

УДК 7.012:725.39(045)

І. С.Ткаченко,

студентка 6-го курсу кафедри комп'ютерних технологій дизайну НАУ

І.О.Русаков,

*канд. техн. наук,**доцент кафедри комп'ютерних технологій дизайну НАУ*

ПРИЙОМИ ФОРМУВАННЯ ІНТЕР'ЄРУ ОФІСНОГО ЦЕНТРУ АВІАКОМПАНІЇ

Анотація. Стаття присвячена визначенню основних прийомів формування інтер'єру офісного центру авіакомпанії. Висвітлено вплив діяльності авіакомпанії на формування інтер'єру офісу. Наведено інформацію про складові авіакомпанії та структуру офісу в залежності від його класифікації.

Ключові слова: інтер'єр, офіс, авіакомпанія, прийоми.

Постановка проблеми. Питання встановлення прийомів формування інтер'єру офісного центру авіакомпанії не було в достатній мірі дослідженим на території України. При розробці дизайну внутрішнього простору офісу авіакомпанії використовувалися загальні прийоми, встановлені для проектування громадських приміщень, що негативно впливало на розвиток офісного проектування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дана стаття є продовженням дослідження авторів [1, 2]

Дослідження питань формування інтер'єру офісу представлені у працях: Полевичок М. О.[3], Блохіна В.В.[4], Новікової Є. Б. [6].

Виділення невирішеної раніше частини проблеми. Автором статті було проведено аналіз особливостей формування інтер'єру громадських будівель. На базі проведеного аналізу, визначено основні прийоми формування внутрішнього простору громадських приміщень. Розглянуті особливості побудови інтер'єру офісних приміщень. Не розкритим залишилося питання доцільності використання прийомів формування інтер'єру громадських будівель для проектування офісного простору авіакомпанії.

Мета статті. 1) дослідити особливості формування інтер'єру офісу авіакомпанії, опираючись на її структуру; 2) встановити на базі загальних досліджень основні прийоми формування інтер'єру офісного центру авіакомпанії;

Основна частина досліджень. Офісний простір визначає сприйняття специфіки роботи компанії. Успішно виражена ідеологія компанії приводить до

сильнішого зближення з нею співробітників і відвідувачів, служить відмінною рекламою.

Специфіка роботи авіакомпанії накладає відбиток на формування простору офісу даної фірми.

Авіакомпанія (авіаційна компанія) - організація, що проводить пасажирські і вантажні повітряні перевезення, авіаційні роботи. В радянський період використовувався синонім авіапідприємство (авіаційне підприємство).

Офіс (від англ. Office) – приміщення, в якому розташовується компанія або її персонал, що керує.

Офісні приміщення в тому вигляді, розумінні, в якому зараз вони існують сформувалися з розвитком ринкової економіки на початку 20 сторіччя.

Робочий простір сучасного офісу авіакомпанії звичайно ділиться на дві зони. Одна зона - front — це представницький офіс авіакомпанії, по якому клієнти можуть судити про її солідність і надійність. Інша - back — робочий офіс компанії. Зрозуміло, наявність і співвідношення цих двох типів приміщень залежить від структури авіакомпанії.

Офісний центр авіакомпанії, зазвичай, включає в себе такі структурні підрозділи: центр роботи з клієнтами, що включає зону реєстрації, відділ пересилок, тур бюро; call-центр; бухгалтерію; приміщення керівництва.

Для розробки художнього образу інтер'єру офісного центру, слід визначити основні прийоми формування внутрішнього простору:

- побудови інтер'єру, оснований на використанні фірмового стилю;
- трансформації масштабів;
- логічного взаємозв'язку приміщень;
- взаємопідпорядкування приміщень;
- нюансного виділення елемента інтер'єру;
- направляючих шляхів інтер'єру.

Приєм побудови інтер'єру, оснований на фірмовому стилі авіакомпанії оснований на використанні основних ознак фірмового стилю. Це принциповий метод формування простору офісних приміщень, що робить вплив на об'ємну форму й внутрішню структуру. Дизайн інтер'єрів таких офісів авіакомпаній побудований за єдиною схемою з використанням певних повторюючихся елементів. Такий прийом відображає систематизацію структури проектування різних за характером офісів єдиної авіакомпанії. Даний прийом побудований на чуттєвому сприйнятті глядачем інформації, що несе інтер'єр офісу. І включає асоціативні відчуття, що викликають подальше впізнавання повторюючихся форм фірмового стилю у інших інтер'єрах офісів даної компанії. Приєм побудови інтер'єру, оснований на фірмовому стилі авіакомпанії покликаний

підкріпити особливості структурної роботи авіакомпанії, що проявляється як у оформленні інтер'єру «front» -офісу, так і «back»-офісу.

Приєм трансформації масштабів.

За основу даного прийому беруться особливості формування будівлі офісного центру. Це означає пріоритет зовнішньої об'ємної форми, її споконвічну заданість і підпорядкування їй внутрішньої структури. Даний прийом об'єднує інтер'єр з екстер'єром, роблячи їх єдиною системою. Характер внутрішнього простору заданий характером зовнішнього. Упереджена, як правило, строга зовнішня форма офісного центру задає правила внутрішнього розчленовування офісних приміщень. Структура утворюється шляхом розподілу цільної форми на її частини. Завдяки прийому трансформації масштабів всі приміщення офісного центру набувають єдиного характеру та змісту.

Приєм логічного взаємозв'язку приміщень офісу авіакомпанії. В основу прийому покладена логічна впорядкованість. Приміщення офісу у даному прийомі розміщуються там, де це приміщення сподівався побачити глядач(клієнт). Наприклад, одразу біля входу - приміщення зони реєстрації, поруч, виходячи з логічних міркувань, зона очікування, далі - відділ роботи з клієнтами і так далі.

Приєм взаємопідпорядкування приміщень офісу авіакомпанії передбачає побудову ієрархії приміщень. Від основних до другорядних. Наприклад, call-центр – основне приміщення, а прилягаюча до нього підсобка – другорядне. Такий прийом організації простору офісного центру авіакомпанії чітко розмежовує функціональні одиниці офісу, виділяє з них прилеглі другорядні приміщення, які різняться від основних простотою оформлення та значно меншим розміром.

Завдяки прийому взаємопідпорядкування приміщень глядачу(клієнту) і працівнику легше орієнтуватися в просторі офісу. Завдяки цьому знімається смислова навантаження та дискомфорт, підвищується продуктивність праці робітника офісу авіакомпанії.

Приєм нюансного виділення елемента інтер'єру офісного простору був створений з метою організації простору навколо певним засобом виділеного елемента інтер'єру. Виділений елемент може зустрічатися у інтер'єрі одноразово або з'являтися з певною циклічністю. При використанні прийому нюансності елемент інтер'єру офісу майже не виділяється на фоні, а, значить, не несе в собі сильного емоційного впливу. Така трактовка викликана призначенням приміщення офісного центру. Приєм підкреслює єдність усього інтер'єру офісу та робить акцент на певному предметі, який може бути одним із

знакових засобів приналежності характеру інтер'єру до спеціалізації авіакомпанії, або бути елементом фірмового стилю компанії.

Приємом направляючих шляхів інтер'єру. Інтер'єр з використанням даного прийому орієнтований вздовж направляючих ліній руху персоналу та клієнтів авіакомпанії і оснований на логічному розміщенні приміщень у просторі, тобто композиція форми «зримо» розвивається. Як правило при використанні даного прийому в інтер'єрі офісу простежується симетрична організація простору. Симетрія веде до використання правильних геометричних фігур. Просторові форми, розміщені на перетині головних шляхів офісного простору, становлять звичайно ядро композиції. Структура шляхів залежить від архітектурних особливостей будівлі офісного центру авіакомпанії. При можливості організації шляхів по колу, напрямок руху в інтер'єрі організується динамічною рівновагою асиметричних форм приміщень офісу. М'який характер криволінійних обрисів форм підкреслює характер спеціалізації компанії і викликає асоціації з плавними обрисами літальних апаратів. Ядром композиції служить приміщення, що є логічним у даному випадку, наприклад – зона рецепції.

Висновки. Для формування художнього образу офісу авіакомпанії запропоновано ряд прийомів. Вищевказані прийоми можливо представити у вигляді узагальнених схем. У практиці ці схеми під впливом конкретних умов місця будівництва й використання незмінних композиційних засобів – масштабності форм, домірності частин, загального ритмічного ділення й ін. набувають риси індивідуальної образної виразності.

Подальший напрямок досліджень. Дослідження питання прийомів формування внутрішнього простору офісного центру авіакомпанії приводять до потреби встановлення засобів для втілення даних прийомів.

Бібліографічний список

1. Вартапетова А. Е. Социальная инфраструктура в современных офисах. - 2009
2. Прохоров А. М. Динамика смысла и образа в архитектурной форме. - 2009
3. Полевичок М. О. Принципи формування синтезу мистецтв в інтер'єрах громадських споруд: Автореф. дис. канд. архітектури: 18.00.01 / Академія образотворчого мистецтва і архітектури. — К., 1999. — 20с.
4. Блохин В.В. Архитектура интерьера промышленных зданий. - М. Архитектура: 1973. - 210с.
5. Раннев В.К. Интерьер. - М. 1987, - 360с.
6. Новикова Е. Б. Интерьер общественных зданий. – М: 1983. - 230с.

7. Мерешевский И. А. Конструирование гражданских зданий – М. Архитектура С: 2007. - 310с.
8. Коряковская Н. Рикен Ямамото: «дом-офіс» [Електронний ресурс] // Архи.ру – иностранцы в России. – http://archi.ru/foreign/news_current.html&nid=6186&fl=1&sl=1 УДК
9. Life Lab Commercial Office Property Lease Strata Real Estate Digital Hall Docklands Melbourne. [Електронний ресурс] // Lachal Property Group Pty.Ltd. – Режим доступа: <http://lifelab.com.au/>

Аннотация

Статья посвящена разработке основных приемов формирования интерьера офисного центра авиакомпании. Показано влияние работы авиакомпании на формирование интерьера офиса. Приведена информация о функциональных единицах авиакомпании и структуры офиса в зависимости от его класса.

Ключевые слова: интерьер, офис, авиакомпания, приемы.

The summary

Article is devoted to the determination of the main special features of the office interior creating of the aviacompany. Enlighted the influence of the activity of the aviacompany on the office interior forming. In this clause quoted an information about the components of the aviacompany and office structure according to its classification.

Key words: interior, office, aviacompany, methods.