізують гармонію та різноманіття. Кожна фігура вбудована в попередню, створюючи ефект "сходинок" і додаючи глибини стенду.

Середня фігура має дві вбудовані полицьки, які розширюють функціональність. Полички додають можливість демонстрації предметів або розміщення дрібних аксесуарів. Крім того, вони обладнані LED-підсвіткою, яка підсвічує предмети на полицях, створюючи ефектний акцент. Ця підсвітка енергоефективна та додає атмосферного освітлення, підкреслюючи красу і естетику стенду.



Рис.3.4 Стенд з манекенами

[<https://www.pinterest.com/pin/1407443627909960/>]

На цьому прикладі зображений стенд, який демонструє елегантну та стильну експозицію. Розташований у шоурумі одягу, він створює атмосферу естетики та привабливості.

Основні елементи:

Чотири циліндричні фігури: Ці фігури розташовані на різних рівнях. Кожна фігура слугує підставкою для взуття та сумок, і дозволяє ефективно демонструвати різноманітні моделі одягу.

Манекени: На одній з фігур розташований манекен, вдягнутий у вибрану модель одягу, що надає йому реалістичного вигляду. Ще один манекен розміщений біля стенду.

Півколо: Розташоване позаду експозиції, півколо функціонує як візуальний бар'єр, який відокремлює цей стенд від інших зон шоуруму. Воно створює зону приватності та ізоляції, що дозволяє гостям зосередитися на моделях одягу та зручно переглядати їх.

Стенд вражає своєю простотою і в той же час функціональністю. Він створює атмосферу класичного та сучасного одночасно, дозволяючи кожному гостю відчувати себе частиною модного світу. Кольори білого та під дерево надають йому природного тепла та затишку, роблячи стенд привабливим та привітним для відвідувачів.

### **3.2. Функціональні, технологічні, конструктивні особливості**

В якості елемента меблів інтер'єру було розроблено стенд для розташування асортименту шоуруму (одяг, взуття, сумки та ін.)

На плані меблів та обладнання виділено зону, де встановлено стенд. (Рис.3.5)

Він розташований навпроти входу в приміщення, що одразу привертає увагу відвідувачів.

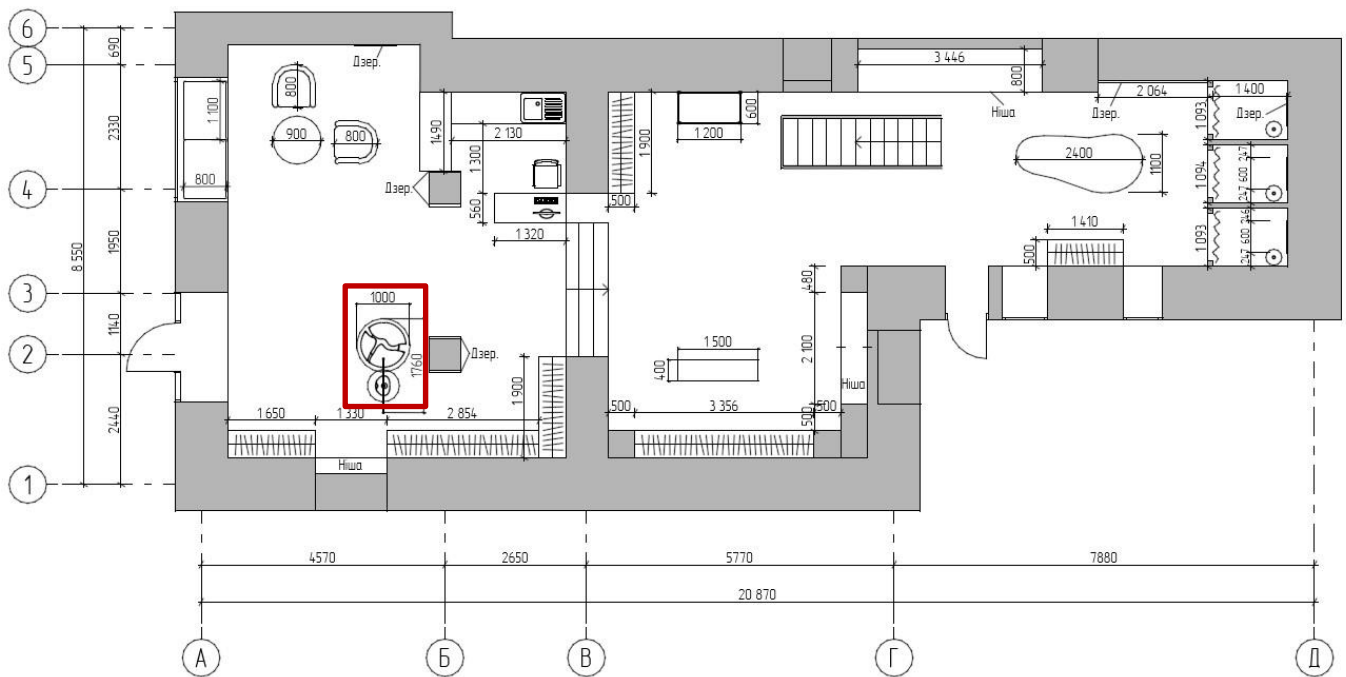


Рис. 3.5 Розташування стенду на плані меблів та обладнання

### Загальний вигляд і деталі конструкції

Стенд, представлений на зображенні, має сучасний, мінімалістичний дизайн, який ідеально підходить для шоуруму одягу.

Основним елементом є три вертикальні блоки різної висоти, розташовані на лівій частині стенду. Вони створюють ефект каскаду, плавно переходячи один в одного, що додає динаміки в дизайн стенду. Ці блоки призначені для демонстрації аксесуарів, взуття, сумок або інших предметів одягу, створюючи цілісну композицію з представленими товарами. Блоки встановлені на круглому подіумі, який дозволяє легко інтегрувати підсвічування. Основа підсвічена по краях, що створює ефект легкості та підкреслює контури конструкції. Підсвічування додає стенду сучасного вигляду та привертає увагу відвідувачів.

Поруч з блоками розміщено манекен, розташований на правій частині стенду. Він виконаний у класичному стилі торсу, що дає можливість демонструвати різноманітний одяг, зокрема верхній одяг, сукні, сорочки та блузи. Манекен встановлено на вертикальному стрижні, що піднімається з круглої платформи синього кольору. Навколо манекена розміщено металевий обруч, який додає

конструкції витонченості та стильності.

### **Матеріали та текстури**

Стенд виконано з якісних матеріалів, що забезпечують його довговічність та естетичний вигляд. Вертикальні блоки виготовлені з міцного матеріалу з матовою поверхнею, яка контрастує з блиском манекена. Це може бути пофарбований MDF або інший подібний матеріал, що забезпечує стійкість та надійність конструкції.

Манекен виготовлений з гладкого, блискучого пластику, який легко чиститься і довго зберігає привабливий зовнішній вигляд. Металевий обруч, що оточує манекен, має матову текстуру металу, яка контрастує з блиском манекена. Синя основа стенду виконана з пластику або композитного матеріалу, що дозволяє легко інтегрувати підсвічування.

### **Функціональність**

Цей стенд не тільки естетично привабливий, але й функціональний. Основні елементи - три вертикальні блоки - забезпечують зручне місце для розміщення різноманітних аксесуарів, взуття та інших предметів одягу. Вони дозволяють створити цілісну композицію, демонструючи товари у вигідному світлі.

Манекен на стенді надає можливість демонстрації одягу у повній мірі, підкреслюючи його особливості та стиль. Металевий обруч навколо манекена виконує як декоративну, так і практичну функцію, створюючи акцент на центральному елементі стенду. Підсвічування стенду додає йому привабливості, підкреслюючи важливі елементи та створюючи ефект легкості та простору. Це особливо важливо для шоуруму, де кожен елемент інтер'єру має працювати на підкреслення унікальності та якості представленого одягу.

### **Дизайнерські рішення**

Сучасний мінімалістичний дизайн стенду робить його універсальним та придатним для будь-якого шоуруму. Простота форм та ліній дозволяє легко вписати його в різні інтер'єрні концепції. Контраст між гладкими і матовими поверхнями додає глибини та об'єму конструкції.

Три вертикальні блоки створюють каскадний ефект, який додає динаміки та привабливості стенду. Плавні лінії та гармонійні пропорції всіх елементів створюють відчуття цілісності та завершеності композиції.

Враховує всі фактори, представлений стенд є чудовим прикладом поєднання функціональності та естетики. Він забезпечує зручність у використанні для демонстрації аксесуарів, взуття та інших предметів одягу, а також створює привабливу візуальну композицію, яка неодмінно приверне увагу відвідувачів шоуруму. Завдяки своєму сучасному дизайну, цей стенд може стати центральним елементом будь-якого шоуруму, підкреслюючи стиль та унікальність представлених товарів.



Рис.3.6 та 3.7 3-D модель стенду та візуалізація в інтер'єрі

## ВИСНОВКИ

На сьогоднішній день проектування шоуруму українського бренду одягу має велике значення. Грамотно спроектований шоурум може привернути увагу покупців, збільшити продажі та створити конкурентну перевагу. Під час війни в Україні дизайн шоуруму для українського бренду одягу стає ще більш важливим з кількох причин. Він може виступити як інструмент для популяризації української культури, а також залучити міжнародну аудиторію та допомогти просуванню українського бренду за кордоном. Створення ефективного торгового простору шоуруму для українського бренду одягу під час війни є важливим кроком у підтримці країни та позиціонуванні українського бізнесу на міжнародному рівні.

Після аналізу світового та національного сегменту було розроблено проект шоуруму одягу площею 110 квадратних метрів, який є максимально комфортним і задовольняє всі потреби відвідувачів. Функціонально-планувальні рішення були прийняті на основі ретельного дослідження різних аналогів і нормативів. Приміщення поділене на чотири зони: зона відпочинку, де відвідувачі можуть випити напій, відпочити або зачекати; зона рецепції, поєднана з кав'ярнею, де можна оплатити покупки або замовити напій; торговельний простір, призначений для розміщення одягу, взуття та сумок; зона примірочних з диваном і великими дзеркалами. При виборі кольорової гами та оздоблювальних матеріалів використовувалися існуючі проекти багатьох дизайнерів та інформаційні джерела, що допомогли створити атмосферне середовище. Меблі та обладнання відповідають усім ергономічним вимогам.

Унікальне обладнання для шоуруму є надзвичайно важливим. З цією метою було вирішено розробити спеціальний стенд для асортименту магазину, який виконує не лише естетичну функцію, але й дозволяє компактно розміщувати одяг у торговельному просторі. Цей підхід є прикладом дизайнерської розробки обладнання.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Нариси з історії українського дизайну ХХ століття : Зб. статей / Ін-т проблем сучасного мистецтва НАМ України ; За заг. ред. М. І. Яковлева ; Редкол. : В. Д. Сидоренко (голова), А. О. Пучков, О. В. Сіткарьова та ін. – К. : Фенікс, 2012. – 256 с.;
2. Сьомка С. В. Основи дизайну архітектурного середовища : підручник. Київ : Видавництво Ліра-К, 2020. 480 с.;
3. Грицюк Л.С. Інтер'єр: альбом-посібник до лекційного курсу «Проектування інтер'єрів житлових та громадських приміщень» / Л. Грицюк, О. Пекарчук. - Л.: Вид-во Львів. політехніки, 2011. - 108 с.
4. Що таке дизайн інтер'єру? [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://iida.org/about/what-is-interior-design>
5. Секретний шопінг, або Що таке шоу-рум? [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://otiumportal.com/sekretnij-shopping-abo-shho-take-shou-rum>
6. ШО ТАКЕ ШОУ-РУМ? [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://eurostok.com.ua/shho-take-shou-rum.html>
7. Маркетинг магазину одягу, взуття чи аксесуарів [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://dinanta.com/blog/clothing-store-marketing>
8. Найкращі матеріали для створення якісних інтер'єрів магазинів [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.homeguide.com.sg/the-best-materials-for-the-creation-of-quality-retail-interiors/>
9. Що всередині: флагманський магазин PAPAŸA у Києві [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://officiel-online.com/uk/lifestyle-2/style-life/papaya-kyiv-store/>
10. СHER'17 Шоурум – портал в іншу реальність від Tempproject [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://pragmatika.media/project/cher-17-showroom-portal-v-inshu-realnist-vid-temp-project/>
11. 19.11 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.behance.net/gallery/183719615/1911>

12. МУКНА | Модний шоурум [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:  
<https://bogdanovabureau.com/portfolio-item/mukha-fashion-showroom/>
13. Магазин COOSH [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:  
<https://www.behance.net/gallery/158905333/COOSH-store>
14. SYMBOL [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:  
<https://www.balbek.com/symbol>
15. ДБН В.2.2-9:2018. Громадські будинки і споруди. Основні положення
16. Особливості дизайну магазину одягу [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:  
<https://borisstudio.com/uk/dizajn-interera-magazinu-odyagu/#:~:text=які%20необхідно%20ретельно,біля%20холодної%20зони>
17. Садиба на вулиці Саксаганського, 22 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:  
[https://uk.m.wikipedia.org/wiki/Садиба\\_на\\_вулиці\\_Саксаганського,\\_22\\_\(Київ\)](https://uk.m.wikipedia.org/wiki/Садиба_на_вулиці_Саксаганського,_22_(Київ))
18. Karl Springer LTD, низький стіл із нержавіючої сталі вільної форми, США [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:  
<https://toddmerrillstudio.com/shop/studio/karl-springer-studio-free-form-low-table-usa-2015/>

**Anti-Plagiarism v-15.257****Максимальное совпадение с одним документом 0.0%****Словари проверки: en\_US, ru\_RU, ua\_UA. Ошибок в документах: 9%**

ID: 128904 Название: Дизайн інтер'єру та обладнання шоуруму українського бренду одягу Добавлено в БД: 2024-06-06 Авторы: Велічко Анастасія Олександрівна Руководители: Колобанова Д.А. Консультанты: Оponentы:	Документ		Суммарное совпадение по Базе Данных	
	Символы	Лексемы	Символы	Лексемы
	61461	561	844 (1%)	12 (2%)

## Источники плагиата

ID	Описание	Наличие плагиата в документе	
		Символы	Лексемы