

УДК 7.012 : 721 (045)

Л. Р. Гнатюк, канд. арх., доц.

Я. О. Кошельник, бакалавр з дизайну

Національний авіаційний університет, Україна

ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОСТОРУ ОФІСНИХ ПРИМІЩЕНЬ АВІАКОМПАНІЙ

Анотація: у статті розглянуто основні засади формування офісного середовища авіакомпаній. Досліджується розташування меблів та офісних приладів, а також вибір сприятливого освітлення та засади вибору колірної гами для створення психологічно комфортного середовища, завдяки якому підвищується продуктивність працівників і компанії в цілому.

Ключові слова: психологічний комфорт, офісне середовище, дизайн.

Постановка проблеми. Успіх будь-якої компанії залежить від людей, які в ній працюють. Працездатність кожного співробітника залежить не лише від правильно організованого трудового процесу і внутрішніх відносин в колективі, але і від того, як організований офіс в цілому і робоче місце даного співробітника, зокрема.

Дизайн офісів українських авіакомпаній на даний час одноманітний та типізований, що знижує психологічний комфорт і працездатність, а також не сприяє розвитку особистості. Важливим є звернути особливу увагу на створення комфортного середовища праці та розвитку для співробітників авіакомпанія засобами дизайну.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Велику увагу даному питанню приділяють західні країни, в той час як на території колишнього СРСР питання майже не розглядаються. Згадують про психологічний комфорт, в контексті дизайнерського погляду такі науковці як, К. Кондратьєва [1], В. Даниленко [2]. В роботах А.Н. Дональда [3] та І.Т. Волкотруба [4] розкрито вимоги дизайну офісних приміщень, зосереджено увагу на основних чинниках формоутворення промислових виробів, методиці та технології дизайну.

Але на жаль на сьогоднішній день питання створення психологічно комфортного середовища в офісних приміщеннях для забезпечення працездатності людей є недостатньо розглянуте.

Формулювання цілей статті. Дослідити створення психологічного комфортного середовища щодо дизайну офісних приміщень, з огляду на умови забезпечення працездатності людей.

Основна частина. У сучасних умовах офіс стає важливим засобом спілкування з клієнтами та вираження ідей компанії. Дизайн інтер'єру на заході розглядається як частина маркетингової стратегії фірми.

Офіс авіакомпанії призначений для двох типів діяльності - як для індивідуальної, що вимагає тиші і концентрації, так і для колективної, що вимагає спілкування та обміну інформацією. Основною складністю в розробці концепції дизайну інтер'єрів офісів авіакомпанії є пошук рівноваги між двома цими потребами.

Важливим є організувати офісний простір так, щоб він став зручним для кожного співробітника та відвідувача, - одна з основних завдань як керівництва компанії так і дизайнера. Адже продумане планування робочих місць дозволяє істотно збільшити продуктивність праці і сприяє самоідентифікації співробітників з компанією.

Оскільки в офісі багато хто проводить по 8-10 годин на день, комфортність робочого місця і його ергономіка стають основними умовами охорони праці. Комфортність залежить від багатьох чинників - зручності меблів, продуманості планувальних і колірних рішень інтер'єрів, температури і якості повітря. Багато значить і планування приміщень. Найбільш поширені такі її види - офіс закритого типу, загальний простір і комбінований офіс.

Офіс кабінетного типу - класична схема планування, що створює атмосферу самоти і спокою. Але в ньому неможлива колективна робота, утруднено спілкування співробітників, і простір використовується менш ефективно. Таке рішення підходить для невеликих компаній, розділених на відділи, які досить мало контактують між собою.

Є два види офісів кабінетного типу. До першого виду належать кабінети для одну-дві особи, що забезпечує максимальну усамітнення і чітку просторову організацію. До другого типу належать офіси, що складаються з кімнат більшої площі, розрахованих на колективи від трьох осіб. Цей тип офісу може бути оптимальним для спільної творчої роботи. Так може бути організований робочий простір групи осіб, зайнятих в одному проекті.

Стиль Open Space - це дизайнерське втілення демократичних відносин всередині єдиної структури. Візуально сучасний стиль виглядає як великий простір, без зведення будь-яких стін. Робоче приміщення раціонально розділяється на декілька функціональних зон за допомогою мобільних (пересувних) або стаціонарних перегородок. Головною особливістю відкритого стилю є можливість миттєвої внутрішньої координації робочим процесом і економія функціонального простору з огляду на відмову від використання стаціонарних стін і дверей.

Відкритий простір підходить головним чином для організацій і великих компаній, що динамічно розвиваються. Більшість співробітників тут знаходяться в одному приміщенні, розділеному лише меблями - шафами, стелажми і столами. Такому офісу притаманні командний дух, відсутність

приватності і високий темп роботи. Але очевидні і деякі недоліки, наприклад, низька звукова і зорова ізоляція робочих місць.

Варіантом відкритого простору є груповий офіс, де загальний простір ділиться низькими перегородками на окремі зони. Постійне спілкування можливе тільки в маленьких групах, а для обміну інформацією є загальні зони. В такому офісі простір використовується з максимальною ефективністю. Водночас, посилюється почуття приналежності до колективу. Оскільки рівень звукоізоляції при такому рішенні досить низький, рекомендується застосовувати звукопоглинаючі підвісні стелі.

Сьогодні найбільш перспективний вид організації простору, що забезпечує ізоляцію робочих місць і одночасно підтримує спілкування всередині колективу є комбінований офіс, який розвиває дух колективізму, гарантує достатню ізольованість співробітників, створює комфортність і ясність просторової організації. Окремі приміщення можуть бути відділені прозорими перегородками від центральних зон, призначених для загального користування. Таке рішення нівелює протиріччя між необхідністю сконцентруватися на роботі і потребою співробітників у спілкуванні.

Тяжіння до великих приміщень компенсується особливим моделюванням офісного простору, що включає в себе всі три виміри. Особлива увага приділяється ергономіці і зонуванню офісу.

Важливим елементом офісу авіакомпанії є вхідна зона. Її конфігурація визначається ступенем індивідуальності і відкритості компанії. Зазвичай тут же розташовуються зона очікування і гардероб. Вдалою знахідкою стане інформаційна стійка, що знайомить зі структурою і специфікою діяльності компанії.



Офіс TEZ TOUR в м.Хургада (Єгипет)



Авіакомпания Czech airlines

Рис. 1. Вхідна зона авіакомпаній.

В даний час роль особистого спілкування з клієнтами постійно зростає, тому облаштованості переговорних зон слід приділити підвищену увагу. Тут важливі рівне, спокійне освітлення, не дратівливий дизайн, забарвлення меблів, і, нарешті, її зручність. До того ж ці приміщення можуть використовуватися для проведення семінарів і тренінгів, що принципово для розвитку корпоративної культури. Тому розумно розмістити в них устаткування для презентацій.

Компанія «Авіалізінгу» існує вже майже 20 років і займається вирішенням специфічних повітряних завдань. Компанія, що має власний парк судів з 19 літаків і вертольотів, доставляє гуманітарні вантажі для операцій ООН, займається евакуацією постраждалих, а також надає всілякі авіаційні послуги для нафтових і газових компаній.

Саме тому новий офіс у вежі «Федерація» безликий оупенспейс перетворили в оригінальне і комфортне робоче простір. Перед командою стояло непросте завдання - створити неабиякий і сучасний інтер'єр, який не суперечив би специфіці і статусу компанії. Загальна концепція полягає в поділі простору на дві основні зони: представницьку і оупенспейс, де працює велика частина співробітників. Зони розділені стійкою ресепшен (рис. 2).



Рис. 2. Офіс компанії Авіалізінг

Гарним доповненням до кімнати переговорів є - кофіс, призначений для неформального спілкування з клієнтом або між співробітниками. Кофіс - синтез кафе та офісу, де за чашкою чаю можна обговорити робочі питання. На відміну від їдальні, він знаходиться поблизу від робочої зони, фактично продовжуючи її, і переносячи творчий процес у більш невимушену обстановку.

Для спілкування між співробітниками використовуються не тільки переговорні кімнати або кофіс, але також виділяються окремі зони між робочими зонами. Для полегшення спілкування в них можлива установка високих столів, за якими можна стоячи працювати з документами або мобільними електронними пристроями.

Говорячи про найважливіше - кабінет керівника, необхідно відзначити, що його статус поступово змінюється. Раніше він був втіленням значущості і висоти місця керівника, що виражалося, наприклад, в складності доступу або пафосності інтер'єру. Однак сучасні тенденції управління організацією, навпроти, розглядають главу компанії як лідера команди, об'єднаної однією метою, і вимагають більш безпосереднього контакту з підлеглими. Це призводить до "демократизації" кабінетів начальства, що знаходить своє відображення як в офісній плануванні, так і в оздобленні приміщень. Так що тут стають цілком доречними напівпрозорі перегородки з жалюзі, що відокремлюють кабінет від основної робочої зони і забезпечують належний рівень зорової і звукової ізоляції.

Стиль офісу - це не тільки зручність і краса. Істинний стиль - це матеріалізований корпоративний дух. І чим яскравіше він виражений, тим виразніше буде інформативність для клієнта, що він потрапив за адресою.

Офісний простір багато в чому визначає сприйняття філософії компанії. І тому важливим є обрання відповідного сценарію організації простору інтер'єру. Для авіакомпанії, яка працює по всьому світу, в різних часових поясах - бажаним є створення власного поясу комфорту і затишку.

Успішно виражена в дизайні інтер'єру ідеологія компанії призводить до більш сильного зближення з нею співробітників і відвідувачів, служить відмінною рекламою. Особливо важливим є те, щоб люди, які половину свого життя проводять в офісі, ототожнювали себе з компанією, напрямком її діяльності, її цілями і почували себе на робочому місці як вдома. Тільки тоді вони зможуть працювати з повною самовіддачею і максимально ефективно. Що, в свою чергу, підвищить конкурентоспроможність та ринковий потенціал авіакомпанії.

Національна авіакомпанія Туреччини Turkish Airlines представила новий СІР-зал (Commercial Important Person Lounge) в Міжнародному аеропорті імені Ататюрка в Стамбулі. Він був спроектований дизайнерами компанії Autoban і

розкинувся на 3000 квадратних метрів. Щодня його відвідують близько 2000 чоловік. Головним завданням дизайнерів було занурити пасажирів Turkish Airlines в місцеву культуру. Головний архітектурний елемент - це, безумовно, арка. Їх тут безліч. Проте на ряду з цим СІР-зал виглядає сучасно і стильно. Тут є все необхідне - кімнати відпочинку, ресторан, чайний сад, бібліотека і кінотеатр (рис. 3).



Рис. 3. Національна авіакомпанія Турції Turkish Airlines

У міру того, як розвивалась дизайнерська думка і уявлення про комфорт, образ типового офісу зазнав певних змін, так само як і стилістичне вирішення офісного простору.

Якщо компанія серйозна, і нею керують консерватори, то, звичайно, доречніше класичний стиль. У цьому випадку важлива дорожнеча і одночасно скромність матеріалів інтер'єру. Цей стиль буде доречним якщо авіакомпанія має давню історію і давно займається авіаперевезеннями. Модерн і хай-тек актуальні в авіакомпаніях, що виникли недавно і займаються, високими технологіями. Офіс має бути обличчям фірми, що відображає її індивідуальність.

З іншого боку важливим є використання еко-стилю, що сприятиме наближенню працівників до природи. Екостиль може виражатися як у формах та біонічних ліній, так і у використанні природних матеріалів.

Також варто враховувати те, що інтер'єри офісу - відмінна можливість підкреслити успішність компанії. Так, скляні прозорі підлоги, являють собою приклад стильного і дорого рішення. Вдалим рішенням буде розміщення під ними логотипу фірми.

В колірному оформленні необхідно відзначити відхід на другий план сіро-чорної, монохромної гами. Сьогодні більш актуальними є поєднання: помаранчевого і синього, жовтого і синього, зеленого. Яскраві плями офісів у сірому місті виглядають несподівано радісно, тим самим залучаючи потенційних клієнтів.

Висновки. У процесі даного дослідження визначено основні види діяльності авіакомпанії : індивідуальна та колективна, що відповідно, впливають на формотворення простору роботи та відпочинку.

Серед виявлених типів офісних приміщень визначено найбільш перспективні для розвитку авіакомпаній, яким є відкритий простір (open space) та його різновид - груповий офіс.

Основними елементами формування середовища офіс визначено - вхідну групу, яка формує перше враження про компанію; робоча зона, в якій особливу увагу слід приділяти переговорній зоні до яких також можна віднести зони кофісу. Не менш важливим але менш відвідуваними є зона керівництва та відпочинкова зони. Пріоритетними напрямками стилістичного та колірного вирішення офісів авіакомпаній - є поєднання екологічності та урбанізації.

Зважаючи, на виявлені особливості - головним в розробці концепції дизайну офісу авіакомпанії є відображення в його дизайні і плануванні основний напрямок діяльності компанії, її ідеологію і займане становище на ринку. Дизайн інтер'єру і планування офісу - невіддільні компоненти корпоративної культури, які є обличчям компанії. Офіс - це знаряддя

виробництва, що допомагає авіакомпанії здійснювати свою діяльність. Сучасні тенденції дизайну в галузі облаштування офісів прагнуть до перетворення офісного простору в ідеальне середовище для роботи в сучасному високотехнологічному світі.

Перспективи подальших дослідження. Вивчення та розробка елементів обладнання та умеблювання офісів авіакомпанії в умовах створення нової промислово-ділової мови спілкування, цифрової та електронної естетики. Поєднання високих технології (hi-tech) і нижчих технології (low-tech) в розробці концепції дизайну інтер'єрів офісів авіакомпаній.

Література

1. Кондратьева К. А. Дизайн и экология культуры. – М.: МГХПУ им. С.Г Строганова, 2000. – 105 с.
2. Даниленко В. Я. Дизайн України у світовому контексті художньо–проектної культури ХХ століття (національний та глобалізаційний аспекти): Автореф. дис. д-ра мистецтвознавства: 05.01.03 / Львівська нац. академ. мистецтв. – Львів, 2006. – 36 с.
3. Дональд А.Н. Дизайн привычных вещей. The Design of Everyday Things. /А. Н. Дональд — М.: Вильямс, 2006. —384 с.
4. Волкотруб И. Т. Основы художественного конструирования / И.Т.Волкотруб. – К.: Вища школа, 1988. – 191 с.

Аннотация

В статье рассмотрены основы формирования офисной среды авиакомпаний. Исследуют расположение мебели и офисных приборов, а также выбор благоприятного освещения и цветовую гамму для создания психологически комфортной среды, благодаря которому повышается производительность работников и компании в целом.

Ключевые слова: психологический комфорт, офис, среда, дизайн.

Abstract

In this article the basic formation of the office environment. Was investigated the furniture arrangement and office equipment and well as a selection favorable lighting and color gamma to create a psychologically comfortable environment, through which rises productivity of employees and company as a whole.

Keywords: psychological comfort, office, environment, design.