

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет мистецтв

Кафедра декоративно-прикладного мистецтва та дизайну

«Допущено до захисту»

Завідувач кафедри

_____ Ємельова А.П.

«__» _____ 2024 р.

Реєстраційний No

«__» _____ 2024 р.

РОЗРОБКА ІНТЕР'ЄРУ МАГАЗИНУ КВІТІВ

Кваліфікаційна робота студентки
групи ДС-20

ступінь вищої освіти «бакалавр»
спеціальності

022 «Дизайн» (022.03 «Дизайн середовища»)

Андрусік Олександр Юрїївни

Керівник: викладач **Пікущий О.І.**

Оцінка:

Національна шкала _____

Шкала ECTS__ Кількість балів _____

Голова ЕК _____

(підпис) (прізвище, ініціали)

Члени ЕК _____

(підпис) (прізвище, ініціали)

(підпис) (прізвище, ініціали)

(підпис) (прізвище, ініціали)

(підпис) (прізвище, ініціали)

Запевнення

Я, Андрусік Олександра Юрїївна, розумію та підтримую політику Криворізького державного педагогічного університету з академічної доброчесності. Запевняю, що ця кваліфікаційна робота виконана самостійно, не містить академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації. Я не надавала, не одержувала недозволену допомогу під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають покликання на відповідне джерело.

Із чинним Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату в роботах здобувачів вищої освіти Криворізького державного педагогічного університету ознайомена. Чітко усвідомлюю, що у разі виявлення у кваліфікаційній роботі порушення академічної доброчесності робота не допускається до захисту або оцінюється незадовільно.


Андрусік О.Ю.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ХАРАКТЕРИСТИКА ІНТЕР'ЄРУ ЯК ПРОЄКТНОГО РІЗНОВИДУ ДИЗАЙНУ	6
1.1. Інтер'єр – зміст поняття та стильова цілісність в середовищі	6
1.2. Типи інтер'єрів за функціональним призначенням.....	9
1.3. Проектування сучасних інтер'єрів закладів торгівлі	13
Висновки до розділу 1... ..	17
РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТУВАННЯ ІНТЕР'ЄРУ ОБ'ЄКТУ ТОРГІВЛІ – МАГАЗИНУ КВІТІВ.....	19
2.1. Концепція інтер'єру магазину квітів, проєктні завдання, передпроектне дослідження	19
2.2. Основні етапи проектування: форескізні розробки, креслення та графічне проектування.....	22
2.3. Проєктна пропозиція та обрахунок її собівартості... ..	24
Висновки до розділу 2... ..	19
ВИСНОВКИ	30
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	31
ДОДАТКИ.....	34

ВСТУП

Актуальність теми. Усвідомлення змін у стильовому та функціональному вирішенні архітектурного середовища (інтер'єрів) є способом розкрити прагнення пересічної людини до влаштування власного комфортного та естетичного життя через речі, або дизайнера до творчого професійного самовираження. Кожен інтер'єр – це свого роду культурна мапа, де кожен елемент є не лише предметом, а й символом, що відображає дух епохи, смаки та стилі. В цьому контексті інтер'єр постає як організований культурний простір, завершена модель буття, освоєна людиною або дизайнером і яка відображає певний історичний етап. Науковці зазначають, що творчість дизайнера у вираженні соціально-психологічної інформації проявляється більше у створенні предметів для побутового життя, а не техніко-виробничих об'єктів.

Проектування інтер'єрів є актуальною сферою дослідження, оскільки сучасні тенденції в архітектурі, урбанізації та розвитку технологій диктують нові вимоги до простору, де люди живуть, працюють і проводять свій вільний час. Інновації у сфері матеріалів, технологій, підходів до організації простору та врахування потреб споживачів сприяють розвитку цієї галузі. Окрім цього, проектування середовища (інтер'єрів) має безпосередній вплив на здоров'я, благополуччя та продуктивність людей, що робить його важливим напрямом для подальших досліджень і новацій.

Інтер'єри торгівельних приміщень відіграють важливу роль у формуванні досвіду покупців, впливаючи на їхню поведінку, емоції та рішення про покупку. Застосування добре продуманих інтер'єрних рішень не лише підвищує привабливість магазину, але й сприяє збільшенню обсягів продажів та зміцненню іміджу бренду, що зокрема це стосується нашого дослідження з розробки інтер'єру естетично привабливого, стильного магазину квітів.

Мета дослідження полягає у створенні проектної пропозиції магазину квітів із врахуванням вимог ергономіки та естетики.

Завдання дослідження:

- вивчити стан дослідження проблеми у фаховій літературі;
- з'ясувати основні поняття (середовище проживання, інтер'єр, стиль, художній стиль), дотичні до теми дослідження;
- розглянути проектне різноманіття інтер'єрів за функціональним призначенням, зокрема інтер'єри закладів торгівлі;
- виконати передпроектне та проектне дослідження та розробити проєкт інтер'єру магазину квітів.

Об'єкт: дизайн інтер'єрів торгівельних приміщень.

Предмет: проектування інтер'єру магазину квітів.

Методи дослідження: аналіз та узагальнення наукової інформації, систематизація теоретичних даних; аналіз аналогів дизайнерської діяльності; аналіз проектної ситуації; моделювання проектної пропозиції.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, загальних висновків, списку використаної літератури, додатків.

РОЗДІЛ 1

ХАРАКТЕРИСТИКА ІНТЕР'ЄРУ ЯК ПРОЄКТНОГО РІЗНОВИДУ ДИЗАЙНУ

1.1. Інтер'єр – зміст поняття та стильова цілісність в середовищі

Інтер'єр – це не лише облаштування простору, але й відображення культурного контексту та історичних перетворень. У сучасному світі дизайн інтер'єру виступає як інтеграційна структура, що поєднує елементи різних художніх стилів. Кожен інтер'єр – це своєрідний вияв історії та культури, де кожен предмет має своє власне походження та символіку.

У сучасному світі інтер'єр відіграє важливу роль у формуванні сприйняття простору та оточуючого середовища. Він стає не лише місцем проживання, але й об'єктом мистецтва, що відображає дух епохи та культурні традиції. Кожен детально пророблений інтер'єр володіє власною унікальною історією та здатен створити особливу атмосферу.

Інтер'єр являє собою синтез різноманітних естетичних та функціональних елементів, що взаємодіють між собою та створюють цілісну композицію. Кожен стиль інтер'єру відображає особливості свого часу, відбиваючи тенденції та зміни в суспільстві. Таким чином, інтер'єр стає важливим індикатором культурного розвитку.

Створення інтер'єру – це художньо-проєктне завдання, що вимагає розуміння історії мистецтва та дизайну, естетики культури певного часу. Відбираючи елементи дизайну, дизайнер створює не лише просторову композицію, але й передає певні цінності та ідеї. Інтер'єр у структурі дизайну є важливою складовою історії художнього стилю, яка відображає еволюцію суспільства та його культурних уподобань.

Історія офіційного народження дизайну містить імена багатьох вчених та дослідників ХІХ– ХХ ст., які присвятили своє життя мистецтву просторового та

предметного оформлення. З-поміж таких Г. Коул, А. Ван де Вельде, П. Беренс, Л. М. ван дер Рое, Т. ван Дусбург, Г.Т. Рітвельд, Ле Корбюзьє, М. Білль, Т. Мальдонадо та ін. [12]. А серед мистецтвознавців, митців і науковців, що досліджували проблему художнього стилю, його еволюції, слід виділити низку особистостей, завдяки яким була описана та піддана мистецтвознавчому аналізу історія стильових змін, та які особисто на певному етапі розвитку світової культури впливали на формування того або іншого стилю

Одним із найвідоміших істориків дизайну інтер'єру є Ніколаус Певснер, який в своїх працях досліджував взаємозв'язок архітектури та культури. Його видатна праця «Естетика визначення місць» стала класичним джерелом знань про історію і аналіз міського середовища.

Іншим дослідником, який вніс значний внесок у дослідження історії дизайну інтер'єру, є Джон Флемінг [24]. Він зосередився на вивченні розвитку меблів та предметів оздоблення приміщень у різних епохах. Його праці дозволили зрозуміти, як змінювалися уявлення про комфорт та естетику протягом історії.

Також варто згадати імена Ліонора Файфера та Вікторіо Мантовано, які вивчали вплив соціокультурних та політичних факторів на формування інтер'єрів у різні періоди. Їх дослідження дозволили розкрити важливі аспекти взаємозв'язку між інтер'єром, суспільством та культурою.

Ці вчені, разом з іншими дослідниками, сприяли поглибленню сучасних знань про історію дизайну інтер'єру та розумінню його значення як складової культурного та соціального розвитку.

Інтер'єр, як виразна форма просторового оформлення, глибоко зв'язаний з культурним контекстом та історичними змінами. Він відображає естетичні, соціокультурні та індивідуальні вподобання того часу і того місця, де він існує. У сучасному світі дизайн інтер'єру виходить за межі простого облаштування

простору. Він стає своєрідною міждисциплінарною практикою, яка поєднує в собі елементи різних художніх стилів, технік та матеріалів.

Кожен інтер'єр, будь то житловий простір, офіс, громадський заклад або мистецька галерея, є унікальними з точки зору історії та стилю. Кожен предмет, кожен колір, кожна текстура в такому інтер'єрі підкоряється баченню художника, архітектора та дизайнера, але зорієнтовані на певний стиль. Наприклад, використання традиційних національних мотивів у дизайні може відобразити певні культурні традиції та спадщину.

У протизвагу терміну «середовище проживання людини», інтер'єр уявляє собою результат навмисного перетворення (проектування), який відображає стан розвитку суспільної культури та мистецтва на тому, або іншому етапі еволюції. Науковці вважають інтер'єр інтеграційною структурою дизайну, що підпадає під вплив художніх стилів [9].

Художнім стилем називають – стійку систему «художньо-образних засобів і прийомів художньої творчості, характерна для певного історичного періоду, певного національного або етнічного мистецтва...» [11, с. 268]. Навіть у ті часи, коли не складається стильова єдність у архітектурі, декоративному мистецтві, живопису тощо, витвори мистецтва усе ж таки володіють стилістичними рисами, характерними для даного періоду. У основі цього явища лежать об'єктивні стилістичні закономірності – типові побудови будь-яких форм, стилістичні відношення. Стиль передстає як якість певної культури, яка відрізняє її від усілякої іншої, як конструктивний принцип побудови культури.

За сучасним «Словником синонімів української мови» – «стиль (сукупність прийомів, особливостей, поведінки, характерних для якогось автора; зовнішні прийоми чийогось виконання, характерна особливість)» [21,с.685].

У стилі знаходять відображення як соціально-економічні умови життя суспільства, так і особливості і традиції того або іншого народу. Такими є, наприклад, архаїчний стиль, елліністичний, романський, готичний, стиль

Відродження, бароко, рококо, ампір, модерн та ін. Кожен стиль найбільш повно проявляється у певних видах мистецтва. Народження нового стилю що виявляє глибокі суспільні зміни, стається тільки тоді, коли виникає принципово нове співвідношення між художньою формою та ідейним змістом.

Достатньо поширеним є наступне формулювання поняття «стиль» – «історично сформована і соціально зумовлена єдність ідейно-образного змісту та формально-художніх засобів його втілення у конкретну добу» [22, с. 16].

Стиль - маніфестація культури як цілого, видимий знак естетичної єдності [23]. Неможливо розкрити особливості інтер'єру архітектурної споруди певного стильового напрямку, не дослідивши її внутрішню структуру.

Говорячи про стилі інтер'єру, ми маємо на увазі комплекс специфічних характеристик, що представлені в обробці, меблюванні, декорі, які підпорядковуються напрямкам дизайну. Тому дизайн інтер'єру має відображати не тимчасові модні тенденції, а стилістичні уподобання та уявлення про комфорт конкретного замовника [8, с. 59].

1.2. Типи інтер'єрів за функціональним призначенням

На створення архітектурного середовища, частиною якого є інтер'єр, впливає низка факторів, з-поміж яких називають технологічні, культурні та естетичні фактори у всій їх специфіці [2]. Продовжуючи їх перелік, Н.О. Ришкевич та В.А. Абизов доповнюють їх ергономічними (антропометричні, психофізіологічні, естетичні), екологічними (довговічність та екологічність будівельних матеріалів, фітодизайн, біофільний дизайн) типологічними та технічними факторами. Зупиняються на естетичних факторах, до яких включають застосування засобів композиційної виразності, грамотного освітлення, меблювання та декорування [18, с. 163–166].

Знаходячись у внутрішньому просторі архітектурної споруди, людина сприймає розміри та форму приміщення, а також окремі його частини; відкриті

будівельні частини, такі як колони та перекриття; меблювання та технологічне й торгове обладнання; декоративні елементи. Крім того, через вікна та дверні прорізи можна побачити частину вулиці або суміжні приміщення. Усі ці складові разом формують загальний вигляд приміщення, відомий як інтер'єр. Вплив на сприйняття інтер'єру мають температура, вологість, повітряний склад та його рухливість та його акустика (рівні шуму та їх розповсюдження всередині приміщення) [10, с. 6–7].

Архітектурне середовище, інтер'єр є своєрідним дзеркалом суспільного життя, оскільки відображає цінності, тенденції та ідеали суспільства, що відповідає за культурологічний фактор. Завдяки такому підходу дизайнер середовища, проєктуючи інтер'єр, має змогу створювати простори приміщень, які відповідають стильовим, цільовим призначенням, естетичним смакам, модним тенденціям.

Дизайнер інтер'єру не лише планує та проєктує приміщення всередині споруди, але й враховує те, що є інтер'єр є місцем, де відбувається людська діяльність. Відтак, спроектований інтер'єр здатен вплинути на емоції людини, створити позитивний або негативний настрій на діяльність або побут. Покращення функціональності, створення привабливого вигляду приміщення як єдиної гармонійної структури, сприяння позитивному психологічному налаштуванню людини – є метою проєктування будь-якого інтер'єру. Використання та сприймання інтер'єру щільно пов'язано саме з пропорційними стосунками цих названих елементів в комплексі проєктних завдань [9].

Сучасний дизайн інтер'єру представляє собою специфічну сферу діяльності зі своїми типовими характеристиками, де головною задачею є проєктування гармонійного простору, який створює людина та його наповнення предметною складовою. Проєктування довершеного середовища, що враховує функціональні, ергономічні, санітарні та естетичні потреби людини є головною метою проєктування інтер'єрів [12]

На думку Т.С. Незвещук-Когут форма будь-яких предметів володіє інформативною функцією, що передбачає її здатність транслювати певну закодовану автором в них інформацію користувачу. А відтак, архітектурні споруди, комплекси та їх приміщення, предметне наповнення в них є утилітарним за своїм смислом а також слугує комунікаційним зв'язкам сучпільства [8, с. 52].

В інтер'єрному проектуванні завжди присутній комплекс конструкторсько-інженерних та мистецьких концепцій і ідей, направлених на збільшення комфорту та естетики, гармонії життя людини. Але найбільш важливим є, власне, цільове призначення інтер'єру (те, що відбуватиметься всередині).

Функціональне цільове призначення – це визначення і організація певного простору, об'єкта чи елемента з урахуванням його основної функції або ролі в системі чи контексті, в якому він використовується. У дизайні інтер'єру це означає, що кожна зона, меблі або декоративний елемент мають відповідати своїй функції і сприяти виконанню певних завдань. Функціональне призначення забезпечує ефективне використання простору і створення комфортних психологічно-емоційних умов для користувачів. Приклади світового та вітчизняного дизайну інтер'єрів житлових, офісних, торгових приміщень, приватного житла надано на рис.1–18 Додатка А.

Архітектурні споруди мають класифікацію: цивільні, промислові, сільськогосподарські. До прикладу, в свою чергу вони розгалужуються на підтипи, як от: цивільними є житлові, громадські будівлі [15, с. 4].

На сьогодні існує значне розмаїття типів архітектурних споруд та їх інтер'єрів, які відрізняються за призначенням та особливостями проектування. Це житлові, комерційні, громадські, офісні, культурні та розважальні, спортивні, готельні, транспортні, виробничі, інфраструктурні архітектурні споруди та їх інтер'єри та споруди релігійного призначення.

До житлових споруд належать будинки та котеджі, квартири, таунхауси. Офіси, магазини, торгові центри належать до типу комерційних споруд. Приміщеннями громадського призначення є навчальні заклади різного рівня, бібліотеки та просвітницькі центри, заклади охорони здоров'я, музеї та виставкові галереї. Культурні та розважальні архітектурні об'єкти представлені театрами, кінотеатрами, концертними залами. До спортивних споруд належать стадіони, фітнес-центри, басейни.

Готельні споруди – це готелі та хостели. До споруд релігійного призначення відносять церкви, мечеті, синагоги, костьолои тощо. Спорудами транспортного призначення є залізничні вокзали та автовокзали, аеропорти.

До виробничих та інфраструктурних споруд та приміщень відносять заводи, промислові комплекси, складські та адміністративні приміщення, будівлі міських або муніципальних адміністрацій, приміщення для урядових служб, споруди для розподілу електроенергії, для забезпечення водопостачання тощо.

Кожен з цих типів приміщень має свою специфіку і відповідає певним потребам суспільства. Архітектурні рішення для цих приміщень та їх внутрішніх просторів (інтер'єрів) варіюються в залежності від їх функцій, місця розташування та вимог користувачів. Так, якщо об'єктом проектування є офісний інтер'єр, то його дизайн орієнтований на створення середовища, комфортного для співробітників компанії, а також такого, що добре запам'ятовується всіма його відвідувачам та бізнес-партнерам. Й тут важливим є корпоративний стиль приміщень, його розробка (приклад – бізнес-офіс Macquarie Group, Лондон). Завдяки значній площі скляних вікон та стелі створюється відчуття відкритості і прозорості, а червоні сходи усередині приміщення є гарним «навігатором» для відвідувачів й поєднують весь простір [20, с. 538-539].

Паралельно з проектуванням та дизайном архітектурної основи будівлі (від підлоги до стелі), дизайнери дбають про меблювання за тими ж стильовими особливостями, що й основний стиль інтер'єру приміщення. Також проектування

у певному стилі передбачає наповнення інтер'єру творами живопису й графіки, декоративною скульптурою, керамічними й скляними виробами, інтер'єрним текстилем, предметами повсякденного вжитку або спеціальним обладнанням. Разом зі стилем орнаменталізації ця сукупність й складає важливу частину проєктної концепції й визначає стиль інтер'єру [9, с. 259].

1.3. Проєктування сучасних інтер'єрів закладів торгівлі

Інтер'єри торгівельних приміщень, на яких зосереджена наша увага, мають бути передовсім функціональними і підлаштованими під процес торгівлі. Їх відносять до громадських об'єктів суспільного обслуговування. План громадської будівлі формується на основі розташування та взаємозв'язку основного композиційного елемента, яким зазвичай є найбільше за функцією приміщення з іншими групами допоміжних приміщень [16, с.27–28].

Інтер'єр торгівельного приміщення є першим елементом, з яким взаємодіє покупець, заходячи до магазину. Вдало спроектований та оформлений простір здатний створити позитивне перше враження, що налаштовує покупців на покупку. В той же час, привабливий та добре спланований інтер'єр допомагає магазину виділитися з-поміж конкурентів і привертає увагу нових клієнтів.

Проєктування інтер'єру об'єкту торгівлі завжди передбачає постановку завдання – створення брендового іміджу й має відображати цінності бренду. Так, мінімалістичний дизайн може підкреслити елегантність та простоту закладу торгівлі, тоді як яскраві кольори та екстравагантні елементи можуть підкреслити інноваційність закладу, його спрякування на цілову аудиторію за віком. Саме тому варто узгоджувати стиль інтер'єру з брендом для створення цілісного враження, для запам'ятовування цього бренду.

Добре спланований інтер'єр забезпечує зручність для покупців, полегшуючи навігацію по магазину та доступ до товарів. Отже, в проєкті варто передбачити зручні проходи, стелажі з товарами, зони відпочинку, правильне

освітлення та належне розташування зони розрахунку та видачі товару, що відповідає ідеям функціональності та ергономіки.

Архітектурна форма умовно поділяється на такі компоненти, як сама просторова форма, основні площини та опори, (стіни, колони, перегородки, стеля, галереї, сходи тощо), предметне наповнення (меблі, декор) [16, с. 52].

Локації товарів, освітлення, колірна гамма та інші елементи дизайну можуть впливати на рух клієнтів у магазині, направляти їх до певних зон або товарів, збільшуючи час перебування покупців вмагазині та підвищуючи ймовірність покупок – тобто, приховано керувати поведінкою споживачів. Сучасний вибір оздоблювальних матеріалів забезпечує найбільш новаторські дизайнерські рішення: від фарб до дизайнерських меблів та приладів освітлення. Популярними є комбінування таких натуральних та штучних матеріалів як метал, скло, деревина, пластик [14].

Також інтер'єр може бути спроектований таким чином, щоб стимулювати імпульсивні покупки. Наприклад, стратегічне розміщення популярних товарів на рівні очей або біля касових зон може збільшити обсяги продажів. Добре організоване просторове планування допомагає уникнути скупчень людей та забезпечує плавний потік клієнтів, що покращує обслуговування та підвищує ефективність роботи персоналу.

Інструментами психологічного впливу на споживачів є колір та освітлення. Так, інтер'єр, вирішений в теплій кольоровій гамі може створювати відчуття затишку, тоді як холодні кольори більш підходять до брендівих, магазинів-бутіків. Вони можуть заспокоювати, надстворювати відчуття респектабельності, надійності, виділяти інтер'єр як виключний, ексклюзивний. Тій же меті слугує й освітлення, оскільки правильней його розташування може підкреслити переваги продукції та зробити її більш привабливою й також вплинути на ефективність продажів.

На думку Ю.В. Коренця, до сформованих критеріїв, які визначають вибір дизайнерського вирішення інтер'єру належать: тип закладу, його цільове призначення; художня концепція інтер'єру та його ідея; тип аудиторії споживачів, що будуть користуватися інтер'єром [10, с. 62].

На особливу увагу заслуговує естетичний аспект дизайну інтер'єрів торгівельних приміщень, оскільки відіграє важливу роль у створенні привабливої та приємної атмосфери для покупців. Наведемо кілька прикладів, як естетичний аспект реалізується в різних типах сучасних торгівельних приміщень.

В проектуванні брендів магазинів-бутиків використовують нейтральні кольори (білий, бежевий, сірий) як базу, додаючи акценти яскравих або пастельних кольорів. Це дозволяє товарам класу «люкс» виділятися і привертає увагу покупців до їх іміджевої цінності, передає емоцію, яка відображатиме бренд і товар в конкурентному середовищі [6]. Зазвичай дизайнер використовує мінімалістичний стиль з акцентом на елегантність. Також передбачається меблювання сучасними або класичними формами меблів та матеріалів (скло, метал, натуральне дерево) в поєднанні з м'яким, рівномірним освітленням з акцентними світильниками для виділення нових колекцій. Як декор варто застосовувати вишукані декоративні елементи (квіти, картини).

В створенні проекту кав'ярні або невеличкого магазину часто присутні теплі та затишні кольори (коричневий, бежевий, зелений) та натуральні матеріали, як-от дерево та камінь. Вдалим вибором є рустикальний або скандинавський стиль, який підкреслює простоту і природність суспільного приміщення, але надає затишку. В декорі присутні живі рослини, книжкові полиці, вінтажні предмети (старовинні кавомолки, картини, інші предмети) разом із м'яким освітленням, що створює теплу і затишну атмосферу.

Щодо проектування магазину техніки, варто використовувати кольори, які асоціюються з технологіями та інноваціями – такі як білий, чорний, сріблястий. Улюблений стиль дизайну таких приміщень – хай-тек, з використанням скляних

та металевих елементів. В таких інтер'єрах мінімум декору, зазвичай присутні інтерактивні дисплеї, на яких демонструються можливості продукції, сучасні стенди для презентації гаджетів. Надається перевага яскравому денному освітленню, яке акцентує увагу на продукції та підкреслює її технологічність

А в інтер'єрі магазину косметики можна використовувати світлі, нейтральні кольори з додаванням розкішних акцентів, таких як золотий або сріблястий. Стиль варто обирати сучасний або гламурний, який асоціюється з розкішшю та красою. В декор вводити дзеркала з підсвічуванням, витончені полиці для косметики, квіти, інші декоративні елементи, що підкреслюють елегантність. Щодо освітлення, то воно має бути дуже якісним, таким що імітує денне світло, для правильного відтворення кольорів косметики.

Загалом, у проектуванні сучасних інтер'єрів торговельних приміщень будь-якого цільового призначення дизайнер має на увазі основні принципи дизайну: відповідність змісту, цілісність, єдність змісту і форми. Інтер'єр повинен відповідати типу торговельного закладу, товару або послугі, що надається. Усі елементи дизайну мають гармонійно поєднуватися між собою, створюючи цілісний образ приміщення. Форма повинна відповідати змісту, тобто дизайн інтер'єру повинен підкреслювати ідею або концепцію закладу. Дизайнери застосовують такі засоби композиційної виразності, як ритм, масштабність, пропорції об'єктів, симетрія або асиметрія, що накладає відбиток на планування, зонування та влаштування акцентних зон всередині приміщень.

З-поміж основних прийомів, принципів, засобів та методів створення архітектурного середовища, успішно застосовуються в проектуванні та дизайні його зовнішніх та внутрішніх частин: архітектоніка; поняття об'єму та простору; засоби пропорційності; композиційна рівновага; цілісність; масштаб; супорядність; колористична та тонова єдність; образність [8].

В процесі проектування треба з'ясувати – які основні зони існують всередині інтер'єрів торговельних приміщень. Зазвичай це: вхідна зона, зона

навігації, зона основних товарів, зона акцій та спеціальних пропозицій, касова зона, зона сервісу та обслуговування клієнтів, зона відпочинку, складські приміщення, технічні приміщення. Так функцією вхідної зони є привернення уваги і створення першого враження про магазин. Це перша зона, з якою стикається покупець при вході в магазин (вітрини, вивіски, логотипи). Зона навігації допомагає клієнтам орієнтуватися у магазині та знаходити потрібні товари. Це інформаційні стенди та знаки, вказівники та карти магазину. Зона основних товарів передбачає меблюванням стелажам та полицями, організованими за категоріями товарів для зручності покупців. Касова зона або зона сервісу та обслуговування клієнтів облаштовується інформаційними та консультаційними стойками для клієнтів, локаціями для касових дисплеїв та розрахунку. Також в сучасних магазинах може бути влаштована зона відпочинку – місце для перепочинку клієнтів під час покупок, що включає зручні місця для сидіння, а подекуди й кавові апарати або кафе.

Висновки до розділу 1

Під час аналізу джерел було виявлено, що інтер'єр, як структура дизайну середовища, є не лише втіленням індивідуального стилю, а й важливою складовою загального розвитку людської культури та стилів. У протиположності «життєвому середовищу», яке природно складалося в прадавні часи й має певний побутовий відтінок, інтер'єр являється уособленням уявлень широких груп про стиль, естетику та зручності будь-якої архітектурної споруди та її складових, а наразі є сучасним результатом проєктної уваги з боку дизайнерів.

Дизайн інтер'єру – це сфера дизайну, яка включає художньо-технічну практику комбінування та проєктних перетворень інтер'єру з метою задоволення функціональних і естетичних потреб користувачів. Протягом кожної історичної епохи і в короткі періоди часу визначаються певні уявлення про красу та особливі

естетичні вимоги до матеріального середовища. Найбільш повне і концентроване відображення цих уявлень ми спостерігаємо в історичних художніх стилях.

Стиль – це фактор, який забезпечує організацію та єдність мистецького процесу та його досягнень. Це типологічна цінність, модель обличчя світу, яку зафіксовано мистецтвом на певному етапі історичного розвитку. Історико-художні стилі є передумовою виникнення сучасного дизайну.

Зафіксовані різні типи архітектурних інтер'єрів, що відповідають призначенню споруди та мають певні особливості проектування (житлові, комерційні, громадські, культурні та розважальні, спортивні, готельні, транспортні, виробничі, інфраструктурні архітектурні споруди та їх інтер'єри та споруди релігійного призначення). Інтер'єри закладів торгівлі мають бути передовсім функціональними і підлаштованими під процес здійснення продажів, мати гарне планування та зонування, відповідати за естетичний вигляд та психологічний комфорт споживачів.

РОЗДІЛ 2

ПРОЄКТУВАННЯ ІНТЕР'ЄРУ ОБ'ЄКТУ ТОРГІВЛІ – МАГАЗИНУ КВІТІВ

2.1. Концепція інтер'єру магазину квітів, проєктні завдання, передпроєктне дослідження

Дизайн-концепція – це не просто зовнішній вигляд виробу, але і його сутність. Це стратегічне планування, що визначає, як продукт взаємодіє з користувачем, вирішує його потреби та як він відзначається серед інших аналогів. Дизайн-концепція визначає, як вирішити проблему чи задовольнити потребу, а також надає цілісність і зручність в сприйнятті об'єкта.

З-поміж складових дизайн-концепції виділяються: візуальний аспект, функціональний аспект, емоційний аспект.

1. Візуальний аспект визначає естетичні характеристики продукту. Включає в себе колір, форму, текстури та інші елементи, що впливають на зовнішній вигляд.

2. Функціональний аспект демонструє, як продукт виконує свою функцію. Визначається функціональністю, ергономікою та іншими аспектами, які впливають на використання.

3. Емоційний аспект зосереджується на емоційному враженні користувача. Дизайн повинен викликати певні почуття та асоціації, щоб створити позитивне враження.

Нові технології, інтерактивне обладнання формують нову сучасну концепцію, у якій візуальні і інтерактивні технології застосовуються як методи здійснення якісно нового рівня подачі самої концепції [3, с.16].

В процесі розробки дизайн-концепції дизайнер проходить низку етапів: дослідження (ретельне вивчення цільового аудиторії, конкурентів, трендів та потреб споживачів), генерація ідей та концепцій, враховуючи вивчені аспекти,

аналіз та відбір (оцінка ідей на основі стратегічних, функціональних та естетичних критеріїв), розробка (створення конкретних вирішень, включаючи візуальний дизайн, функціональність та взаємодію з користувачем), тестування (перевірка концепції на практиці, враховуючи відгуки користувачів та внесення необхідних змін) [19].

Загальне визначення дизайн-концепції покликане визначити стратегію та напрямки розвитку дизайну. Вона впливає на кожен аспект продукту, створюючи цілісне та зручне враження. Дизайн-концепція – це не просто ідея, але і ключ до створення високоякісного та успішного дизайну.

Українська дослідниця дизайну І.С. Ригова, говорить, що концепція це «...основна образна ідея майбутнього об'єкта, формування його смислового змісту як ідейно-тематичної основи проєктного замислу дизайнера по відношенню до конкретних цілей і завдань проєкту...» [17, с.114]. Вона відображає художнє судження дизайнера про явища, які виходять за межі конкретного об'єкта. Завдяки дизайн-концепції можна створити цілісне ідеальне уявлення (модель) про проєктований об'єкт, а також детально описати його. Основна увага приділяється якісним характеристикам, що описують проєктований об'єкт, характеризують його за типовими для нього ознаками [17].

Деякі з намічених нами завдань, як от – вивчення стану теоретичного дослідження проблеми; з'ясування основних понять, важливих для теми дослідження; аналіз проєктного різноманіття інтер'єрів описані й виконані нами у першому розділі. У другому розділі нам потрібно було з'ясувати завдання та етапи, типові для процесу розроблення інтер'єру взагалі й проєктування інтер'єру магазину квітів, зокрема. Варто спочатку зупинитися на основних етапах проєктування.

Основні завдання проєктування інтер'єрів: створення естетично-привабливого образу інтер'єрного середовища, вирішення завдань ергономіки, створення психологічного комфорту у приміщенні, використання ефективних

технічно-будівельних рішень, врахування питань екологічності та оптимізація витрат на проєктні роботи.

На рівні допроєктного (передпроєктного) вивчення ситуації проводився збір, накопичення та аналіз усієї інформації, що відноситься до типу інтер'єру, його конструкції, його призначення. Визначалися вимоги щодо художньо-емоційного боку проєктування. Ця робота починалася з осмислення новизни теми та художньо-конструкторських завдань. Визначалися: загальний склад проєктних робіт, вимоги до проєктування, стиль та колірне рішення з огляду на будівельні матеріали для виконання оздоблювальних робіт.

Важливим було зібрати достатню кількість інформації про попередній практичний досвід створення інтер'єрів та ергономічні вимоги до нашого об'єкту – магазину квітів. Для цього було виконано огляд аналогічних інтер'єрів та прототипів приміщень (рис. 1–2 додатку Б). Значну увагу було приділено пошукам колірних рішень магазину квітів, що продемонстровано на мудбордах (рис. 3–8 додатку Б).

Також, ми звертали увагу на комплекс меблювання-обладнання та предметів, що мають бути розміщені в інтер'єрі конкретного призначення (магазин квітів). Джерелами такої інформації стали вітчизняні та зарубіжні публікації, статті, електронні видання, блоги, сайти та каталоги дизайнерських фірм; підручники з дизайну інтер'єру, художнього проєктування, композиції, макетування; методичні видання; публікації про новаторський особистий досвід в сфері дизайну інтер'єру.

Важливим було ознайомитися також з новими будівельними матеріалами, типами меблів та освітлювальних приладів (сайти інтернет-магазинів) та способами їх використання у дизайні за останні 5-10 років, інакше спроектований об'єкт не буде задовольняти потребам часу.

2.2. Основні етапи проєктування: форескізні розробки, креслення та графічне проєктування

На етапі передпроектних досліджень проводився аналіз функціональних й ергономічних вимог, умов експлуатації архітектурного об'єкту, технології та формувалися уявлення про естетичні показники проєктованого об'єкту. Архітектурне середовище має володіти ергономічною відповідністю. Сюди входять наступні фактори відповідності: антропометричний, фізіологічний, психофізіологічний, психологічний, соціально-психологічний, гігієнічний [13, с. 10-11].

Аналіз функціональних вимог має виявити мету та умови експлуатації, показники, що характеризують комфортабельність створюваного об'єкту, зв'язок з людиною та навколишнім середовищем. На основі таких даних визначаються раціональні розміри об'єкту, виробу, робочої зони, ступінь необхідних зручностей.

Ергономічний аналіз розглядає антропометричні, фізіолого-гігієнічні та психологічні фактори взаємодії людини з середовищем та розроблюваним об'єктом. Створення зручного для людини об'єкту вимагає знань антропометрії – пропорцій людини у статичному положенні (стоячи або сидячи) та в умовах руху. З урахуванням рухів визначаються простір для діяльності людини в конкретних умовах, раціональні розміри та загальна конфігурація обладнання, робочих площин тощо. Враховується зручне й стійке робоче положення тіла, траєкторії руху рук та ніг, а також оптимальні робочі зони експлуатації і обзору.

При аналізі гігієнічних вимог, береться до уваги зручність користування наповнення інтер'єру, його безпечність, легкість його прибирання.

У процесі розгляду технологічних вимог необхідно знайти основні конструктивні параметри об'єкту, що забезпечать його міцність, надійність, довговічність. На цьому етапі вибираються раціональні матеріали, приймаються

рішення щодо видів обробки матеріалів. Слід також пам'ятати про монтаж об'єкту, про можливості ремонту або інших зручностях користування.

Аналіз економічних вимог націлений на виявлення можливостей зниження собівартості або забезпечення мінімальної собівартості за рахунок вибору матеріалів та технології виготовлення.

Аналіз естетичних особливостей прототипів (аналогів) виходить з розуміння художньо-естетичних якостей об'єкту, які мають характеризуватися функціональною та конструктивною новизною, доцільністю форми, використанням художніх якостей матеріалів, кольору, фактури, високим художнім рівнем дизайну.

Цей комплекс вимог може бути реалізований в процесі дотримання етапності виконання власне, проектування:

1 етап – це планування обмірювальних робіт, обмір приміщення; технічне завдання; створення варіантів зонування приміщення, розташування комунікацій, меблювання, установки потрібного обладнання (рис. 9–10 додатку Б).

На 2 етапі треба виконати робочу документацію – схеми меблювання, обладнання, плани-креслення сантехнічних робіт, встановлення перегородок, плани-креслення електрифікаційних робіт, розташування дверей та монтажу підлоги за типами (рис. 11–12 додатку Б).

3 етап передбачає складення карти специфікації меблювання та предметів інтер'єрного наповнення, освітлення, вибору матеріалів для оздоблення приміщення, виконання візуалізації (комп'ютерним способом) (рис. 13–14 додатку Б). На цьому етапі варто чітко вказати типи меблів та обладнання, запропоновані для встановлення у приміщенні, надати в специфікації їх зображення, вказати кількість необхідних меблів, сайт або адресу магазину, де є в продажу такі товари. Таким же чином треба скласти специфікацію освітлювальних приладів та оздоблювальних матеріалів. Типи і види меблів,

предметного наповнення, представлені на сайтах будівельних та меблевих супермаркетів (за артикулами) або з ними можна на торгових сайтах або ознайомитися в стаціонарних магазинах).

4 та 5 етапи передбачають авторський нагляд за виконанням будівельних робіт та власне, нагляд за остаточним оздобленням спроектованого приміщення [7].

Весь матеріал за проектом фіксувався графічно, як у вигляді ескізної роботи, замальовок-референсів, креслень планів вже існуючих варіантів дизайну інтер'єрів, а також його окремих частин, так і власне авторських дизайнерських ідей. Збір матеріалу був і у вигляді скрінів фото, слайдів та посилань на інтернет-першоджерела.

Виконання графічних ескізів велася засобами графічного редактора для роботи з векторним зображенням CorelDRAW, а розробка планів приміщень та візуалізація виконувалася в комп'ютерній програмі, яка найбільш підходить для проектних робіт з об'єктами архітектури та будівництва, меблями тощо – ArchiCAD, та ін. Також проектно-планувальні роботи можна виконувати не лише засобами ліцензованих графічних програм, але й за допомогою безкоштовних он-лайн сервісів [1; 7].

2.3. Проектна пропозиція та обрахунок її собівартості

Проектна пропозиція складалася на основі планування ідеального об'єкту – магазину квітів на базі приміщення будівлі вторинного ринку. Обстеження локації дало можливість зібрати вихідні дані для подальшого аналізу. Об'єкт – площа загальним розміром 9,54 м x 5,97 м, з висотою стін 2,70 м. Будівля має центральний вхід зі сходами, 2 вікна-вітрини, 3 внутрішніх двері й розділена на декілька приміщень.

Висхідна площа приміщень: 1-е приміщення– 17,7 м², 2-е приміщення–11,0 м², 3-е приміщення – 9,1 м², 4-е приміщення – 4,9 м², 5-е приміщення – 4,1 м². На

основі збору та аналізу вихідних даних приміщення нами було запропоновано план його реконструкції для створення магазину квітів. В проєкті ми пропонуємо монтаж та демонтаж внутрішніх стін та перегородок, в результаті чого ми залишаємо два приміщення по 4,9 м² та 4,1 м² (допоміжні приміщення: для гігієни та для зберігання продукції).

З інших приміщень формується відкритий зонований простір – зона очікування та відпочинку клієнтів (приблизно 9,1 м²) та вхідна та торгово-демонстраційна зона, де сплановані рецепція з касою, відкриті демонстраційні шафи-вітрини з квітами. Оскільки, як уже зазначалося, освітлення має велике значення в торгових приміщеннях для того, аби покупець не лише міг ясно бачити торгові пропозиції, але й для приваблювання до естетичного вигляду букетів, що збільшує бажання купувати, нами запропонована схема підключення електричного обладнання.

Запропоновано освітлення лампами-софітами на двох вуглових стінах зони очікування та відпочинку клієнтів а також стельова точкове освітлення по 4 світильника в 4 стельових блоках у двох зонах – очікування та вхідній й торгово-демонстраційній. Також у вхідній зоні передбачено 2-і дизайнерські люстри та комплекс ламп-софітів біля входу в магазин.

Візуалізація самого магазину квітів мала визначати його естетичний вигляд приміщень, як він здатен емоційно впливати на покупця та демонструвати зовнішній вигляд його функціонування (розташування основних зон, їх меблювання). Суто функціонально-ергономічні боки проєкту показані в кресленнях планів.

Так у візуалізації залучені теплі, спокійні, деревні кольори (вохра, світлий беж, білий, помірно зелений). Разом з кольором було варто приділити увагу фактурам та текстурам, які відіграють важливу роль у дизайні інтер'єру магазину квітів, створюючи атмосферу, що підкреслює красу квітів та рослинності.

Це стосується використання натуральних матеріалів (обшивка зон дерев'яними рейками, дерев'яні полиці), металевих елементів (демонстраційні шафи-вітрини, невеличкі столики), скляних поверхонь (скління вітрин, великі французькі вікна), застосування тканин та текстилю (оббиття меблів). Різні текстури дерева, від шліфованого до грубо обробленого, створюватимуть відчуття затишку та турботи про клієнта.

Проектом також передбачено застосування каменю (мармуру) на горизонтальній поверхні барної стійки в зоні очікування та відпочинку, а також на рецепції (торгово-барній стійці). Це дозволяє не лише підкреслити фактурний контраст як естетичний бік проекту але й є суто функціональним прийомом. Природний камінь (мармур, граніт) не лише може додати елегантності та відчуття розкоші за рахунок різних текстур, від гладкої до шорсткої. Це зроблено задля того, аби зайва волога при кладанні букетів на рецепції та у зоні готування кави не псувала поверхню меблів та обладнання.

Меблювання в зоні відпочинку передбачає світлої текстильної обивки м'які крісла для клієнтів, що створюють настрій спокою, розміреності, затишку.

В декорі задіяні кераміка і глина, горщики, вази, декор з великих букетів квітів, живі дерева у горщиках. Використання живих рослин на стінах сприяє відчуттю свіжості та життя, а різноманітні текстури листя та стебел додають візуальної глибини і динаміки. Різноманітність фактур допомагає створити цікавий і затишний інтер'єр, де кожен елемент підкреслює цільове призначення торговельного закладу.

Грубі, текстуровані поверхні виробів з кераміки та глини створюють відчуття ручної роботи і автентичності. Також пропонується введення в інтер'єр акцентів та елементів декору, оскільки вони додають інтер'єру тепла і автентичності, підкреслюючи природність матеріалів. Комбінація різних фактур і текстур створює багатоплановий, насичений інтер'єр, який підкреслює

атмосферу магазину квітів, робить простір естетичним і більш привабливим для відвідувачів (рис. 13-14 Додатку Б).

Виходячи з ідеї цільового призначення, естетики та зручності використання та експлуатації проєктованого інтер'єру, ми провели маркетинг в торговельній мережі українських будівельних супермаркетів. Для приблизного обрахунку проєктної пропозиції (дизайнерське проєктування, будівельні роботи та підключення електричного обладнання, меблювання, освітлювальні прилади, декор), ми обирали матеріали помірної вартості, але якісні, екологічні, сертифіковані. Приблизний розрахунок вартості проєктних робіт може бути здійснено на основі співставлення креслень та розмірів та обсягів використовуваних матеріалів. На вимогу замовника складається розширена специфікація зі вказанням точної кількості та артикулів будівельних товарів, меблів та декору (див. табл. 1–2).

Таблиця 1

Собівартість виконання проєктування інтер'єру магазину квітів (без будівельних робіт, меблювання)

Назва етапу	Середня ціна	Приблизна вартість по проєкту магазину квітів
Консультація дизайнера	379 грн/час	379 грн.
Створення попереднього ескізу або начерку	658 грн/шт.	5000 грн.
Обміри приміщень	42 грн/ м ²	42 грн x 47 м ² = 1974 грн.
Виїзд на об'єкт в місті	578 грн/об'єкт	578 грн.
Функціональне зонування (варіанти перепланувань)	317 грн/год.	634 грн.

Повний проєкт з візуалізаціями та розгортками	808 грн/ м ²	20000 грн.
Ескізи меблів та замовного декору	618 грн/шт.	618 грн. x 8 одиниць меблів = 4944 грн.
Разом:		33 509 грн.

Таблиця 2

Назва етапу	Середня ціна	Приблизна вартість по проєкту магазину квітів
Консультація дизайнера	379 грн/год.	379 грн.
Створення попереднього ескізу або начерку	658 грн/шт.	5000 грн.
Обміри приміщень	42 грн/ м ²	42 грн x 47 м ² = 1974 грн.
Виїзд на об'єкт в місті	578 грн/об'єкт	578 грн.
Функціональне зонування (варіанти перепланувань)	317 грн/год.	634 грн.
Повний проєкт з візуалізаціями та розгортками	808 грн/ м ²	20000 грн.
Ескізи меблів та замовного декору	618 грн/шт.	618 грн. x 8 одиниць меблів = 4944 грн.
Підбір основних матеріалів та великогабаритним меблів	333 грн/ м ²	333 грн. x 47 м ² =15651 грн.
Декорування (підбір текстилю, предметів мистецтва тощо)	148 грн/ м ²	148 грн. x 47 м ² =6956 грн.

Закупівлі для дизайну	437 грн/год.	437 грн. x 7 год. = 3059 грн.
Авторський нагляд за роботами по дизайну	466 грн/год.	466 грн. x 10 год. = 4660 грн.
Разом:		63835 грн.

Розцінки за виконання робіт взяті на основі пропозицій українських будівельно-дизайнерських компаній [4; 5].

Висновки до розділу 2

У другому розділі описано концепцію інтер'єру магазину квітів, визначено проєктні завдання, виконано передпроєктне дослідження

З'ясовано, що дизайн-концепція – є сутністю проєктованого виробу, вона має визначати не лише його зовнішній вигляд, але й транслювати основну ідею. Дизайн-концепція визначає взаємодію продукту з користувачем, вирішення його потреб і відмінність від інших аналогів, встановлює способи вирішення проблеми або задоволення потреби, а також забезпечує цілісність і зручність у сприйнятті об'єкта.

Було визначено завдання та етапи, характерні для процесу розробки інтер'єру загалом, а також для проєктування інтер'єру магазину квітів зокрема: створення візуально привабливого інтер'єрного середовища, вирішення ергономічних питань, забезпечення психологічного комфорту в приміщенні, впровадження ефективних технічно-будівельних рішень, врахування екологічних аспектів та оптимізацію витрат на проєктування.

Виконано планувально-проєктні роботи з дизайну інтер'єру магазину квітів, розроблено креслення та плани, створено візуалізацію.

ВИСНОВКИ

Проектування інтер'єрів є важливою сферою, адже тренди в архітектурі, дизайні та технологіях впливають на створення та оновлення середовища проживання людини, місце її праці та відпочинку. Нові матеріали, технології, способи організації простору та врахування потреб споживачів надихають дизайнерів середовища на створення принципово-нових інтер'єрів, які здатні безпосередньо впливати на здоров'я, благополуччя та продуктивність суспільства.

Розумно спроектоване середовище створює комфортні та функціональні простори, які сприяють фізичному та психологічному комфорту суспільства. Ергономічні рішення допомагають зменшити стрес і втому, підвищуючи продуктивність і загальне задоволення від перебування в приміщенні. Дизайн інтер'єрів також відіграє важливу роль у формуванні естетичних стандартів і культурних цінностей. Він може відображати історичні та культурні особливості, сприяти збереженню традицій і водночас впроваджувати сучасні тенденції. Це сприяє розвитку творчості та інновацій у суспільстві. Екологічно свідомий дизайн допомагає зменшити негативний вплив на навколишнє середовище, сприяючи сталому розвитку.

З'ясовано, що інтер'єри торговельних приміщень мають вирішальне значення у формуванні враження покупців, впливаючи на їхню поведінку, емоції та рішення про покупку. Продумані інтер'єрні рішення закладів торгівлі здатні збільшувати обсяги продажів та формувати імідж бренду. Розуміння цього було важливим в розробці сучасного, гарного торгового інтер'єру. Це допомогло досягнути поставленої мети дослідження та виконати всі завдання, в результаті чого й було спроектовано інтер'єр магазину квітів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 5 найкращих безкоштовних програм для дизайну інтер'єру. Portes. URL:<https://portes.ua/ua/blog/5-luchshih-besplatnyh-programm-dlya-dizajna-interera/> (дата звернення 13.05.2024).
2. Абизов В., Камьонка Л., Сафронова О., Устінова І. Формування збалансованого (сталого) архітектурного середовища : монографія. За заг. ред.: В. Абизов, Л. Камьонка. Kielce : Politechnika Świętokrzyska, 2022. 204 с.
3. Бондаренко Б.К. Засоби використання інтерактивних технологій у формуванні дизайну сучасного інтер'єру. Мистецтво та дизайн у художній мові мінливого часу: морфологія, семіотика, візуальність. Харків, 2022. С.16–17.
4. Дизайн вашої оселі в 3D. ROOMTODO. URL: <https://roomtodo.com/>. (дата звернення 10.02.2024).
5. Дизайн інтер'єру у м. Кривий Ріг URL: <https://www.rabotniki.ua/uk/dizayn-interera/krivoy-rog> (дата звернення 21.05.2024).
6. Дизайн інтер'єру магазинів. ZIKZAK. URL: <https://zikzakarchitects.com/ua/what-we-do/dizajn-butikov-i-magazinov/> (дата звернення: 17.05.2024).
7. Дизайн предметів інтер'єру (електронний навчально - методичний комплекс). URL: <https://vukladach.pp.ua/MyWeb/manual/pidruchniku13122023/Dizayn/1/1.htm> (дата звернення 03.05.2024).
8. Дизайн: навч. посіб./ Т.С. Незвещук-Когут. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2021. 340 с.
9. Ейвас Л.Ф. Інтер'єр як інтеграційна структура дизайну. *Матеріали міжнародної науково-технічної конференції «Сталий розвиток промисловості та суспільства»*, (Кривий Ріг, 22-25 листопада, 2014 р.). Кривий Ріг : КПІ КНУ. С. 258–259.

10. Коренець Ю. М. Дизайн об'єктів та інтер'єр приміщень закладів готельно-ресторанного бізнесу : навч. посібник / Ю. М. Коренець, Є. Г. Клевцов. Кривий Ріг : [ДонНУЕТ], 2020. 162 с.
11. Левчук Л. Т., Панченко В. І., Оніщенко О. І., Кучерюк Л.Ю. Естетика: Підручник. 2-ге вид., допов. і переробл. К.: Вища шк., 2006. 431 с : іл.
12. Новосельчук Н.Є. Дизайн інтер'єру: навчальний посібник для студентів спеціальності 191 «Архітектура та містобудування». Полтава: Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», 2020. 165 с.: іл
13. Основи дизайну архітектурного середовища: завдання та методичні вказівки до практичних занять / уклад.: Н.М. Шебек, Ю.С. Рябець. К.: КНУБА, 2020. 16 с.
14. Основи ландшафтної архітектури, інтер'єру та дизайну архітектурного середовища (модуль «Основи інтер'єру»): навчальний посібник для студентів III курсу зі спеціальності 191 «Архітектура та містобудування» денної форми навчання / Медончак О.Г., Маслова С.А.; за заг. ред. С.А. Маслової. Полтава: ПолтНТУ, 2018. 126 с. : іл.
15. Основи проектування інтер'єрів: курс лекцій. Ч. 1. / Укл. М.Й. Маркович. Тернопіль: ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2016. 125 с.
16. Основи проектування інтер'єрів: курс лекцій. Ч. 2 / Укл. М.Й. Маркович. Тернопіль: ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2016. 75 с.
17. Рижова І.С. Наукові основи дизайну. Гуманітарний вісник ЗДІА. 2015. №62. С.109–121.
18. Ришкевич Н. О., Абизов В. А. Фактори, що впливають на формування дизайну інтер'єрів сучасних бібліотек. Art and Design. 2023. №4(24). С. 160–170.
19. Рубцов А.Л., Свірко О.В., Кардаш О.В. Стан національної нормативної бази дизайну та ергономіки. Сучасні проблеми архітектури та містобудування. 2014. Вип. 37. С. 418–423.

20. Савіна Н.О. Особливості дизайну інтер'єрів бізнес центрів/ Архітектура, будівництво, дизайн в освітньому просторі: колективна монографія. С. 536–563.
21. Словник синонімів української мови: В 2 т. / А. Бурячок, Г. Гнатюк, С. Головащук та ін.. К.: Наук. Думка, 2001. Т.2. 2001. 960 с.
22. Удріс І.М. Нариси з історії зарубіжного дизайну. Новий та новітній час: [навчальний посібник] / І.М, Удріс, А.В. Школяр. Кривий Ріг: Видавничій дім, 2008. 252 с.
23. Філософія: [посібник для студентів вищих навчальних закладів] / Є.М. Причепій, А.М. Черній, В.Д. Гвоздецький, Л.А, Чекаль. К.: Видавничий центр «Академія», 2001. 576 с.
24. John Fleming and Hugh Honour. A World History of Art. Laurence King Publishing. 2009. 996 p. URL: [https:// books. google.com.ua/ books?id=qGb4pyoseH4C&printsec=frontcover&dq=A+World+History+of+Art+\(Revised+7th+edition\)&hl=ru&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=A%20World%20History%20of%20Art%20\(Revised%207th%20edition\)&f](https://books.google.com.ua/books?id=qGb4pyoseH4C&printsec=frontcover&dq=A+World+History+of+Art+(Revised+7th+edition)&hl=ru&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=A%20World%20History%20of%20Art%20(Revised%207th%20edition)&f) (дата звернення: 12.04.2024).

ДОДАТКИ

Додаток А

Світовий дизайн інтер'єрів



Рис. А.1. Інтер'єр бізнес-офісу Masquarie Group, Лондон



Рис. А.2. Інтер'єри «Приховані відтінки» від Note Design Studio, Швеція



Рис. А.3. Проект IN 3 від архітектора Jean Verville, Канада



Рис. А.4. Тайбейська квартира від Wei Yi International Design Associates, Тайвань



Рис. А.5-6. «Схованка» від студії Dan Brunn, США

Український дизайн інтер'єрів



Рис. А.7. Інтер'єр готелю Nay Boutique Hotel and SPA by Edem Family (Буковель)

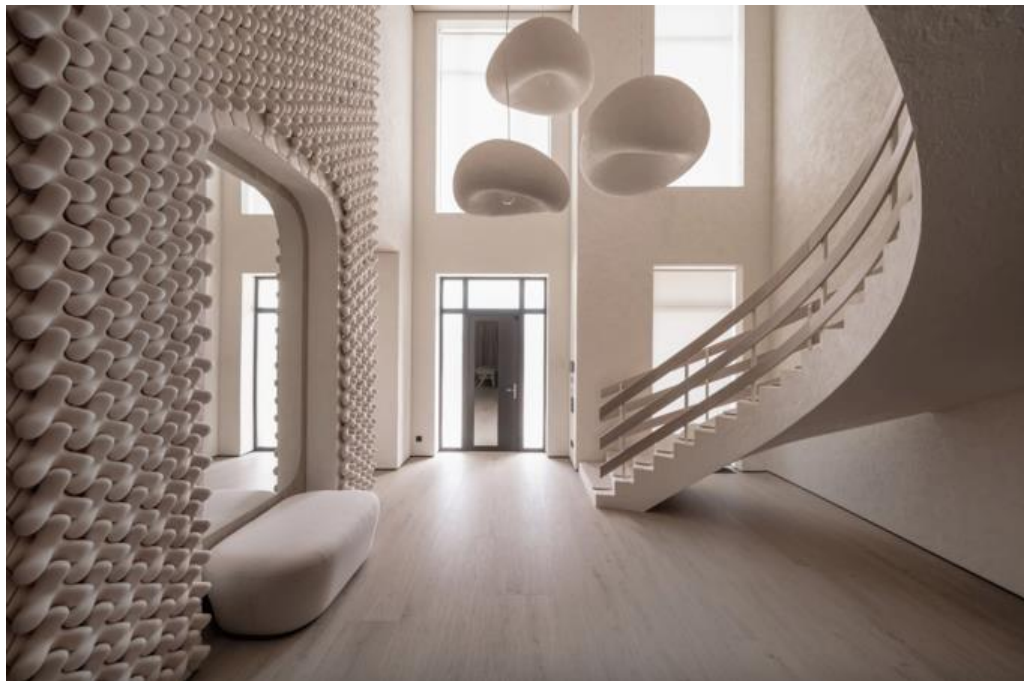


Рис. А.8. Дизайн-проект для приватного будинку Mureli House у Козині (Makhno Studio)



Рис.А.9. Міський простір 4City, Одеса 2017 (Balbek Bureau)



Рис.А.10. Bursa Hotel, Київ 2018 (Balbek Bureau)



Рис.А.11. Квартира Вабі Сабі, Київ 2017, (Makhno Studio)



Рис.А.12. Підземний дім-бункер «План Б», Концепт, 2020, (Makhno Studio)



Рис.А.13. Catch Seafood Restaurant, Київ 2018, архітектурна студія YØDEZEEN



Рис.А.14. Art-filled apartment, Київ 2017, архітектурна студія YØDEZEEN



Рис.А.15. Ресторан Wine Love, Київ 2019, Денис Беленко



Рис.А.16. Ресторан Dacha, Одеса 2004, Денис Беленко



Рис.А.17. Ресторан Shade Burger, Полтава 2016, студія Yoddesign



Рис.А.18. Ресторан Собака з'їла голуба, Київ 2014, студія Yoddesign

Додаток Б

Аналіз аналогів та прототипів

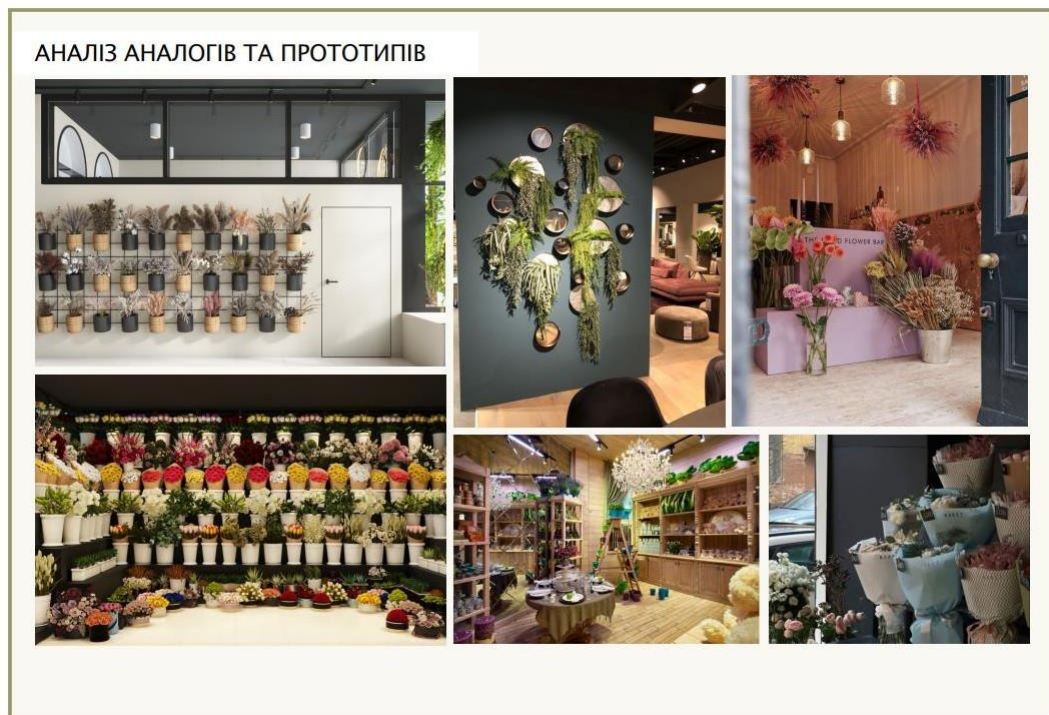


Рис. Б.1–2. Аналоги та прототипи

Колірні рішення

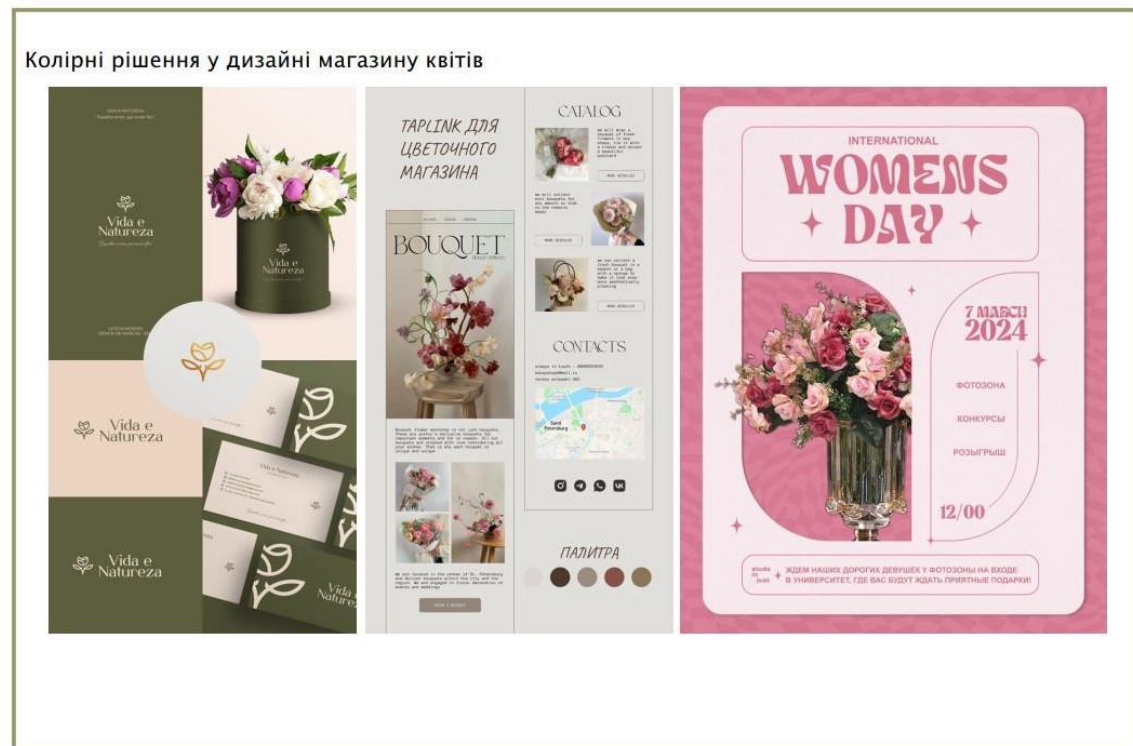
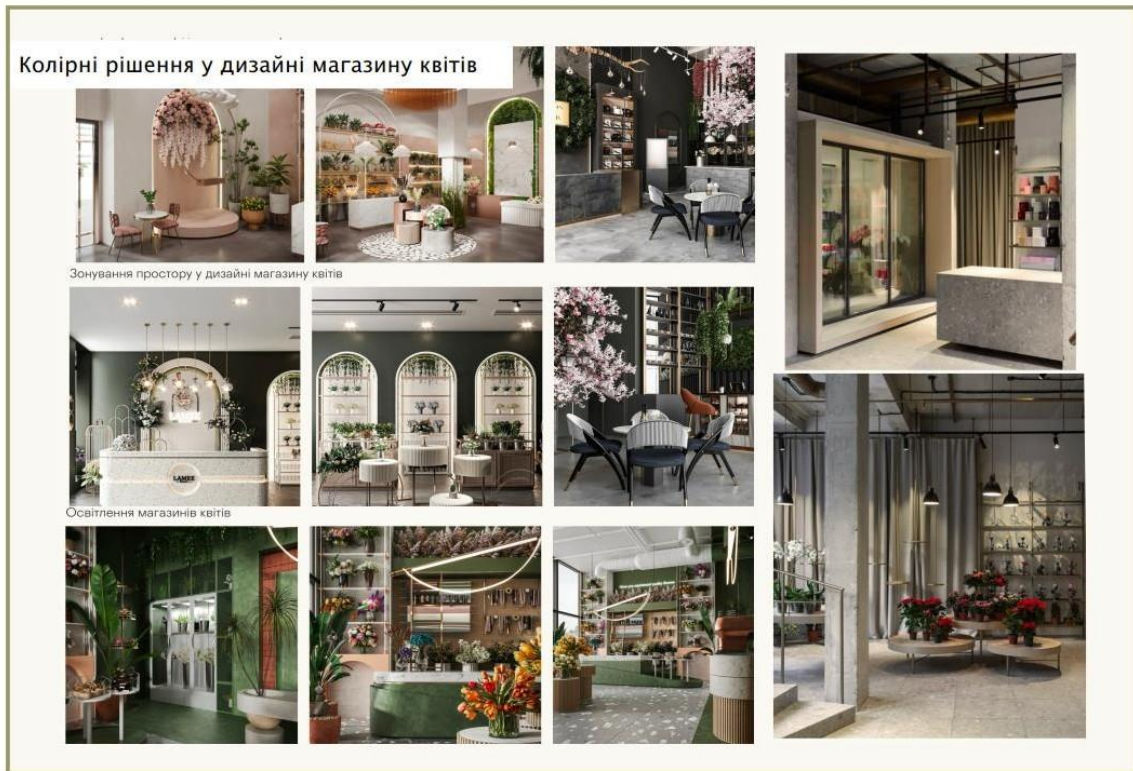


Рис. Б.3–4. Пошуки колірних рішень

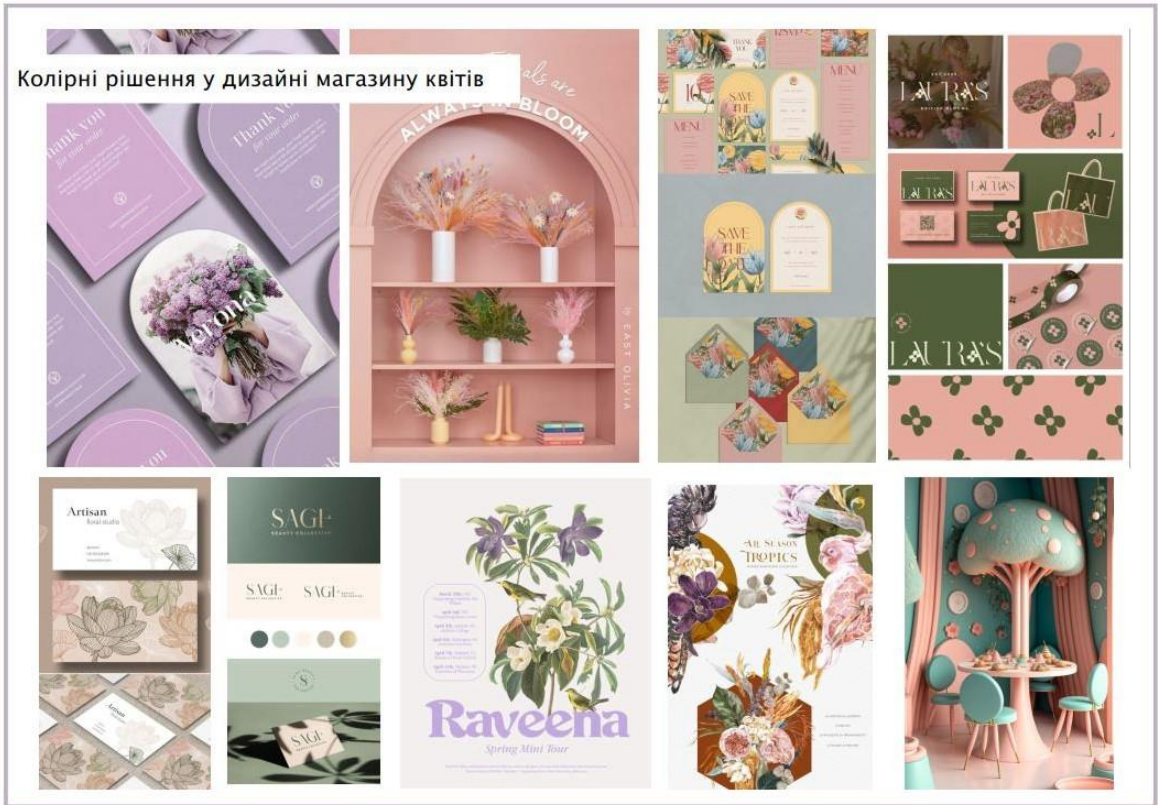


Рис. Б.5–6. Пошуки колірних рішень

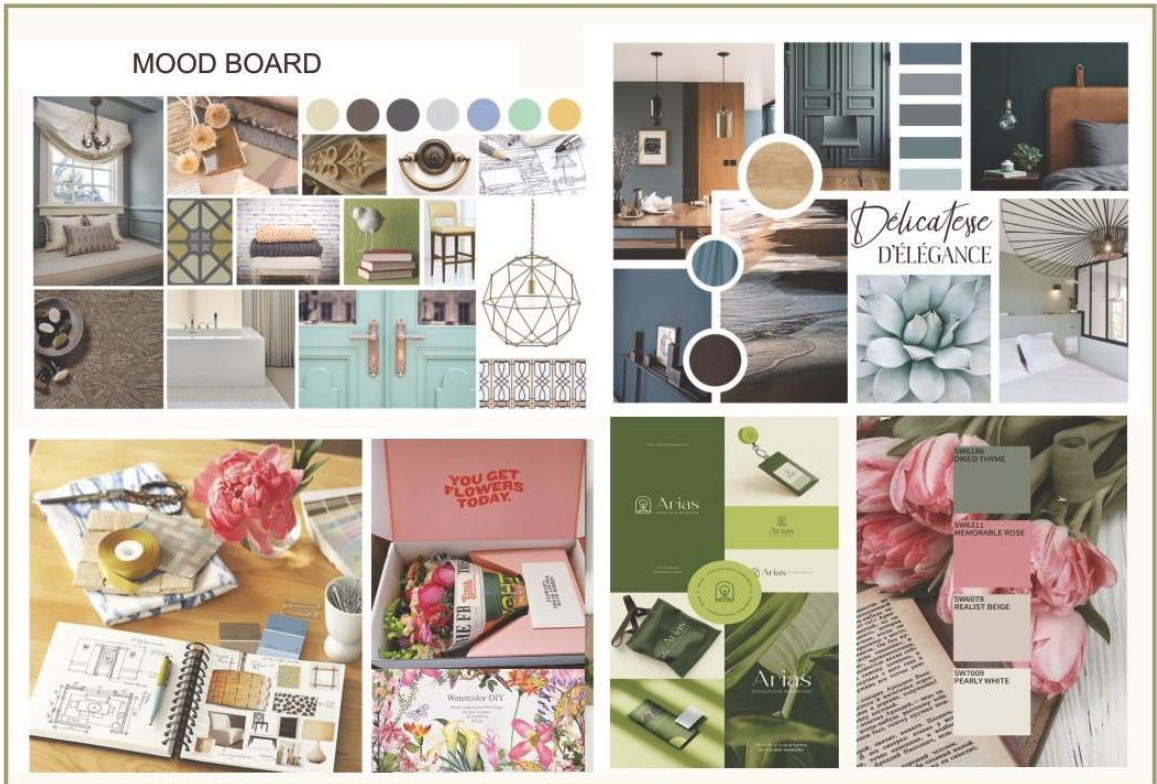


Рис. Б.7–8. Пошуки колірних рішень

Проектна документація

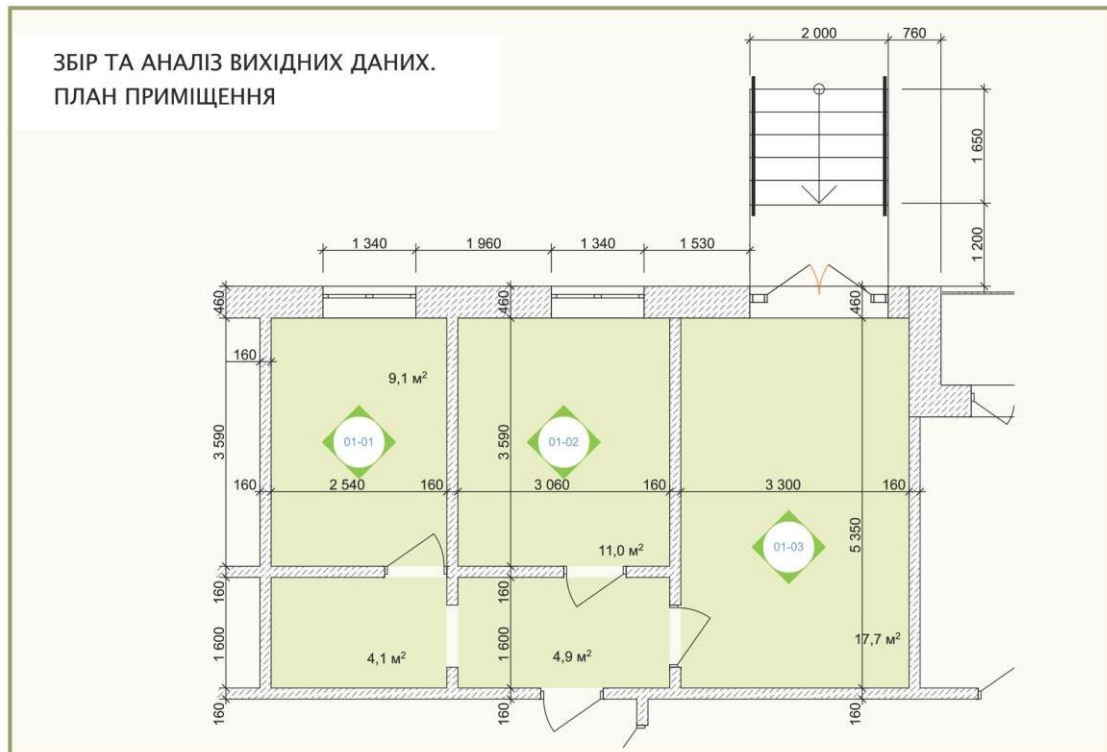


Рис. Б.9–10. Проектна документація

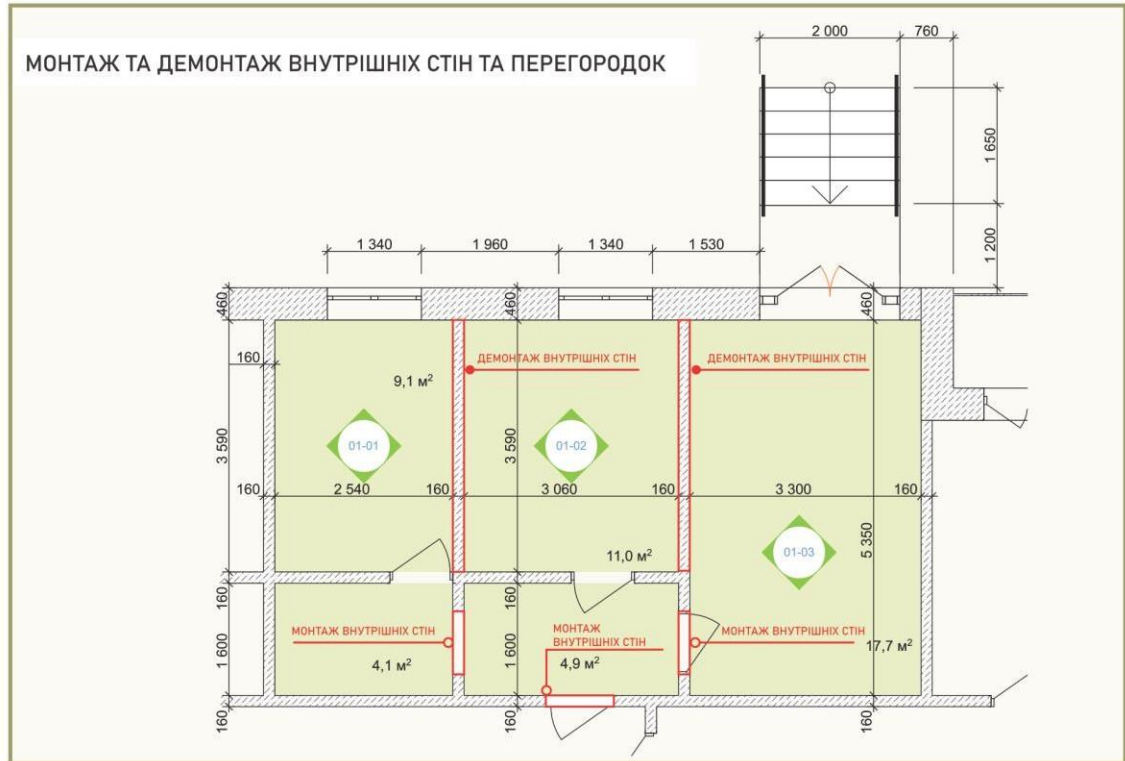


Рис. Б.11–12. Проектна документація

Візуалізація



Рис. Б.13–14. Приклади візуалізації магазину квітів