

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

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

  
Вікторія ВАСИЛЕНКО

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)**

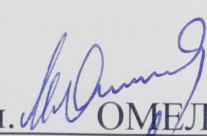
**ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЮ «БАКАЛАВР»  
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 022 «ДИЗАЙН»  
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЮ ПРОГРАМОЮ «ДИЗАЙН»**

**Тема:** «ДИЗАЙН ІНТЕР'ЄРУ МУЛЬТИБРЕНДОВОГО ШОУРУМУ»

**Виконавець:** здобувач вищої освіти групи 401 ВАСИЛИШЕНА

Марія Михайлівна

**Керівник:** доктор історичних наук КАРПОВ Віктор Васильович

**Нормоконтролер:** професор, д.т.н.  ОМЕЛЬЯНЕНКО Максим Вікторович

Київ 2023

# НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет наземних споруд і аеродромів

Кафедра комп'ютерних технологій дизайну і графіки

Галузь знань 02 «Культура і мистецтво»

Спеціальність 022 «Дизайн»

Освітньо-професійна програма «Дизайн»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Вікторія ВАСИЛЕНКО

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

## ЗАВДАННЯ

### на виконання кваліфікаційної роботи

Василишеної Марії Михайлівни

(прізвище, ім'я, по батькові випускника в родовому відмінку)

1. Тема кваліфікаційної роботи «Дизайн інтер'єру мультибрендового шоуруму»

затверджена наказом ректора від « 31 » 03 2023 р. № 439/ст.

2. Термін виконання роботи: з 29.05.2023 по 30.06.2023

3. Вихідні дані до роботи:

технічне завдання, генеральний план ділянки, плани поверхів, розрізи

4. Зміст пояснювальної записки:

завдання на виконання кваліфікаційної роботи, реферат, зміст, вступ, три розділи основної частини, висновки, список використаних джерел, додатки.

5. Перелік обов'язкового графічного (ілюстративного) матеріалу:

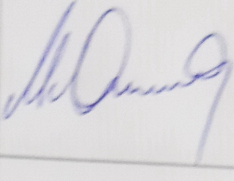
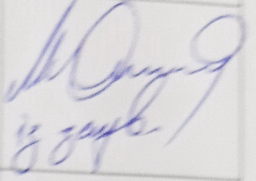
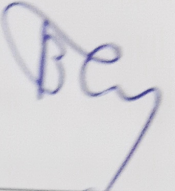

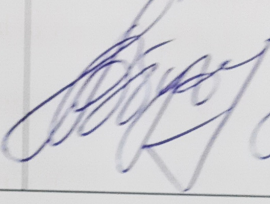
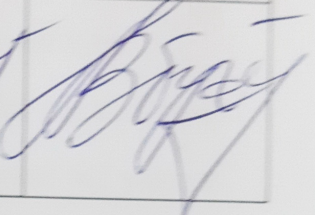
схема генплану з благоустроєм території, план до та після перепланування, зонування простору, план з розташуванням меблів, плани стелі та підлоги, розгортки стін приміщень, перспективні зображення інтер'єрів, креслення авторських розробок предметів наповнення інтер'єру, фото 3d-макетів,

роздатковий матеріал.

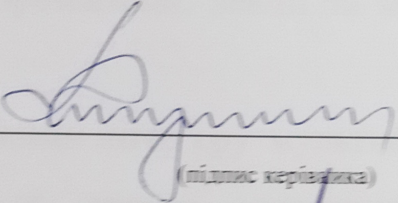
## 6. Календарний план-графік

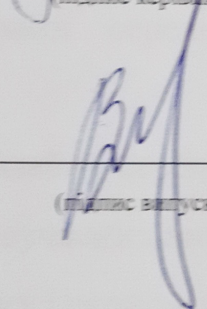
№ пор.	Завдання	Термін виконання	Відмітка про виконання
1.	Зібрати матеріали щодо світової та вітчизняної практики, вимог до проєктування дизайну закладу	29.05.2023 – 31.05.2023	dh
2.	Виконати пошукові ескізи закладу	29.05.2023 – 31.05.2023	dh
3.	Розробити дизайн-концепцію інтер'єрів закладу та план благоустрою	30.05.2023 – 31.05.2023	dh
4.	Розробити поповерхові плани, виконати розстановку меблів відповідно до функціонального зонування	31.05.2023 – 02.06.2023	dh
5.	Виконати плани підлоги з підбором необхідних підлогових покриттів	02.06.2023 – 09.05.2023	dh
6.	Виконати плани стелі з розташуванням освітлювальних приладів	02.06.2023 – 09.05.2023	dh
7.	Виконати розгортки стін 5х приміщень	02.06.2023 – 09.05.2023	dh
8.	Виконати візуалізацію інтер'єрів у комп'ютерній 3D графіці	02.06.2023 – 09.05.2023	dh
9.	Виконати робочі креслення розроблених об'єктів	02.06.2023 – 09.05.2023	dh
10.	Виконати 3d-макети розроблених об'єктів	02.06.2023 – 09.05.2023	dh
11.	Оформити пояснювальну записку до кваліфікаційної роботи згідно затверджених вимог	29.05.2023 – 31.05.2023	dh
12.	Виконати компонування планшетів	12.06.2023 – 14.06.2023	dh
13.	Скомпонувати папку кваліфікац. роботи та підготувати роздатковий матеріал	12.06.2023 – 14.06.2023	dh
14.	Підготувати доповідь захисту та презентацію у PowerPoint	12.06.2023 – 14.06.2023	dh

7. Консультанти з окремих розділів

Назва розділу	Консультант (посада, П.І.Б.)	Дата, підпис	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Нормативна база	проф.ККТДіГ, д.т.н., проф. ОМЕЛЬЯНЕНКО Максим Вікторович		
Конструктивне вирішення	проф. ККТДіГ, д.арх., проф. ЧЕРНЯВСЬКИЙ Володимир Георгійович		
Інженерне обладнання	ст.викл. ККТДіГ ОБУХОВСЬКА Любава Василівна		

8. Дата видачі завдання: « 29 » травня 2023 р.

Керівник кваліфікаційної роботи  КАРПОВ В.В.  
(підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання  ВАСИЛИШЕНА М.М.  
(підпис випускника) (П.І.Б.)

## РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи «Розробка дизайн проекту мультибрендового шоуруму» складається з:

**Ключові слова:** мультибрендовий шоурум, дизайн одягу, стиль, мода, брендовий одяг, стиль.

**Актуальність проекту** обумовлена потребою у створенні концептуального дизайну, який би втілював і поєднав у собі комфорт, зручність та функціональність.

Незважаючи на велику кількість магазинів модного одягу практично в будь-якому населеному пункті нашої країни, все ще залишається величезний контингент людей, які хочуть носити тільки ексклюзивний брендовий одяг.

Мультибрендовий шоурум – це місце нового формату, де відвідувачі можуть познайомитися з молодими локальними брендами, де створені всі умови для появи нових проектів. У проекті особливо важливою була мобільність. Хотілось би щоб у шоурумі все постійно змінювалося, оновлювалося та набирало різних форм. Тому у центрі приміщення залишилося багато вільного простору для можливості проводити тут презентації, лекції та майстер-класи, а також влаштовувати мобільні виставки.

**Об'єктом дослідження** є мультибрендовий шоурум.

**Предметом дослідження** є формування дизайну середовища мультибрендового шоуруму.

**Метою дослідження** є розробка проекту інтер'єру мультибрендового шоуруму, з урахуванням всіх необхідних сучасних вимог, зокрема нормативних, ергономічних, естетичних, функціональних і економічних.

У відповідності з поставленою метою були визначені **завдання дослідження:**

- проаналізувати літературні та наукові джерела щодо заданої тематики дослідження;
- дослідити і проаналізувати історію виникнення шоурумів;

- зробити огляд нормативних вимог з проєктування інтер'єру мультибрендових шоурумів;
- розглянути основні передумови та виявити фактори, що впливають на формування простору шоурумів;
- проаналізувати вітчизняний та світовий досвід проєктування приміщень мультибрендових шоурумів;
- розробити принципи формування простору шоурумів;
- за допомогою комп'ютерного моделювання спроектувати приміщення мультибрендового шоуруму;
- розглянути об'ємно-планувальну та функціональну організацію шоурумів, їх ергономіку;
- визначити особливості використання оздоблювальних матеріалів у шоурумах;
- розробити загальні рекомендації до формування простору шоуруму.

**Методи дослідження.** Для реалізації визначених завдань застосовані загальнонаукові методи дослідження: аналіз і узагальнення літературних джерел, метод натурних обстежень, методи статистичного, стилістичного та композиційного аналізів, метод порівняльного аналізу стилістичного оформлення інтер'єрів за останні роки. Методи комп'ютерного 3д моделювання (програмні пакети AutoCAD, 3D Max) та візуалізації (Corona render) використовувалася при проєктуванні інтер'єру мультибрендового шоуруму.

**Наукова новизна** полягає в узагальненні і класифікації підходів до проєктування мультибрендового шоуруму, виявлення перспективних тенденцій розвитку дизайну сучасного шоуруму на території України та розробці методичних рекомендацій щодо організації функціонального та комфортного інтер'єрного простору в ньому.

**Практична цінність** результатів полягає у тому, що основні висновки та результати роботи можуть бути використані при розробці дизайну інтер'єру шоуруму, а також у практиці виробників меблів та обладнання для даних приміщень.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	8
<b>РОЗДІЛ I. АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ВІТЧИЗНЯНОГО ТА ЗАКОРДОННОГО ДОСВІДУ</b> .....	10
1.1. Аналіз науково-теоретичних джерел досліджень .....	10
1.2. Сучасні тенденції в оформленні в Україні та за кордоном.....	15
Висновки до першого розділу .....	25
<b>РОЗДІЛ II. ПОЛОЖЕННЯ ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ ІНТЕР'ЄРІВ СЕРЕДОВИЩА МУЛЬТИБРЕНДОВОГО ШОУРУМУ</b> .....	27
2.1. Вимоги до об'ємно-просторового вирішення .....	27
2.2. Ергономічні норми і специфіка обладнання .....	28
2.3. Вплив кольору, композиції .....	29
2.4. Вимоги до використовуваних матеріалів та освітлення .....	30
2.5. Особливості оформлення внутрішнього простору.....	31
Висновки до другого розділу.....	34
<b>РОЗДІЛ III. ФОРМУВАННЯ ДИЗАЙНУ ІНТЕР'ЄРУ СЕРЕДОВИЩА МУЛЬТИБРЕНДОВОГО ШОУРУМУ</b> .....	36
3.1. Вихідні дані.....	36
3.2. Благоустрій прибудинкової території.....	Ошибка! Закладка не определена.
3.3. Архітектурно-конструктивне рішення будівлі (опис).....	36
3.4. Функціональне зонування та планувальне вирішення .....	40
3.5. Концепція дизайну інтер'єру та колористичне рішення .....	42
3.6. Підбір матеріалів і предметного наповнення інтер'єрів.....	44
Висновки до третього розділу.....	49
<b>ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ</b> .....	51
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	54
<b>ДОДАТКИ</b> .....	57

## ВСТУП

**Актуальність теми** обумовлена потребою у створенні концептуального дизайну, який би втілював і поєднав у собі комфорт, зручність та функціональність.

Незважаючи на велику кількість магазинів модного одягу практично в будь-якому населеному пункті нашої країни, все ще залишається величезний контингент людей, які хочуть носити тільки ексклюзивний брендовий одяг.

Мультибрендовий шоурум – це місце нового формату, де відвідувачі можуть познайомитися з молодими локальними брендами, де створені всі умови для появи нових проєктів. У проєкті особливо важливою була мобільність. Хотілось би щоб у шоурумі все постійно змінювалося, оновлювалося та набирало різних форм. Тому у центрі приміщення залишилося багато вільного простору для можливості проводити тут презентації, лекції та майстер-класи, а також влаштовувати мобільні виставки. Для гостей заходів передбачено розміщення на м'якому подіумі, в якому також є місця для додаткового зберігання. Виставкові стенди з металу розмістилися на периметрі шоуруму. Кожен із них був спроектований та виготовлений спеціально для кожного бренду. В інтер'єрі була використана колірна ідентифікація стендів, щоб візуально підкреслити їх відмінності один від одного. Інтер'єр вирішили зробити монохромним, а як основні матеріали використовували бетон, штукатурку і метал. Навіть для того, щоб кольорові конструкції стендів на нейтральному тлі виглядали як арт-об'єкти. Освітлення вирішено за допомогою спотів на шинах, які при зміні виставкових стендів також допомагають правильно розставити світлові акценти.

**Об'єктом дослідження** є мультибрендовий шоурум.

**Предметом дослідження** є формування дизайну середовища мультибрендового шоуруму.

**Метою дослідження** є розробка проєкту інтер'єру мультибрендового шоуруму, з урахуванням всіх необхідних сучасних вимог, зокрема нормативних, ергономічних, естетичних, функціональних і економічних.

У відповідності з поставленою метою були визначені **завдання дослідження:**



- проаналізувати літературні та наукові джерела щодо заданої тематики дослідження;
- дослідити і проаналізувати історію виникнення шоурумів;
- зробити огляд нормативних вимог з проєктування інтер'єру мультибрендових шоурумів;
- розглянути основні передумови та виявити фактори, що впливають на формування простору шоурумів;
- проаналізувати вітчизняний та світовий досвід проєктування приміщень мультибрендових шоурумів;
- розробити принципи формування простору шоурумів;
- за допомогою комп'ютерного моделювання спроектувати приміщення мультибрендового шоуруму;
- розглянути об'ємно-планувальну та функціональну організацію шоурумів, їх ергономіку;
- визначити особливості використання оздоблювальних матеріалів у шоурумах;
- розробити загальні рекомендації до формування простору шоуруму.

# РОЗДІЛ І. АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ВІТЧИЗНЯНОГО ТА ЗАКОРДОННОГО ДОСВІДУ

## 1.1. Аналіз науково-теоретичних джерел досліджень

Дизайн як окремий вид діяльності сформувався завдяки інтеграції та взаємовпливу на його еволюцію багатьох історично обумовлених факторів, що відносяться як до науково-технічної, соціально-економічної, так і до соціально-культурної сторін прогресу. У дизайні знаходять відображення результати взаємодії декоративно-прикладного мистецтва і художньо-стильового напрямку, архітектури і техніки; промислового виробництва і споживання; проблеми взаємозв'язку природи і предметно-просторового середовища в різних галузях життєдіяльності людей.

В першу чергу було досліджено ДБН. Громадські будинки і споруди. Основні положення. ДБН В.2.2-9-2009 - Київ, 2010.

У зв'язку з постійною мінливістю стилів оформлення внутрішнього предметно-просторового середовища в дизайні, виникає актуальна проблема комплексного аналізу особливостей дизайну інтер'єрів у контексті сучасних тенденцій і напрямів у проектуванні та удосконаленні інтер'єрів громадської інфраструктури сучасної України.

Тому одночасно з актуалізацією питання про сучасні тенденції та напрямки в дизайні інтер'єру виникає нагальна необхідність проведення узагальнюючого дослідження і створення системних наукових знань по цій тематиці.

Сучасні тенденції диктують нам особливості вибору, переваг у всіх сферах нашого життя. Тенденції у формуванні внутрішнього простору приміщень змінюються в залежності від потреб, пріоритетів та стилю життя людей.

Мода на стилістичні напрямки і особливості облаштування інтер'єрів будівель залежить від безлічі факторів: появи нових оздоблювальних будівельних матеріалів, прогресу у сфері побутової техніки і виробництва меблювання, зміни архітектурних особливостей сучасних міст, економічної та демографічної ситуації у світі та в окремо взятій країні. Тому, з урахуванням прогресивних змін у суспільстві, питання про дизайн-оформлення приміщень

стає актуальним.

У зв'язку з цим виникає актуальне питання про те, які ж є основні мотиви оформлення сучасних інтер'єрів будівель. Виходячи з цього, аналізуються сучасні тенденції та напрямки в дизайні інтер'єрів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичне осмислення актуальних проблем дизайну і сучасних тенденцій формування інтер'єру здійснюється багатьма провідними українськими та закордонними науковцями. Теоретичні і практичні аспекти даної проблематики висвітлювали Гилд Т., Томсон М., Меррелл Д., Гилд Т. та ін.

Незважаючи на наявність великої кількості розробок із цієї проблематики, можна сказати, що вона досліджується в окремих різногалузевих напрямках. Але, з урахуванням постійної мінливості моди і стилю в дизайні, завжди актуальним є питання про оглядовий аналіз специфіки дизайну інтер'єрів у контексті сучасних тенденцій та напрямків розвитку дизайну інтер'єрів в певному періоді розвитку суспільства.

Дизайн інтер'єрів – це особлива сфера діяльності, в якій тісно взаємопов'язані такі явища, як декоративно-прикладне мистецтво, стиль, архітектура, будівництво. На даному етапі цей напрям динамічно і постійно розвивається.

Відомо, що стиль – явище непостійне. Навколишній світ постійно змінюється, і відбуваються істотні перетворення естетики, комфорту і стилю, разом із ним змінюються наші смаки, звички й уподобання. Не є винятком і інтер'єрний дизайн. Світові тенденції в дизайні інтер'єрів змінюються щорічно. До того ж, у наш час досить сильно змінився і сам дизайнерський простір. У наше життя, поряд зі звичними архітектурними об'єктами: багатоповерховим будинком, котеджем, заміським будинком, міцно увійшли такі типи житлових об'єктів, як пентхаус, дуплекс, таунхаус, кондо, лофт, патіо, бунгало та інші.

Сучасний дизайн інтер'єру набуває більш особистий характер, стає більш значущим і емоційним. Але при цьому все ж простежуються два основних сучасних напрямки: інтерпретація класичних стилів і новаторські, або, як їх

часто називають, авторські стилі.

Більш практичним, із урахуванням бюджетної можливості, є вибір одного з актуальних стилів і коригування його час від часу з використанням різних аксесуарів.

Відомо, що до основних формотворчих елементів інтер'єру належить насамперед стилістика. Слід враховувати, що практично всі стилі сучасного періоду є еkleктичними (комбінацією змішаної стилістики і предметів різного походження, стилів і часів). При цьому потрібно пам'ятати, що справжня еkleктика стає стилем в інтер'єрі, якщо він спроектований за принципом поєднання не більш як двох-трьох стилістичних типів, об'єднаних кольором, текстурою, архітектурним рішенням.

Безліч стилів, колись популярних у минулому, знову актуальні, хоч і зазнають деяких змін. Тому для того щоб створити сучасний інтер'єр, потрібно не тільки підібрати напрямок, а й вловити настрої, які мають місце в дизайнерських колах.

Поєднання кольорів у дизайні інтер'єру — один із факторів, що вказують на стиль, тематику приміщення. В області використання кольору в інтер'єрі намітилися дві якоюсь мірою протилежні тенденції. Перша — більш сміливе використання кольорів, із відходом від класичних кольорових поєднань. Це проявляється у більш широкій, ніж раніше, кольоровій гамі. Сміливе вертикальне зонування за допомогою кольору (У Даймонд і Е. Баррата, Т. Гилд, Д. Дрейк, К. Паркер) . Використання яскравих кольорів окремими кольоровими акцентами на елементах декору. Застосування в інтер'єрі кольорів, що раніше вважались погано сумісними, наприклад, інтер'єр у червоно-зеленій кольоровій гамі (Тріша Гилд). З інтер'єрів зникли яскраві кислотні відтінки. Друга тенденція полягає у використанні в інтер'єрах тільки нейтральних відтінків (К. Хоппен, С. Хоппен, Д. Уортс). Причому яка з тенденцій домінує — питання спірне.

З теорії, історії та методології дизайну стають праці В. Даниленка (2003, 2005, 2006, 2009), О. Бойчука (2016), О. Боднари (2005), В. Абизової (2009, 2019, 2020), І. Кузнецова, О. Грашина (2004), І. Рижова (2008, 2012), В. Сеньковський,

О. Генісарецький, В. Глазичева, А. Пучкова (2008), Дж. К. Джонс (1976), І. Розенсон (2008), Н. Барсукова (2008), О. Лаврентьєва, В. Сидоренко, В. Рунге (2006, 2007, 2011), В. Сеньковський, Ю. Романенкова та ін [1].

Теоретико – практичні дослідження та рекомендації з дизайну формують вагомую частину проведеного дослідження. Важливим теоретичним підґрунтям стали дослідження у галузі дизайну В. Даниленка (2003, 2005, 2006, 2009) [19]. Завдяки його роботам можливо досліджувати взаємозв'язок традиційної культурної спадщини та інноваційних технологій, що є важливими для формування середовища. Дослідження О. Бойчука визначають особливості формування українського дизайну та акцентують увагу на важливості врахування місця дизайну в державній політиці країни. І. Рижова у монографії визначила теоретико-методологічні засади дизайну (Рижова, І, 2008). Універсали мистецтва в світовому художньо-культурному процесі розглядала Романенкова Ю.В у своїх працях (Романенкова, Ю., 2009). Актуальні аспекти культурологічних проблем було досліджено в роботах А. Пучкова (2008).

Застосування смужки в інтер'єрі. Дизайнери пропонують найрізноманітніші способи використання цього графічного елемента: горизонтальні та вертикальні, широкі й вузькі смужки дозволяють візуально змінювати розміри простору і роблять інтер'єр дуже незвичайним.

Сучасний декор інтер'єру передбачає використання натуральних матеріалів: дерева, каменю, а також живих рослин. Дуже популярні сучасні аксесуари виконані вручну, й етнічні речі. Наприклад, статуетки, свічники, фігури тварин, живі квіти. Бамбукові меблі, натуральні тканини, ковани металеві елементи декору доповняють інтер'єр.

Ще треба підкреслити, що змінилося ставлення споживачів до текстури. Якщо раніше на перше місце ставилися функціональність і практичність, то сучасне ставлення віддає перевагу тактильним відчуттям — наперед виходить прагнення все більше використовувати дерево, замшу та інші «приємні» текстури. При цьому прагнуть використовувати велику різноманітність текстурних поверхонь.

Колосальне значення в сучасних інтер'єрах має освітлення. Як і раніше, популярні багаторівневі стелі, що дозволяють створювати різноманітні світлові сценарії. Широко використовується нижнє підсвічування, так звані аплайти (світильник, що направляє світло знизу вгору). Світильники-аплайти — це важливий елемент оформлення, оскільки вони поєднують у собі функціональність і прекрасні декоративні якості.

Новітні технології привели до найширшого використання в дизайні інтер'єру світлодіодного підсвічування, що дозволяє змінювати світлову картину інтерактивно з використанням програмованих сценаріїв. Інший новий варіант — застосування струмопровідних систем, що дозволяє зробити інтер'єрний світловий простір мобільним і ще більш різноманітним, ніж раніше. Тут також можна відзначити різні струмопровідні панелі. Сучасні дизайнери прагнуть використовувати комбіноване освітлення, саме воно робить світлодизайн суто індивідуальним (француз Ж. К. Даніо вважає, що у кожному приміщенні має бути не менше восьми різних джерел світла).

Новітні досягнення у галузі будівельних матеріалів, технологій, обладнання впливають на дизайн інтер'єру, часто стаючи відправною точкою для дизайнерів. Це і впровадження в інтер'єр 3-D технологій (наливні тривимірні підлоги, інтерактивні панелі, предмети меблів і телевізійне обладнання, яке постійно вдосконалюється), і новітні оздоблювальні матеріали («живі» шпалери, які світяться, новітні наливні підлоги тощо).

В.О. Свірко, О.В. Бойчук, В.М. Голобородько, А.Л. Рубцов, О.В. Кардаш, О.В. Чемакіна дослідили процеси становлення українського дизайну. Вони провели аналіз сучасного стану і розвитку основних напрямків екологічного дизайну в Україні, які досліджуються на тлі складних економічних, соціально-культурних та євроінтеграційних процесів становлення незалежної України.

Велика кількість теоретичних, експериментально-прикладних і проєктних розробок з проблем екології життєдіяльності людини, збільшення можливостей безпосереднього впливу екологічного дизайну на якість життя, підвищення конкурентоспроможності товарної продукції, виховання смаку у широких верств

населення тощо – генерує потребу у системному осмисленні цього напрямку дизайнерської діяльності, узагальнені її результатів, що визначають закономірності розвитку як світового, так і вітчизняного екологічного дизайну.

Отже, після проведенного аналізу літератури та джерел можемо відзначити, що загальної інформації, яка стосується особливостей розробки дизайн-проектів є достатньо. Значно менше є саме літератури, яка стосується дизайну інтер'єрів шоурумів, здебільшого таку інформацію ми, частково, знайшли на сайтах. Майже зовсім відсутня інформація, як така, щодомультибрендових шоурумів, що дає змогу завдяки нашому дизайн-проекту заповнити ці пробіли і переконує нас у правильному виборі теми.

## **1.2. Сучасні тенденції в оформленні в Україні та за кордоном**

Першим прикладом став оновлений шоурум українського бренду The Coat дизайнерки Каті Сільченко відкрили на вулиці Леоніда Первомайського, неподалік від станції метро «Кловська». Простір розташований на першому поверсі житлового будинку, зведеного в 1950-х роках. Дизайн інтер'єру розробила українська студія Rina Lovko Studio.



*Рис. 1.2.1. Шоурум українського бренду The Coat*

Приміщення поділили на дві частини, в одній із них уже функціонував шоурум The Coat, який створила у 2017-му київська студія YoDezeen. Другу частину, де раніше був розташований пошивний цех, потрібно було пов'язати з першою, але повністю змінити стилістику, розповідає засновниця Rina Lovko Studio Ріна Ловко. У простір потрібно було додати більше повітря та світла, інтер'єр мав стати елегантним і мінімалістичним. Водночас вхід у старий шоурум мав працювати для клієнтів постійно, його закрили лише на декілька тижнів для фіналізації ремонту.

Приміщення перевели в комерційне з житлового, тому вікна і дверні отвори в ньому були маленькими, а саме приміщення – темним, із низькою стелею Armstrong. Збільшення вікон і дверних отворів візуально підняло стелю та запустило в інтер'єр сонячне світло. Системи вентиляції та кондиціонування розмістили над шафою, щоб не опускати стелю.

Основна ідея простору – у ритмічності та повторюваності, які зображені в розташуванні точкових світильників і рейлів для одягу. Мармур на підлозі та на стіні створює єдине тло для демонстрації речей.



*Рис. 1.2.2. Шоурум українського бренда The Coat*



Мінімалістичний інтер'єр із великою кількістю складних деталей, де кожен вузол примикання мав бути дуже чітким. Робота такого рівня, якщо говорити саме про деталі, це дуже високий рівень реалізації», – описує авторка проекту Ріна Ловко. Додає: «На перший погляд, це дуже легка зона каси, але в ній багато кабелів і техніки управління. Усе це мало збігтися до міліметра. Освітлення – вбудоване, тому його потрібно було чітко розрахувати, щоб вистачило освітити шоурум і правильно передати колір і текстуру тканин. Рейли для одягу, які начебто виходять зі стіни, насправді мають закладні металеві штирі, які були зроблені на етапі будівництва, видиму частину «вдягнули» зверху на фінальних етапах ремонту.

Команда використала вбудовані світильники без обідка із системою wall washer, що дає змогу освітлювати великі площі. У дзеркалах влаштували вертикальні профілі з розсіяним освітленням, щоби клієнти під час примірки були гарно освітлені та мали красивий відтінок обличчя, пояснюють дизайнери. Окремими декоративно-функціональними елементами стали світильники з мідним покриттям.



*Рис. 1.2.3. Шоурум українського бренда The Coat*

Оскільки в інтер'єрі першого шоуруму The Coat використали натуральну мідь, її вирішили зробити основним акцентом і в новому інтер'єрі. Усю кольорову гаму «підкорили» цьому матеріалу, кажуть у Rina Lovko Studio.

Стіну та стелю вкрили вапняним тинькуванням, а підлогу – мікроцементом. Для матеріалів підібрали однаковий відтінок – нейтральний сірий із пудровими нотками, щоб стіни, підлога та стеля здавалися одним цілим і не привертали до себе зайвої уваги.

Зону з основною експозицією на стіні та підлозі виділили натуральним мармуром Rosa Aurora з рожевим відтінком. За задумом дизайнерів, камінь передає природну красу та ніжність.



*Рис. 1.2.4. Шоурум українського бренда The Coat*

Інтер'єр мебльований у мінімалістичному стилі – щоб якнайкраще виділити одяг. Шоурум прикрашатимуть кілька дизайнерських елементів: культове крісло Reversivel Мартіна Ейлера з італійської фабрики Tacchini (1950-ті) та канапа з кораловою оббивкою від данського виробника текстилю Kvadrat. Дизайн канапи належить іспанській студії Sancal – Клауді Перез і Педро Очандо.

Усі елементи торговельного обладнання виготовлені майстрами за дизайнерським кресленням, рейли для одягу зробили з неіржавної сталі з додаванням мідних деталей.

Велика шафа за рецепцією має розсувні двері та вкрита таким самим тинькуванням, що і стіни, щоб зливатися з ними. Стійка рецепції також виготовлена на замовлення з кварцевого каменю, а стільниця – з натурального шпону.

Наступним прикладом стала відома на азіатському ринку компанія SIWILAI – мультибрендовий магазин, що надає покупцям якісний, стильний і практичний одяг на всі випадки життя.



*Рис. 1.2.5. Мультибрендовий магазин SIWILAI*

Розробкою креативного і неординарного творчого проекту декору для бутіка займався талановитий спеціаліст і конструктор Ябу Пушелберг (Ябу Пушелберг), який надихнувся традиційною культурою і комерційним середовищем.

Епіцентр салону є просторим і динамічним залом, оточений багаточисленними відділами і секціями з різним асортиментом продукції.

Таке нестандартне планування і оригінальна конструкція павільйону дозволяють відвідувачам підібрати необхідні елементи туалету в затишній і конфіденційній обстановці.

Усі предмети інтер'єру та незвичайні меблі були виготовлені на замовлення для цього творчого проекту, щоб відобразити філософію компанії та

зміцнити дух бренду.

Привертає увагу та цікавить відвідувачів торгово-розважальний комплекс, в якому розташований магазинчик, безподібний вхід з гігантськими розпашними дверима, виготовленими за допомогою фактури горіхової деревини.



*Рис. 1.2.6. Мультибрендовий магазин SIWILAI*

Вони були декоровані скульптурним орнаментом і точечними світлодіодними світильниками, при цьому їх креативний зовнішній образ пропонує пройти в світ краси і гламуру.

Відділ чоловічого одягу відрізняється елегантним виконанням, показуючи клієнтам баланс складності і простоти в оздобенні. Ця зона була виражена в естетично привабливій класичній стилістиці з переважанням у відділі фактурної горіхової деревини, потрісканих шпалер із орнаментом, а також аксесуарів.

Для зручності клієнтів в заведенні було обладнано кафе, оформлене в стилістиці тропічної хатини. Для декору цього приміщення фахівці використовували міцні металеві конструкції, що утримують яскраву кришку з вітражами, а також чудову меблеву гарнітуру.



*Рис. 1.2.7. Мультибрендовий магазин SIWILAI*

Наступним прикладом став теплий та затишний інтер'єр для першої в Луцьку крамниці українських брендів yasochka.official.



*Рис. 1.2.8. Інтер'єр мультибрендового магазину Ясочка*

Завданням було не просто виконати трендовий інтер'єр магазину, а підкреслити концепцію етно крамниці, де будуть популяризувати саме українські бренди, що як ніколи є актуальним в наш час.

Гарний дизайн – це основний, проте не єдиний елемент успішної роботи магазину. Автори намагались створити атмосферу кольором, світлом, фактурами і матеріалами.

Також велике значення при проектуванні магазину має зонування торгового простору, де необхідно враховувати правила мерчандайзингу, принципи «гарячих зон», освітлення та багато інших факторів для окупності та прибутковості магазину.

Заклад Private White є зразком класичного англійського стилю. Розташоване в м. Манчестер, воно включає в себе магазин одягу і майстерню, в якій цей одяг виготовляється.



*Рис. 1.2.9. Інтер'єр магазину Private White*

Підтримуючи високу якість своїх виробів, засноване на старовинних традиціях, Private White дотримується такого підходу і в оформленні інтер'єру своїх приміщень.

Дизайн-проект магазину унікальний і природний. Дерев'яна підлога, виконаний з дощок, і дерев'яні балки, а також перекриття даху тільки підсилюють візуальний ефект, роблячи його самобутнім і неординарним.

Дизайн майстерні не відрізняється від загального задуму. Такі ж незаймані елементи і старе обладнання доповнюють інтер'єр, роблячи його гармонійним і цілісним.

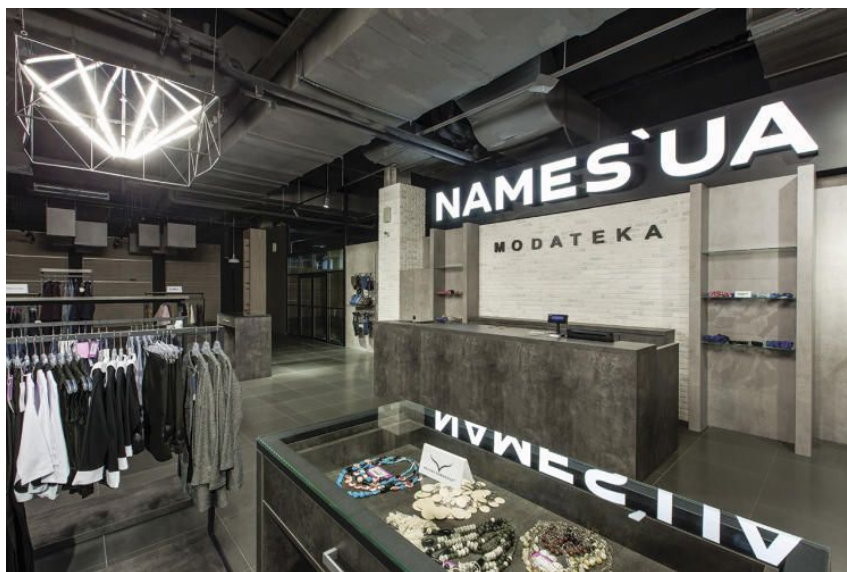
Звичайні манекени, прості столи і стільці, виконані без сучасного вишуканості, є оригінальними речами свого часу.

Будь-який відвідувач зможе не тільки зануритися в атмосферу старої Англії, але навіть поспостерігати за процесом виробництва одягу. Це дозволяє зробити оглядове вікно, що знаходиться за торговим прилавком.

Основою стін є стара цегляна кладка, яка нічим не тільки не оформлена, але навіть не прикрашена. В кожному предметі такого приміщення відчувається історія, і дух часу, переплетений англійськими традиціями.

Можливість спостереження за робочим процесом не тільки насичують зовнішній вигляд закладу, а й говорить про впевненість його господарів за якість, виробленої тут, продукції.

Наступним прикладом є проект майбутнього мультибрендового магазину одягу українських дизайнерів і виробників від колектива дизайн-бюро Andrew Shugan TM.



*Рис. 1.2.10. Інтер'єр мультибрендowego шоуруму від Andrew Shugan TM.*

Замовник проекту бажав бачити функціональний простір, який зміг би вмістити в себе безліч різноманітного одягу вітчизняних брендів. Але тут був і нюанс: у кожного з бренду вже була своя історія, свій стиль, свій дизайн і непередбачувана колористика. Тому завдання надалі "кристалізувалося" в створення «стильного і монохромного простору».



*Рис. 1.2.11. Інтер'єр мультибрендобого шоуруму від Andrew Shugan ТМ.*

Простір загальною площею 1000 кв.м був розділений на дві частини: перша половина готувалася до відкриття в поточному році. І однією з утилітарних завдань було створити майбутній перехід в непідготовлену поки частина магазину таким чином, щоб його можна було закривати і відкривати. Андрій прийняв однозначне рішення використовувати віконно-дверні перегородки з алюмінію зі склінням. Чорна стилістика рами з прямими роздільниками зробили свою справу і розставили потрібні акценти в картині майбутнього інтер'єру.

Головним показником оригінальності і унікальності магазину є обладнання, створене спеціально для потреб проекту з урахуванням асортименту і подальшого розширення торгових завдань. Виготовлення всіх без винятку елементів обладнання добре відбилося в індустріальному стилі проекту: чорний метал і первозданний бетон, прозоре скло, цегляна кладка, імітація бетону на меблевих щитах, відкриті інженерні мережі і колір графіту — це і стало органічним антуражем для багатобарвного товару.



Світильники не стали винятком і теж були виготовлені за авторським проектом. В першу чергу стояло завдання забезпечити необхідний рівень downlight, що в майстерні виконали точно і майстерно; легкі зварні об'ємні конструкції всіляких світлових плафонів з поєднанням різних сучасних матеріалів — це один з основних видів предметного дизайну майстерні Andrew Shugan TM.



*Рис. 1.2.12. Інтер'єр мультибрендобого шоуруму від Andrew Shugan TM.*

## **Висновки до першого розділу**

Було проаналізовано історію розвитку перших шоурумів, виявлено етапність та спрямування мультибрендових шоурумів. Аналіз літератури та сучасної практики з питань проєктування та експлуатації мультибрендових шоурумів дозволяє виявити основні дизайнерські прийоми та інструменти, які впливають на створення композиційної єдності та цілісності і сприяють формуванню якісного, гармонійного середовища. Проведена систематизація етапів розвитку даних об'єктів у вітчизняній і зарубіжній практиці і виділені найбільш яскраві риси їх дизайну. В результаті було встановлено, що вивчення зарубіжного досвіду показало схожість умов формування та будівництва в інших

розвинених країнах з процесами, що відбуваються в сучасному вітчизняному містобудуванні в умовах перехідної економіки .

## РОЗДІЛ II. ПОЛОЖЕННЯ ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ ІНТЕР'ЄРІВ СЕРЕДОВИЩА МУЛЬТИБРЕНДОВОГО ШОУРУМУ

### 2.1. Вимоги до об'ємно-просторового вирішення

Кваліфікаційна робота присвячена розробці дизайну інтер'єру мультибрендового шоуруму з урахуванням: вимог; норм; естетичних, технічних, планувальних і архітектурних вирішень для максимально комфортного та гармонійного поєднання з навколишнім середовищем. У проєкті висвітлюються та розв'язуються такі проблеми: гармонійне поєднання простору інтер'єру з екстер'єром, вдале використання, розташування рослин у інтер'єрі, поєднання мистецтва із сучасними будівельними матеріалами.

Для проєктування мультибрендового шоуруму було розглянуто нормативно-правову базу.

1. ДБН В.2.2-9:2018 «Громадські будинки та споруди»

2. ДБН В.2.2-40:2018 «Інклюзивність будівель і споруд»

3. ДБН В.2.2-16:2019 «Культурно – видовищні та дозволлєві заклади»

Згідно ДБН В.2.5-28:2018 «Природне і штучне освітлення»

4. ДБН Б.2.2-12:2019 «Планування і забудова територій».

5. ДБН В.2.3-5-2018 «Вулиці та дороги населених пунктів».

6. ДСП 173-2019 «Державні санітарні правила планування та забудови населених пунктів».

Серед ДБН-ів В.2.2-23:2009 «Будинки та споруди. Виробництва торгівлі» вказано, що шоурум це гурт торгових об'єктів, які згуртовані в одному єдиному місці і керуються як одне ціле, за своїм типом, габаритами та місцєрозташуванням функціонально дотримуються абсолютно усіх потреб торгової зони, яку вони взялися обслуговувати. Типи шоурумів вирізняються один від одного за такими головними ознаками:

– метою;

– підприємствами, які вони обслужують;

– масштабом;

– місцем та формою походження ( знаходяться над землею, під землею чи

частково і там і там);

– сегментом покупців

## **2.2. Принципи зонування площі мультибрендового шоуруму**

Одним із етапів проєктування шоуруму є обчислення таких ознак:

- загальна площа;
- корисна площа;
- будівельний об'єм;
- площа ділянки;
- площа об'єкту;
- скільки рівнів буде в даному об'єкті;
- розрахункова площа.

Будь-яка територія, яка є частиною шоуруму, може вимірюватися як площа горизонтальної поверхні, закритої вертикаллю поверхні (внутрішні поверхні стін, перегородок, вітражів та ін.), умовні лінії, що відокремлюють відкриті ділянки, менші площі атриуми, ліфти, вентиляційні отвори, стояки, прорізи сходів і колон.

Загальна площа шоуруму характеризується сумою площ усієї підлоги усіх поверхів ( в тому числі підвальні, цокольні та технічні зони).

Площа підлоги будівлі повинна вимірюватися всередині інтер'єру зовнішніх поверхонь стін. Площа проходів, галерей та балконів включена в загальну площу. На похилих зовнішніх стінах площа вимірюється рівнем підлоги.

Під умовними межею, яка відокремлює відкритий простір, підпорядковують межі зазначені за домовленістю з власниками магазинів (орендарями) або за допомогою умовного розподілу територій. Відкриті ділянки, обмежені умовними лініями, вони передані орендарю у користування. Наприклад, лобі-бар кінотеатру може перебувати у зоні торгових галерей, але площа барних столів у вестибюлі віднесена до площі бару (використовується орендарем кінотеатру), а не зона торгової площі.

Загальна площа шоуруму ділиться на корисну площу і на зону загального використання, а також присутня технічна зона та допоміжна зона.

### **2.3. Вплив кольору, композиції**

Концептуальним рішенням даного проекту є створення практичного, функціонального комфортного інтер'єру для відвідувачів з урахуванням їхніх індивідуальних особливостей, побажань, який буде актуальним ще не один десяток років.

Композиційне рішення дизайн-проекту виходить від обраної стилістики інтер'єрів та функціонального призначення кожного окремого приміщення. Кожен об'єкт інтер'єру знаходиться на своєму місці. Дизайн-пропозиція вирішення інтер'єрів не передбачає смислове перенавантаження та надмірне декорування. Всі приміщення вирішені у одній стилістиці та підтримуються єдиним стилем інтер'єру. Оздоблювальні матеріали стін, стелі, підлоги повторюються у всіх приміщеннях. Кольорових акцент виражений теракотовою стіною при вході за рецепшеном. Для того, щоб оживити монотонний інтер'єр, вводяться характерні, фактурні елементи такі як килим, декоративна цегла та інші.

Комбінація кольорів в інтер'єрі торгового залу – білого та теракотового поєднується з елементами натурального дерева і створює закінченість композиції. Трохи "прохолодніше" і суворіше виглядають приміщення, вирішені темно сірих тонах, та й вони не вибивається із загальної палітри.

В цілому композиційне рішення інтер'єру стримане, вишукане без надмірностей, але із цікавими дизайнерськими елементами.

У проекті присутні меблі – диван, сірого кольору, столик з необробленого дерева, що притаманно скандинавському стилю, на якому лежать каталоги з новими колекціями бренду. Використовуються такі аксесуари – килим, з невеликим ворсом в зоні очікування, скляні вази в зоні рецепшену, настільні лампи та додушки на диванчиках.

## 2.4. Вимоги до використовуваних матеріалів та освітлення

У вітчизняній торгівельній практиці увага також зосереджена на розробці та впровадженні новітніх технологій, нових матеріалів та обладнання. Дизайн обладнання та освітлення найактивніше розвивається у зв'язку з посиленням пошуків концептуальності шоуруму, індивідуальності авторських творчих рішень. Сьогодні поширеною практикою є створення загального гармонійного ансамблю, де всі компоненти працюють разом навколо центрального протагоніста, створюючи таким чином емоційне і творче середовище. У побудові середовища шоуруму ми використовуємо як принципи перформативного мистецтва, так і функціонально-конструктивний підхід сучасного дизайну, що включає використання архітектурних споруд, інтер'єрів, обладнання, мультимедійних пристроїв та LED-технологій. Пріоритет у виставковому дизайні надається динамічному, емоційному, експресивному та тематично-образному розкриттю брендів.

Оскільки мультибрендові шоуруми потребують високотехнічного оснащення, їх складовими є опалення, гаряче та холодне водопостачання, каналізація, вентиляція (кондиціонування), освітлення, системи безпеки, пожежної сигналізації та блискавко захисту. Кондиціонування повітря повинно бути постійним і забезпечувати оптимальні температурно-вологісні умови  $18-22^{\circ}\text{C}$  і  $55 \pm 5\%$ .

У торгівельних залах допускається використання природного, змішаного та штучного освітлення. Природне освітлення проектується верхнім (повним, центральним і периферійним - прямим або спрямованим) або бічним (одно-і двостороннім, з високим або низьким склінням). Штучне освітлення використовує систему загального рівномірного розсіяного освітлення, периферійного освітлення (вздовж експонатів) і точкових світильників, спрямованих на експонати. Крім того, бічне освітлення забезпечується світильниками, встановленими на стінах або перегородках, і, нарешті, для підсвічування творів мистецтва використовується місцеве освітлення.

Джерела штучного освітлення зазвичай розміщуються за будівельними елементами (карнизами, стельовими світильниками) і мають бути прихованими; там, де це неможливо, вони забезпечуються відбивачами або розсіювачами. Хоча яскравість штучного освітлення залежить від яскравості окремих експонатів, насиченість світла, характерна для всієї площі залу на висоті 1,5 м над підлогою, повинна становити не менше 150 люкс.

## **2.5. Особливості оформлення внутрішнього простору**

Як зазначалося вище, на дизайн впливає тип шоуруму і бренд, який буде продаватися. Ще один важливий аспект – площа торгового приміщення. Вона впливає на зонування шоуруму, загальний мерчандайзинг і вибір торгового обладнання. Важлива висота стель, бо при проектуванні освітлення магазину одягу низькі стелі можуть обмежити ряд можливостей для світлового оформлення та дизайну [12]. Яскраве і правильно направлене світло грає виняткову роль для зручності вибору одягу покупцем. Так що це питання варто продумати ще на етапі вибору торгового приміщення.

У просторах магазинах креативна думка дизайнера не обмежена необхідністю економити кожен квадратний метр площі. Це дозволяє створювати цікаві і нестандартні інтер'єри. Здебільшого такі інтер'єри властиві бутикам і брендовим магазинах. Основна ідея – ексклюзивність, якій підпорядковується вся торгова площа, меблі, освітлення, колірні рішення, зовнішнє оформлення вітрин, вивісок, рекламна і поліграфічна продукція.

У великих приміщеннях можна гармонізувати торговий простір таким способом:

- чергування фронтальної та бокової вивіски;
- компактні стелажі розташувати в центрі торгового залу;
- грамотно підібрати співвідношення викладки і вивіски товару;
- використовувати велику кількість манекенів;
- достатню кількість зручних примірочних.
- Кольорове і світлове оформлення приміщення

При виборі одягу її колір має якщо не найголовніше значення, то займає ключове місце. Тому важливо правильно висвітлити торговий простір і вигідно підкреслити неповторність нової колекції одягу та її неперевершені кольори і відтінки. Особливістю такого специфічного товару, як одяг є те, що вона дуже чутлива до висвітлення і при щонайменшій зміні насиченості і кількості спрямованого світла змінює відтінки. Крім традиційного верхнього освітлення, використовують різні підсвічування, лампи і інше місцеве освітлення. Серед додаткового освітлення використовують різні козирки, прожектори, системи з галогенними лампами, різні спрямовані потоки світла. Вони можуть виступити додатковими елементами декору з додатковою освітлювальною функцією. Такий підхід до освітлення додасть індивідуальність приміщення і зробить перебування в ньому приємним. На початковому етапі проектування саме світлу приділяється особлива увага. Адже саме освітлення надає форму торговому простору [24]. З його допомогою можна поліпшити простір магазину, приховати недоліки. Крім того, починати обробку стін торгового залу безглуздо, якщо воно не освітлено в повному обсязі, бо саме світло розкриє всі вади в фарбуванні стін і підкаже, де краще розмістити торгове обладнання.

У внутрішньому оздобленні інтер'єру фарбові та лакофарбові покриття займають основне місце. Покриття захищають поверхні стін, підлоги, стелі від руйнівної дії навколишнього середовища, покращують санітарно-гігієнічні норми та є одним із основних засобів художнього рішення інтер'єру.

Для обробки внутрішніх приміщень застосовують такі фарби:

- водоемульсійні – для стін у приміщеннях, крім санітарних вузлів, перукарень та буфетів;
- Масляні – для стін у всіх приміщеннях
- мастичні – для приміщень житлової групи та громадських;
- силікатні – для стін у приміщеннях житлової групи;
- синтетичні емалі – для стін вестибюля, холів та віталень, коридорів та сходів у перукарнях, буфетах та санвузлах;



Клейове фарбування застосовується для обробки внутрішніх поверхонь приміщень по штукатурці та бетону. Високоякісне фарбування житлових кімнат та інших приміщень проводиться по ретельно підготовленій поверхні. За якістю з'єднання, клейових фарб застосовується головним чином кістковий клей (галерта). Для отримання міцного мастичного забарвлення краще зв'язним – є казеїновий клей (суміш сухого поршками з щіпкою та мінеральними солями).

Природні та синтетичні фарби наносяться тонким шаром. Виникнувши при цьому плівка має бути досить зносостійкою, міцною і еластичною, в окремих випадках - водонепроникною.

Фарби та емалі призначаються для отримання непрозорого декоративного шару, що закриває текстуру непрозорого будівельного шару і закриває текстуру будівельного матеріалу [11]. Лаки утворюють кольоровий прозорий шар, не змінюючи текстуру фарбують матеріал.

Оліфи (натуральні, полімеризовані, гліфталеві, комбінуючи) застосовуються для обробки приміщень готелю по штукатурці, гіпсу, металу. Для обробки обладнання для декоративних цілей використовується лише натуральна, штучна та гліфталеві оліфа.

У приміщеннях житлової групи слід остерігатися різних контрастів кольорових поєднань. Обробку рекомендується будувати в колірній гармонії – яскравіта м'які, насичені та глибокі ,приглушені кольори. Не захарашуйте стіни декоративними елементами. Більш складні фарби підбираються для надання поверхні м'якості і бархатистості.

Мастична (дорожча) фарба застосовується для громадських приміщень. Високоякісна клейка фарба міцна, гігієнічна та повітропровідна. Його недолік-неможливість проводити вологу обробку стін під час фарбування. Тому рекомендується клейове фарбування у поєднанні з облицюванням найбільш забруднених ділянок стіни.

Силікатні фарби рекомендуються для обробки житлових та комерційних приміщень, салонів краси, приміщень вестибюлів, коридорів, сходів та холів [9]. Силікатні фарби легко і рівномірно наносяться нацеглу, бетон, штукатурку та

панелі. Поверхні, фарбовані силікатними фарбами, добре миються. Забарвлення міцне, водостійке і дихаюче.

Для внутрішньої обробки найбільш придатними є синтетичні, полівенілацетатні та інші водоемульсійні фарби. Вони дешевші, гігієнічніші і міцніші за масляні. Наносять їх валиком або розпилювачем за будь-яким матеріалом [7]. Нові водоемульсійні барвники мають велику за кольором та фактурою палітру, і створюють у поєднаннях з різними штучними та природними матеріалами різноманітні кольорові композиції.

Фарби полівінілцитратні рекомендуються для номерів та фарби Гліфтал (водорозчинні) для сходів, буфетів, санвузлів, салонів краси – Сем, СТЕМ-45, Гліфтал та емалеві фарби для санітарно-технічних приміщень.

У внутрішній обробці особливо тонкі плити виготовляються з натурального каменю і кріпляться до стін за допомогою розчину без використання спеціальних кріплень. Плити завтовшки 6-20 мм виготовляють шляхом різання блоків природного каменю (мармуру, вапняку, туфута ін.) алмазним диском. Тонкі облицювальні плити з мармуру отримують шляхом подрібнення[6].

## **Висновки до другого розділу**

При опрацюванні нормативної бази та після розглядання деяких аспектів, що стосуються норм та правил при проектуванні мультибрендового шоуруму можна дійти до висновку і виділити такі головні пункти:

- варто дотримуватися єдиної та головної концепції закладу;
- форма торгової зали;
- розташування входів і виходів;
- система освітлення;
- послідовне розміщення товарів, секцій і т. д.
- елементи, які споріднені з психологічними аспектами та деякими іншими компонентами, які надані природою особистості;

- відповідність стандартам та нормам безпеки.

Велику роль грає місце розташування мультибрендового шоуруму, якорів та інших торгових зон, адже вони грають важливу роль у подальшому залученні покупців та збуті товарів.

## **РОЗДІЛ III. ФОРМУВАННЯ ДИЗАЙНУ ІНТЕР'ЄРУ СЕРЕДОВИЩА МУЛЬТИБРЕНДОВОГО ШОУРУМУ**

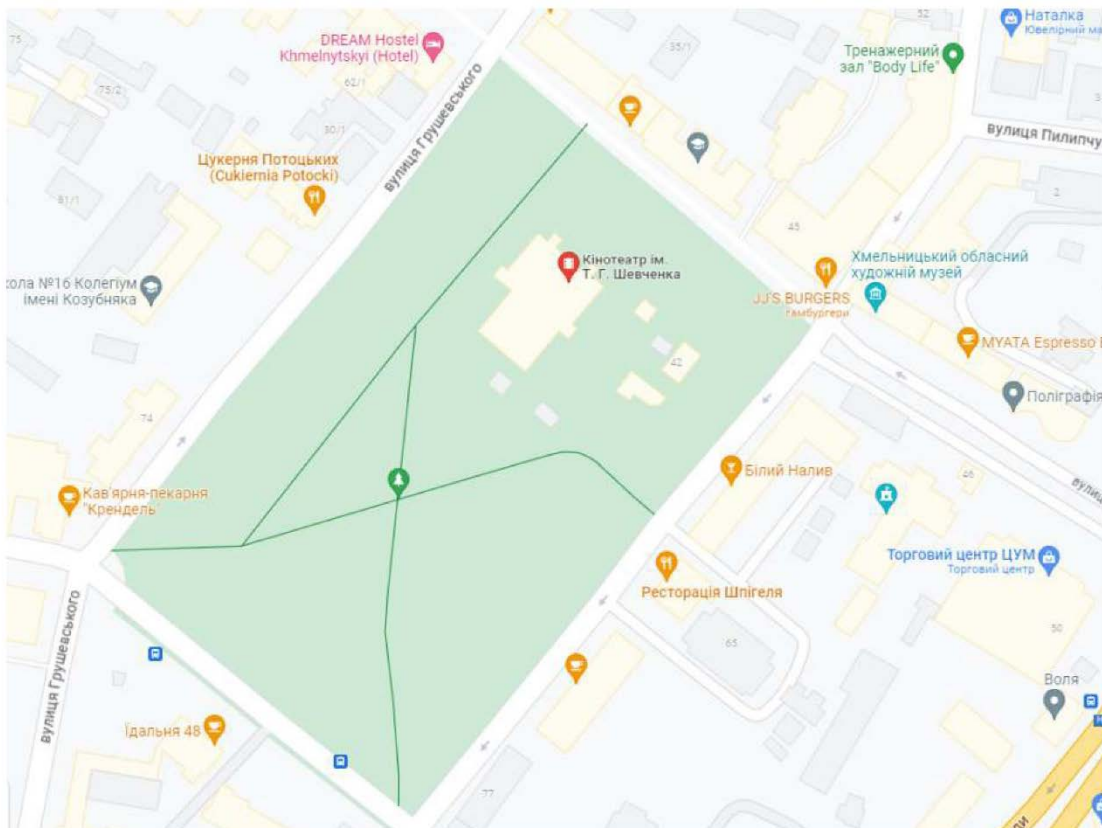
### **3.1. Вихідні дані**

Кваліфікаційна робота присвячена розробці дизайну інтер'єру мультибрендового шоуруму з урахуванням: вимог; норм; естетичних, технічних, планувальних і архітектурних вирішень для максимально комфортного та гармонійного поєднання з навколишнім середовищем, спокійного відпочинку. У проекті висвітлюються та розв'язуються такі проблеми: гармонійне поєднання простору інтер'єру з екстер'єром, вдале використання, розташування рослин у інтер'єрі, поєднання мистецтва із сучасними будівельними матеріалами.

Для проєктування тимчасових поселень було враховано нормативно-правову базу.

1. ДБН В.2.2-15:2019 «Будинки і споруди. Житлові будинки. Основні положення».
2. ДБН Б.2.2-12:2019 «Планування і забудова територій».
3. ДБН В.2.3-5-2018 «Вулиці та дороги населених пунктів».
4. ДСП 173-2019 «Державні санітарні правила планування та забудови населених пунктів».

Мультибрендовий шоурум розташований в центрі міста Хмельницький в парковій зоні, неподалік міської ради, дібратися можна як на машині, так і пішки. Будівлю оточуює місцева інфраструктура: торгові центри, банки, аптеки а також житлові будинки. Неподалік знаходиться музей. Загальна площа приміщення 1400 м<sup>2</sup>. Шоурум розрахований на надання послуг відвідувачам з обмеженими можливостями.



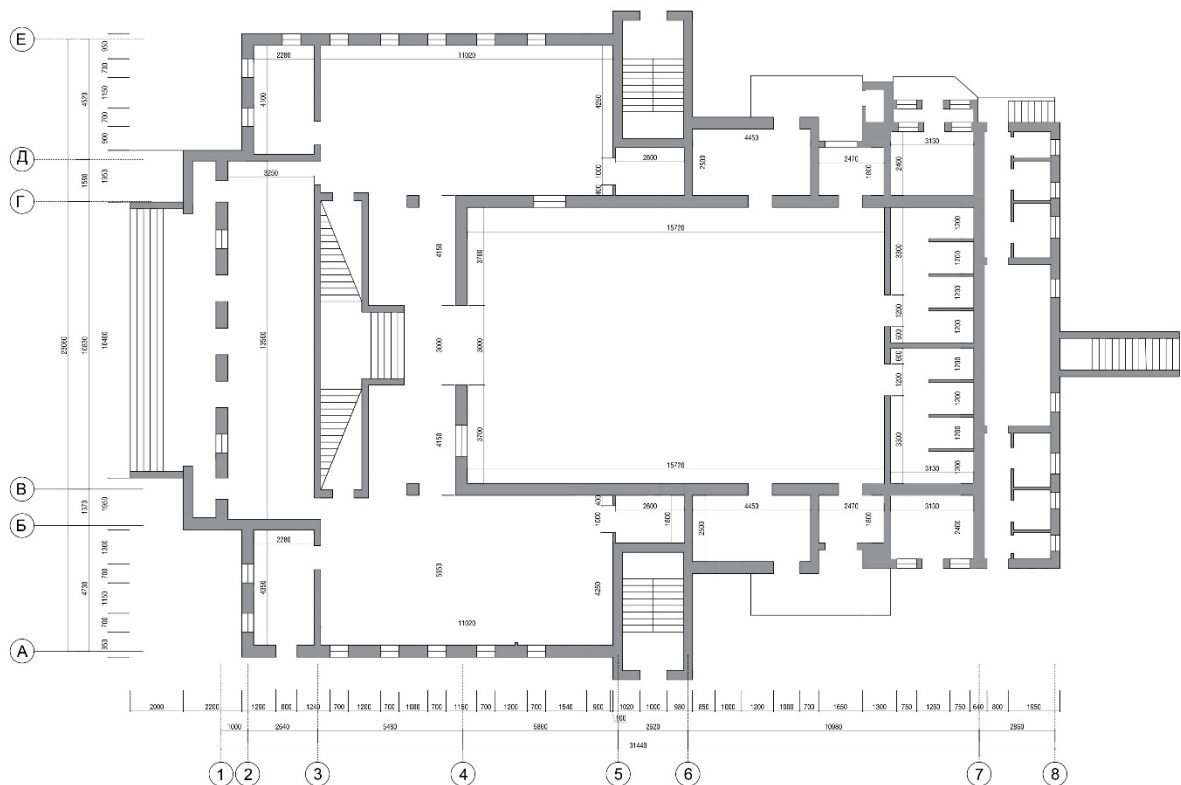
*Рис. 3.1.1. Ситуаційний план*

### **3.2. Об'ємно-планувальне рішення**

У даному об'єкті був проведений демонтаж деяких стін. Після проведення демонтажу деякі кімнати стали більш просторі, деякі обрали більш правильну та зручну форму приміщення.

По всьому периметру і на всіх поверхах розташовані колони. Завдяки монтажу перегородок приміщення стали більш зручними у використанні, більш

просторими та обрали більш зрозумілу форму.



*Рис. 3.2.1. План після перепланування*

Умеблювання в зоні відпочинку – це прості та лаконічні світлі меблі. Вони не виділяються з загальної концепції.

Також важливим аспектом є те, що умеблювання повинно бути максимально звучним та безпечним, ергономічним і так, як мультибрендовий шоурум буде відвідувати велика кількість відвідувачів, в тому числі і маленькі діти, то важливо, щоб меблі не забруднювалися. Саме всі ці аспекти були враховані і використані у шоурумі.

Для розробки дипломного проекту балу взята площа 1-го поверху шоуруму. Загальна площа – 175 кв.м.

Для здійснення проекту було обрано ряд наступних технологій:

- а) зведення перегородок і підумів;
- б) декорування стелі дерев'яними конструкціями;
- г) установка підлогового покриття;

- гідроізоляція;
- теплоізоляція;
- влаштування стяжок;

установка:

д) дверних прорізів;

і) освітлювальних приладів;

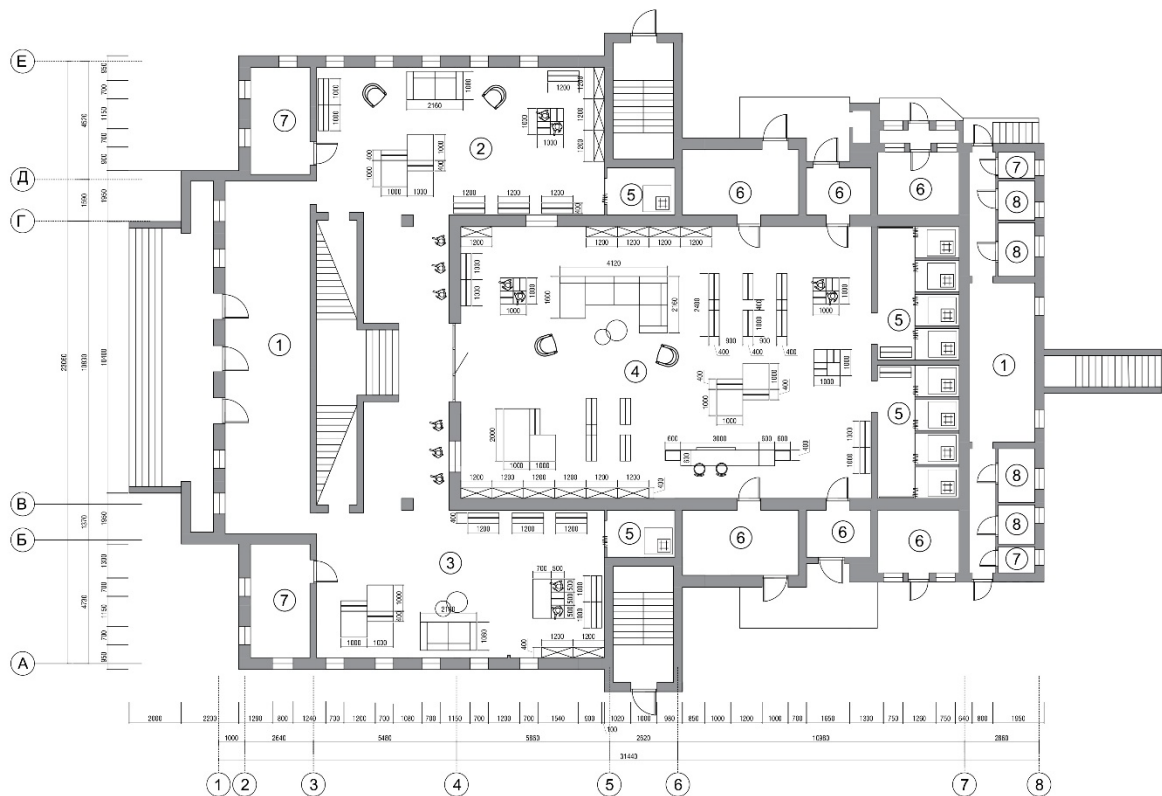
к) електротехнічного обладнання (проводка, розташування електричних розеток, вимикачів / вимикачів і ін.);

Оздоблення

н) стін: штукатурка та фарбування, пластикові молдинги, декоративна цегла;

о) стель: штукатурка та фарбування, підвісні дерев'яні конструкції;

п) підлог: плитка для підлоги (керамограніт) та паркет;



*Рис. 3.2.2. План розташування меблів та обладнання*

При проектуванні дипломного інтер'єру, були враховані такі моменти, як: розміщення устаткування, види і варіанти застосовуваних меблів, розміри, колір, освітленість, оригінальні світильники тощо.

Відвідувачі будь-якого шоуруму в перші десять секунд сканують простір на предмет відповідності інтер'єру їх власним уявленням, тому одним із головних завдань інтер'єру громадського приміщення, на першому етапі, є запрошення відвідувача пройти далі.

Шоурум розділений на зони, необхідні для раціонального функціонування торгово-технологічного процесу. Розміщення зон і їх планування спрямовані на забезпечення максимальних зручностей для покупців при відборі і купівлі товарів. Планування шоуруму забезпечує нормальні умови роботи персоналу, високий рівень продуктивності праці працівників.

Основними зонами шоуруму мод є торгові зали та примірочні. Вони служать для розміщення робочого і виставочного запасу товарів, відбір товарів покупцями, проходять демонстрації нових колекцій, здійснюються розрахункові операції за відібрані товари, виявляються різні додаткові послуги покупцям.

Торговий зал відділений від інших приміщень скляною перегородкою. Штучне освітлення торгового залу рівномірне, яскраве і має сприятливий спектральний склад.

Шоурум включає в себе: вхідну зону поєднану з зонної відпочинку, торгову зону, зону розрахунку з покупцями, складську зону і примірочні. Всі зони об'єднані єдиним стилем.

### **3.3. Функціональне зонування та планувальне вирішення**

Правильне функціональне зонування є важливою частиною при проектуванні мультибрендового шоуруму, адже воно впливає не лише на загальну концепцію та вигляд закладу, а й на пряму впливає на продаж товарів. Саме тому так важливо враховувати всі аспекти та норми при зонуванні.

Функціональне зонування безпосередньо впливає на вирішення простору мультибрендового шоуруму. Це розподіл площі на окремі частини, які матимуть певне цільове використання.

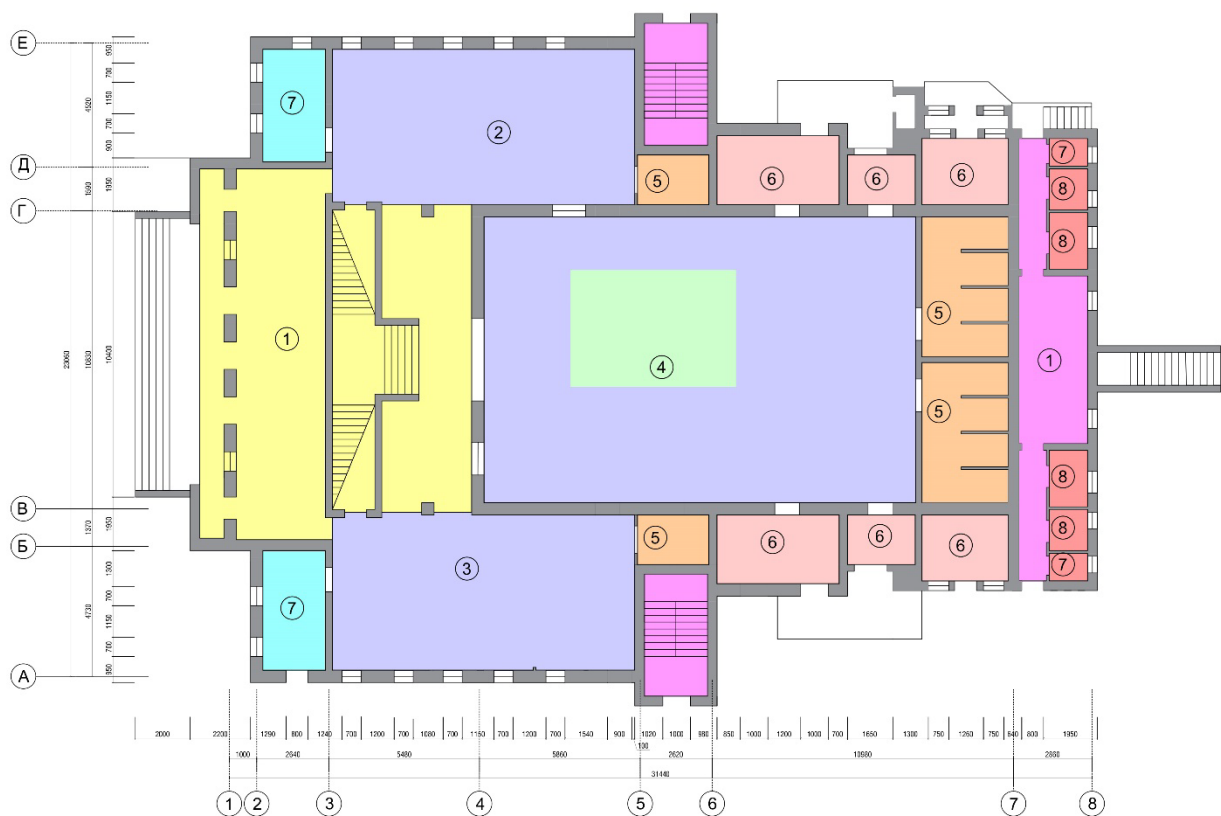
Шоурум є достатньо складним об'єктом за своєю структурою, відповідно



до складу входять приміщення з різним функціональним призначенням.

Будівля мультибрендового шоуруму поділяється на такі функціональні зони:

- вхідна зона;
- санітарна зона;
- зона торгових залів;
- зона очікування
- зона примірочних;
- транзитна зона;
- адміністративна зона;
- складська зона.



*Рис. 3.3.1. Схема функціонального зонування*

Транзитна зона, вона ж прохідна, поєднує між собою різні приміщення за призначенням, має функцію зручно діставатись у різні приміщення, до неї відносяться коридори, холи, сходові клітини.

### 3.4. Концепція дизайну інтер'єру та колористичне рішення

Основою концепції дизайн-проекту інтер'єру мультибрендового шоуруму є створення комфортного та нестандартного простору. Для здійснення концепції було використано сучасні технології, нові тенденції та екологічні матеріали. Дизайнер повинен створювати не просто красиві речі, а й функціональні, ті, які принесуть користь людині, тобто має піклуватись про людей.

Предметним наповненням інтер'єрів стали сучасні меблі та новітня техніка. Завдяки поєднанню усіх традиційних властивостей скандинавського стилю – високі стелі, великі вікна, світлі стіни, вільний простір виглядає не чуже в сучасному урбаністично-промисловому просторі.



*Рис. 3.4.1. Візуалізація мультибрендового шоуруму*

Про освітлення взагалі потрібно поговорити окремо. Освітлення в дизайні інтер'єра – ключовий момент. Неправильне освітлення може звести нанівець всі старання дизайнера, а правильне навпаки, підкреслить красу й оригінальність дизайну інтер'єра й сховає всі немінучі недоліки.

Це стосується, як природного світла, так і штучного. Природне світло привносить свої корективи в дизайн інтер'єра.

Якщо говорити про кольорову гаму проекту то, це однозначно монохром контрастності білого у великих масах та чорного та поєднання теракотового. Ніяких яскравих кольорів не передбачається. Якщо змішати всі кольори

інтер'єру, то вийде сірий холодний колір, він нейтральний і не вимагає ніякого особливого ставлення до себе. Це оптимальний варіант колористики для даного інтер'єрного рішення.

*Рис. 3.4.2. Візуалізація мультибрендового шоуруму*



Проектне рішення проекту передбачає гру фактур і великих мас однорідних, однотонних матеріалів. У всіх приміщеннях є кольорові блоки теракотового, білого, сірого, чорного та деревоподібного. Один прийом облицювання стін, стелі та підлоги у всіх приміщеннях. Саме ці матеріали об'єднують та «збирають» інтер'єр в одне ціле, незважаючи на те, що всі приміщення відмежовані один від одного. Цікавими фактурами у деяких приміщеннях виступає декоративний камінь. Вони виступають на контрасті і є акцентними елементами. Такі елементи інтер'єру роблять його цікавим та розбавляють монотонність та монохромність.

Декорування за рахунок текстильних елементів пропонується тільки в тих місцях, де необхідне відчуття затишку, який безумовно необхідний.

Акцент зміщується на слово «функція», воно прослідковується в усьому, починаючи облицювальними матеріалами і закінчуючи висотою стелажів. Продуманим є все, кількість висувних шухляд в рецепшені, стелажах, покриття підлоги та стін у торговому залі, робочій майстерні та примірочних. Особливе

значення при проектуванні займає зона зберігання речей. Пошук необхідних предметів інколи займає дуже багато робочого часу, але коли кожна річ має своє місце, час її пошуку зводиться до мінімуму. Це налагоджує всі процеси та робить роботу приємнішу.

*Рис. 3.4.3. Візуалізація мультибрендового шоуруму*



Облицювання стін та підлоги універсальне, воно слугує приємним фоном і не повинне обтяжувати інтер'єр. Якщо через кілька років замовники захочуть змінити деякі елементи інтер'єру, будь-то меблі чи освітлення, вони зможуть це з легкістю зробити.

Концептуальне рішення проєкту заключається в тому, щоб зробити монохромний мінімалістичний функціональний інтер'єр шоуруму, з акцентом на функціональність та практичність. Обрані композиційні та художні прийоми спрямовані на те, щоб людина, яка перебуває у даному інтер'єрі відчувала себе комфортно, щоб її нічого не дратувало, а навпаки заспокоювало, дало можливість ментально та візуально відпочити від насичених барв сучасного світу, наповненого великою кількістю непотрібних, зайвих речей.

### **3.5. Підбір матеріалів і предметного наповнення інтер'єрів**

Мультибрендовий шоурум розміщено у мальовничому центрі міста, тому є бажання відтворити навколишнє середовище у інтер'єрі. Цю задачу виконуємо за допомогою елементів скандинавського стилю. Саме цей стиль символізує

легкість, простір, чистоту, те що і потрібно для відтворення навколишнього середовища. Різноманіття текстур та фактур дозволяє внести родзинку, виділитися серед конкурентів.

У дизайн розробці інтер'єрів мультибрендового шоуруму дипломного проекту зі скандинавського стилю запозичуються практичні та функціональні меблі, прості лінії та форми, колірна палітра – нейтральні пастельні кольори і власне, білий колір – основа скандинавської палітри, яку то тут, то там доповнює решта кольорів.

Застосовуються природні матеріали, це декоративна цегла, дерев'яні декори на стелі. Повністю виключаються традиційні шпалери. Для підлоги використовується плитка та світлий паркет.

Меблі чіткої геометричної форми. Столи прості, з гострими кутами, без пластичних ліній, світлих відтінків, що візуально розширюють простір. М'які меблі правильної геометричної форми з тканинної оббивки. Стільці такого ж фасону, з дерев'яними ніжками.

Основним завданням при проектуванні інтер'єру є створення унікальності, якій підпорядковується вся торгова площа. Меблі, освітлення, колірне рішення, зовнішнє оформлення вітрин, облицювання мармуром – все повинно гармоніювати один з одним. Безсумнівно, особлива увага була приділена ексклюзивності і якості обладнання.

Дизайн мультибрендового шоуруму – це в першу чергу, залучення уваги покупців при вході в приміщення, так як перше враження на жінок часто виробляє саме інтер'єр магазину, а не товар. Як правило, жінки більше віддають перевагу заходити в просторі, світлі приміщення, тобто колірні і світлові рішення є основоположними. Існують також актуальні, модні на поточний момент поєднання кольорів, які також враховують дизайнери при проектуванні оформленні торгових просторів. При створенні проекту звернули увагу на те, що в інтер'єрі може використовуватися не більше двох-трьох оригінальних художніх елементів, інакше візуальний ряд буде перевантажений і увагу покупця буде відвернута від покупки товару.

Задумуючи дизайн шоуруму, відштовхувалась від таких понять як індивідуальність, актуальність і натуральність. Дизайн інтер'єру шоуруму повинен створюватися з таким розрахунком, щоб людям було максимально комфортно і зручно. Інтер'єр повинен бути привітним і затишним. Врахувати всі ці моменти дозволяє філософія дизайну.

Загальною ідеєю при розробці проєкту було створення сучасного інтер'єру, спрямованого на створення комфортного проведення часу в шоурумі. Контрастне оформлення інтер'єру на даний момент можна назвати одним з найбільш креативних напрямків в дизайні. Чорно-білий інтер'єр виглядає досить ефектно. При тому, що ці два кольори є досить різнорідними, вони здатні втілювати в собі гармонію і єдність. Помітні і різкі риси цього оформлення абсолютно позбавлені повсякденності і буденності, але вони наповнені чіткістю, загадковістю і драматичністю.

Дуже важливо так само підкреслити поєднання таких рис, як стриманість і енергійність. Наявність скляних перегородок надають приміщенню легкість. Важливо зробити так, щоб приміщення мультибрендового шоуруму не перетворився на банальне приміщення з торговими зонами, а це була загальна сфера, наповнена гармонією, красою та вишуканістю [32].

Правильний дизайн інтер'єру шоуруму – підвищує ефективність продажів. Кожен магазин, за своєю суттю, є візитною карткою бренду. Ні для кого не секрет, що від того, яке враження залишиться у покупця від відвідування магазину, залежить, чи стане він його постійним клієнтом. Перше враження від магазину може так «зачепити» клієнта, що з потенційного покупця відразу стане реальним. Давати відчуття задоволення, рівноваги, стабільності, індивідуальності – це і є філософія дизайну інтер'єру шоуруму.

Проєктне рішення проєкту передбачає гру фактур і великих мас однорідних, однотонних матеріалів. Один прийом облицювання стін, стелі та підлоги у всіх приміщеннях [29]. До облицювальних матеріалів дизайн-проєкту можна віднести штукатурні та декоративні розчини на їх основі, також плиткові матеріали, вироби з композитного каменю та натурального каменю, покриття

підлоги паркетною дошкою, фарбу на стінах та стелі та фасадні матеріали меблів та інші. Всі облицювальні матеріали можна умовно розділити на чотири групи (оздоблювальні матеріали підлоги, стелі, стін, фасадного матеріалу меблів та стільниць) і розглянути кожен групу окремо.

До першої групи – оздоблювальні матеріали підлоги – можна віднести плитні матеріали для покриття підлоги. За дизайн-проектом торгове приміщення облицьоване паркетною дошкою LegArt "Zurich" – це надійне та довговічне покриття підлоги за належної експлуатації та при правильній викладці. Перевагами паркетної дошки над іншими схожими облицювальними матеріалами для підлоги є її жиростійке та водостійке покриття, екологічність і зносостійкість.

Підлога у всіх інших приміщеннях за дизайн-проектом облицьована керамогранітною плиткою. Керамограніт – це штучно створений під пресом з високим тиском матеріал. До складу керамогранітної плитки входить глина, шпат, кварцовий пісок і різні мінеральні пігменти. За рахунок того, що керамогранітна плитка створюється при використанні пресу та дрібнодисперсних матеріалів, за своєю характеристикою вона володіє меншою пористістю, що робить її надміцною та стійкою до вбирання рідин і пігментів барвистих матеріалів. За необхідністю поверхня плитки може реставруватися, поліруватися та додатково покриватися глазур'ю. Головна естетична перевага керамогранітної плитки полягає в тому, що по периметру торці плити оброблені під дев'яносто градусів і це дає змогу зробити шви плиток в містях стиків майже непомітними. У проєкті використовується іспанська керамогранітна плитка PAMESA K-STEEL COAL LEVIGLASS – 750\*750\*8 мм.

До другої групи – оздоблювальні матеріали стелі – можна віднести дерев'яну рейкову стелю – є практичною і в той же час естетичною підвісною конструкцією, яка здатна прикрасити будь-який інтер'єр приміщення.

Деревина широко застосовується для виготовлення різних оздоблювальних матеріалів. Дерев'яні конструкції практичні і екологічні, тому не втратили свою популярність протягом багатьох років. Рейковий дерев'яна

стеля є простою підвісною конструкцією, яка збирається з окремих планок.

Конструкцію можна кріпити навіть в приміщеннях з високим рівнем вологості, так як деревина легко піддається обробці антисептичними просоченнями. Монтаж такого стельового покриття під силу виконати навіть новачкові.

До третьої групи – оздоблювальні матеріали стін – можна віднести декоративне тинькування стін. До його складу входить вапно, цемент, гіпс, акрил, силікати, сполучні елементи, наповнювачі (може бути пісок, слюда, мармурова крихта, камінці та інші) та розчинники.

Декоративне тинькування дуже просте у нанесенні і у готовому вигляді на стіні має естетичний вигляд за рахунок того, що немає швів, стиків і поверхня однорідна на відміну від шпалер. З практичної точки зору такий варіант оздоблення стін найкращий, адже за ним дуже просто доглядати, воно не потребує ніяких додаткових засобів, забарвлення зберігається надовго навіть при постійному потраплянні сонячного проміння, стійке до механічних пошкоджень та за необхідністю реставрується.

Декоративне тинькування стін за проектом використовується у всіх приміщеннях однаково. За основу обрано два варіанти виконання фактури Wall2Floor з імітацією текстури бетону або каменю та фактури Senibeton, RAL 9003 та один варіант однорідного звичайного тинькування з подальшим фарбуванням RAL 5024.

Декоративна цегла для внутрішньої обробки стін набирає все більшу популярність. Завдяки такій обробці – приміщення відрізняється оригінальністю та вишуканістю. На сьогоднішній день стало в моді оформлення стін під цеглу.

Перш за все, слід сказати про те, що рекомендовано при обробці декоративною цеглою неодмінно поєднувати її з іншими оздоблювальними матеріалами, наприклад, з деревом або декоративною штукатуркою. Оскільки при повному оформленні стін цеглою приміщення буде нагадувати холодний і незатишний підвал. Як правило, декоративна цегла для внутрішньої обробки застосовується фрагментарно, для виділення тих чи інших цікавих деталей



дизайну інтер'єру.

До четвертої групи можна віднести фасадні матеріали корпусних меблів та стільниці. Фасади меблів запроектовані із Fenix NTM є фарбована плита МДФ. Такий варіант оздоблення фасадів меблів запропонований для стелажів та рецепшену. МДФ (MDF-medium-density fiberboard) – деревоволокниста плита середньої щільності. За рахунок того, що цей матеріал виробляється із дрібнодисперсного волокна, його поверхність однорідна і щільна (на відміну від ДСП) це дає змогу його пофарбувати і отримати ідеально рівний меблевий фасад. За технологією МДФ виготовляється великими плитами (2800\*1300\*18 мм), потім ріжеться по розміру меблевої деталі, шліфується, покривається ламінатом і вже потім покривається фарбою та лаком (або глянцеvim, або матовим) по всій площині. Такий процес виготовлення дає змогу зробити меблеву деталь без крайки (на відміну від ДСП). Фасад із фарбованого МДФ на відміну від фасаду із покриттям Fenix NTM не такий стійкий до пошкоджень. За стійкість фарби відповідає фінальне покриття лаком. Найсучаснішою технологією виготовлення лаку для меблів володіє австрійська компанія Adler. Лак, який вони пропонують для меблевих фарбованих деталей, амортизує удари і це дає можливість зберегти фасади від сколів. Перевагою фарбованого МДФ над Fenix NTM є те, що фасад можна покривати фарбою будь-якого кольору.

### **Висновки до третього розділу**

Концепція дизайну інтер'єрів мультибрендового шоуруму полягає у створенні комфортного та затишного місця, де люди могли б закрити всі свої потреби та відпочити. В основу дизайнерського задуму вкладено лаконічність, простоту, екологічність та структурність.

Головна ідея даного мультибрендового шоуруму полягає у створенні легкого по сприйняттю та почуттям заклад, який буде сприйматися абсолютно для всіх людей.

Важливо було створити інтер'єр загального формату, аби будь-який стиль

чи бренд вписувався в загальний простір, не вибивався, а сприймався як єдине ціле.

Важливими чинниками було забезпечити відвідувачам ергономічність та безпечних умов щодо перебування в шоурумі, використання сучасних та екологічних матеріалів, створення простоти проте без пустоти простору, а створити затишок та комфортні умови, створити та встановити зручну та всім зрозумілу навігацію.

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

В результаті аналізу закордонного і вітчизняного досвіду теоретичних та практичних дизайн розробок з проєктування інтер'єрів мультибрендового шоуруму було виявлено, що формування дизайну їх внутрішнього середовища тісно пов'язано з функціональною організацією закладу і впливає на рівень комфорту відвідувачів та персоналу.

Кожен гість мультибрендового шоуруму, при візиті знаходиться в передчутті чудесного перевтілення. Його оздоблення інтер'єру мусить відповідати ряду принципів fashion-дизайну, що надає особливу атмосферу, яка налаштовує тільки на позитивні результати роботи. При виборі складових дизайну, необхідно керуватися трьома ключовими аспектами. В першу чергу, це стосується матеріалів для кожного елемента приміщення. Для підлогових покриттів край важливе гарне щеплення взуття з поверхнею підлоги аби уникнути травм на робочому місці після миття підлоги. У примірочних кімнатах переважно використання паркету, плитки або ламінату. В залі очікування та в зоні рецепції актуальне використання плитки або ламінату. Стіни ліпше оздоблювати деревом, склом, натуральним або штучним камінням, або звичайним фарбуванням. Матеріал обирають, виходячи зі стилістики і фінансової спроможності.

Розробка інтер'єру мультибрендового шоуруму здійснювалась згідно сучасних вимог та норм, естетичних, технічних, планувальних і архітектурних вирішень. Результатом проєкту є розробка максимально комфортного та гармонійного інтер'єру, зручного для відвідувачів та для персоналу, ще й до того ж поєднується з навколишнім середовищем.

Під час виконання дипломного проєкту було розкрито загальні положення проєктування, проаналізовано ряд аналогів та прототипів, сформовано інтер'єр мультибрендового шоуруму в якому поєднано природу з внутрішнім простором приміщення, використано натуральні матеріали, що створили функціональні зони та комфортний простір для відвідувачів.

Досліджено виникнення, розвиток мультибрендових шоурумів, виявлено,

що художнє формування їх внутрішнього середовища є невід'ємною частиною створення повноцінного архітектурного об'єкта, а естетична його організація безпосередньо впливає на рівень комфорту відвідувачів та відповідає сучасним проблемам покращення обслуговування населення.

Виявлено важливі аспекти функціонально-планувального вирішення при проєктуванні мультибрендового шоуруму, що надасть чіткого розділення функціонального процесу; раціонально продумати використання технологічного обладнання відповідно до його потужності; створенню необхідного комфорту для кожного відвідувача та персоналу, враховуючи людей з обмеженими фізичними можливостями.

В залах розташовані джерела світла – дизайнерські люстри, над столиками та присутній окремий вид освітлення над рецепшеном. Світло від елементів освітлення м'яке і розсіяне.

Мультибрендовий шоурум розрахований на обслуговування людей з обмеженими можливостями. На таких відвідувачів розраховано місце на стоянці, крісла – коляски, передбачено пандуси та вільне пересування по залам. Всі зони шоуруму запроєктовані для безпечного пересування відвідувачів з обмеженими можливостями, та так що б ні що на шляху таких відвідувачів не перешкоджало.

Розроблено та запропоновано загальні засоби формування дизайну внутрішнього простору мультибрендового шоуруму (кольорова гама, предметне наповнення), що надасть якісний рівень комфортним умовам перебування в середовищі; відтворення єдиного образу закладу; дозволить виявити його стильове рішення, індивідуальність і характер.

На основі проведеного дослідження та проєктного аналізу було сформульовано базові особливості проєктування і розвитку дизайну інтер'єрів мультибрендових шоурумів: функціональність та інтеграція типологічних, технологічних, конструктивних вимог; економічність, ефективність до раціонального підбору матеріалів; комфортність, що вплине на відчуття стану задоволення кожного відвідувача незалежно від статі, віку та фізичних можливостей; екологічність напрямку дизайнерських рішень; художня

виразність образу приміщень закладу. Дані результати нададуть можливості виконання пріоритетних завдань при формуванні дизайну внутрішнього середовища мультибрендових шоурумів.

Загальна картина усіх розроблених інтер'єрів вказує на те, що поставлені задачі успішно виконані. Прийоми та засоби, використані в даному проєкті, дозволили створити цікаве дизайнерське рішення з особливими авторськими акцентами та елементами.

В сучасному світі, в теперішній час, коли запроєктовано безліч шоурумів з різними концепціями, тематиками, тому не легко створити цікавий проєкт. Створений інтер'єр шоурумів не тільки відповідає тенденціям нашого часу, а й говорить про те, що власники такого закладу ставляться до кожного відвідувача з турботою, відповідальністю та повагою.

Єдина ідея виражається в усіх деталях проєкту. Акцентами художнього рішення проєкту стали розроблені меблі, світильники, декоративні елементи стін, підлоги та стелі. Всі складові створених інтер'єрів взаємозалежні, мають ознаки контрасту й нюансу, композиційний центр, відповідність форми і змісту. Декоративно-художнє рішення приміщень повністю відповідає концепції стильного інтер'єру.

Підводячи підсумки проєктної діяльності можна сказати, що поставлені в ході розробки проєкту цілі і завдання виконані. Результатом проєкту є розробка максимально комфортного та гармонійного інтер'єру, зручного для відвідувачів та для персоналу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ДБН В.2.2–9:2018 Громадські будинки та споруди. Основні положення.
2. ДБН В.1.2-7: 2008. Вимоги до будівель і споруд та пожежної безпеки
3. ДБН В.2.2-17: 2006. Доступність будинків і споруд для маломобільних груп населення
4. ДБН В.2.5-28: 2006. Державні будівельні норми. Інженерне обладнання будинків і споруд. Природне і штучне освітлення
5. Абизов, В. (2009), Теорія розвитку архітектуро-будівельних систем, КНУКіМ, Київ, 240 с.
6. Ашеро́в, А. (2009), Дизайн і Ергономіка. Термінологічний словник, НТМТ, Харків, 103 с.
7. Голобородько В. М. Ергономіка для дизайнерів: підручник. – Харків: ХДАДМ, 2012.– 378 с.
8. Гиббс Дж. Настольная книга дизайнера интерьера: пер. с англ. / Дж. Гиббс. – М.: БММ АО, 2006. – 112 с.
9. Грицюк Л.С. Інтер'єр: альбом-посібник до лекційного курсу «Проектування інтер'єрів житлових та громадських приміщень» / Л. Грицюк, О. Пекарчук. - Л.: Вид-во Львів. політехніки, 2011. - 108 с.
10. Даниленко, В. (2006), Дизайн України у світовому контексті художньо-проектної культури ХХ століття (національний та глобалізаційний аспекти): автореф. дис. д-ра мистецтвознавства: 05.01.03, Львів, 36 с.
11. Даниленко, В. (2009), Дизайн Центрально-Східної Європи, ХДАДМ, Харків, 172 с.
12. Дзюба І.М., Корнієнко Н.М., Попович М.В., Яковенко М.Н. Універсальний словник-енциклопедія. Київ, 2006.
13. Дизайнерська діяльність: Екологічне проектування. Науково-методичне видання / В.О. Свірко, О.В. Бойчук, В.М. Голобородько, А.Л. Рубцов. – Київ: УкрНДІДЕ, 2016. – 196 с.

14. Жмурко Ю.В. Композиція, Шубович С.О. Композиція. Конспект лекцій. Частина 2. Харк. нац. акад. міськ. госп-ва - ХНАМГ. Харків, 2010. 72 с.
15. Єгорова Н. Стиль в інтер'єрі / Н. Єгорова. – К.: Український медіа холдинг, 2010. – 120 с.
16. Єжов В. І. Архітектура громадських будівель і комплексів / В. І. Єжов. – К.: Вістка, 2006. – 380 с.
17. Лінда С. М. Архітектурне проектування громадських будівель і споруд: навчальний посібник / С. М. Лінда – Л.: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2010. – 608 с.
18. Мазаракі А. А. Проектування закладів ресторанного господарства: підручник для ВУЗів 2-ге видання, доповнене і виправлене. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. 339 с.
19. Мироненко В.П. Архітектурна ергономіка: підручник. - Київ: НАУ-друк, 2009.-240с
20. Нойферт П. НОЙФЕРТ. Будівельне проектування | Студенту. /–Книжкова Літера, 2017. – 614 с.
21. Олійник О.П., Гнатюк Л.Р., Чернявський В.Г. Основи дизайну інтер'єру: Навчальний посібник. (З Грифом МОН України. Лист № 1/11.2-351 від 19.01.11 р.) - К.: НАУ, 2011. – 228
22. Олійний О.П., Гнатюк Л.Р., Чернявський В.Г. Конструювання меблів та обладнання інтер'єру : павч. посіб. Київ : Університетська книга, 2014.
23. Печенюк Т. Кольорознавство / Т. Печенюк. – К.: Грані-Т, 2009. – 192 с.
24. Пилипчук О.Д. Основні засоби вирішення задач фактурності кольору в художній формі, розміщеній у просторовому середовищі сучасного інтер'єру / О.Д. Пилипчук // Сучасні проблеми архітектури та містобудування. – 2013. – Вип. 34. – С. 256-260.
25. Пилипчук О.Д. Проблема асоціативності кольору в інтер'єрі, художньо-декоративного оздоблення та методи засвоєння практичних прийомів / О.Д. Пилипчук // Сучасні проблеми архітектури та містобудування. – 2014. – Вип. 36. – С. 220-225.

26. Проскуряков В.І. Конструювання та обладнання інтер'єрів: конспект лекцій / В.І. Проскуряков, Р.М. Кубай, О.В. Проскуряков. - Л.: Вид-во Львів. політехніки, 2014. - 88 с.
27. Стармер А. Цвет. Энциклопедия. Советы по цветовому оформлению интерьера вашего дома / А. Стармер. – КоЛибри, 2005. – 256 с.
28. Рижова І. С. Методи, принципи, підходи, до аналізу дизайнерської культури як умови гармонізації відносин людини, природи, суспільства. Гуманітарний вісник ЗДІА. 2016.
29. Третьяк Ю. В., Корпусова О., Клещова А. Основні закономірності формоутворення в органічному дизайні. Київ, 2016. 528 с.
30. Тонконог В.В. Використання освітлення як елемент формування дизайну в закладах харчування / В.В. Тонконог. – Л.ХАРД, 2016. – 78с.
31. Чернявський В. Г., Декоративне мистецтво як ефективний засіб архітектурно-художньої виразності інтер'єрів громадських будівель / Чернявський В. Г., Чернявський К. В. // Перспективні напрямки проектування житлових та громадських будівель. Спеціальний випуск. Засоби монументально-декоративного мистецтва та дизайну у міському середовищі / під загальною ред. Куцевич В. В. Зб.наук. праць. – К.: Київ ЗНДП, 2006. – С.18-21.
32. Шейкіна О. Дизайн інтер'єру. Х.: Веста, 2010. 160 с.
33. Шмиг Р.А., Боярчук В.М., Добрянський І.М. Барабаш В.М., Термінологічний словник-довідник з будівництва та архітектури : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Львів: [б.в.], 2011. 220 с.
34. Joa Studholme, Farrow & Ball Recipes for Decorating, Mitchell Beazley, - 2019. - 268с.
35. Philip Jodidio, Contemporary Houses. 100 Homes Around the World. – Taschen, 2020. -592с.
36. Robin Strangis, Color Idea Book: Find the perfect color palette for every room in your home, 2007. – 208с.



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
Національний авіаційний університет  
Факультет архітектури, будівництва та дизайну  
Кафедра дизайну інтер'єрів



ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ  
Завідувач кафедри  
П.Р. Гнатюк  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 р.

## ДОДАТКИ

### ДИПЛОМНА РОБОТА

**ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»**  
**ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ 02 «Культура і мистецтво»**  
**ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 022 «ДИЗАЙН»**

**«Розробка дизайн-проекту мультибрендового шоуруму»**

Виконала:

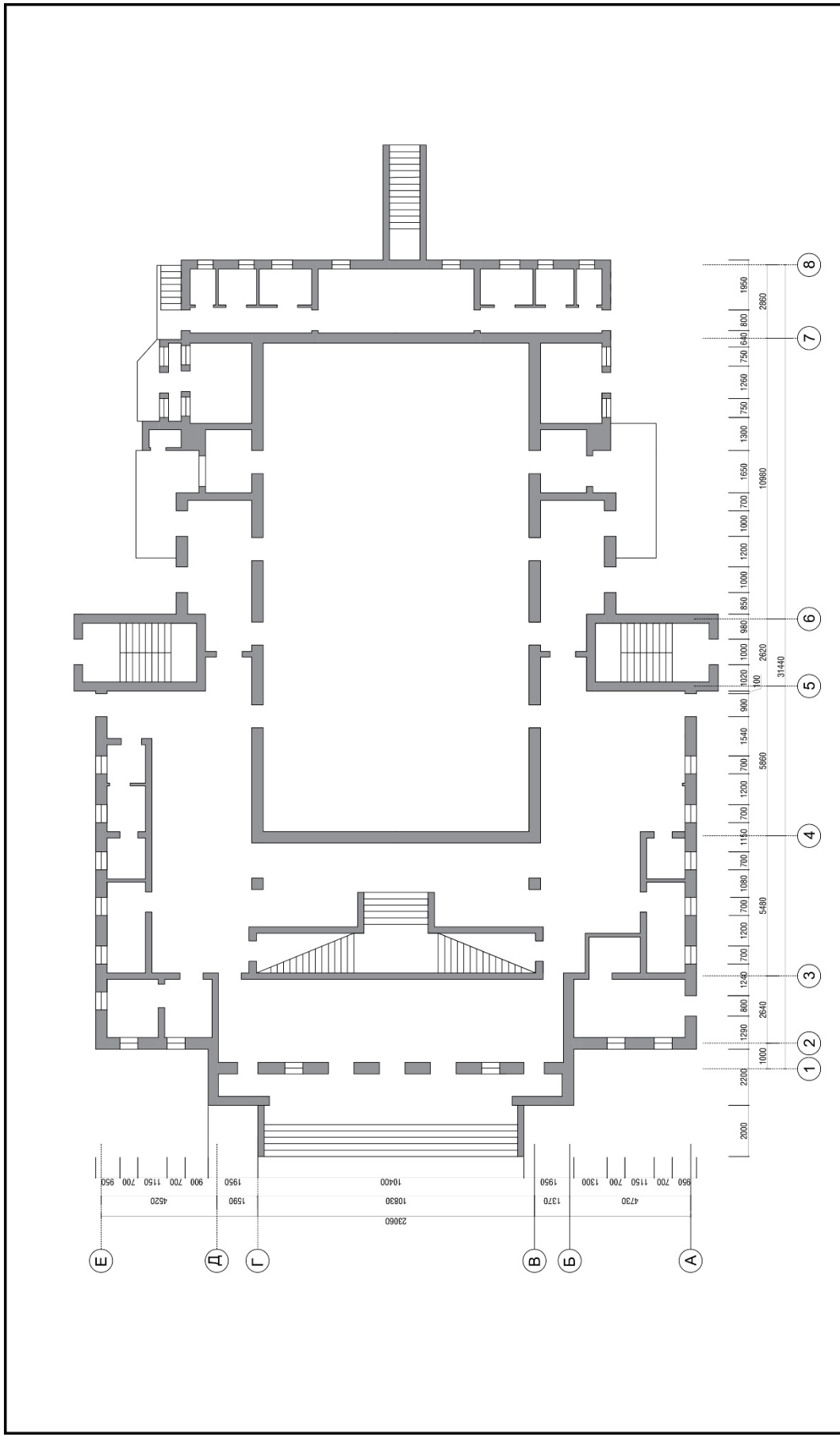
Керівник:

Київ - 2023

1. Ситуаційний план М1:500
2. Обмірний план М1:150
3. План демонтажу стін М1:150
4. План монтажу стін М1:150
5. План після перепланування М1:150
6. План функціонального зонування М1:150
7. План умеблювання М1:150
8. План покриття підлоги М1:150
9. План покриття стелі М1:150
10. План освітлення М1:150
11. Розгортки стін М1:100
12. Візуалізація

НАУ ФАБД ДЗ-401 2023р.										
Додаток А										
Изм.	Колуч.	Архцш	№Док.	Подп.	Дата					
Виконала:						Розробка дизайн-проекту				
Перевірив:						мультимедійного шоуруму		Стаття	Архцш	Архцш
								ДП	2	17
						Перелік креслень				КДІ





НАУ ФАБД ДЗ-401 2023р.			
Додаток А			
Ізн.	Кол.уч.	Арк.ш.	№ Док.
Виконав:	Арк.ш.	Підп.	Дата
Перевірив:	Арк.ш.	Підп.	Дата
Розробка дизайн-проекту мультимедійного шоуруму		Стадія	Арк.ш.
Об'ємний план М1:150		ДП	4
		Арк.ш.	17
		КДІ	



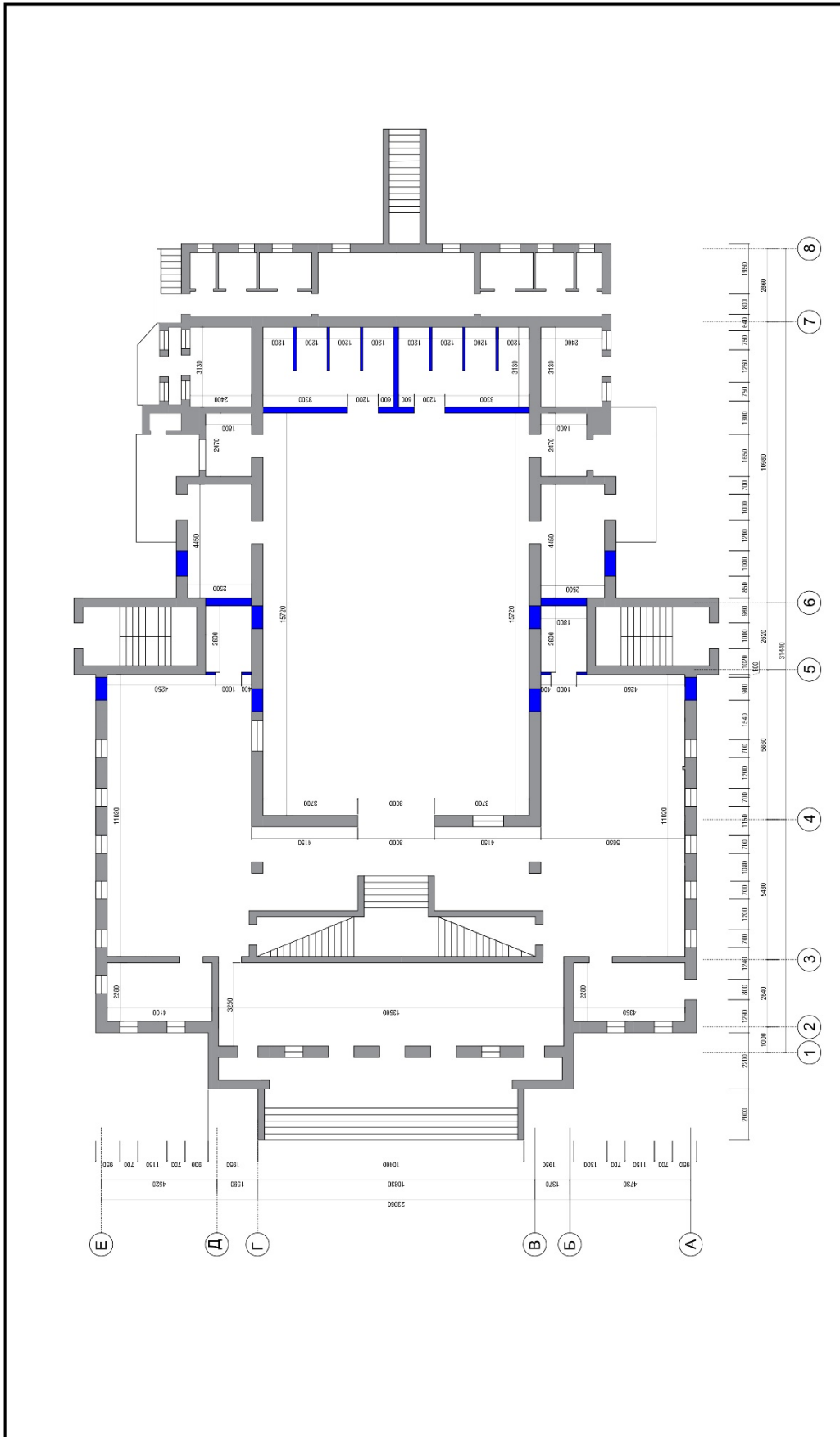
Умовні позначення

■ демонттовані стіни

НАУ ФАБД ДЗ-401/2023р.

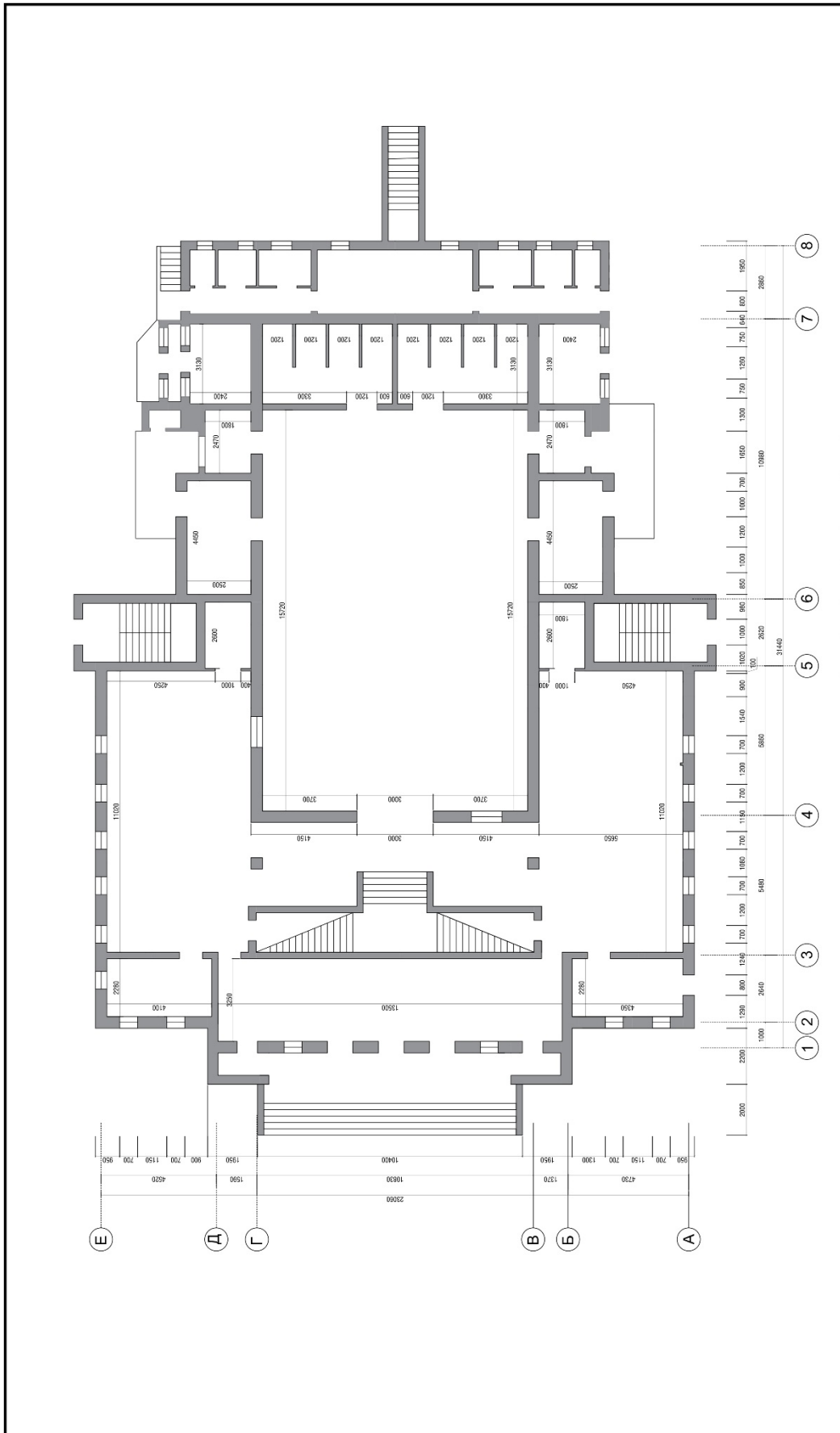
Додаток А

Мас.	Колір	Архив	МДок.	Лобп.	Датп.
Виконала:					
Перевіряв:					
Розробка дизайн-проекту мультимедійного шоуруму					
План демонтажу стін М1:150					
Сторона			Архив		
ДП			5		
КДІ			17		



Умовні позначення  
 — ЗМОНТОВАНІ СТІНИ

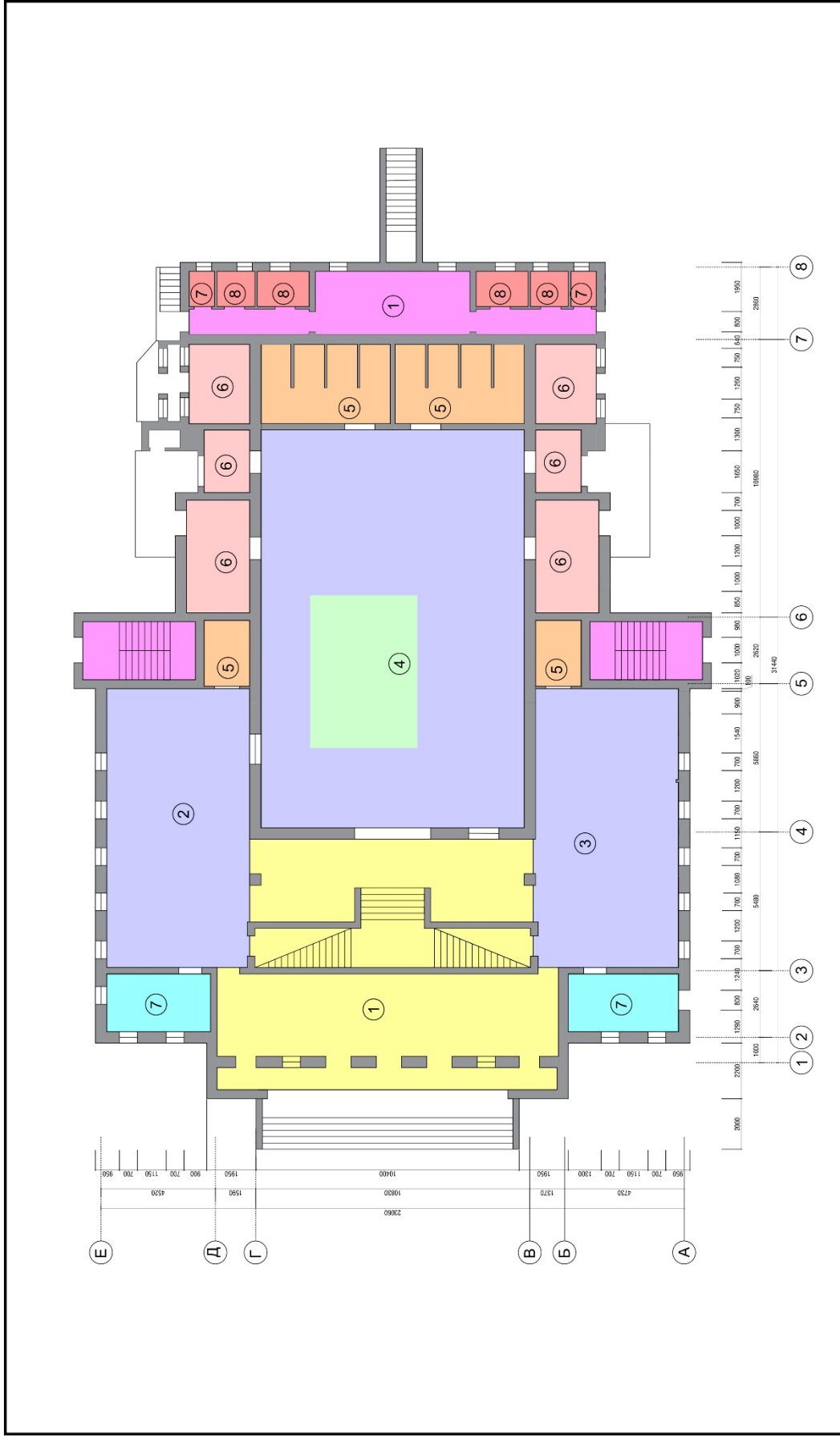
НАУ ФАБД ДЗ-401 2023р.			
Додаток А			
Ім'я	Колуш	Архш	№ Док.
Виконала:	Колуш	Архш	№ Док.
Перевірив:	Колуш	Архш	№ Док.
Дата	Побт.	Архш	№ Док.
Розробка дизайн-проекту		Спеціалі	Архш
Мультипробного шоручу		ДП	6
План монтажу стін М1:150		Архш	17
		К Д І	



НАУ ФАБД ДЗ-401 2023р.			
Додаток А			
Розробка дизайн-проекту мультимедійного шоуруму		Аркш	Аркш
План після перепланування М1:150		ДП	7
		КДІ	

Ім'я:	Коліч:	Аркш	№Лок.	Підп.	Дат.
Виконав:					
Перевірив:					

Експлікація приміщень	Площа м²
№ Найменування	
1 Хол	
2 Зал №1	
3 Зал №2	
4 Основний зал	
5 Примірочні	
6 Складські кімнати	
7 Санвузол	
8 Адміністративні приміщення	

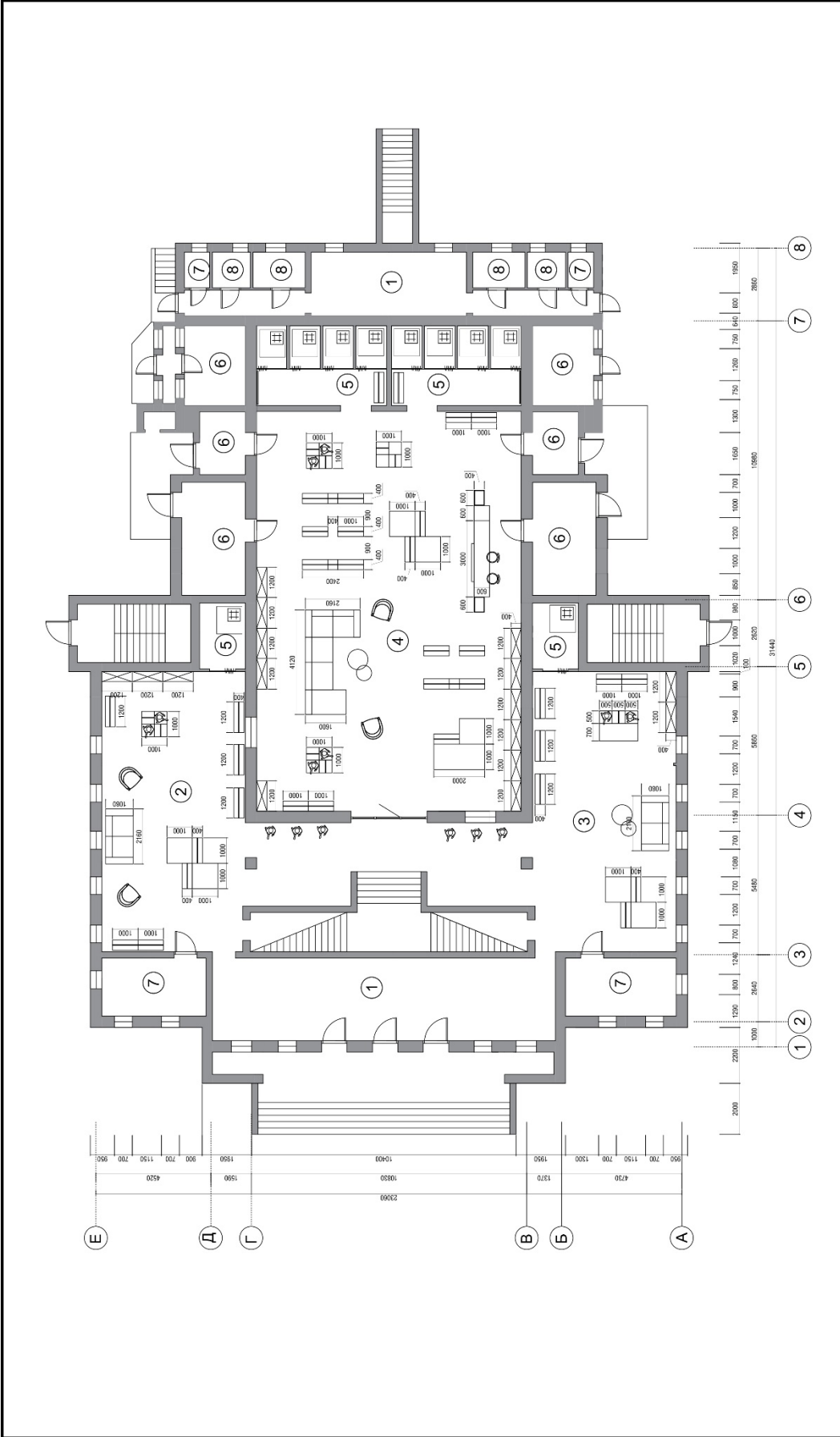


Експлікація приміщень		Експлікація зон	
№	Найменування	№	Найменування
1	Хол	1	Вхідна зона
2	Зал №1	2	Санітарна зона
3	Зал №2	3	Зона торгових залив
4	Основний зал	4	Зона очікування
5	Примірочні	5	Зона примірочних
6	Складські кімнати	6	Транзитна зона
7	Санузел	7	Адміністративна зона
8	Адміністративні приміщення	8	Складська зона

НАУ ФАБД ДЗ-4.01 2023р.			
Додаток А			
Имя:	Колунт:	Архшт:	МДок:
Дата:	Лист:	Архшт:	МДок:
Розробка дизайн-проекту мультимедійного шоуруму		Стадія:	Архшт
План функціонального зонування М1:150		ДП:	8
		КДІ	

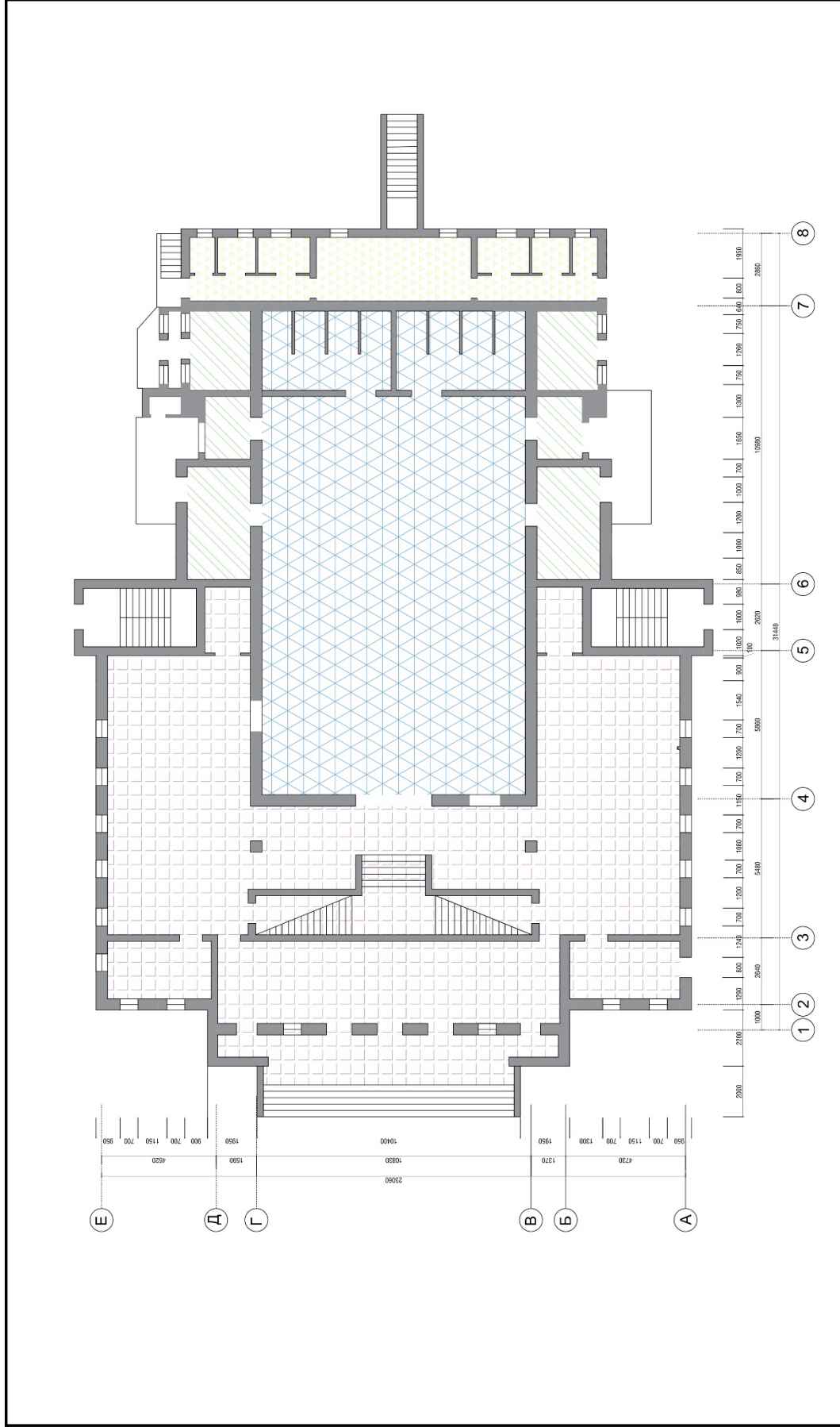




Експлікація приміщень		Площа м²	
№	Найменування		
1	Хол		
2	Зал №1		
3	Зал №2		
4	Основний зал		
5	Примірочні		
6	Складські кімнати		
7	Санвузол		
8	Адміністративні приміщення		

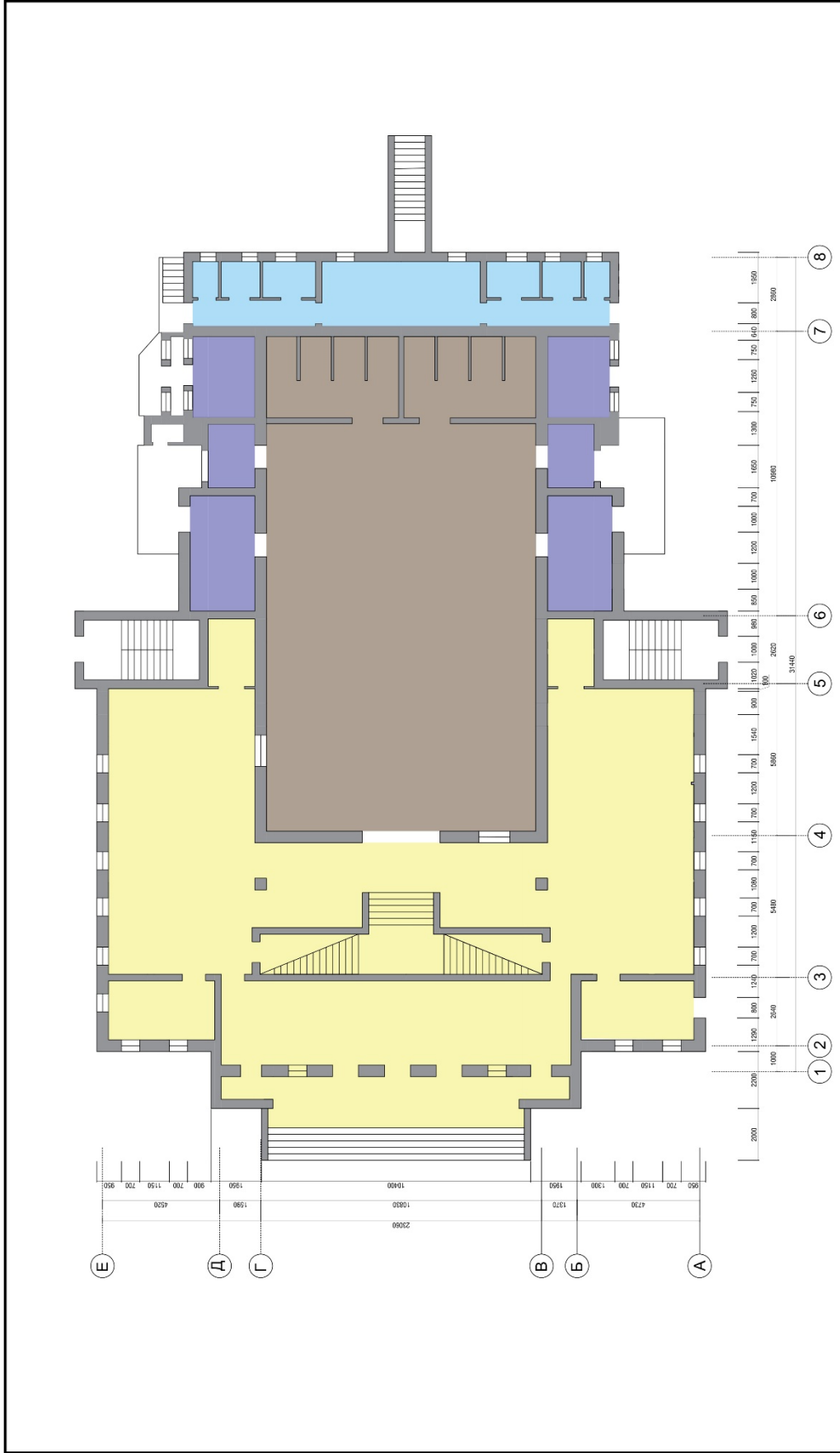
  

НАУ ФАБД ДЗ-401 2023р.			
Додаток А			
Ім.	Колуч.	Аркш.	№Док.
Виконала:	Дата:	Пош.	
Перевірив:			
Розробка дизайн-проекту мультимедійного шоуруму		Складія	Аркш.
План умовлявання М1:150		ДП	9
		Аркш.	17
		КДІ	



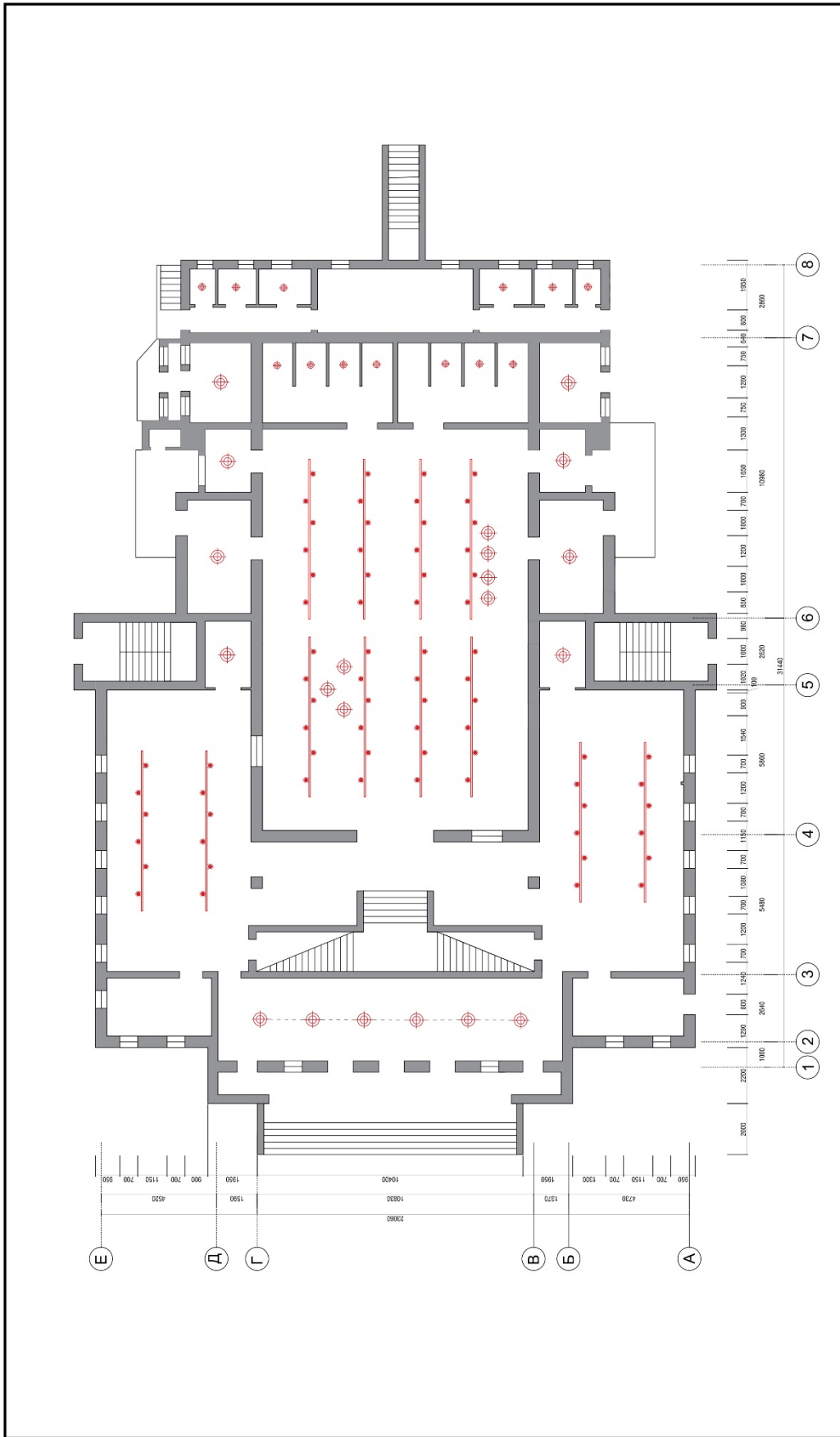
НАУ ФАБД ДЗ-401 2023р.			
Додаток А			
Ист.	Колуч.	Аркш.	№Док.
Висновок:	Аркш.	№Док.	Дата
Перевірив:	Аркш.	№Док.	Дата
Розробка дизайн-проекту мультимедійного шоуруму		Стадія	Аркш.
План покриття підлоги М1:150		ДП	10
		Аркш.	17
		КДІ	

Експлікація приміщень	Специфікація покриття	Площа м²
№ Найменування		
1 Хол	Керамограніт 600x600	
2 Зал №1	Наливна пілога під бетон	
3 Зал №2	Керамограніт 400x400	
4 Основний зал	Кварц вініл	
5 Примірочні		
6 Складські кімнати		
7 Санвузол		
8 Адміністративні приміщення		



НАУ ФАБД ДЗ-401 2023р.			
Додаток А			
Ізк.	Колічч.	Аркш	№ Док.
Виконав:	Дата		
Перевірив:	Поп.		
Розробка бізакін-проекту мультимедійного шоуруму		Спада	Аркш
План покриття стелі М1:50		ДП	11
		17	
		КДІ	

Експлікація приміщень		Специфікація покриття	
№	Найменування	Площа м <sup>2</sup>	
1	Хол		Шпунтурка та дерев'яні балки
2	Зал №1		Підвісна стеля Рейми
3	Зал №2		Підвісна стеля Амстронг
4	Основний зал		Підвісна стеля Г/Л
5	Примірочні		
6	Складські кімнати		
7	Санвузол		
8	Адміністративні приміщення		



НАУ ФАБД ДЗ-401 2023р.			
Додаток А			
Інк.	Колуч.	Архіт.	№Дек.
Виконала:	Архіт.	Паб.	Дата
Перевірив:	Архіт.	Паб.	
Розробка дизайн-проекту мультимедійного шоурум		Славія	Аркшів
План освітлення М1:150		ДП	12
		17	КДІ

Умовні позначення:



Люстра



Світильник трековий

№	Експлікація приміщень	Площа м²
1	Хол	
2	Зал №1	
3	Зал №2	
4	Основний зал	
5	Примірочні	
6	Складські кімнати	
7	Санвузол	
8	Адміністративні приміщення	

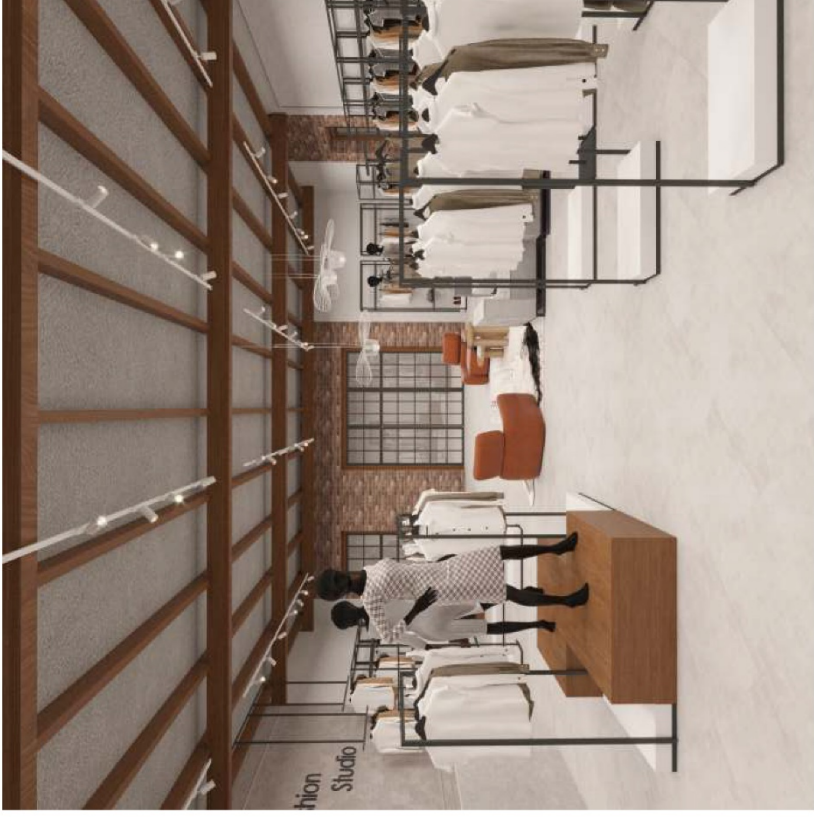
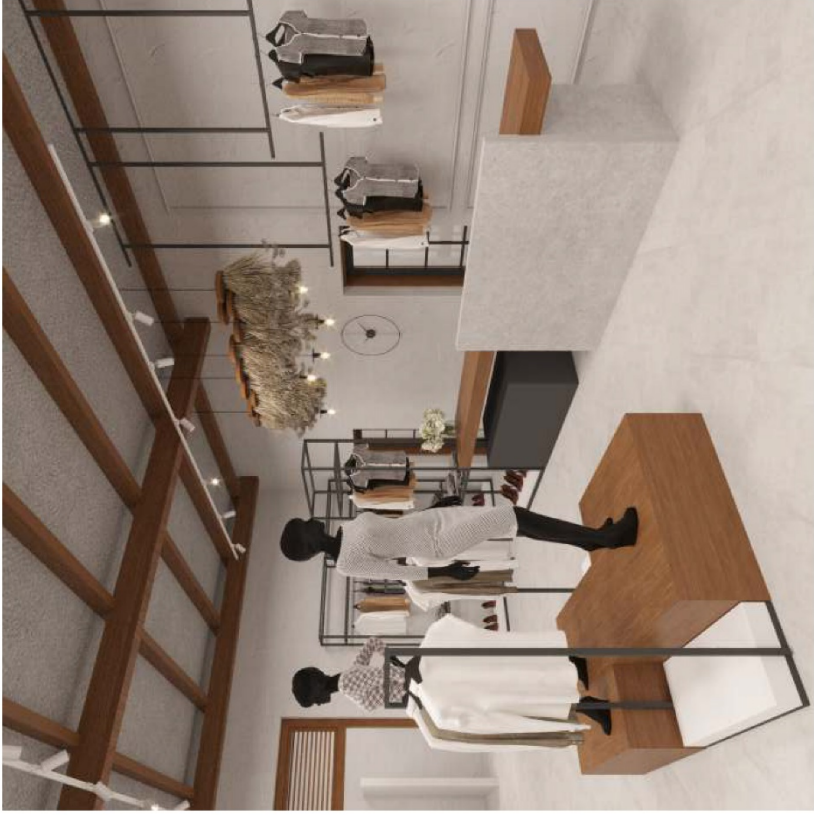


НАУ ФАБД ДЗ-401 2023р.									
Добавок А									
Изм.	Колуч.	Арқуш	№ Док.	Подп.	Дата				
Высказал:						Розробка дизайн-проекту мультимедийного шоуруму			
Перебрал:						Розгортки стін М1:50			
		Стадия		Арқуш		Арқуш		Арқуш	
		ДП		13		13		17	
						КДІ			





НАУ ФАБД ДЗ-401 2023р.										
Додаток А										
Изм.	Колічч	Аркш	№Док.	Попн.	Дата					
Виконала:						Розробка дизайн-проекту мультимедійного шоуруму	Стадія	Аркш	Аркшів	
Перевірив:						Візуалізація мультимедійного шоуруму	ДП	15	17	
							КДІ			



НАУ ФАБД ДЗ-401 2023р.											
Додаток А											
Изм.	Колун.	Аркш.	№Док.	Проф.	Дата						
Виконала:						Розробка дизайн-проекту мультимедійного шоуруму					
Перевірив:						Візуалізація мультимедійного шоуруму					
						16		17		КДІ	





НАУ ФАБД ДЗ-401 2023р.									
Додаток А									
Изм.	Колуч.	Аркцш	№Док.	Подп.	Дата				
Виконала:						Розробка дизайн-проекту мультимедійного шоуруму			
Перевірив:						Візуалізація мультимедійного шоуруму			
		Спадів		Аркцш		Аркцш		Аркцш	
		ДП		17		17		17	
						КДІ			



НАУ ФАБД ДЗ-401 2023р.											
Додаток А											
Изм.	Колуч.	Архшт	№Док.	Подп.	Дата						
Виконана:						Розробка дизайн-проекту мультимедійного шоуруму					
Перевірів:						ДП		18		Архшт	Архшт
						ДП		17			
						Візуалізація мультимедійного шоуруму					
						КДІ					