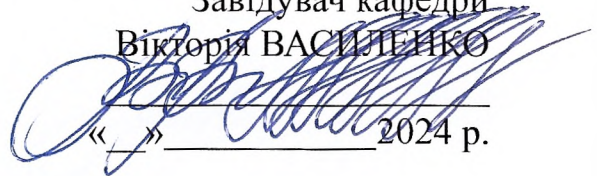


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ НАЗЕМНИХ СПОРУД І АЕРОДРОМІВ
КАФЕДРА КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДИЗАЙНУ ТА ГРАФІКИ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри
Вікторія ВАСИЛЕНКО


« / » _____ 2024 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)**
ВИПУСКНИЦІ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 022 «ДИЗАЙН»
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЮ ПРОГРАМОЮ «ДИЗАЙН»

Тема:

**АЙДЕНТИКА В ДИЗАЙНІ ІНТЕР'ЄРІВ КОМПАНІЇ КОЛЕКЦІЙНИХ
ІГРАШОК**

Виконавець:

КАРАУТ Олександра Павлівна
ДЗ-402Б



Керівник:

старший викладач кафедри КТДіГ
НОВІК Ганна Володимирівна



Консультант:

Кандидат технічних наук, доцент,
професор кафедри КТДіГ
БАШТА Олена Трифоніна



Нормоконтроль:

доктор архітектури, професор,
професор кафедри КТДіГ
ЧЕРНЯВСЬКИЙ Володимир Георгійович



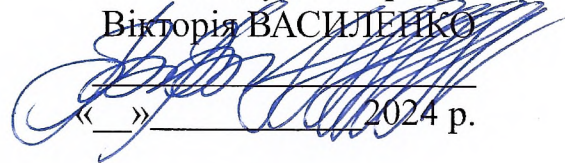
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет наземних споруд і аеродромів
Кафедра комп'ютерних технологій дизайну і графіки
Галузь знань: 02 «Культура і мистецтво»
Освітньо-професійна програма «Дизайн»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Вікторія ВАСИЛЕНКО



« » 2024 р.

ЗАВДАННЯ









на виконання кваліфікаційної роботи
КАРАУТ Олександр Павлівни

Тема:





АЙДЕНТИКА В ДИЗАЙНІ ІНТЕР'ЄРІВ КОМПАНІЇ КОЛЕКЦІЙНИХ ІГРАШОК

1. Тема кваліфікаційної роботи: «**Айдендика в дизайні інтер'єрів компанії колекційних іграшок**», затверджена наказом ректора від «14» березня 2024 р. № 392/ст.
2. Термін виконання: 20.05.2024 - 10.06.2024
3. Вихідні дані: ситуаційна схема, плани поверхів.
4. Зміст пояснювальної записки: титульний аркуш, завдання на проектування, реферат, зміст пояснювальної записки, вступ, основна частина, загальні висновки, список використаних джерел, додатки.
5. Перелік обов'язкового графічного (ілюстративного) матеріалу: ситуаційна схема благоустрою території, обмірний план, схеми демонтажу та монтажу, функціональне зонування приміщень, плани приміщень з розташуванням меблів, плани підлоги та освітлення, перспективні зображення інтер'єрів, розгортки стін приміщень, креслення авторських розробок предметів.

6. Календарний план-графік


№ з/п	Завдання	Термін виконання	Відмітка про виконання
1	Підібрати матеріали вітчизняного та світового досвіду проектування інтер'єрів навчальних закладів.	20.05.2024- 23.05.2024	
2	Виконати пошукові ескізи та розробити дизайн-концепцію інтер'єру.	23.05.2024- 27.05.2024	
3	Розробити плани по рівням. Визначити функціональне зонування та відповідне умеблювання приміщень.	27.05.2024- 29.05.2024	
4	Виконати план підлоги із специфікацією підлогових покриттів; план стелі з розташуванням освітлювальних приладів.	29.05.2024- 03.06.2024	
5	Виконати розгортки стін приміщень 3Д візуалізацію інтер'єрів обраних приміщень.	03.06.2024- 06.06.2024	
6	Розробити ансамбль предметів наповнення інтер'єру. Виконати робочі креслення власник розробок.	06.06.2024- 08.06.2024	
7	Оформити пояснювальну записку до кваліфікаційної роботи відповідно до вимог.	08.06.2024- 09.06.2024	
8	Підготувати доповідь, оформити презентацію та альбом проекту.	09.06.2024- 10.06.2024	

7. Консультанти з окремих розділів

Назва розділу	Консультант (посада, П.І.Б)	Дата, підпис	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Нормативна база	д. арх., професор, професор КТДіГ, ЧЕРНЯВСЬКИЙ Володимир Георгійович		
Конструктивне вирішення	Кандидат технічних наук, доцент, професор кафедри КТДіГ БАШТА Олена Трифоніна		

8. Дата видачі завдання: «20» Травня 2024 р.

Керівник

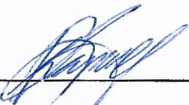


(підпис керівника)

НОВІК

Ганна Володимирівна

Завдання прийняла до виконання



(підпис випускника)

КАРАУТ

Олександра Павлівна

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломного проекту «Айдентика в дизайні інтер'єрів компанії колекційних іграшок» складається з: сторінок тексту, рисунків, використаних джерел, додатків.

Ключові слова: АЙДЕНТИКА КОМПАНІЇ, БРЕНД, ДИЗАЙНЕРСЬКІ ІГРАШКИ, КОМЕРЦІЯ, ІНДИВІДУВАЛЬНІСТЬ, УНІКАЛЬНІСТЬ

Актуальність. Актуальність теми кваліфікаційної роботи полягає в тому, що будь-яке місце, де люди взаємодіють з брендом, будь то офіс чи магазин, справляє на них певний вплив. Таким чином, за допомогою брендування інтер'єру можливо використовувати фізичний простір, щоб донести повідомлення про компанію, що стоїть за ним. Розкриття потенціалу айдентики бренду і можливостей використання її в оформленні інтер'єру допоможе в створенні простору, що буде підвищувати якість продукції і інтерес відвідувачів. Основним завданням проектування є створення простору, насиченого змістом айдентики дизайнерських іграшок, щоб спонукати цікавість аудиторії до дослідження і впізнання українського мистецтва в дизайні.

Об'єкт: айдентика дизайнерських іграшок.

Предмет: айдентика дизайнерських іграшок у дизайні інтер'єрів компанії з виробництва дизайнерських іграшок.

Мета: розробити дизайн простору для компанії дизайнерських іграшок, розташованої в житловій будівлі 1898-99 рр., враховуючи відповідні будівельні та ергономічні норми, а також принципи та сучасні підходи в використанні айдентики бренду в дизайні інтер'єру.

Методи: в процесі роботи було використано групу методів: теоретичні: аналіз, порівняння, систематизація, узагальнення, об'єднання сучасних напрямків, досвіду, норм та вимог проектування інтер'єрів галерейних, офісних, громадських приміщень та закладів харчування; практичні: креслення, моделювання та тривимірне проектування.

Практичне значення полягає в розробці конкретних пропозицій брендування інтер'єру та їх гармонійного втілення в дизайні.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	11
РОЗДІЛ I. АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ВІТЧИЗНЯНОГО І ЗАКОРДОННОГО ДОСВІДУ ВИКОРИСТАННЯ АЙДЕНТИКИ ДИЗАЙНЕРСЬКИХ ІГРАШОК ДЛЯ ПРОЕКТУВАННЯ ІНТЕР'ЄРІВ.....	13
1.1. Визначення термінів.....	13
1.2. Історичні аспекти виникнення та розвитку дизайнерських іграшок...	15
1.3. Сучасні тенденції в оформленні айдентики дизайнерських іграшок в Україні та за кордоном.....	20
1.4. Використання айдентики дизайнерських іграшок для формування концепції дизайну інтер'єру компанії. Аналіз аналогів на закордонному і українському ринку.....	26
Висновки до першого розділу.....	33
РОЗДІЛ II. ОСОБЛИВОСТІ ПРОЕКТУВАННЯ ПРОСТОРУ АЙДЕНТИКИ.....	35
2.1. Загальні вимоги до проектування галерейного простору і кав'ярні...	35
2.2. Ергономічні норми меблевого облаштування простору.....	36
2.3. Вимоги до освітлення.....	38
2.4. Вимоги до матеріалів.....	39
2.3. Вплив кольору і рекомендації до стилістики закладу.....	42
Висновки до другого розділу.....	46
РОЗДІЛ III. ФОРМУВАННЯ ДИЗАЙНУ ІНТЕР'ЄРУ АЙДЕНТИКИ.....	48
3.1. Огляд об'єкту.....	48
3.2. Благоустрій прибудинкової території.....	50
3.3. Просторово-планувальне рішення і зонування закладу.....	51
3.4. Дизайн-концепція закладу та обладнання приміщень.....	53
3.5. Підбір матеріалів і предметного наповнення інтер'єрів.....	57
3.6. Авторські розробки.....	59
Висновки до 3-го розділу.....	62
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	63
СПИСОК ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ.....	66

ВСТУП

Айдентика – це набір візуальних компонентів, які формують образ іграшки і переносяться на візуальні характеристики інтер'єру компанії. Ідентифікація бренду – це видимий елемент бренду, який ідентифікує та виділяє його у свідомості споживача, наприклад, колір, дизайн та логотип. Айдентика бренду відрізняється від іміджу бренду. Наявність надійного професійного дизайну бренду робить маркетингові зусилля ефективнішими, що може забезпечити значну віддачу від інвестицій. Добре продумана ідентичність бренду не просто приваблює клієнтів — вона підтримує лояльність і зміцнює довіру. Ідентичність бренду, яка резонує з аудиторією, може сприяти підвищенню впізнаваності бренду, лояльності клієнтів і навіть більшій сприйнятій цінності ваших продуктів або послуг.

Втілення айдентики компанії в дизайні інтер'єру є важливим елементом для створення унікального та запам'ятовуваного простору, де споживачі можуть взаємодіяти з брендом. Це дозволяє компаніям ефективно комунікувати свої цінності, стиль та ідентичність через фізичний простір. Тому, такі методи мають великий потенціал для створення унікальних та привабливих середовищ, які сприяють позитивному сприйняттю та збільшенню привабливості продукції серед споживачів.

Актуальність. Актуальність даної роботи полягає в тому, що розвиток брендування компанії на внутрішньому ринку є ключовим елементом для зміцнення позицій українських виробників, підвищення їхньої конкурентоспроможності та залучення уваги як внутрішніх, так і зовнішніх споживачів. Це може допомогти у збільшенні обсягів продажів та розширенні аудиторії. Іграшки можуть бути не лише елементом декору, але й символізувати цінності, історію чи характер бренду. Впровадження айдентики дизайнерських іграшок може створити емоційний зв'язок з відвідувачами або клієнтами, що сприяє підвищенню їхньої зацікавленості та залученню до простору. Це може бути особливо важливо для магазинів, ресторанів або інших громадських приміщень, де створення приємної атмосфери є ключовим.

Об'єкт: айдентика дизайнерських іграшок.

Предмет: айдентика дизайнерських іграшок у дизайні інтер'єрів компанії з виробництва дизайнерських іграшок.

Мета: розробити дизайн простору для компанії дизайнерських іграшок, розташованої в житловій будівлі 1898-99 рр., враховуючи відповідні будівельні та ергономічні норми, а також принципи та сучасні підходи в використанні айдентики бренду в дизайні інтер'єру.

Методи: в процесі роботи було використано групу методів: теоретичні: аналіз, порівняння, систематизація, узагальнення, об'єднання сучасних напрямків, досвіду, норм та вимог проєктування інтер'єрів галерейних, офісних, громадських приміщень та закладів харчування; практичні: креслення, моделювання та тривимірне проєктування.

Практичне значення полягає у створенні інтер'єру, для нових споживчих потреб аудиторії. А саме формування коректної айдентики бренду та його гармонійного втілення в дизайні інтер'єру.

РОЗДІЛ I. АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ВІТЧИЗНЯНОГО І ЗАКОРДОННОГО ДОСВІДУ ВИКОРИСТАННЯ АЙДЕНТИКИ ДИЗАЙНЕРСЬКИХ ІГРАШОК ДЛЯ ПРОЕКТУВАННЯ ІНТЕР'ЄРІВ

1.1. Визначення термінів

Фірмовий стиль – це видимий елемент бренду, такий як колір, дизайн та логотип, який ідентифікує та виділяє бренд у свідомості споживачів. Багато брендів формують свою індивідуальність на основі того, що роблять їх конкуренти (імітують), або короткострокових ринкових тенденцій, тому вони можуть бути універсальними і не відрізнятися один від одного, а також не мати чіткого і значущого зв'язку зі своєю аудиторією. Створення ідентичності бренду, заснованої на наслідуванні та тенденціях, також не може забезпечити міцну основу для довгострокового зростання та успіху [13].

Ідентичність бренду дуже важлива, оскільки вона дає підприємцям і бренд-стратегам можливість вибирати і створювати автентичні образи. Дизайн фірмового стилю включає в себе корпоративний дизайн, але він не на 100% однаковий.

Дизайн корпоративного інтер'єру – це спеціалізація в області проектування і поліпшення внутрішнього середовища, такого як офіси, робочі приміщення, конференц-зали та комерційні об'єкти. Він включає стратегічне планування, розташування меблів та створення проектного образу, щоб відобразити фірмовий стиль організації, культуру та цінності, а також підвищити функціональність, продуктивність та залучення клієнтів [18].

Дизайн корпоративного інтер'єру відіграє важливу роль у формуванні ідентичності бренду та створенні чіткого враження про компанію. Завдяки продуманій інтеграції елементів, що відповідають цінностям, естетиці та цільовій аудиторії компанії, корпоративні інтер'єри можуть посилити ідентичність бренду і надати тривалий вплив на клієнтів, співробітників і відвідувачів. Дизайн корпоративного інтер'єру може сприяти створенню та вдосконаленню фірмового стилю, включаючи ключові слова для оптимізації видимості в пошукових системах.

Дизайн корпоративного інтер'єру допомагає брендам досягти своїх цілей, створюючи візуально послідовне середовище, що відображає цінність бренду та забезпечує незабутні враження від бренду.

Планування приміщень різного призначення забезпечує оптимальну функціональність і безпеку, що дозволяє компанії здійснювати свою діяльність. Дизайн комерційного інтер'єру безпосередньо впливає на продуктивність бізнесу, оскільки покращує навколишнє середовище та покращує досвід клієнтів та працівників [20].

Художня іграшка (дизайнерська іграшка, англ. art toy) - це форма художнього вираження, яка є всесвітом нескінченних творчих можливостей завдяки різноманітності форм, розмірів та матеріалів, які вона пропонує. іграшка для художника є пустим полотном, на якому він реалізує свої ідеї за допомогою різних художніх технік. Її обмеження - лише уява творця. Різноманітність форм, концепцій та стилів цих творів відображає комунікацію між культурами. При цьому процес їх створення має унікальну динаміку та може бути повторною.

Дизайнерська іграшка - це не лише предмет для розваги, а й вираз мистецтва, що поєднує в собі естетику, функціональність та інновації. Вона може бути створена як професійним дизайнером, так і творчою людиною, що має бажання виразити свою уяву та ідеї через об'ємну форму.

Унікальний дизайн: Дизайнерські іграшки зазвичай мають оригінальні та креативні форми, що відрізняються від традиційних зразків. Вони можуть бути виготовлені з різних матеріалів, від дерева до пластику, і відображати як сучасні, так і класичні стилі.

Естетика та краса: Дизайнерські іграшки часто відрізняються естетичним виглядом, який надає їм високу декоративність. Вони можуть бути прикрасою для приміщення або предметом колекціонування завдяки своїй привабливості.

Інноваційність: Дизайнери часто експериментують з новими матеріалами, технологіями та концепціями, щоб створити унікальні іграшки, які вражають своєю оригінальністю та нестандартністю [15].

Функціональність: Хоча дизайнерські іграшки можуть мати складний або неочікуваний вигляд, вони часто мають певну функціональність, яка може включати в себе рухомі частини, механізми або можливість використання їх у грі.

Культурний контекст: Деякі дизайнерські іграшки відображають культурні аспекти, традиції або символіку, що робить їх важливим елементом культурного спадку [23].

Колекціонери та ентузіасти представляють основну цільову аудиторію для дизайнерських іграшок. Їхня зацікавленість зазвичай спрямована на збір та виставлення унікальних або інноваційних предметів, що вирізняються своєю оригінальністю та естетичною привабливістю.

1.2. Історичні аспекти виникнення та розвитку дизайнерських іграшок

Реконструкція штаб-квартири технологічної компанії є прикладом корпоративного дизайну інтер'єру, де дизайнери інтер'єру стратегічно планують та втілюють планування, колірні рішення та вибір меблів. Мета - створити сучасний робочий простір для спільної роботи, що відповідає інноваційному духу компанії, сприяючи творчості та продуктивності співробітників.

Поява дизайнерських іграшок взагалі відноситься до 1995 року, коли художник Реймонд Чой, засновник компанії Toys2R з Гонконгу, створив оригінальну серію Qee (Рис.1.1). Крім цієї лінійки, кілька інших всесвітньо відомих екземплярів були випущені американською компанією Kidrobot, яка представила серію Dunny, і японською компанією Medicom Toys. На протязі багатьох років це явище зростало, адже кожен рік на ринку з'являлися нові додатки. Ці великі компанії співпрацюють з художниками та дизайнерами, які мають завдання створити власних персонажів у визначеному стилі та зробити їх унікальними [35].



Рис. 1.1. Айдентика іграшок Qee

Художні іграшки, що створюються митцями, зазвичай випускаються в обмеженій кількості та мають вищу цінність. З поширенням їх популярності виробництво розширилося до Сполучених Штатів та Японії, а Тацухіко Акаші винайшов ведмежі кубики, які внесли елементи поп-культури у дизайн ведмедів.

Художні іграшки, часто відомі як дизайнерські, мають свої коріння у міському вініловому русі епохи поп-арту. Художники та дизайнери почали експериментувати з вінілом, створюючи унікальні статуетки обмеженим тиражем. Простота цих фігур дозволяла художникам вкладати в них складні деталі, яскраві кольори та оригінальні риси [31; 33].

Рух набрав обертів, коли такі художники, як кіт Горінг, Бенксі, Buff Monster, KAWS та Муракамі Такаші, почали створювати власні дизайнерські іграшки. До того ж, компанії, такі як Medicom Toys, branded та mighty Jaxx, також долучилися до цього. Ці твори вже не лише іграшки, але й колекційні твори мистецтва, що отримали широку підтримку.

Дизайнерські художні іграшки представляють собою злиття гриповності та мистецького бачення. Вони відмовляються від традиційних стандартів мистецтва і ставлять під сумнів межі того, що може бути вважено полотном. Ці іграшки призначені не лише для виставлення на полицях; їх можна торкатися, демонструвати та насолоджуватися ними так само, як іграшками [45].

Художники використовують подібні фігури як платформи для своїх творінь, досліджуючи різні теми, історії та соціальні коментарі. Вони часто інтегрують елементи поп-культури, вуличного мистецтва та особистих наративів, створюючи різноманітні дизайни, що задовольняють різноманітні смаки [32].

Крім свого ігрового чарівності, художні іграшки також стали культурними артефактами, які відображають сучасність. Їх часто використовують для вираження соціальних, політичних та особистих переживань. Завдяки своєму дизайну ці іграшки слугують як засіб для вирішення актуальних проблем, обміну думками та взаємодії зі світовою аудиторією.

Художні іграшки представляють собою динамічне поєднання гриповності та креативності в мистецтві. Вони викликають традиційні уявлення про мистецтво, пропонуючи художникам тривимірні та інтерактивні полотна. Колекціонери цінують їх не лише за естетичність, але й за історії та емоції, які вони втілюють [36].

Художні іграшки втілюють динамічне поєднання гриповності та креативності в мистецтві. Вони переосмислюють традиційні концепції мистецтва, пропонуючи художникам тривимірні та інтерактивні полотна. Колекціонери цінують їх за естетичний вираз, а також за історії та емоції, які вони передають.

Наприклад, виставка TOPIC (Рис. 1.2) стала першим музеєм у світі, що дослідив мистецьку течію «художніх іграшок», особливо у зв'язку з ляльками. Хоча це іграшки, вони мають дуже сильний художній компонент.

Завдяки зв'язку з фантазією та дитинством, характерним для будь-якої іграшки, ці фігури перетворилися на художні об'єкти, які займають своє місце в музеях та спеціалізованих виставках.

Виставка, організована TOPIC та куратором Фран Піказо, у співпраці з міжнародним мистецьким колективом Art Toy Game, була цікавою та глибокою, на ній п'ятдесят дев'ять національних та міжнародних художників представили свої різноманітні твори. Відвідувачі мали унікальну можливість оглянути світ «мистецьких іграшок», а також їх зв'язок з ляльками. Це була неповторна можливість насолодитися живим та постійно змінним прикладом гібридного, постмодерного та мультикультурного мистецтва [30].



Рис. 1.2. Дизайнерські іграшки з виставки TOPIC

Зазвичай це художники з міського мистецтва, цифрового дизайну чи анімації, які мають бажання вивести свої твори за межі паперу чи екрана, перетворивши їх на тривимірний формат. Серед найвидатніших художників можна виділити американця Брайана Доннеллі, відомого як Каус, головним натхненням якого, безумовно, є культовий мультфільм "Міккі Маус", на основі якого він створив власний набір персонажів під назвою "Компаньйони". Ще

одним видатним художником у цьому секторі є Такаші Муракамі, відомий як "Японський Уорхол", чия студія KaiKai & Kiki перетворилася на повноцінну компанію. Проте KaiKai і Kiki (Рис. 1.3) - це набагато більше, ніж просто бренд. Ці два персонажі, які часто виступають разом, були створені майже випадково і зараз разом з його "Щасливими квітами" стали двома великими іконами художника [37].

Але існує також багато сучасних художників з інших галузей, таких як Едгар Планс або Хав'єр Каллехо, які бажають вступити у світ мистецтва іграшок, зачаровані різноманітністю пластичних можливостей цього виду мистецтва [34].



Іншим ключем до пояснення великого успіху, досягнутого цим видом мистецтва, є широкий спектр цін, який він пропонує, що відкриває двері як новим, так і визнаним колекціонерам з будь-яким смаком і бюджетом. Все залежить від того, хто є художником, що розробляє їх, чи це оригінальний твір, чи серія з кількох десятків видань, або навіть якщо це перепродаж продукту, який "перший раз" був розпродано, а потім повернувся на вторинний ринок як

предмет більшої ексклюзивності. Фактично, деякі з них набули такої переоцінки, що їх продажі на вторинному ринку досягли неймовірних цін у рекордно короткі терміни, перетворивши їх на справжні культові предмети.

1.3. Сучасні тенденції в оформленні айдентики дизайнерських іграшок в Україні та за кордоном

Дизайнерські іграшки слугують великим полотном, на якому художники можуть розкрити своє безмежне творче потенціал. Кожна фігурка створюється з особливою увагою до деталей, експериментуючи з різними матеріалами, формами та стилями. Вони стають мініатюрними шедеврами, що відображають характерний стиль художника і приносять глядачеві відчуття дитячого захвату. Такі іграшки, що мають нескінченні можливості для досліджень, поєднують образотворче мистецтво та гру [47].

Зростання популярності художніх іграшок залучило колекціонерів та різноманітні групи художників та виробників, які розглядають ці вироби як вид мистецтва. Проводяться заходи та конференції, що об'єднують незалежних художників, колекціонерів і виробників [46].

Проте значний вплив на перетворення художніх іграшок на більш масовий продукт здійснила китайська роздрібна компанія Pop Mart. Вони представили концепцію "глухих коробок", які продаються за доступними цінами як в звичайних магазинах, так і в торгових автоматах. Глуха коробка містить колекційну іграшку, яка залишається секретною до моменту відкриття. Такий підхід значно підвищив популярність художніх іграшок.

Ось деякі з популярних художніх іграшок на ринку:

Моллі (Рис.1.4). Дизайнер: Кенні Вонг (Гонконг, Китай).

Моллі, статуетка, розроблена Кенні Вонгом у 2006 році, має смарагдові очі, насуپлені губи та жваву поведінку. Цей персонаж, натхнений дитиною, дебютував як крихітна художниця з беретом, фартухом, палітрою та пензлем. Моллі здобула популярність серед шанувальників завдяки своїй впертості, чарівності, розуму та веселошам, що зробило її улюбленою іконою поп-культури [41].

Кенні Вонг, гонконгський художник і дизайнер іграшок, у 2016 році почав співпрацювати з компанією POP MART, завдяки чому Моллі стала популярною серед молодого покоління. Зараз вона є одним із найпопулярніших персонажів художніх іграшок, а Кенні Вонг став одним із найуспішніших художників на сцені художніх іграшок.



Рис.1.4. Приклад айдентики колекційних іграшок «Моллі»

Дімоо (Рис.1.5). Дизайнер: Аян (Китай).

Дімо - це боязкий хлопчик із великими очима, якого в реальному житті часто охоплює страх і розгубленість. Проте у своїх мріях він стає авантюристом, досліджує нові світи та заводить друзів. У своїх мріях він зустрічає Матінку-Хмару, яка дає йому Хмаринку в товариші. Крихітка Хмара змінює форму відповідно до емоцій Діму, постійно охороняючи та супроводжуючи його [41].

Аян, випускниця Академії образотворчого мистецтва в Гуанчжоу, стала співзасновницею MOUNTAIN STUDIO та керує YANSTUDIO. Вона протягом

двох років працювала над розробкою серії Dimoo World, використовуючи свої творіння, щоб виразити свої емоції. Цей серіал, що містить велику кількість фентезі, розповідає про подорожі Діму у світі його мрій.



Рис.1.5. Приклад айдентики колекційних іграшок «Dimoo»

Skullpanda (Рис.1.6) Дизайнер: Xiongmao (Китай).

SKULLPANDA - це унікальна сутність, яка діє як універсальний симбіонт, подорожує планетами та переживає різні життя та ролі. Його присутність відзначається надзвичайною відкритістю, і він існує в царстві темного, нескінченного простору [42].

Створений у 2018 році Сюнмао, концептуальним та художнім дизайнером іграшок і директором NORTH STUDIO, SKULLPANDA швидко став культовим, вплинувши на тенденції косплею своїм характерним стилем. У 2020 році, після приєднання до POP MART, серія жалюзі SKULLPANDA Ancient

Castle була розпродана рекордною кількістю в 60 000 штук, лише за одну секунду.



Рис.1.6. Приклад аідентики колекційних іграшок «Skullpanda»

Монстри (Рис.1.7). Дизайнер: Kasing Lung (Нідерланди)

У 2015 році Касінг Лунг оживив чарівний всесвіт у своїй трійці книжок із зображеннями «Скандинавські казки», де представлено поєднання добрих і злих істот під назвою «Монстри», серед яких персонажі Зімомо, Тайкоко, Моторошний і Пато. Найвидатнішим серед них є Лабубу, маленький монстр, відомий своїми гострими вухами та зазубреними зубами. Незважаючи на свій пустотливий вигляд, Лабубу насправді дуже добросердий, часто намагається допомогти іншим, навіть якщо його дії ненавмисно призводять до нещасних випадків [44].

Родом із Гонконгу та виріс у Нідерландах, Касінг зараз проживає в Бельгії. Він є першим китайським лауреатом премії Illustration Award у Бельгії

та має понад десятиліття досвіду роботи з ілюстрацією, яка відзначена характерним стилем Nordic Fairy Tale. Перейшовши від ілюстрації до дизайну іграшок у 2010 році, він співпрацював з How2work, щоб запуснути серію художніх іграшок. У 2019 році POP MART підписав ексклюзивну ліцензійну угоду з Касінгом, і їхня перша серія побила рекорд продажів у категорії художніх іграшок.



Рис.1.7. Приклад айдентики колекційних іграшок «Монстри»

Художні іграшки дійсно відкривають нові можливості для художників та колекціонерів, поєднуючи уяву, творчість і грайливість. Вони стають не лише предметами для колекціонування, але й джерелом натхнення та самовираження для творців. Цей живий і різноманітний світ художніх іграшок відображає безмежну креативність людського розуму і його здатність до безмежних виражень. І саме тому вони продовжують отримувати визнання та популярність серед шанувальників мистецтва з усього світу.

КОТО (Рис.1.8) Дизайнер: Максим Мацвенко (Україна).

Фігурки КОТО мають унікальний і неповторний дизайн українського воїна, кремезного хлопця з чубом і булавою [38].

Це не лише виразна арт-платформа, але й символ військової душі України. Їхні унікальність та краса вражають, а виробництво кожної фігурки вручну додає ще більше цінності. Цей проект Макса Мацвейка втілює дух боротьби і сили українського народу. Співпраця з відомими брендами та художниками дозволить розширити межі творчості та додати нові нюанси до колекцій. З обмеженим тиражем і підвищенням цін з часом, КОТО стає не лише предметом для колекціонування, але й інвестицією у культурне надбання, яке передасть історію та душу України через призму мистецтва.



Рис.1.8. Приклад айдентики колекційних іграшок «КОТО»

Мотанка (Україна).

До прикладу колекційних іграшок також можна віднести відому мотанку. Лялька-мотанка – є одним із найдавніших символів української культури, яка демонструє багатство та величезний досвід українського народу. Кожна лялька-мотанка виготовляється з особливою увагою до деталей, враховуючи регіональні та географічні особливості. Наприклад, елементи її

одягу, такі як вишита сорочка, спідня спідня та запаска, символізують різні аспекти життя, від минулого до майбутнього. Кожен з них не лише є символом, але й виконує роль охоронця, надаючи ляльці особливого значення та важливого зв'язку з культурою та спадщиною. Головний убір, який завжди присутній на ляльці, символізує зв'язок з небом та духовною сферою, надаючи ляльці магичний та захисний характер.

1.4. Використання айдентики дизайнерських іграшок для формування концепції дизайну інтер'єру компанії. Аналіз аналогів на закордонному і українському ринку

Art Toy Cafe. Дизайн клубу та бару. Шанхай, Китай (Рис.1.9).

У проєкті Art Toy Cafe в Шанхаї модне мистецтво, представлене ROBBi, виступає духовним ядром цього простору, яке взаємодіє з кавою, створюючи унікальне кафе, популярне в Інтернеті. Кава відіграє соціальну роль у приміщенні, тоді як модне мистецтво надає душу оточуючому середовищу. Завдяки поєднанню унікальних художніх виразів з геометричними формами та повторюваними візерунками створюється двовимірне мистецтво на стелях. Прямокутні світильники, вбудовані всередину архітектурних конструкцій, створюють масштаб "місця збору" та привертають увагу до центральної зони, що створює сильний візуальний ефект по всьому просторі.

Головною ідеєю дизайну є гармонійні форми, що характеризуються вигнутими контурами у контрасті з чіткими лініями, символізуючи красу кривизни, що спостерігається у небесних рухах. Фасадні панелі підсвічуються розсіяним непрямым освітленням, що забезпечує м'яке та комфортне освітлення для відвідувачів. Меблі з нержавіючої сталі з полірованою обробкою створюють дзеркальний ефект, а поєднання освітлення та меблів із кольоровими прозорими гелевими текстурами виражає футуристичну та технологічну атмосферу у просторі.



Рис.1.9. Основна зала Art Toy Cafe

Магазин X11. Шанхаї. Китай (Рис.1.10).

Магазин X11 у Шанхаї – це найбільший магазин іграшок у Китаї, розташований на площі понад 2000 квадратних метрів на двох поверхах, включаючи перший поверх і підвал будівлі, який пропонує найрізноманітнішу колекцію іграшок з усього світу.

Встановлення "сліпих коробок" та світлодіодних ліхтарів мало на меті підвищення візуальної ідентичності магазину, привертаючи увагу пішоходів. Світлодіодні ліхтарі активуються вночі, створюючи чіткі піксельні візерунки та віртуальні зображення.

Тема "X Ark" обрана для магазину - сцена реконструкції після кінця світу, що передає клієнтам концептуальну історію та переносить їх у світ наукової фантастики. Архітектори розібрали перший поверх та об'єднали два поверхи для посилення враження, збільшивши простір магазину. Балки та колони виконані з бетону та сріблясто-матової нержавіючої сталі, а 6-метрова центральна полиця такого ж сірого кольору додає кіберпанковий та футуристичний елемент до оточення магазину іграшок. Це всі заходи

призначені для створення можливості відчутти відсутність реальності та насолоджуватися імагінаційними моментами.



Рис.1.10. X11 Промостиль

Магазин X11. Сіань. Китай (Рис.1.11).

X11 стратегічно використовує підхід, спрямований на індивідуалізацію іміджу кожного флагманського магазину з метою надання споживачам стимулюючого досвіду покупок та взаємодії. Цей концептуальний підхід включає в себе створення витончених просторів, естетики вітрин та подання різноманітних історій. Тема ретро-футуристичного "дирижабля" створює атмосферу, яка транспортує споживачів у світ наукової фантастики, насичений елементами футуризму, синтвейву та фантастики.

Флагманський магазин X11 у Сіані вигаданий як дирижабль, що переносить молоде покоління у новий вимір. Встановлений у центрі простору, металевий дирижабль створює науково-фантастичну сцену, що сприяє діалогу між минулим та майбутнім, одночасно оптимізуючи використання простору.

Особлива форма дирижабля викликала значні технічні виклики для структури простору. Тому було вирішено скористатися сталевими сходами та каркасною конструкцією дирижабля, ретельно приховавши системи протипожежного обладнання та кондиціонування повітря, тим самим забезпечивши ідеальну інтеграцію форми дирижабля.

Установка дирижабля надає простору центральну силу. Просторове планування та ефективні рішення для організації демонстраційних зон створюють систематизовані та цікаві просторові маршрути. Зона каси витончено організована у нижній частині дирижабля, створюючи характерну "магнітну точку" та функціональний вузол маршруту руху. Порожнистий дизайн та освітлювальні прилади відображаються всередині дирижабля, привертаючи клієнтів до дослідження та вивчення.



Рис. 1.11. X11 Дирижабль

Зона з'єднання між другим поверхом і верхівкою дирижабля утворюється скляною доріжкою у формі півмісяця, яка допомагає подолати границі. ТОМО вдосконалив дизайн інтегрованої форми дирижабля від верху до низу, створивши відчуття "плавання" у повітрі та забезпечивши багатий досвід руху у

просторі. Дирижабль став символом культового магазину, що покращує використання простору та надає значення просторовим сценам.

Перетинаючи плиту перекриття, можна побачити величезний дирижабль, що плаває у повітрі. Його ретро-вигляд і футуристичні текстури створюють нову, стильну сцену. При вході до цього простору люди можуть відчути ретро-футуристичну, романтичну атмосферу та характерний стиль. Простір виглядає ретро, але також виражає сучасність і моду.

Сталеві полиці та стенди в стилі ретро, хоч і дещо приглушені, створюють знайому, але водночас дивну сцену наукової фантастики. Підлога в стилі ретро зеленого терацо і стелажі з елементами "експериментальної консолі" гармонійно доповнюють один одного. Частково вимощений нержавіючої сталлю "фартух" створює просторову атмосферу, що нагадує кімнату управління та виробництва дирижабля. Різні області, розділені на основі діалогу між минулим і майбутнім, спрямовують подорож. Наукова фантастика, кібер-стиль, яскраві світлові смуги та пунктирне червоне світло викликають сюрреалістичні відчуття подорожі в часі.

Деталі, ретельно продумані, надають сюрреалістичного виміру реальності. Новизна, дослідження, фантазія та нескінченна уява інтегруються в реальну просторову сцену, ніби мрія збулася. У контексті розвитку ретроспективної футуристичної культури, дирижаблі знайшли своє місце в науково-фантастичному механічному всесвіті, виступаючи як великі тупі об'єкти (BDO) у реальному світі

Магазин Art Toy Гінза. Токіо.

T-BASE JAPAN нового покоління, відома як "Wart", пропонує унікальне поєднання "гармонії" та "мистецтва" у ностальгійному "японському" просторі, де витвори сучасного мистецтва перетворюються на іграшки, якими Японія пишається. Це абсолютно чистий простір, спеціально створений для максимального використання унікальних якостей мистецтва, синтезуючи японські традиції з творчістю сучасних майстрів. Зосереджуючись на японській культурі та творцях як основних елементах просторової композиції, ми прагнемо створити атмосферу, що об'єднує японську культуру з сучасним

мистецтвом. Хоча основний контекст відображає елементи, що символізують японські пейзажі, і загальний настрій спокійний та "японський", ми розглядаємо можливість впровадження поп-ікони, такої як Софві, в цей "японський контекст". Інспірований японськими техніками ландшафтного дизайну, дизайн простору охоплює природні мотиви, вбудовані в діораму природного середовища, що надає авангардного характеру цілому образу [43].

Олсон Кундіг. Гонконг. Китай (Рис.1.14).

Архітектурний проект Олсона Кундіга, був спрямований на оптимізацію природного освітлення в офісних приміщеннях та підкреслення продукції компанії через демонстрацію. Шляхом модифікації вихідних закритих і дзеркальних вікон встановлено шар прозорого скла всередині зовнішнього, що дозволило створити приємне внутрішнє освітлення, яке підсвічувало офіс та демонстраційні експозиції. У новому офісі на верхніх поверхах будівлі Elite Center у Квун Тонгу встановлено вражаючу стіну з червоної смоли, що вітає відвідувачів і передає їх на другий поверх за допомогою сталевих сходів. Тут розміщено виставкові зали та зони для зустрічей, де двосторонні вітрини максимізують простір для огляду різноманітної продукції компанії. Використання природних матеріалів, таких як кедрові стелі, місцевий камінь і нейтральні тканини, створює тихе тло для яскравих іграшок компанії, а тик і ясен використовуються для меблів, що дозволяє їм витримувати високу вологість та клімат Гонконгу. Виставковий зал має протравлені кислотою скляні стіни і стелажі, які ефективно підкреслюють продукцію, не заважаючи їй [39].



Рис.1.14. Олсон Кундіг. Гонконг. Қытай

Висновки до першого розділу

1. Досліджена історія виникнення та розвитку дизайнерських іграшок з ключовими елементами їхньої айдентики, проаналізовані сучасні тенденції дизайну приміщень компаній.

2. Визначено, що айдентика бренду дизайнерських іграшок грає важливу роль у формуванні сприйняття споживачів та позиціонуванні бренду на ринку. Це не лише створює візуальне відображення компанії, а й передає її цінності, стиль та унікальність продуктів. Використання айдентики в дизайні інтер'єру є стратегічним кроком для підсилення бренду, оскільки створює консистентну та неперервну естетичну атмосферу, яка підтримує індивідуальність бренду та створює запам'ятовуваність серед клієнтів.

3. Важливість розвитку дизайнерських іграшок відображається в їх потенціалі стимулювати творчий розвиток у дітей та дорослих, розвивати креативне мислення та уяву. Крім того, такі іграшки сприяють розвитку моторики, соціальних навичок та здатності до самовираження. Їх інноваційний дизайн та естетика також сприяють розширенню арт-культури та підтримці талановитих дизайнерів. Таким чином, іграшки не лише розважають, але й впливають на розвиток суспільства та культурні процеси, роблячи світ яскравішим і більш цікавим для всіх.

4. Проаналізовані аналоги підтверджують, що консистентне втілення айдентики в інтер'єрі сприяє формуванню стійкого враження у клієнтів та створює унікальний характер бренду, що вирізняє його серед конкурентів. Такий підхід допомагає підкреслити особливості бренду та поглибити сприйняття його цінностей та стилю. Тому інтеграція айдентики в простір не лише зміцнює сприйняття бренду, а й створює привабливе та конкурентоспроможне середовище для клієнтів, що сприяє позитивному сприйняттю та розвитку бізнесу. Використання цілісного вигляду айдентики в просторі полягає в створенні гармонійного середовища, що сприяє підвищенню узгодженості та ідентифікації бренду.

5. Передача ідеї бренду дизайнерських іграшок в інтер'єр може бути ефективною завдяки комплексному підходу, що використовує різноманітні

елементи дизайну. За допомогою колірної палітри, яка відображає корпоративні кольори або елементи, що характеризують стиль бренду, можна створити візуальну ідентичність і привернути увагу клієнтів. Естетика, що відтворює елементи дизайну іграшок, такі як форми, текстури та графічні елементи, дозволить створити унікальну атмосферу, що асоціюється з брендом. Меблі можуть відображати стиль і концепцію бренду, використовуючи якісні матеріали та форми, що відповідають вимогам айдентики. Освітлення важливо для створення атмосфери та визначення простору. Використання підсвічування для акцентування на ключових елементах або для створення настрою, який відповідає бренду, може допомогти зміцнити сприйняття. Таким чином, використання колірної гами, естетики, меблів, освітлення та інших дизайнерських елементів у інтер'єрі може допомогти ефективно передати ідею бренду дизайнерських іграшок, підкреслити його стиль та цінності, а також створити привабливий та конкурентоспроможний простір для клієнтів.

РОЗДІЛ II. ОСОБЛИВОСТІ ПРОЕКТУВАННЯ ПРОСТОРУ АЙДЕНТИКИ

2.1. Загальні вимоги до проектування галерейного простору і кав'ярні

Нормативна документація складається з різноманітних документів, що встановлюють параметри, стандарти, регламенти та загальні принципи для різних видів діяльності або їх результатів. Ці документи охоплюють різні аспекти, процеси та організації, спрямовані на регулювання та стандартизацію.

Державні будівельні норми (ДБН) є частиною такої нормативної документації, яка регулює будівельну діяльність, встановлюючи вимоги до проектування, спорудження, експлуатації та реконструкції будівель і споруд. Вони є обов'язковими для дотримання під час будь-яких будівельних процесів.

При проектуванні об'єктів громадського харчування важливо дотримуватися встановлених нормативно-правових вимог, які підконтрольні державними установами. Для цього типу об'єктів важливо виконувати будівельні норми і правила (БНіП), а також спеціальні нормативні документи.

В об'єкті, де має місце масове громадське перебування, проведено комплекс заходів, що повністю відповідають вимогам та нормативам безпеки, які встановлені у відповідних документах. Такий комплекс заходів включає архітектурні, планувальні, ергономічні, конструкційні та організаційні рішення, які спрямовані на забезпечення безпеки та зручності для відвідувачів.

Будівлі громадського харчування, з урахуванням їх багатофункціональності та різноманітного зонування, потребують дотримання національних будівельних норм та правил, спеціально спрямованих на цей тип споруд. Такі будівлі можуть містити різні приміщення для розваг, відпочинку та харчування, такі як тераси, лаундж-зони, бари, ресторани та інші.

Загальні вимоги:

Висота приміщень на підприємствах громадського харчування регулюється відповідно до стандартів і рекомендацій, які встановлюють

мінімальні вимоги до висоти приміщень залежно від їхньої функціональної призначеності та кількості місць:

Висота приміщень до нижньої частини конструкцій та підвісних стель повинна бути не менше 2,7 метра.

Рекомендується приймати наступні висоти для виробничих приміщень на підприємствах громадського харчування:

7 метрів для підприємств до 150 місць;

6 метрів для підприємств від 150 до 300 місць;

6 метрів для підприємств від 300 місць і більше.

Рекомендується проєктувати висоту приміщень гарячих цехів і мийних не нижче, ніж висота суміжних обідніх залів, і не вище, ніж 3,6 метра (для об'єктів масового будівництва).

Вироничі, складські і побутові приміщення можуть мати висоту до низу вентблоків, що виступають, не менше 2,5 метра.

Поміщення підприємства повинні бути розміщені таким чином, щоб забезпечити зручний функціональний розподіл та надійний взаємозв'язок через виробничі коридори.

Входи і сходи для відвідувачів, персоналу та працівників громадського харчування повинні бути окремими. На підприємствах до 100 місць вхід для персоналу може бути розташований через приймальні приміщення.

Окрім цього, важливо врахувати системи контролю за температурою та вологістю для зберігання мистецьких творів. Місця розташування розеток та електрообладнання повинні бути визначені з урахуванням електричної безпеки.

Галереї також повинні мати ефективні логістичні плани для швидкого виведення людей із бомбосховища, якщо це стане необхідним. Загалом, проєктування галерей має враховувати всі аспекти безпеки та забезпечувати безпечну та комфортну обстановку для відвідувачів та персоналу [25].

Це означає, що при розробці об'єкту враховані всі можливі аспекти, що стосуються безпеки, включаючи доступність для людей з обмеженими можливостями, пожежну безпеку, евакуаційні шляхи, системи пожежної

сигналізації та тушіння, а також інші важливі аспекти, що стосуються безпеки та комфорту відвідувачів [28].

2.2. Ергономічні норми меблевого облаштування простору

Розробка дизайну внутрішнього простору закладів громадського харчування відбувається через докладний аналіз всіх етапів виробництва, реалізації та споживання їжі, а також урахування потреб та вподобань клієнтів. При проектуванні необхідно враховувати основні принципи комфорту, розміру, форми, акустики, освітлення, кольору та інших аспектів.

Функціональність є однією з ключових вимог до дизайну внутрішнього простору закладу громадського харчування. Це передбачає систематичне вирішення різних завдань, таких як аналіз технологічних процесів, створення сприятливих умов для їх проведення та розробка ефективних функціональних зв'язків між приміщеннями.

Планування розташування приміщень у просторі базується на їх функціональній структурі та об'ємно-просторовій композиції, з урахуванням факторів, таких як зона будівництва та місцевий клімат.

Меблі для кафе, ресторанів і барів повинні відповідати вимогам естетики та міцності, оскільки вони піддаються інтенсивному використанню. Під час проектування слід дотримуватися нормативів та правил, враховуючи вимоги національних будівельних стандартів і санітарних норм.

Також, слід враховувати різні входи та виходи з приміщення, а також встановлювати відповідну висоту залів відповідно до розмірів приміщення та вимог будівельних норм.

При відкритті кафе, ресторану або бару, важливо розглянути аспекти формоутворення для створення естетичної атмосфери. Форми та лінії відіграють велике значення для сприйняття інформації людиною. Наприклад, вертикальні та горизонтальні прямі лінії можуть асоціюватися зі спокоєм і надійністю, тоді як вигнуті лінії викликають відчуття елегантності. Симетричні та прості форми зазвичай привертають більше уваги.

Силуети та лінійні контури визначають форму приміщення та створюють відчуття руху у просторі, що додає динаміки сприйняттю. Враховуючи це, ергономічні методи просторового моделювання забезпечують оптимальний психологічний клімат, що сприяє комфорту як для гостей, так і для персоналу.

При виготовленні меблів для кафе важливо забезпечити міцні з'єднання деталей, щоб забезпечити довговічність. Фальцеві з'єднання забезпечують широку площу зчеплення і зменшують кількість дрібних отворів, що можуть пошкодити конструкцію.

Вуличні меблі для літніх кафе повинні бути стійкими до впливу вітру, холоду та вологи, тому вони виготовляються з використанням міцних матеріалів та вологостійких з'єднань [9].

Використання різних типів покриттів може збільшити термін служби меблів та зробити їх більш привабливими. Наприклад, антикорозійні покриття для металевих меблів або антисептичні для дерев'яних.

Під час планування розташування столів у ресторанному залі, важливо враховувати різні аспекти для забезпечення максимального комфорту для гостей та ефективності обслуговування. Це включає в себе створення широких проходів для персоналу, оптимальне використання простору та забезпечення зручності розташування несучих елементів.

Крім того, важливо враховувати різноманітність меблів та їх розташування для забезпечення різних потреб гостей. Відкидні столи в поєднанні з відкидними лавами можуть бути ефективним рішенням для місць з обмеженим простором, а розташування невеликих кавових столиків може забезпечити затишну та інтимну атмосферу для гостей [10].

Загалом, успішне планування розташування столів у ресторанному залі передбачає врахування різних факторів, таких як зручність руху, ергономіка та різноманітність обслуговування, для забезпечення комфорту та задоволення для кожного гостя.

2.3. Вимоги до освітлення

При виборі та використанні матеріалів освітлення в художній галереї важливо дотримуватися кількох вимог, щоб забезпечити оптимальні умови для виставки та збереження експонатів.

1. Кольорова температура світла: Для відтворення кольорів та текстур художніх творів зазвичай використовують світло теплої колірної температури, близько 2700-3000К. Це світло підкреслює натуральні кольори та допомагає забезпечити правильне сприйняття мистецтва.

2. Рівномірний світловий потік: Освітлення повинно забезпечувати рівномірний вертикальний світловий потік, щоб уникнути тіней та відображень на експонатах. Це допомагає забезпечити належне освітлення кожного об'єкта виставки.

3. Регульованість освітлення: Освітлення в галереях повинно бути повністю регульованим, щоб адаптувати інтенсивність та напрямок світла відповідно до потреб конкретної експозиції. Це дозволяє створювати оптимальні умови для виставки різноманітних мистецьких робіт.

4. Уникнення ультрафіолетового світла: Ультрафіолетове світло може шкодити пігментам та матеріалам експонатів, тому важливо використовувати матеріали освітлення з фільтрами, які знижують випромінювання ультрафіолетового світла.

5. Мінімізація теплового випромінювання: Використання світлодіодних джерел світла допомагає уникнути перегріву матеріалів експонатів, оскільки світлодіоди випромінюють мало тепла порівняно з іншими джерелами світла.

6. Ефективність та контроль освітлення: LED-світильники забезпечують високу ефективність, довговічність та точне кольорове відтворення. Вони можуть бути легко керовані за допомогою димерів та автоматизованих систем, що дозволяє створювати різноманітні ефекти освітлення та ефективно контролювати рівень освітлення в галереях.

Так, запобігання пошкодженню та вигорянню творів мистецтва - це одне з найважливіших завдань при проектуванні освітлення в художніх галереях. Використання освітлення, яке мінімізує ультрафіолетове та інфрачервоне

випромінювання, допомагає зберегти мистецькі твори у найкращому стані протягом тривалого періоду.

2.4. Вимоги до матеріалів

Матеріали освітлення повинні бути ретельно відібрані для забезпечення легкої регулювання і оптимального освітлення для різних творів мистецтва та експозицій. Це може включати в себе використання спеціальних фільтрів та лінз для контролю випромінювання та напрямку світла [26].

Використання енергоефективних джерел світла та систем управління дозволяє знизити витрати електроенергії та забезпечити більш екологічно сталий підхід до освітлення галерей. Наприклад, встановлення LED-світильників разом із системами диммерів та сенсорів може значно зменшити споживання електроенергії, забезпечуючи при цьому високу якість освітлення.

Проектування художньої галереї є складним завданням, яке потребує комплексного підходу і врахування різних аспектів, включаючи безпеку, консервацію мистецтва, енергоефективність та естетичні аспекти. Важливо підібрати оптимальне рішення, яке забезпечить найкращі умови для експонування та демонстрації мистецтва, зберігаючи при цьому його цінність і якість [19].

Створення успішної художньої галереї - це складний процес, який вимагає збалансованого підходу до естетики, функціональності, комфорту та використання передових технологій. Ось кілька порад щодо створення функціонального просторового дизайну:

1. *Оптимізація використання простору:* Галерея повинна бути розроблена так, щоб максимально використовувати простір для виставки та відвідування експонатів. Розташування стін для картин, підвіски для скульптур та інші функціональні елементи мають бути розроблені з урахуванням естетичних та практичних вимог.

2. *Функціональний дизайн інтер'єру:* Продуманий функціональний дизайн допоможе створити комфортне і практичне середовище для відвідувачів та

митців. Інтер'єр повинен бути спроектований таким чином, щоб забезпечити зручність користування приміщенням та оптимізувати використання простору.

3. *Ергономічні меблі та аксесуари:* Вибір меблів і аксесуарів з врахуванням їхньої функціональності та ергономіки допоможе створити комфортне середовище для відвідувачів та митців. Меблі повинні бути легко переміщуваними, а їх висота повинна бути регульованою для адаптації до потреб кожного відвідувача.

4. *Практичність і зручність використання простору:* Організація меблів, освітлення та інших елементів має бути спроектована таким чином, щоб забезпечити легкість пересування та використання простору. Меблі для виставок та зон демонстрацій повинні бути легко перетворюючимися, щоб швидко змінювати конфігурацію приміщення залежно від потреб [8].

Проектування функціонального простору художньої галереї - це складний і багатогранний процес, який вимагає уважного підходу та збалансованого поєднання різних аспектів. Ось декілька ключових моментів, які слід враховувати:

1. *Аналіз потреб і визначення цілей:* Перш ніж розпочати проектування, важливо провести детальний аналіз потреб користувачів і визначити основні цілі створення функціонального простору. Це дозволить визначити пріоритетні напрямки дій та врахувати їх при розробці концепції простору.

2. *Створення функціонального плану:* На основі визначених цілей потрібно розробити детальний функціональний план, який відповідатиме потребам і цілям галереї. Це включає в себе організацію робочих зон, виставкових приміщень, зон відпочинку та інших функціональних зон.

3. *Врахування особливостей об'єкту:* При проектуванні необхідно врахувати особливості самого об'єкту - його розмір, організацію, ергономіку та доступність. Це допоможе максимально ефективно використати наявний простір і ресурси [4].

4. *Створення комфортних умов для відвідувачів:* Важливо забезпечити комфортні умови для відвідувачів, включаючи доступність простору для людей

з обмеженими можливостями, зручні маршрути переміщення та зони для відпочинку.

5. *Використання передових технологій:* Сучасні галереї повинні бути оснащені передовими технологіями, такими як високошвидкісний інтернет, мультимедійне обладнання та системи безпеки, що забезпечать зручність та безпеку для відвідувачів.

Загалом, успішна галерея - це той простір, який забезпечує зручність, комфорт і естетичність для відвідувачів та митців, одночасно враховуючи їхні потреби та вимоги [27].

2.3. Вплив кольору і рекомендації до стилістики закладу

Кольори та освітлення відіграють визначну роль у створенні атмосфери, що сприяє зручності та ефективності обслуговування клієнтів. Кольорове рішення і використання різних матеріалів є ключовими аспектами дизайну приміщень. Зазвичай вони створюють атмосферу за допомогою контрастних градацій світлих і темних відтінків. Використання колірної палітри може бути динамічним інструментом, який формує структуру та композицію простору.

Кольорова гама зазвичай диктує архітектурні елементи, такі як стіни, підлога та стеля, які можуть стати основними носіями колористики. Гармонія кольорів предметів та обладнання з основними кольорами допомагає створити вдале кольорове рішення, що позитивно впливає на мікроклімат приміщення та поліпшує його гігієнічні умови [22].

Також важливо враховувати географічне положення приміщення - чи орієнтоване воно на північ чи на південь, і відповідно використовувати теплі або холодні кольори. Використання світлих відтінків допомагає зберігати чистоту та гігієну приміщення, а також допомагає визначити функціональні зони.

Дослідження показують, що кольорове оформлення впливає на настрій та ефективність людини. Важливо враховувати, що кольори можуть створювати як позитивні, так і негативні емоції. Вибір кольорів є індивідуальним, проте при

дизайні громадських приміщень варто керуватися науковими даними щодо впливу кольорів на психологію людини.

Так, колір грає важливу роль в створенні атмосфери інтер'єру художніх галерей, оскільки він може впливати на наш настрій, емоції та сприйняття мистецтва. При виборі кольорів важливо враховувати різні аспекти, зокрема освітлення та функціональність приміщення.

Освітлення впливає на сприйняття кольору, тому важливо враховувати, як колір буде виглядати при різних умовах освітлення в галереї. Наприклад, природне світло може робити кольори яскравішими та більш насиченими, тоді як штучне освітлення може змінювати їхні відтінки. Також важливо пам'ятати про те, що деякі кольори можуть поглинати світло, тоді як інші можуть відбивати його, що також може впливати на загальну атмосферу галереї.

Крім того, колір може впливати на сприйняття розміру та простору приміщення. Яскраві та світлі кольори можуть зробити приміщення більш просторим та світлим, тоді як темні кольори можуть створювати відчуття затишку та інтимності. Важливо збалансувати вибір кольорів таким чином, щоб вони створювали гармонійне та приємне середовище для сприйняття мистецтва.

Нарешті, колір може викликати асоціації та емоції, тому важливо обирати кольори, які відповідають загальній концепції галереї та доповнюють її атмосферу. Наприклад, яскраві та енергійні кольори можуть підтримувати динамічну та сучасну атмосферу, тоді як приглушені та нейтральні кольори можуть створювати відчуття спокою та елегантності.

Ураховуючи розмір та освітленість кімнати, можна вибрати відповідні відтінки. Наприклад, великі залі дозволяють використовувати яскраві кольори, тоді як для менших приміщень краще обрати нейтральні відтінки. Низькі кімнати з високими стелями можуть виглядати вищими за рахунок світлих, холодних кольорів, а довгі кімнати можуть здатися коротшими за рахунок яскравіших кольорів на дальній стіні.

Важливо також розглядати використання композиційних прийомів. Наприклад, концентрація на контрастах може підвищити настрій, а м'які відтінки сприятимуть відчуттю спокою та відпочинку.

Концентрація на контрастах може бути дуже ефективним композиційним прийомом для створення виразності та динаміки у приміщенні. Наприклад, використання контрастних кольорів або текстур може підсилити візуальний ефект і звернути увагу на певні області або деталі приміщення. Це може бути особливо корисним у великих просторах, де потрібно зробити акценти або розділити зони.

Натомість, м'які відтінки і текстури сприяють створенню атмосфери спокою та відпочинку. Вони можуть зменшити візуальний шум і допомогти створити гармонійне середовище для відпочинку та розслаблення. Такий підхід особливо підходить для зон відпочинку, де люди шукають затишок і тепло.

Важливо також враховувати розташування та розмір елементів декору для досягнення балансу між контрастом і гармонією. Правильно підібрані елементи можуть створити рівновагу в просторі і доповнити загальний дизайн, забезпечуючи приємне та збалансоване середовище для відвідувачів [11].

Футуристичний світлий стиль в пастельних тонах, з використанням контрастних об'єктів, матеріалів і кольорів може створювати унікальну та захоплюючу атмосферу в приміщенні. Цей стиль може відображати сучасні тенденції та принципи інноваційного дизайну, які підкреслюють важливість естетики, функціональності і зручності.

Використання пастельних відтінків, таких як світло-рожевий, блакитний, лимонний, може надати приміщенню свіжий та легкий вигляд, а також створити відчуття простору та світлоти. Ці відтінки можуть бути ідеальним фоном для виразних контрастних об'єктів, таких як дизайнерські фігурки чи айдентика бренду. Ці об'єкти можуть бути виготовлені з різних матеріалів, таких як скло, метал, пластик, що додасть різноманітності та глибини дизайну.

Щодо використання матеріалів, дерево, цегла, тахта можуть додати природній і органічний елемент до інтер'єру, створюючи зручну та атмосферну

обстановку. Вони можуть бути використані як частина декору чи меблів, або як елементи обробки стін чи підлоги.

Щодо кольорів, зелений, коричневий, жовтий, синій можуть бути використані для створення цікавих контрастів та відтінків у приміщенні. Зелений може надати відчуття природності та спокою, коричневий - теплоти та затишку, жовтий - енергії та оптимізму, а синій - стабільності та глибини.

Додавання вінтажних або раритетних меблів та декору може створити унікальний та цікавий контраст у приміщенні. Це дає можливість поєднувати сучасний дизайн з елементами минулого, створюючи гармонійну та цікаву обстановку.

Наприклад, використання вінтажних крісел чи столів може додати характеру та історичного шарму до приміщення. Такі меблі можуть мати унікальний дизайн або відображати певну епоху, що робить їх цікавими об'єктами для спостереження та розміщення у сучасному контексті.

Також вінтажний декор, такий як старовинні світильники, килими, картини або предмети мистецтва, можуть додати шарму та індивідуальності до інтер'єру. Ці елементи можуть бути використані як акценти або ключові точки фокусу в приміщенні, підкреслюючи його унікальність та стиль [12].

Головна ідея полягає в тому, щоб зберегти баланс між сучасним та вінтажним дизайном, створюючи гармонійну та затишну обстановку. Вінтажні елементи можуть бути ідеальним доповненням до сучасного інтер'єру, додаючи йому характеру та унікальності.

Висновки до другого розділу

1. У процесі проєктування простору художньої галереї важливо уважно вирішувати унікальні потреби, які стосуються ефективного представлення та використання простору. Основні аспекти включають ефективну експозицію, функціональність, вибір кольорів, практичність експлуатації та безпеку, а також інтерактивні та технологічні елементи.

2. Ефективна експозиція передбачає створення простору, в якому твори мистецтва можуть бути оптимально розміщені для забезпечення найкращого перегляду відвідувачами. Функціональність передбачає створення різних зон, таких як виставкові зали та приміщення для майстер-класів, зони для спілкування і т. д. Вибір кольорів має створювати атмосферу, яка доповнює твори мистецтва та сприяє сприйняттю. Практичність експлуатації та безпека гарантують комфорт та захист експонатів та відвідувачів. Додавання інтерактивних та технологічних елементів може збільшити цікавість та взаємодію з експозицією.

3. Узгоджене врахування цих аспектів допомагає створити гармонійний простір, де мистецтво може взаємодіяти з глядачем, а сама галерея стає важливим культурним центром. Ретельне планування і уважне увідомлення кожного аспекту дозволяє створити простір, який не лише ефективно відображає мистецтво, але й стає місцем, де люди можуть вільно відчувати його естетичне та культурне значення.

4. Під час розробки проєкту кафе/клубу важливо дотримуватися ряду вимог та правил для забезпечення комфорту та задоволення відвідувачів. Організація взаємодії між відвідувачами, правильне розташування зон внутрішньої структури та створення виставкового простору є критично важливими аспектами.

5. Для забезпечення зручності та комфорту гостей слід приділити особливу увагу функціональним зонам, таким як зони відпочинку, обслуговування та розваг. Планування та організація простору мають забезпечити легкий та приємний рух між цими зонами.

6. Ергономічне розташування меблів та візуальних об'єктів є ще одним важливим аспектом успішного створення простору. Ергономіка в дизайні інтер'єру допомагає забезпечити комфорт та зручність для відвідувачів.

7. Узагальнюючи, ключовими факторами при проєктуванні кафе та клубів є дизайн громадських просторів, функціональне зонування, ергономіка та правильне використання обладнання. Врахування цих аспектів допомагає створити привабливе та комфортне середовище для відвідувачів.

РОЗДІЛ III. ФОРМУВАННЯ ДИЗАЙНУ ІНТЕР'ЄРУ АЙДЕНТИКИ

3.1. Огляд об'єкту

Україна. м. Київ. Вул. Велика Васильківська, 44 (Рис.3.1).

У 1883 році садибу придбала О. Гелевер, яка замовила будівництво будинку за проектом архітектора А.-Ф. Краусса у 1898 році. Будинок має чотири поверхи, збудований з цегли, пофарбований, та має форму, подібну до літери "П" у плані, з двосхилим дахом. Внутрішнє планування житлового поверху є секційним. На кожному поверсі дві квартири розташовані дзеркально відносно центральної поперечної осі та парадних сходів. Кожна квартира складається з шести кімнат і оснащена всіма зручностями. Другорядні приміщення розміщені у бічних дворових крилах, а кухні виходять на гвинтові чорні сходи (Рис.3.2).

Будинок, в оформленні якого використані ренесансно-барокові форми, відрізняється складною архітектурною композицією та різноманітністю декоративних деталей. Фасад має симетричну структуру, побудовану навколо вертикальної осі, згуртованої навколо півциркульних вікон четвертого поверху. Особливістю фасаду є різні ритми, форми та ширини вікон на різних поверхах. Кожен поверх має власне оздоблення: перший прикрашений лопатками з прямокутними кесонами, другий - плоскими лопатками, а третій та четвертий об'єднані півколонами коринфського ордера. Центральну вісь фасаду підкреслює прямокутний еркер, що об'єднує третій та четвертий поверхи, спираючись на масивні фігурні кронштейни з ліпленим орнаментом. Вікна еркера завершуються багатопрофільним карнизом та лучковим фронтоном. Фасад також прикрашають лиштви вікон з замковим каменем, різноманітні за профілем гурти та дрібна пластика на фризі вінцевого карниза. Загалом, архітектура відрізняється надмірністю декору та поєднанням різностильових елементів, що характерно для прибуткових будинків Києва даного періоду. Приміщення першого поверху використовується під магазини з 1962 року. Від 1905 по 1906 роки в будинку розміщувалась явочна квартира Київської військової

організації РСДРП, яка проводила агітаційну діяльність та організувала повстання саперів.



Рис. 3.1. 2009 р. Головний фасад

Дворовий фасад будинку прикрашений з ретельністю, притримуючись стриманого стилю. Його особливістю є простота композиції, де відзначаються лише міжповерхові зубчасті гурти. Ризаліт, який є центральним елементом фасаду, завершується трикутним щипцем. Збережений первісний об'єм будинку має велике історичне значення як представник архітектури доби історизму.

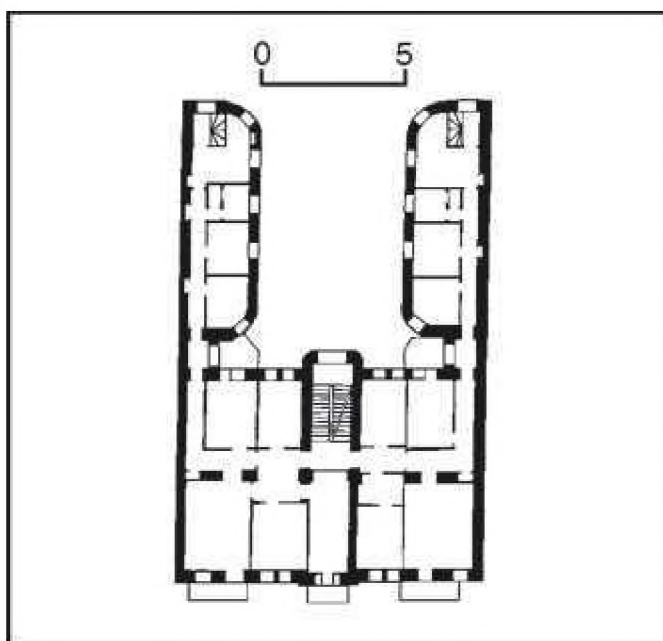


Рис. 3.2. Пан другого поверху

3.2. Благоустрій прибудинкової території

Навколо будинку розташовані різноманітні об'єкти, які збагачують інфраструктуру району. Зокрема, поруч із будинком можна знайти торгові заклади та ресторани, у центральних районах міста часто знаходяться офісні центри та бізнес-структури, де працюють різноманітні компанії та бізнеси. Також наявні культурні об'єкти, такі як музеї, галереї, театри або інші культурні заклади. Розташовані транспортні вузли, автобусні та трамвайні зупинки, що забезпечують зручний доступ до громадського транспорту.

Обраний будинок для проєкту має великий потенціал для благоустрою прибудинкової території. Розташування в центральній частині міста Києва надає цій території значну значущість та можливості для створення комфортного та функціонального простору.

Основні аспекти благоустрою прибудинкової території повинні враховувати не лише естетичний бік, але й функціональність та безпеку мешканців.

Ландшафтний дизайн: На внутрішньому дворі, що є закритим та має наскрізний прохід, слід створити оазис зелені з деревами, кущами та квітами. Це не лише прикрасить простір, але й сприятиме підвищенню якості повітря та створенню мікроклімату. Додатково, можна розмістити відпочинкові зони з лавками, де мешканці зможуть насолоджуватися природою.

Альтанка та зона відпочинку: Розміщення альтанки в середині внутрішнього двору створить затишну та затишню зону відпочинку для мешканців будинку. Це може бути місце для проведення вечірок, пікніків або просто спокійного відпочинку на свіжому повітрі.

Освітлення та безпека: Важливим аспектом є належне освітлення території, особливо вночі. Встановлення ліхтарів та фонарів навколо периметру та вздовж стежок забезпечить безпеку мешканців та створить затишну атмосферу.

Загалом, благоустрій прибудинкової території має великий потенціал для створення комфортного та затишного простору для відвідувачів, де вони

зможуть насолоджуватися природою, відпочивати та спілкуватися одне з одним.

3.3. Просторово-планувальне рішення і зонування закладу

Галерейний простір з магазином розташований в правій частині першого поверху, що сприяє його видимості та залученню уваги відвідувачів (Рис.3.3). Тут відкритий простір створює можливість вибору та розгляду асортименту товарів, що сприяє їх ефективному показу та продажу.

Кав'ярня, розташована в лівій частині, створює атмосферу відпочинку та затишку, де відвідувачі можуть насолоджуватися гарними напоями та ласощами. Це також може слугувати місцем для обговорення та аналізування виставкових експонатів, що додає цінності як галереї, так і кав'ярні.

Спільні виходи в внутрішній двір сприяють легкому доступу до обох закладів для відвідувачів та персоналу. Це створює зручність у використанні простору внутрішнього двору для проведення різноманітних заходів та вечірок, що підсилює цікавість відвідувачів та створює додаткові можливості для взаємодії.

Загальною метою цього просторово-планувального рішення є створення гармонійного та затишного середовища, де відвідувачі можуть насолоджуватися не лише покупками, але і приємним відпочинком, спілкуванням та культурними заходами. Такий підхід підсилює концепцію компанії та створює унікальний досвід для клієнтів.



Рис. 3.3. Схема функціонального зонування

Основна частина кав'ярні складається з двох просторних залів з кафельними підлогами та зручними меблями. Тут розташовувалися столики та крісла для гостей.

Барна стійка, розташована в першій залі кав'ярні, є центром уваги.

Деякі частини кав'ярні призначені для приватних або інтимних зустрічей, де гості могли насолоджуватися спокоєм та приватністю.

Важливою частиною зонування було створення особливої атмосфери, що сприяла відпочинку та розмовам. Для цього використовувалися декор, та об'єкти айдентики що створював затишок.

Зонування кав'ярні було спроектоване з метою надання відвідувачам різноманітних місць для відпочинку, спілкуванню. Чітко визначені зони створювали комфортну та затишну атмосферу для всіх гостей.

Галерейний простір був поділений на два основні зали. У першому залі експонувалися унікальні арт-іграшки, які відображали ідентичність компанії та її унікальний стиль. Другий зал був призначений для продажу продукції.

Кожен зал був ретельно зонований для оптимального використання простору. Вони включають в себе виставкові площадки з каменю, магазинні

стелажі, приватні куточки для консультацій з покупцями та інформаційні стенди, які надавали детальну інформацію про кожен товар.

3.4. Дизайн-концепція закладу та обладнання приміщень

Компанія "Fluffy Promenade" (Рис.3.4) відома своїми дизайнерськими іграшками, які створені для аудиторії аукціонерів та початківців, цінителів мистецтва. Кожен продукт компанії пропонує унікальний підхід до забав, який відповідає наступним принципам:

Індивідуальність та самовираження: Кожна тваринка представляє унікальний образ, що відображає особистість та стиль. Це підкреслює важливість самовираження та індивідуальності, що є ключовими елементами для наших клієнтів.

Природна краса: Незважаючи на те, що тваринки мають гіперболізовані частини тіла, вони все ще можуть виражати природну красу та унікальність різних видів та істот. Це надихає нашу аудиторію на цінування природи та краси навколишнього світу.



Рис. 3.4. Візитка з назвою бренду

Рольова гра та креативність: Кожна тваринка може грати різні ролі або виражати різні аспекти життя, надаючи можливість людям розвивати креативність та імагінацію. Це сприяє розвитку фантазії та розширенню уяви.

Повага до різноманітності: Ця колекція підкреслює важливість прийняття та поваги до різноманітності, незалежно від того, як виглядає кожна



Рис. 3.6. Кольорова палітра

Матеріали та техніки виготовлення включають в себе використання вінілу або пластику, а також 3D друк на принтері, що дозволяє створювати деталізовані та оригінальні моделі.

Основна ідея компанії "Fluffy Promenade" полягає в створенні унікальних дизайнерських іграшок, які відображають індивідуальність, креативність та різноманіття. З огляду на це, концепція кав'ярні з айдентикою компанії та галерейного простору з іграшками може бути дуже захопливою та привабливою для цільової аудиторії.

Атмосфера: Кав'ярня-галерея може пропонувати затишну та артистичну атмосферу, де клієнти можуть насолоджуватися свіжо звареною кавою та десертами в компанії зручних меблів та м'яких подушок. Можливо, на стінах кав'ярні будуть виставлені роботи місцевих художників або ж фотографії, що доповнюють атмосферу та підкреслюють естетику компанії "Fluffy Promenade".

Продукція: Галерейний простір буде виставляти іграшки компанії, які можна буде не тільки роздивитися, але й придбати. Кожен персонаж буде представлений як унікальна творча особистість, що додасть унікальності та індивідуальності місцю.

Інтерактивність: Крім того, в кав'ярні можуть проводитися тематичні заходи та майстер-класи з виготовлення іграшок або ж інші творчі події, що створять додатковий інтерактивний досвід для відвідувачів.

Естетика: Дизайн кав'ярні може відповідати естетиці іграшок компанії "Fluffy Promenade", використовуючи пастельні відтінки та елементи з гіперболізованими формами, які створять затишну та казкову атмосферу. (Рис.3.7)



Рис. 3.7. Постери

Концепція кав'ярні з айдентикою компанії та галерейним простором з іграшками може створити унікальне місце, де відвідувачі зможуть насолоджуватися не лише кавою та десертами, але й зануритися у світ сучаного мистецтва.

Приміщення кав'ярні та галерейного простору було обладнане з урахуванням комфорту та естетики для відвідувачів. У кав'ярні були розставлені зручні меблі, такі як м'які крісла та столики з приємним освітленням, що створювало затишну атмосферу для проведення часу. Для облаштування галерейного простору були використані стелажі та експозиційні площадки, які дозволяли ефективно виставляти іграшки компанії "Fluffy Promenade". Також було забезпечено наявність спеціального освітлення, щоб підкреслити естетику та деталі іграшок.

Для створення комфортної атмосфери використовувалися пастельні відтінки на стінах та текстильних матеріалах, що відповідали естетиці компанії.

Також було встановлено систему кондиціонування повітря для забезпечення приємної температури в будь-який час року.

Приміщення кав'ярні було також обладнане зонами для розваг та відпочинку, такими як книжкова полиця з різноманітними виданнями, настільні ігри та ігрові консолі. Це створювало додаткові можливості для розваг та спілкування для відвідувачів [21].

У галерейному просторі було встановлено спеціальні стійки для відвідувачів, де вони могли розглядати іграшки з близької відстані та навіть випробувати їх на смак. Також було організовано касовий пункт для придбання іграшок або інших товарів компанії "Fluffy Promenade", що зручно розташований в самому центрі простору.


Приміщення було обладнане сучасними системами безпеки та звукового обладнання для створення приємної атмосфери та забезпечення безпеки відвідувачів. Всі ці елементи доповнювали загальний концепт кав'ярні та галереї, створюючи простір, де люди могли не лише насолоджуватися кавою та придбати унікальні іграшки, але й проводити час з задоволенням та комфортом.




3.5. Підбір матеріалів і предметного наповнення інтер'єрів

Підбір матеріалів та предметного наповнення в галерейному просторі з магазином був проведений з великою уважністю до кожної деталі, з метою створення привабливого та функціонального середовища для відвідувачів.

Меблі були обрані з якісних матеріалів, таких як дерево та метал. Дерев'яні елементи надавали приміщенню теплоти та затишку, водночас відображаючи природну красу. Металеві деталі використовувалися для створення сучасного і стійкого до зношення меблів та аксесуарів. Штукатурка та камінь додавали текстури та глибини інтер'єру, створюючи враження витонченості та розкоші.

Табл. 3.1 Специфікація підлогових покриттів

	Приміщення	Матеріал	Розміри
	Офіс другого поверху	Capri Herringbone.	L 15 ст x 138 ст x 690 мм. (85 шт.)

		Европейський дуб	7,3 м ²
	Санвузол, балкон, тераса	GOUACHE SAUGE. Керамічна плитка	15.5 × 15.5 (600 шт) 76,3 м ² Cloé
	Кав'ярня	Керамічна плитка	100 x 100 (1000 шт.) 129,5 м ²
	Транзитна зона, галерейний простір	Laminatove. Європейський дуб	5,6 cm x 138 cm x 9,5 mm (400 ш) 338,7 м ²

Декоративні елементи, такі як картини, скульптури та текстиль, були також ретельно обрані, щоб доповнити загальний естетичний вигляд простору та підкреслити його художній характер.

Загальний підбір матеріалів та предметного наповнення був спрямований на створення не лише естетично привабливого, але й комфортного та затишного середовища для відвідувачів. Цей підхід дозволив створити місце, де клієнти можуть не лише насолоджуватися мистецтвом та культурою, але й відчувати себе зручно та комфортно під час перебування в приміщенні.

Вибір матеріалів для кожної зони офісу, санвузла, балкону, тераси, кав'ярні та транзитної зони відображається на їх функціональному та естетичному значенні, а також враховується практичність та зносостійкість.

Офіс другого поверху (Capri L Herringbone. Европейський дуб): Цей матеріал, збудований з якісного дерева, відображає серйозність та професіоналізм офісного середовища. Херрінгбон-подібна конструкція підвищує естетичний вигляд приміщення, додавши йому елегантності та класичної краси.

Санвузол, балкон, тераса (GOUACHE SAUGE. Керамічна плитка): Керамічна плитка є ідеальним вибором для вологих приміщень, таких як санвузли та тераси, оскільки вона має високу водостійкість та легко очищається. Дизайн "GOUACHE SAUGE" додасть свіжість та енергію до приміщення, створюючи приємну атмосферу.

Кав'ярня (Cloé Керамічна плитка): Керамічна плитка розміру 100 x 100 мм є ідеальним вибором для кав'ярень, оскільки вона легко очищається та має високу зносостійкість. Дизайн "Cloé" надасть приміщенню теплоти та затишку, сприяючи розслабленню та відпочинку клієнтів.

Транзитна зона, галерейний простір (Laminatove. Європейський дуб): Ламінат з європейського дуба відмінно підходить для високонавантажених зон, таких як транзитні зони та галерейні простори, оскільки він має високу зносостійкість та легко очищається. Його натуральний вигляд додає приміщенню тепла та природності, створюючи затишну атмосферу для проживання та переходів.

Освітлення в просторі було ретельно розроблене з метою створення затишної та гармонійної атмосфери. Для досягнення цього ефекту були використані довгі панелі на стелі, які розташовувалися вздовж приміщення та надавали м'яке та рівномірне освітлення. Це дозволяло уникнути різких тіней та плям на поверхнях, що створювало сприятливі умови для огляду та оцінки художніх творів.

Декоративні елементи, такі як картини, скульптури та текстиль, були вплетені в освітлену зону, доповнюючи інтер'єр та надаючи йому вишуканості. При цьому освітлення було розраховане таким чином, щоб воно підкреслювало кожен декоративний елемент, надаючи йому відповідний акцент та визначаючи його важливість у загальному композиційному рішенні інтер'єру.

Такий підхід до освітлення сприяв створенню гармонійного та естетично привабливого середовища, де відвідувачі могли насолоджуватися мистецькими творами та почувати себе комфортно під час перебування в просторі.

Основним елементом інтер'єру є художні експонати та арт-іграшки, які відображають ідентичність компанії "Fluffy Promenade" і створюють унікальну атмосферу простору.

3.6. Авторські розробки

Ансамбль «Чарівне знайомство» (крісло, стілець, диван)

СТІЛЕЦЬ «Компактність»:

Ширина — 592 мм

Глибина — 468 мм

Висота — 828 мм

Висота ніжок — 410 мм

Стільці «Компактніть» виконані з високоякісного дерева та володіють елегантним та стильним дизайном, який ідеально вписується в атмосферу кав'ярні. Їхні компактні розміри дозволяють ефективно використовувати простір кав'ярні, не перенасичуючи його. Водночас, дерев'яні матеріали надають стільцям натуральний та теплий вигляд, що додає затишку та комфорту в приміщенні. Кожен стілець обладнаний зручними сидінням та спинкою, що забезпечує комфорт для відвідувачів кав'ярні протягом тривалого періоду часу.

ДИВАН «М'який друг»:

Висота — 912 мм

Глибина — 982 мм

Ширина — 3056 мм

Диван «М'який друг» є ідеальним доповненням для кав'ярні, створюючи атмосферу затишку та комфорту. Він виготовлений з високоякісних матеріалів та має м'яке та зручне сидіння, яке запрошує відвідувачів на відпочинок та розмову. Дизайн дивана відповідає естетиці кав'ярні, додаючи до неї елегантність та стиль. Його простий, але функціональний дизайн робить його ідеальним вибором для будь-якого інтер'єру кав'ярні, де головним пріоритетом є комфорт та зручність для клієнтів.

КРИСЛО «Маленький друг»:

Висота — 912 мм

Глибина — 982 мм

Ширина — 1056 мм

Крісло "Маленький друг" - це ідеальний вибір для кав'ярні, що доповнить стиль дивана та відповідь загальній естетиці приміщення. Воно має той самий елегантний та стильний дизайн, що й диван, що робить їх ідеальною парою для створення затишної атмосфери в кав'ярні.

Виготовлене з високоякісних матеріалів, які забезпечують надійність та комфорт. Його м'яке та зручне сидіння забезпечить клієнтам максимальний комфорт під час перебування в кав'ярні. Крісло має ергономічну форму, що дозволяє відпочивати і розслаблятися, додавши атмосфері приміщення додаткового шарму та затишку.

Висновки до 3-го розділу

1. Перед початком робіт був проведений докладний огляд приміщення, що складається з кав'ярні та галерейного простору з магазином. Огляд дозволив належним чином оцінити потреби кожної зони та розробити оптимальний план організації.

2. Концепція була розроблена з урахуванням характеру бізнесу, який поєднує в собі функції кав'ярні та галереї мистецтва. Створена концепція сприяє створенню атмосфери креативності та вишуканості, де клієнти можуть насолоджуватися якісним кавовим напоєм та мистецькими творами.

3. Вибрана кольорова палітра базується на спокійних та пастельних відтінках, що додає життєвої сили та енергії приміщенню, створюючи атмосферу гармонії та затишку.

4. Меблі та обладнання були підібрані зі сучасним дизайном, які відповідають як потребам кав'ярні, так і галереї. Вони не лише забезпечують комфорт для відвідувачів, але й додають естетичний вигляд усьому простору.

5. Айдентика була відтворена за допомогою мистецьких елементів декору, що доповнюють естетику дизайнерських іграшок, створюючи гармонійну атмосферу на основі її айдентики.

6. Організація простору була проведена з урахуванням зручності для відвідувачів та логічного розміщення експонатів. Це дозволило максимально ефективно використовувати простір і забезпечити оптимальні умови для кожного відвідувача.

7. Загалом, планування та організація простору були спрямовані на забезпечення функціональності приміщення, створення комфортного середовища для відвідувачів та втілення концепції, що відображає характер бізнесу.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

1. Айдентика компанії, як ключовий елемент бренду, відіграє важливу роль у визначенні образу та ідентифікації бренду у свідомості споживачів. Її втілення в дизайні інтер'єру є ключовим для створення унікального та запам'ятовуваного простору, де споживачі можуть взаємодіяти з брендом. Це дозволяє компаніям ефективно комунікувати свої цінності, стиль та ідентичність через фізичний простір, що має великий потенціал для створення привабливих середовищ, що збільшують привабливість продукції серед споживачів.

2. У процесі проєктування простору художньої галереї важливо враховувати унікальні потреби, які стосуються ефективного представлення та використання простору. Основні аспекти включають ефективну експозицію, функціональність, вибір кольорів, практичність експлуатації та безпеку, а також інтерактивні та технологічні елементи. Ефективна експозиція передбачає створення простору, в якому твори мистецтва можуть бути оптимально розміщені для забезпечення найкращого перегляду відвідувачами. Функціональність передбачає створення різних зон, таких як виставкові зали та приміщення для майстер-класів, зони для спілкування і т. д. Вибір кольорів має створювати атмосферу, що доповнює твори мистецтва та сприяє їх сприйняттю. Практичність експлуатації та безпека гарантують комфорт та захист експонатів та відвідувачів. Додавання інтерактивних та технологічних елементів може збільшити цікавість та взаємодію з експозицією. Узгоджене врахування цих аспектів допомагає створити гармонійний простір, де мистецтво може взаємодіяти з глядачем, а сама галерея стає важливим культурним центром.

3. Під час розробки проєкту важливо дотримуватися ряду вимог та правил для забезпечення комфорту та задоволення відвідувачів. Організація взаємодії між відвідувачами, правильне розташування зон внутрішньої структури та створення виставкового простору є критично важливими аспектами. Для забезпечення зручності та комфорту гостей слід приділити особливу увагу функціональним зонам, таким як зони відпочинку, обслуговування та розваг. Планування та організація простору мають забезпечити легкий та приємний рух

між цими зонами. Ергономічне розташування меблів та візуальних об'єктів є ще одним важливим аспектом успішного створення простору. Ергономіка в дизайні інтер'єру допомагає забезпечити комфорт та зручність для відвідувачів. Узагальнюючи, ключовими факторами при проектуванні кафе та клубів є дизайн громадських просторів, функціональне зонування, ергономіка та правильне використання обладнання.

4. Концепція була розроблена з урахуванням характеру бізнесу, який поєднує в собі функції кав'ярні та галереї мистецтва. Створена концепція сприяє створенню атмосфери креативності та вишуканості, де клієнти можуть насолоджуватися якісним кавовим напоєм та мистецькими творами компанії. Вибрана кольорова палітра базується на спокійних та пастельних відтінках, що додає життєвої сили та енергії приміщенню, створюючи атмосферу гармонії та затишку. Меблі та обладнання були підібрані зі сучасним дизайном, які відповідають як потребам кав'ярні, так і галереї. Вони не лише забезпечують комфорт для відвідувачів, але й додають естетичний вигляд усьому простору. Організація простору була проведена з урахуванням зручності для відвідувачів та логічного розміщення експонатів. Це дозволило максимально ефективно використовувати простір і забезпечити оптимальні умови для кожного відвідувача.

5. У практичному плані, розробка інтер'єру з використанням айдентики бренду має велике значення для задоволення споживчих потреб аудиторії та формування позитивного сприйняття бренду. Це вимагає комплексного підходу, який враховує сучасні тенденції та ергономічні принципи, щоб створити простір, що спонукає до взаємодії та впізнавання бренду. Айдендика була відтворена за допомогою мистецьких елементів декору, що доповнюють естетику дизайнерських іграшок, створюючи гармонійну атмосферу на основі її айдентики.

6. Успішна імплементація айдентики бренду в дизайні інтер'єру може стати ключовим чинником у привертанні уваги споживачів та збільшенні конкурентоспроможності компанії. Такий підхід дозволяє створити унікальне

та запам'ятовуване середовище, яке відображає цінності та стиль бренду, тим самим підсилюючи його ідентичність та впізнаваність серед споживачів.

7. Ефективне використання айдентики бренду в дизайні інтер'єру може сприяти створенню емоційного зв'язку з аудиторією, що допомагає залучити та утримати клієнтів. Відчуття ідентифікації та приналежності до бренду може збільшити лояльність споживачів і позитивно вплинути на їхню довіру до компанії та її продукції.

1. Виставкова діяльність та її значення як інструменту регіонального розвитку / Г.П. Підгрушний, В.О. Пекар, О.О. Денисенко // Укр. геогр. журн. 2009. № 1. С. 41-49. Бібліогр.: 18 назв. укр.
2. Гірний О. А., Скорик Л. В. Сучасні тенденції перетворення художніх музеїв на провідні соціокультурні центри національного значення. *Актуальні проблеми архітектури та містобудування*. 2022. № 64. С. 67–76.
3. Гнатюк Л. Р., Нестерук І. І. Зелені дахи в сучасному благоустрої міст. *Теорія та практика дизайну*. 2021. № 23. С. 126–133.
4. Гнатюк Л., Сідорова М. Ю. Особливості дизайну інтер'єрів сакральних просторів пов'язані із зміною функції (на прикладі пострадянського досвіду) InterConf. 2021. С. 427–437.
5. ДБН Б.2.2-12:2019. Планування та забудова територій. На заміну ДБН Б.2.2-12:2018 ; чинний від 2019-10-01. Вид. офіц. Укр. держ. НДІ проектування міст «Діпромiсто» ім. Ю.М.Білокої., 2019. 185 с.
6. ДБН В.1.1-7:2016. Пожежна безпека об'єктів будівництва. Загальні вимоги. На заміну ДБН В.1.1-7-2002 ; чинний від 2017-06-01. Вид. офіц. Укр. НДІ цивільн. зах. УкрНДЦЗ, 2016. 47 с.
7. ДБН В.1.2-7:2021. Основні вимоги до будівель і споруд. Пожежна безпека. На заміну ДБН В.1.2-7-2008. Чинні з: 2022-09-01. Вид. офіц. Київ, Мінрегіону України від 2022. 13 с.
8. ДБН В.2.2-25:2009. Будинки і споруди. Підприємства харчування (заклади ресторанного господарства). Зі Змінами № 1 та № 2. Чинний від 2020-06-01. Вид. офіц. Укр. зон. н.-д. і проект. ін-т по цивільн. буд-ву (КИЇВЗНДІЕП), 2009. 13 с.
9. ДБН В.2.2-9:2018. Будинки і споруди. Громадські будинки та споруди. Основні положення. Зі Зміною № 1. На заміну ДБН В.2.2-9-2009 ; чинний від 2022-09-01. Вид. офіц. УКРНДПЦИВІЛЬБУД, 2018. 49 с.
10. ДБН В.2.5-28:2018 Природне та штучне освітлення. [На заміну ДБН В.2.5-28-2006]. Чинні від 01.03.2019. Вид. офіц. К.:, 2018. 133 С.

11. ДБН В.2.5-67:2013. Опалення, вентиляція та кондиціонування. На заміну СНиП 2.04.05-91 Опалення, вентиляція и кондиціонування. Крім розділу 5 та додатка 22 ; чинний від 2014-01-01. Вид. офіц. Ін-т «УкрНДІспецбуд», 2013. 147 с.
12. Колосніченко О. В. Методологія розробки фірмового стилю на основі вивчення аналогів / О. В. Колосніченко, К. Л. Пашкевич // Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі : монографія / за заг. ред. М. В. Колосніченко. - Київ : КНУТД, 2022. - С. 59-78.
13. Костюченко О. А. Архітектурно-типологічні моделі арт-центрів. *Сучасні проблеми архітектури та містобудування*. 52-ге вид. Київ, 2018. С. 71–77.
14. Костюченко О. А. Архітектурно-типологічні моделі арт-центрів. *Сучасні проблеми архітектури та містобудування*. 2018. № 52. С. 71–77.
15. Луценко А., Колосова Н., Василенко В. Дизайнерські вирішення нетипових мистецьких центрів. *Теорія та практика дизайну*. 2023. № 28(2). С. 173–182.
16. Новік Г. В. Вплив кольору на візуальне сприйняття виробів з металу в дизайні інтер'єру. *Теорія та практика дизайну* : Міжнар. науково-практ. конф., м. Київ, 11 берез. 2019 р. С.62-63
17. Основи айдентики : [матеріали та методичні рекомендації до спецкурсу] / викладачі Ю.С. Кулінка, Л.П. Романко. Кривий Ріг : ДВНЗ «КДПУ», 2017. с.
18. Основи айдентики : [матеріали та методичні рекомендації до спецкурсу] / укладачі Ю.С.Кулінка, Л.П. Романко. Кривий Ріг : ДВНЗ «КДПУ», 2017. С.
19. Пасічник Р. Е. Музей як комунікативний та освітній простір. Львів, 2017. 229 с.
20. Підгрушний Г. П. Виставкова діяльність та її значення як інструменту регіонального розвитку. Укр. геогр. журн. К.: Інституту географії НАН України. 2009. № 1. С. 41–49.

21. Пільгук О. А. Фірмовий стиль в контексті сучасності в Україні. *Традиції та нові наукові стратегії у Центральній та Східній Європі*. 2023.
22. Савченко Ю. О. Розробка фірмового стилю кав'ярні та кавової продукції : кваліфікаційна робота здобувача освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 022 Дизайн / Ю. О. Савченко ; наук. кер. Г. В. Омельченко ; рец. Г. М. Токар. Київ : КНУТД, 2021. 99 с.
23. Сазонов К. О., Косенко Д. Ю. Відповідність кольору та форми в дизайні інтер'єру. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну*. 2010. № 5. С. 176–181.
24. Силко Р. М., Силко Є. М. Арт-ринок як соціальна система. 2021. С. 317-337.
25. Славова Ю. В. Просування стартапів в Україні засобами SMM : кваліфікаційна робота магістра спеціальності 061 "Журналістика" / наук. керівник А. д. Баранецька. Запоріжжя : ЗНУ, 2020. 72 с.
26. Слизька А. С. Розробка фірмової айдентики для тату-салону: кваліфікаційна робота здобувача освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 022 Дизайн / А. С. Слизька ; наук. кер. О. М. Бобир ; рец. О. В. Мазіченко. Київ : Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв / Інститут дизайну та реклами, 2021. 128 с. 2023.
27. Сьомка С. В., Антонович Є. А. Дизайн інтер'єру, меблів та обладнання: підручник. Київ : НАКККіМ, 2018. 360 с.
28. Трегубов К. Особливості організації музейної мережі в Україні. *Сучасні проблеми архітектури та містобудування*. 2015. № 40. С. 452–457.
29. Харитонова А. Архітектурно-планувальне формування центрів образотворчого мистецтва : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. Арх. наук. спец. 18.00.02. Архітектура будівель і споруд. 2005. 20 с.
30. A journey into the world of Art Toys — Topic. Topic. URL: <https://topic.eus/en/exposition/un-viaje-al-universo-de-los-art-toys/> (date of access: 01.06.2024).
31. Art + Toys = Art-Toys?. URL: <https://www.museumofplay.org/blog/art-toys-art-toys/> (date of access: 01.06.2024).

32. Art Toys: the new trend for art collectors / Marco Vitulo. URL: <https://www.artsharesales.com/en/art-toys-the-new-trend-for-art-collectors/> (date of access: 01.06.2024).
33. Art Toys: The revolution is here (Part I). URL: <https://www.urvanity-art.com/en/2021/08/18/art-toys-la-revolucion-ya-esta-aqui-parte-i/> (date of access: 01.06.2024).
34. Artoyz: Designer toys expert since 2003. URL: <https://artoyz.com/en> (date of access: 01.06.2024).
35. Exploring the Fascinating History of Art Toys: From Playthings to Coll. Hommi. URL: <https://hihommi.com/blogs/news/exploring-the-fascinating-history-of-art-toys-from-playthings-to-collectibles> (date of access: 01.06.2024).
36. How to Make a Distinction between a Toy and Fine Art? - Soho Art - whatshisname. Soho Art - whatshisname. URL: <https://www.sohoart.uk/how-to-make-a-distinction-between-a-toy-and-fine-art/> (date of access: 01.06.2024).
37. Introducing the Kaikai & Kiki (Blue eyes ver.) URL: <https://www.instinctoy.blog/posts/5924533/> (date of access: 01.06.2024).
38. Invasion fighting figure - Koto. Koto. URL: <https://koto.art/uk/product/invasion/> (date of access: 01.06.2024).
39. Olson Kundig – Hong Kong Toy Company. Olson Kundig – A collaborative global design practice whose work expands the context of built and natural landscapes. URL: <https://olsonkundig.com/projects/hong-kong-toy-company/> (date of access: 01.06.2024).
40. Pop Mart Dimoo No One’s Gonna Sleep Tonight Halloween figures. YouLoveIt.com. URL: <https://www.youloveit.com/figures/3253-pop-mart-dimoo-no-ones-gonna-sleep-tonight-halloween-figures.html> (date of access: 01.06.2024).
41. Pop Mart Mega Collection Space Molly Heartbeat URL: <https://sasom.co.th/en/collectibles/PM-AFCPMMCSMH1JIMZ/pop-mart-mega-collection-space-molly-heartbeat-1000-> (date of access: 01.06.2024).

42. Pop Mart Skullpanda Image of Reality Blind Box Egypt | Ubuy. Ubuy Egypt. URL: <https://www.ubuy.com.eg/en/product/IP1NDFY7U-pop-mart-skullpanda-image-of-reality-blind-box-figures-random-design-mystery-toys-for-modern-home-decor-collectible-toy-set-for-desk-accessories> (date of access: 01.06.2024).
43. T-base Japan Ginza Gallery (Art Toy Store) | toysking.news. toysking.news. URL: <https://www.toysking.news/press/1237?lang=en> (date of access: 01.06.2024).
44. The Monsters Kaiju Blind Box Series. Bubble Wrapp Toys. URL: <https://www.bubblewraptoys.com/products/the-monsters-kaiju-blind-box-series> (date of access: 01.06.2024).
45. What are Art toys? - Fresh Organic Motion studio. Fresh Organic Motion studio. URL: <https://www.freshorganicmotion.com/en/c-est-quoi-les-art-toys/> (date of access: 01.06.2024).
46. What Are Designer Art Toys and Why Are They Popular? - X-Playground. X-Playground. URL: <https://x-playground.com/what-are-designer-art-toys-and-why-are-they-popular/> (date of access: 01.06.2024).
47. What is an Designer/Art Toy?. Toylectables_au. URL: <https://toylectables.com.au/pages/what-is-an-designer-art-toy> (date of access: 01.06.2024).