

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА
ДИЗАЙНУ

Факультет дизайну

Кафедра дизайну інтер'єру і меблів

УДК 747:725.1:[339.176:687.12+646.48

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему

Дизайн-проект інтер'єру магазину жіночого одягу та аксесуарів

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Спеціальність 022 Дизайн

Освітня програма Дизайн середовища

Виконала: студентка групи БДс 2-20

Турченко А. В.

Науковий керівник д-р. філ.

Агліуллін Р. М.

Рецензент к. мист. Косенко Д.Ю.

Київ 2024

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА
ДИЗАЙНУ

Факультет дизайну

Кафедра дизайну інтер'єру і меблів

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Спеціальність 022 Дизайн

Освітня програма Дизайн середовища

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри ДІМ

к. мист. Данило КОСЕНКО
“ _____ ” _____ 2024 року

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Турченко Анні Василівні

1. Тема кваліфікаційної роботи Дизайн-проект інтер'єру магазину жіночого одягу та аксесуарів

Науковий керівник роботи Агліуллін Руслан Марселєвич , д-р. філ.
затверджені наказом КНУТД від «01» березня 2024 р. № 49-уч.

2. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи: наукові публікації та джерела за темою та дослідження дизайн-проектування інтер'єру магазинів жіночого одягу та аксесуарів

3 Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити):
Вступ, Розділ 1. Особливості та аналіз дизайн-проектування магазинів жіночого одягу та аксесуарів , Розділ 2. Вихідні дані та концепція дизайну магазину жіночого одягу та аксесуарів , Розділ 3. Опис дизайн-проекту магазину жіночого одягу та аксесуарів.

Загальні висновки, Список використаних джерел, Додатки

4. Дата видачі завдання лютий 2024

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Терміни виконання етапів	Примітка про виконання
1	Вступ	лютий 2024	
2	Розділ 1. Особливості та аналіз дизайн-проектування магазинів жіночого одягу та аксесуарів	березень 2024	
3	Розділ 2. Вихідні дані та концепція дизайну магазину жіночого одягу та аксесуарів	квітень 2024	
4	Розділ 3. Опис дизайн-проекту магазину жіночого одягу та аксесуарів	травень 2024	
6	Загальні висновки	травень 2024	
7	Оформлення кваліфікаційної роботи (чистовий варіант)	червень 2024	
8	Подача кваліфікаційної роботи науковому керівнику для відгуку(за 14 днів до захисту)	червень 2024	
9	Подача кваліфікаційної роботи для рецензування (за 12 днів до захисту)	червень 2024	
10	Перевірка кваліфікаційної роботи на наявність текстових співпадінь та помилок (за 10 днів до захисту)		
11	Подання кваліфікаційної роботи на затвердження завідувачу кафедри (за 7 днів до захисту)	червень 2024	

З завданням ознайомлений:

Студентка

_____ Анна ТУРЧЕНЮК

Науковий керівник

_____ Руслан АГЛІУЛЛІН

АНОТАЦІЯ

Турченко А.В. Дизайн-проект інтер'єру магазину жіночого одягу та аксесуарів. – Рукопис.

Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня бакалавра за спеціальністю 022 Дизайн – Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2024 рік.

Дана кваліфікаційна робота спрямована на розробку дизайну інтер'єру магазину жіночого одягу та аксесуарів, що відповідає сучасним стандартам естетики та функціональності. У рамках дослідження було проведено аналіз актуальних магазинів жіночого одягу в Україні та за кордоном, визначено основні тенденції та інноваційні підходи до дизайну таких приміщень. Особлива увага приділена оптимальному використанню простору, забезпеченню комфорту та зручності для клієнтів. Розроблено комплексні рішення з функціонального планування та художньо-естетичного оформлення, створено паспорт кольорів і матеріалів. Проведено детальну візуалізацію дизайн-проекту, що відображає внутрішнє оформлення магазину та сприяє створенню привабливого торговельного середовища.

Ключові слова: *дизайн інтер'єру, магазин жіночого одягу, функціональне планування, художньо-естетичні рішення, комфорт клієнтів.*

SUMMARY

Turcheniuk A.V. Interior design project of women's clothing and accessories store. - Manuscript.

Qualification work for obtaining a Bachelor's degree in specialty 022 Design – Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, 2024.

This qualification work is focused on developing the interior design of a women's clothing and accessories store that meets modern standards of aesthetics and functionality. The study includes an analysis of current women's clothing stores in Ukraine and abroad, identifying key trends and innovative approaches to the design of such spaces. Special attention is given to the optimal use of space, ensuring comfort and convenience for customers. Comprehensive solutions for functional planning and artistic-aesthetic design have been developed, along with the creation of a color and materials passport. A detailed visualization of the design project has been conducted, reflecting the interior decoration of the store and contributing to the creation of an attractive shopping environment.

Keywords: *interior design, women's clothing store, functional planning, artistic-aesthetic solutions, customer comfort.*

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ОСОБЛИВОСТІ ТА АНАЛІЗ ДИЗАЙН-ПРОЄКТУВАННЯ МАГАЗИНІВ ЖІНОЧОГО ОДЯГУ ТА АКСЕСУАРІВ	11
1.1 Нормативні вимоги до проєктування інтер'єрів магазинів жіночого одягу та аксесуарів та аксесуарів	11
1.2 Технологічні рішення та прийоми зонування в магазинах жіночого одягу та аксесуарів	21
1.3 Вимоги до меблювання, освітлення та озеленення інтер'єрів магазинів жіночого одягу та аксесуарів	29
1.4 Інклюзивність просторів магазинів жіночого одягу та аксесуарів	34
1.5 Художньо-композиційні рішення інтер'єру магазинів жіночого одягу та аксесуарів	41
1.6 Аналіз досвіду проєктування магазинів жіночого одягу та аксесуарів	44
Висновки до розділу 1	51
РОЗДІЛ 2. ВИХІДНІ ДАНІ ТА КОНЦЕПЦІЯ ДИЗАЙНУ МАГАЗИНУ ЖІНОЧОГО ОДЯГУ ТА АКСЕСУАРІВ	54
2.1 Вихідні дані та існуюча архітектурна ситуація	54
2.2 Характеристика магазину жіночого одягу та аксесуарів, обраного для проєктування та технічне завдання	58
2.3 Аналіз потреб та сучасні тенденції в магазинах жіночого одягу та аксесуарів	64
2.4 Обґрунтування концепції дизайн-проєкту магазину жіночого одягу та аксесуарів	66
Висновки до розділу 2	71
РОЗДІЛ 3. ОПИС ДИЗАЙН-ПРОЄКТУ МАГАЗИНУ ЖІНОЧОГО ОДЯГУ ТА АКСЕСУАРІВ	73
3.1 Функціонально-планувальна структура магазину	73

	7
3.2 Художньо-естетичні рішення дизайну інтер'єру магазину	76
3.3 Візуалізації дизайн-проєкту магазину жіночого одягу та аксесуарів	78
Висновки до розділу 3	83
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	85
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	87
ДОДАТКИ	92

ВСТУП

У сучасному світі мода відіграє важливу роль у житті багатьох людей, а роздрібна торгівля одягом та аксесуарами залишається одним із найбільш динамічних і конкурентних сегментів ринку. У такому контексті дизайн інтер'єру магазинів стає критичним чинником, що впливає на залучення клієнтів, їхні враження від покупок та рівень продажів.

Важливість дизайну інтер'єру полягає в його здатності створювати унікальну атмосферу, що відображає ідентичність бренду, сприяє комфортному перебуванню покупців у магазині та стимулює їх до здійснення покупок. Кожен елемент дизайну, від кольорової гами до розташування товарів і освітлення, відіграє роль у формуванні загального враження та підсвідомих рішень клієнтів.

Таким чином, створення комплексного підходу до дизайну інтер'єру магазинів жіночого одягу та аксесуарів, який враховуватиме сучасні тенденції, потреби ринку та психологічні аспекти поведінки споживачів. Це дослідження стане корисним для дизайнерів, маркетологів та підприємців, які прагнуть підвищити конкурентоспроможність своїх торгових точок і задовольнити вимоги сучасного ринку.

Актуальність теми зумовлена кількома важливими факторами, що визначають сучасний стан та розвиток ринку моди і роздрібної торгівлі. Індустрія моди є однією з найбільш динамічних і швидкозмінних галузей економіки. Зростання конкуренції, поява нових брендів та швидка зміна модних тенденцій створюють високу потребу в унікальному та ефективному дизайні торгових просторів. В умовах перенасиченого ринку, де покупець має великий вибір, привабливий та функціональний інтер'єр магазину може стати вирішальним фактором при виборі місця для покупок.

Сучасні споживачі стають все більш вимогливими до умов здійснення покупок. Вони очікують від магазинів не лише високоякісного товару, але й комфортної, естетично привабливої атмосфери, яка сприяє позитивним

емоціям та задоволенню від процесу шопінгу. Дизайн інтер'єру повинен створювати враження, що покупець перебуває в особливому, стильному просторі, де кожна деталь продумана для його комфорту та задоволення. Зростає значення бренду і його унікальної ідентичності. В умовах глобалізації та доступності інформації, покупці все більше звертають увагу на бренд, його філософію та цінності. Дизайн інтер'єру магазину має відображати ці цінності, підкреслювати унікальність бренду та створювати цілісний образ, що запам'ятовується.

Метою дослідження є розробка комплексного підходу до створення ефективного та привабливого інтер'єру, який не лише задовольняє естетичні та функціональні потреби сучасних споживачів, але й сприяє підвищенню конкурентоспроможності торгового закладу.

Завдання дослідження:

1. Аналіз сучасних тенденцій в дизайні інтер'єру магазинів жіночого одягу та аксесуарів, з акцентом на новітні декоративні та функціональні підходи.
2. Розробка інтегрованих рішень для різних зон магазину, які поєднують комфорт із функціональністю.
3. Проектування екологічно чистого інтер'єру, використання безпечних та сталих матеріалів.
4. Оцінка впливу кольорової палітри інтер'єру на психологічний стан клієнтів, підбір оптимальних кольорів для створення привабливої та затишної атмосфери.
5. Створення мультифункціональних зон у магазині, що враховують різноманітні потреби клієнтів і персоналу.
6. Розробка системи безпеки та комфорту в інтер'єрі магазину, включно із безпекою обладнання та меблів.

Об'єктом дослідження є інтер'єр магазину жіночого одягу та аксесуарів. Це включає в себе всі аспекти внутрішнього простору магазину, такі як планування, зонування, меблювання, освітлення, кольорова палітра,

матеріали та декор. Особлива увага приділяється створенню комфортного, функціонального та естетично привабливого середовища, що сприяє позитивним емоціям та задоволенню покупців.

Предметом дослідження є дизайн-процеси та рішення, що застосовуються для розробки інтер'єру магазину жіночого одягу та аксесуарів. Це включає аналіз сучасних тенденцій в дизайні інтер'єру магазинів жіночого одягу, дослідження технологічних рішень та прийомів зонування, що використовуються для оптимізації простору, а також вимоги до вибору меблів, освітлення та озеленення.

Методи дослідження інтер'єру магазину жіночого одягу та аксесуарів передбачають проведення аналізу літератури, що дозволяє зібрати відомості про актуальні тенденції та нормативні вимоги у сфері дизайну торгових просторів. Цей аналіз включає вивчення наукових праць, спеціалізованих публікацій та нормативних документів, які впливають на формування безпечних, ефективних та привабливих інтер'єрів магазинів жіночого одягу і аксесуарів .

Наукова новизна та практична значимість цієї роботи полягають у всебічному аналізі сучасних підходів до дизайну магазинів жіночого одягу і аксесуарів , а також у виявленні нових тенденцій та інноваційних рішень у цій галузі. Практична цінність дослідження полягає в можливості використання розроблених дизайн-концепцій та проєктів архітекторами та дизайнерами для створення функціональних і привабливих торгових просторів.

Інформаційна база дослідження складається з наукової літератури, нормативних документів, методичних рекомендацій, підручників, посібників, а також відповідних інтернет-ресурсів, які забезпечують повне розуміння сучасних вимог і стандартів у дизайні магазинів жіночого одягу.

Апробація результатів дослідження. Участь у VI міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми сучасного дизайну», Київ, КНУТД, 25 квітня 2024 (Додаток А). Участь у конкурсі Kindling для

українських студентів, Лондон, листопад 2023 (Додаток Б). Участь у Міжнародному конкурсі наукових робіт ART ANG DESIGN 2023 (Додаток В).

Публікації: Для доповіді на конференції було надруковано тези: «Особливості формування дизайну інтер'єру магазину жіночого одягу та аксесуарів». Обсяг опублікованих тез – 4 сторінки (Додаток Г).

Структура роботи Вступ, 3 розділи, загальні висновки, список використаних джерел (30 джерел), додатки, загальна кількість сторінок – 91, кількість сторінок основного тексту – 83.

РОЗДІЛ 1. ОСОБЛИВОСТІ ТА АНАЛІЗ ДИЗАЙН-ПРОЄКТУВАННЯ МАГАЗИНІВ ЖІНОЧОГО ОДЯГУ ТА АКСЕСУАРІВ

1.1 Нормативні вимоги до проєктування інтер'єрів магазинів жіночого одягу та аксесуарів

Проектування інтер'єрів магазинів жіночого одягу та аксесуарів вимагає дотримання численних нормативних вимог, які забезпечують не лише естетичну привабливість, але й функціональність, безпеку та комфорт для клієнтів і працівників. Однією з основних вимог є відповідність будівельним нормам і правилам (ДБН), що регулюють планування, конструктивні елементи та матеріали, які використовуються в інтер'єрі [1]. Зокрема, важливо забезпечити відповідну висоту приміщень, ширину проходів, розташування евакуаційних виходів та протипожежні заходи.

З точки зору ергономіки, проектування інтер'єрів магазинів жіночого одягу передбачає розміщення меблів та обладнання таким чином, щоб забезпечити зручність пересування клієнтів, легкість доступу до товарів та комфортні умови для примірки одягу. Наприклад, примірочні повинні бути достатньо просторими, обладнаними дзеркалами, гачками для одягу, а також мати достатнє освітлення. Примірочні кімнати повинні розташовуватися в легкодоступних місцях і бути зручними для клієнтів з обмеженими можливостями.

Освітлення відіграє ключову роль у створенні привабливого та функціонального інтер'єру магазину і аксесуарів. Нормативи вимагають використання різних типів освітлення: загального, акцентного та декоративного. Загальне освітлення забезпечує рівномірне освітлення всього простору, акцентне освітлення виділяє конкретні зони або товари, а декоративне створює атмосферу та підкреслює стиль інтер'єру. При цьому важливо враховувати, що світло не повинно спотворювати кольори одягу,

тому рекомендується використовувати лампи з високим індексом кольорової передачі (CRI).

Вентиляція та кондиціонування повітря є невід'ємною частиною будь-якого сучасного магазину, що забезпечує комфортний мікроклімат для відвідувачів та персоналу. ДБН встановлюють вимоги до систем вентиляції та кондиціонування, включаючи необхідність забезпечення оптимальної температури та вологості повітря, а також ефективного обміну повітря [2].

Матеріали, що використовуються для оздоблення інтер'єру, повинні відповідати вимогам безпеки та екологічності. Вони повинні бути вогнестійкими, нетоксичними та мати відповідні сертифікати якості. Вибір матеріалів також впливає на акустику приміщення, що важливо для створення комфортної атмосфери в магазині.

Дизайн інтер'єру повинен враховувати також специфіку товарів, що продаються. У магазині жіночого одягу та аксесуарів особливу увагу слід приділити вітринам, які є першим елементом, що привертає увагу потенційних покупців. Вітрини повинні бути добре освітленими, відповідно оформленими та оновлюватися відповідно до сезонних змін та акцій.

Впровадження проєктування інтер'єрів магазинів жіночого одягу та аксесуарів є невід'ємною частиною успішної реалізації бізнесу в галузі моди [3]. Правильно організований інтер'єр не лише створює привабливу атмосферу для покупців, але й відображає бренд, підсилює його унікальність та створює неповторне враження. Це стосується не лише красивої продукції та якісно відшитої колекції, а й середовища, в якому це все представлено. Нормативні вимоги до проєктування інтер'єрів магазину жіночого одягу та аксесуарів визначають стандарти і принципи, які допомагають забезпечити ефективність та естетичність торгового простору [5]. В даному розділі розглядаються основні нормативні вимоги до проєктування інтер'єрів магазинів жіночого одягу та аксесуарів, спрямовані на досягнення високого рівня функціональності, естетики та ергономіки, що сприяє створенню успішного та конкурентоспроможного бренду в сучасному ринковому середовищі.

Відповідно до [5], основи пожежної безпеки є критично важливими для проєктування комерційного простору, включаючи магазини жіночого одягу. Необхідно впровадити системи пожежогасіння, які включають в себе достатньо вогнегасників та сучасні системи пожежної сигналізації та автоматичного пожежогасіння, щоб забезпечити максимальну безпеку як для відвідувачів, так і для товарів. Окрім того, важливо дотримуватися встановлених норм щодо розміщення та доступності евакуаційних виходів та шляхів, що забезпечують ефективну евакуацію у разі виникнення надзвичайної ситуації. Ці заходи мають включати чітке маркування евакуаційних шляхів та забезпечення їх вільного доступу без перешкод. Крім того, регулярне проведення навчань з пожежної безпеки для персоналу та встановлення інформаційних табличок з інструкціями щодо дій у випадку пожежі є важливим аспектом підтримки безпечного середовища в магазині. Таким чином, дотримання цих вимог та рекомендацій ДБН не тільки сприяє забезпеченню безпеки, але й підвищує довіру та комфорт клієнтів, що є невід'ємною частиною створення успішного торгового простору.

Відповідно до розділу 13 [6], проєктування інтер'єру магазину повинне забезпечувати доступність для маломобільних відвідувачів. Це означає інтеграцію пандусів, широких проходів та спеціально обладнаних примірочних, а також санітарних приміщень, які адаптовані для потреб людей з інвалідністю, щоб створити комфортне та доступне середовище для всіх відвідувачів. Крім того, важливо враховувати висоту дисплеїв та полиць, забезпечуючи легкий доступ до товарів для всіх клієнтів, включаючи тих, хто використовує інвалідні візки.

Наявність інформаційних знаків, які легко читаються і зрозумілі, включаючи шрифт Брайля для людей з вадами зору, також є важливою частиною доступності. Ефективне використання контрастних кольорів і візуальних підказок допоможе людям з обмеженими зоровими можливостями орієнтуватися в просторі магазину [7].

Ефективне планування евакуаційних шляхів є невід'ємною частиною проєктування магазину. Це передбачає не тільки забезпечення чітко визначених та легкодоступних виходів у разі надзвичайних ситуацій, але й інтеграцію цих елементів у загальний дизайн простору таким чином, щоб вони гармонійно вписувались у інтер'єр, одночасно залишаючись функціональними та легко впізнаваними. Евакуаційні шляхи повинні мати достатню ширину для безперешкодного проходу, а також бути вільними від будь-яких перешкод, що можуть ускладнити швидку евакуацію людей. Спеціальне освітлення, яке автоматично вмикається при відключенні основного джерела електроживлення, може бути важливим фактором, що сприяє безпеці [2].

Вихідні двері у просторі мають бути розташовані так, щоб забезпечити максимально швидку та ефективну евакуацію відвідувачів і персоналу магазину. Вони мають бути достатньо широкими для комфортного проходу натовпу людей, а також обладнані вказівниками, які легко видно і читаються навіть в умовах задимлення або недостатнього освітлення.

Кожен із цих аспектів — пожежна безпека, доступність для людей з обмеженими можливостями, евакуаційні шляхи та вихідні двері — відіграє ключову роль у створенні безпечного, комфортного, і водночас, естетично привабливого комерційного простору. Це не лише питання відповідності до норм і стандартів, але й частина більш широкої стратегії створення магазину, який відповідає всім вимогам сучасного споживача.

Ключовим елементом у створенні ергономічного простору є раціональне розташування вішаків та стелажів. Це не просто питання оптимізації використання площі, але й спосіб забезпечення зручності та комфорту для покупців. Важливо розміщувати вішаки таким чином, щоб між ними було достатньо простору для огляду одягу, а також для вільного переміщення відвідувачів. Стелажі та вітрини повинні бути розташовані на оптимальній висоті, щоб товари були легкодоступними та видимими.

Проектування простору магазину має включати достатньо широкі проходи, щоб забезпечити легке та комфортне переміщення покупців [4]. Це

особливо важливо у години пік, коли кількість відвідувачів зростає. Важливо також уникати створення вузьких місць, де можуть виникати скупчення людей.

Оформлення касової зони та зони очікування має бути продуманим та функціональним. Касові апарати повинні бути розташовані таким чином, щоб мінімізувати черги та забезпечити легкий доступ до них. Наявність комфортних зон очікування з сидіннями та іншими зручностями може значно покращити загальне враження відвідувачів від магазину.

Кожен з цих елементів спрямований на створення інтер'єру, який не лише відповідає естетичним очікуванням, але й забезпечує високий рівень функціональності та комфорту.

Ефективне планування та зонування магазину допомагає створити легкий та інтуїтивно зрозумілий потік відвідувачів [8]. Це включає в себе чітке розділення простору на зони для різних категорій товарів, а також на входи і виходи. Таке планування дозволяє покупцям легко знаходити потрібні товари, а також сприяє підтриманню організованого та приємного торгового середовища.

Обладнання та меблі в магазині повинні бути не тільки стильними, але й ергономічними. Це означає, що примірочні, полиці, стелажі, касові зони та інші елементи меблів мають бути розроблені так, щоб максимально враховувати потреби як відвідувачів, так і персоналу. Важливо, щоб меблі та обладнання були комфортними для використання та безпечними, уникнення гострих кутів та небезпечних елементів дизайну є ключовими аспектами у створенні безпечного торгового простору.

Кожен з цих аспектів ергономіки простору має на меті створити середовище, яке сприяє приємному досвіду покупок, забезпечуючи легкість та комфорт як для клієнтів, так і для працівників магазину. Ретельне продумування цих елементів веде до створення простору, який не лише виглядає привабливо та сучасно, але й оптимізовано для ефективної та приємної роботи та покупок.

Ще один важливий аспект ергономіки простору - це адаптація різних зон магазину під конкретні види товарів [9]. Наприклад, зона з жіночим одягом потребує іншого підходу до виставлення товарів, ніж зона з аксесуарами або взуттям. Організація простору повинна враховувати особливості кожного товару, його розмір, спосіб демонстрації та зручність доступу для покупців.

Останнім, але не менш важливим аспектом, є використання простору для створення унікальної атмосфери магазину. Через ергономічне розташування меблів та обладнання, можливо впливати на сприйняття бренду та загальне враження відвідувачів. Створення привабливих зон для відпочинку або примірки може значно підвищити задоволеність клієнтів та їх бажання повертатися до магазину.

В цілому, ергономіка простору є фундаментальним компонентом у проєктуванні інтер'єру магазину жіночого одягу та аксесуарів. Вона впливає не лише на функціональність та комфортність простору, але й на загальну атмосферу та враження, яке магазин залишає в покупців.

Інтеграція функціональності і естетики є ключовим принципом у проєктуванні інтер'єру магазину. Це означає, що кожен елемент дизайну, від вішалок для одягу до декоративних деталей, повинен бути не тільки функціональним, але й відповідати загальній стилістиці та концепції магазину. Це дозволяє створити простір, який не тільки зручний та практичний для використання, але й естетично привабливий та запам'ятовується.

Ергономіка простору в магазині жіночого одягу та аксесуарів вимагає ретельного планування та дизайнерської майстерності. Від оптимального розміщення вішаків і стелажів до створення комфортних зон для покупців і персоналу, кожен аспект повинен бути продуманий з метою створення функціонального, безпечного та привабливого торгового простору. В кінцевому підсумку, це сприяє створенню магазину, який не тільки задовольняє практичні потреби, але й створює неповторну атмосферу, сприяючи позитивному досвіду покупок. Ергономічний дизайн інтер'єру є фундаментом для створення простору, який відображає сучасні тенденції,

враховує потреби відвідувачів і підтримує репутацію бренду як передового та клієнтоорієнтованого.

Таким чином, ретельно спланований та виконаний дизайн інтер'єру є ключовим фактором у успіху магазину жіночого одягу та аксесуарів, приваблюючи клієнтів та заохочуючи їх до повернення.

Згідно з [2], освітлення та інсталяція є ключовими елементами дизайну інтер'єру магазину жіночого одягу. Важливо забезпечити відповідне освітлення для комфорту покупців та ефективного представлення товарів, водночас створюючи атмосферу, яка сприяє приємному перебуванню в магазині. Оптимальне освітлення повинно враховувати як функціональні, так і естетичні аспекти. Це включає забезпечення достатнього рівня освітленості, уникнення відблисків та тіней, які можуть заважати сприйняттю товарів. Важливо також застосовувати різні типи освітлення, такі як загальне, локальне та акцентоване, для створення гармонійного та привабливого візуального середовища.

Крім того, вибір кольорової температури та інтенсивності освітлення має велике значення. Теплі тони можуть створити більш затишну та комфортну атмосферу, в той час як холодніші тони підкреслюють сучасність та високу якість товарів. Ефективне використання природного світла, де це можливо, допомагає створити більш привабливий та екологічно сталий дизайн. Використання енергоефективного освітлення, такого як LED-лампи, сприяє зниженню витрат на електроенергію та підтримці сталого підходу до експлуатації магазину.

Врахування цих факторів у дизайні освітлення не тільки підвищує комфорт та задоволення клієнтів, але й сприяє створенню більш продуктивного та ефективного торгового простору, відображаючи якість та стиль бренду.

Освітлення вітрин та торгового залу:

Використання спрямованого освітлення допомагає виділити ключові товари та акцентувати увагу на деталях. Світлодіодні лампи з регульованим кутом світіння ідентифікують продукти без створення небажаних тіней.

Окрім акцентованого освітлення, важливо забезпечити загальне, рівномірне освітлення торгового залу. Це дозволяє покупцям легко орієнтуватися в просторі магазину.

Тепле світло створює затишну атмосферу, в той час як холодне світло підсилює візуальну ясність та допомагає в акцентуванні більш яскравих кольорів.

Забезпечення екстреного освітлення є не лише питанням комфорту, але й безпеки. Воно повинно активуватися автоматично у випадку відключення основного джерела світла та забезпечувати достатнє освітлення для безпечної евакуації.

Вибір кольору освітлення повинен гармонійно поєднуватися з загальною колірною палітрою інтер'єру магазину. Нейтральні тони забезпечують гнучкість у виборі акцентованого освітлення для різних колекцій одягу.

Використання регульованого освітлення дозволяє змінювати атмосферу в магазині в залежності від часу доби або сезону. Це створює живу, динамічну обстановку, що залучає відвідувачів.

Ефективне використання освітлення та увага до візуального комфорту є важливими аспектами у дизайні інтер'єру магазину жіночого одягу та аксесуарів. Відповідний вибір освітлення забезпечує не лише естетичний вигляд простору, але й створює приємну, запрошуючу атмосферу для покупців.

Вентиляція та мікроклімат в магазині жіночого одягу та аксесуарів грають ключову роль у створенні комфортних умов для покупців та персоналу [10]. Вони впливають на загальне здоров'я та самопочуття відвідувачів, а також на збереження якості товарів.

Для магазину площею 100 квадратних метрів рекомендується встановлення вентиляційної системи з продуктивністю не менше 2500 кубічних метрів повітря на годину [11]. Важливо розмістити вентиляційні отвори таким чином, щоб забезпечити рівномірне розподілення повітря по всьому простору.

Оптимальна температура в магазині повинна коливатися в межах 19-22°C, що забезпечує комфортне перебування покупців та зберігає якість товарів.

Сучасні системи кондиціонування та вентиляції зазвичай оснащені датчиками та автоматичними контролерами, які регулюють температуру, вологість та чистоту повітря.

Підтримка оптимальної температури та вологості

Рекомендований рівень вологості у магазині – 40-60%. Це запобігає пересушуванню повітря, що може вплинути на комфорт покупців та стан товарів, особливо якщо йдеться про одяг з натуральних матеріалів.

Системи моніторингу вологості та температури допомагають підтримувати стабільний мікроклімат в магазині. Використання сучасних термостатів та гігрометрів забезпечує точне регулювання цих показників.

Якість повітря та запахи. Системи вентиляції повинні бути оснащені фільтрами, які затримують пил та алергени. Регулярна заміна фільтрів гарантує, що повітря в магазині залишається чистим.

Використання натуральних ароматизаторів або системи аромамаркетингу може покращити загальне враження від магазину, створюючи приємне та запрошуюче середовище.

Ефективні системи вентиляції та підтримка оптимального мікроклімату є важливими для забезпечення комфорту та здоров'я відвідувачів, а також для збереження якості товарів. Регулярне технічне обслуговування та моніторинг цих систем забезпечують створення оптимального середовища для торгівлі.

Акустичний комфорт у магазині жіночого одягу та аксесуарів є суттєвим фактором, що впливає на загальну атмосферу та задоволеність покупців.

Відповідне регулювання рівня шуму, якісне звукове оформлення та ефективна звукоізоляція сприяють створенню приємного та розслабленого середовища.

Ізоляція та поглинання звуку. Використання звукоізолюючих матеріалів у стінах, стелях та підлозі може значно знизити зовнішній шум. Акустичні панелі, що поглинають звук, можуть бути інтегровані в дизайн інтер'єру, приховуючи свою функціональність.

Розміщення м'яких поверхонь, таких як килими, штори, та подушкові меблі, допомагає зменшити внутрішній шум, який створюється відвідувачами та персоналом магазину.

Музичне оформлення. Підбір фонові музики, що відповідає стилю та атмосфері магазину, важливий для створення приємного та запрошуючого середовища. Гучність музики повинна бути достатньо низькою, щоб не заважати спілкуванню покупців і консультантів.

Використання високоякісних гучномовців та звукових систем забезпечує чистоту звуку без дискомфортних вібрацій або спотворень.

Рівень шуму від обладнання. Вибір тихого обладнання, такого як касові апарати, кондиціонери, вентилятори, є важливим для мінімізації шуму.

Забезпечення регулярного технічного обслуговування усього обладнання допомагає підтримувати його в оптимальному стані, знижуючи ризик виникнення неприємних звуків або шуму [13].

Акустичний комфорт у магазині впливає не тільки на сприйняття середовища покупцями, але й на їхнє бажання перебувати в магазині довше та повертатися туди знову. Уважне планування акустичних аспектів дизайну інтер'єру сприяє створенню приємної та розслабленої атмосфери, яка є ключовою для успішного роздрібного бізнесу.

Інтеграція екологічних та сталих практик у дизайн магазину жіночого одягу та аксесуарів є не тільки важливою для збереження довкілля, але й стає вирішальним фактором у формуванні іміджу бренду. Відповідальне ставлення до ресурсів та здоров'я людей стає ключовою характеристикою сучасних торгових просторів.

Використання екологічних матеріалів. Використання інноваційних матеріалів, таких як перероблений текстиль або біопластик, у декорі магазину не лише зменшує вплив на довкілля, але й створює унікальний дизайн.

Використання нетоксичних, екологічно чистих фарб та лаків забезпечує безпечне середовище без шкідливих випарів.

Енергоефективність та стійкість до зношування. Встановлення сонячних панелей на даху або використання енергії з відновлюваних джерел може значно знизити витрати на електроенергію.

Варто обирати матеріали, які витримують тривалий час без зношування, таких як керамічна плитка або зносостійкий ламінат, сприяє зниженню потреби у частих ремонтах [12].

Відповідальне використання ресурсів. Використання сенсорних кранів та систем збору дощової води для поливу рослин у магазині є ефективними способами зниження споживання водних ресурсів.

Створення «зелених куточків» з живими рослинами у магазині не тільки поліпшує якість повітря, але й додає естетичної привабливості інтер'єру.

Екологічність та сталість у дизайні інтер'єру магазину не лише сприяють збереженню довкілля, але й створюють здоровіше, більш привабливе середовище для покупців.

Загалом, проектування інтер'єру магазину жіночого одягу та аксесуарів - це комплексний процес, що вимагає врахування багатьох факторів та дотримання численних нормативних вимог, спрямованих на забезпечення безпеки, комфорту та привабливості торгового простору.

1.2 Технологічні рішення та прийоми зонування в магазинах жіночого одягу та аксесуарів

Технологічні рішення та прийоми зонування в магазинах жіночого одягу грають важливу роль у створенні ефективного, привабливого та функціонального простору. Використання сучасних технологій та правильне

зонування дозволяють оптимізувати простір, поліпшити навігацію для клієнтів і створити атмосферу, що сприяє покупкам.

Одним із ключових аспектів зонування є створення чіткої та логічної структури простору. Вхідна зона магазину зазвичай є першим контактом покупця з торговою площею, тому вона повинна бути привітною та привабливою. Тут розташовуються вітрини, що демонструють актуальні пропозиції та нові колекції. Вхідна зона повинна забезпечувати легкий доступ до основних торгових зон і сприяти плавному потоку клієнтів всередину магазину.

Основна торговельна зона, де розміщуються стелажі з одягом, повинна бути добре організованою та інтуїтивно зрозумілою. Використання мобільних стелажів дозволяє легко змінювати планування простору в залежності від потреб і сезонних змін асортименту. Важливо забезпечити достатню ширину проходів між стелажми, щоб клієнти могли комфортно пересуватися та розглядати товари.

Примірочні кімнати є невід'ємною частиною магазину одягу. Вони повинні бути розташовані в легкодоступних місцях, бажано в центрі або в задній частині магазину, щоб клієнти могли легко знайти їх, але при цьому не перешкоджали потоку відвідувачів. Примірочні повинні бути просторими, обладнаними дзеркалами, гачками для одягу та зручними сидіннями. Важливим елементом є також освітлення: воно повинно бути м'яким і природним, щоб клієнти могли об'єктивно оцінити, як одяг виглядає на них.

Зона кас повинна бути добре видимою і легко доступною з будь-якої частини магазину. Важливо забезпечити достатню кількість касових апаратів, щоб уникнути черг і забезпечити швидке обслуговування клієнтів. Крім того, зона кас може бути використана для розміщення додаткових товарів, таких як аксесуари, косметика або подарункові сертифікати, що стимулюють імпульсні покупки.

Важливу роль у зонуванні магазину грають також технологічні рішення, такі як інтерактивні дисплеї та цифрові вітрини. Вони дозволяють

демонструвати відеоролики з модних показів, інформацію про нові колекції та акції. Інтерактивні дзеркала в примірочних кімнатах можуть надавати клієнтам можливість побачити, як виглядають різні варіанти одягу, не виходячи з примірочної. Це не лише покращує зручність для клієнтів, але й стимулює покупки.

Системи управління запасами та RFID-технології дозволяють ефективно відстежувати наявність товарів на складах і в торгових залах. Це допомагає уникнути ситуацій, коли потрібний товар відсутній на полиці, і забезпечує швидке поповнення запасів. Автоматизовані системи обліку та продажів дозволяють менеджерам магазину отримувати актуальну інформацію про продажі, популярність товарів і поведінку покупців, що допомагає приймати обґрунтовані рішення щодо оптимізації асортименту та маркетингових стратегій.

Магазин жіночого одягу та аксесуарів класифікується як громадське будівля. Для такого типу приміщення, відповідно до [15], необхідно враховувати наступні нормативні вимоги:

- Висота приміщень повинна бути не менше ніж вказано у пункті 11, що гарантує достатнє просторове відчуття та комфорт для відвідувачів;
- Системи водопостачання та каналізації мають бути спроектовані та встановлені згідно з вимогами пункту 13, щоб забезпечити надійність та гігієнічність умов;
- Опалення, вентиляція та кондиціонування повітря повинні бути організовані відповідно до пункту 13, що важливо для підтримання комфортного клімату в приміщенні;
- Освітлення в магазині має відповідати стандартам, визначеним у пункті 18, забезпечуючи адекватне і рівномірне освітлення всіх торгових зон.

Розташування магазину повинно бути вибране з урахуванням легкості доступу для відвідувачів, а також забезпечувати високий рівень видимості і доступності магазину.

Загальна площа магазину має бути розподілена таким чином, щоб ефективно розмістити всі необхідні функціональні зони, забезпечуючи при цьому комфорт та легкість пересування для покупців та персоналу. Важливо дотримуватися стандартів ергономіки та забезпечити адекватний простір для кожної зони.

Вхідна зона магазину відіграє ключову роль у формуванні першого враження відвідувачів. Згідно з пунктом 18 [2], освітлення вхідної зони повинно бути достатньо яскравим, щоб привертати увагу, але при цьому комфортним для очей. Дизайн повинен відображати стиль та концепцію бренду, бути візуально привабливим та легко впізнаваним. Важливо забезпечити безперешкодний доступ для всіх категорій відвідувачів, включаючи осіб з обмеженими можливостями, відповідно до вимог пункту 29 [6].

Вітрина магазину є важливим елементом, що сприяє залученню покупців. Вона має бути оформлена так, щоб ефективно демонструвати основні товари та акції, водночас створюючи привабливий візуальний образ. Освітлення та розміщення товарів у вітрині мають відповідати вимогам, що передбачають адекватне освітлення для підкреслення кольорів і текстур продукції. Регулярне оновлення вітрини відповідно до сезонних трендів та акцій є ключовим аспектом для підтримки інтересу та уваги покупців.

Торговий зал є центральним елементом магазину, де покупці проводять більшу частину часу. Ефективне розміщення торгових зон вимагає чіткого зонування та організації простору. Відповідно до [4], висота приміщень повинна бути достатня для створення відчуття простору та комфорту. Освітлення в торговому залі повинно забезпечувати якісне візуальне сприйняття товарів, не створюючи при цьому дискомфорту для відвідувачів.

Підхід до виставлення товару повинен включати використання сучасних технік візуального мерчендайзингу. Оформлення має бути зроблене таким чином, щоб воно сприяло легкій орієнтації покупців у магазині, демонструвало асортимент та спеціальні пропозиції. Важливо враховувати

ергономіку та доступність розміщення товарів, а також забезпечити достатній простір для комфортного пересування між стендами. Ефективне використання світла, кольору та декорацій допоможе привернути увагу до певних товарів та підвищити їх привабливість.

В цілому, організація торгового залу має бути спрямована на створення зручного, привабливого та інтуїтивно зрозумілого простору для покупців, що сприяє ефективному вибору та покупці товарів.

Примірочні є важливою складовою магазину жіночого одягу та аксесуарів, надаючи покупцям необхідну приватність для примірки та оцінки виробів. Ідеальне розташування примірочних передбачає їх легку доступність з основного торговельного простору, але при цьому забезпечує достатній рівень приватності та комфорту. Згідно з [15], розміри примірочних повинні бути достатніми для забезпечення комфортного перебування, з можливістю легкого руху та переодягання. Важливо також обладнати примірочні якісними дзеркалами, місцями для сидіння та достатньою кількістю гачків або вішаків для одягу.

Забезпечення комфорту та приватності в примірочних є ключовим для задоволення покупців [18]. Освітлення має бути адекватним та рівномірним, щоб покупці могли правильно оцінити колір та фактуру тканини. Використання якісних матеріалів для обшивки примірочних сприяє створенню затишного та естетичного вигляду. Приватність можна забезпечити за допомогою надійних замків на дверях або занавісок, а також конструкцією, що запобігає випадковому вигляду з-під дверей або через щілини. У цілому, дизайн примірочних повинен сприяти створенню приємного враження, що мотивує клієнтів до довготривалого перебування у магазині та стимулює купівельну активність.

Касова зона має ключове значення для забезпечення ефективного процесу покупки. Вона повинна бути легко доступною та видимою з усіх частин магазину, але при цьому не заважати загальному руху покупців. Це вимагає ретельного планування розташування каси відповідно [21], де

зазначено важливість ергономічного простору та зонування в громадських приміщеннях. Також важливо мати достатньо простору для черги, що не повинно створювати перешкод для інших відвідувачів.

Ергономіка касової зони має велике значення для забезпечення комфортної та продуктивної роботи персоналу. Освітлення в касовій зоні повинно бути адекватним, щоб сприяти зручності та ефективності роботи касирів, а також комфорту покупців/ Важливо також забезпечити наявність достатньої кількості кас для уникнення довгих черг, особливо в пікові години, та використовувати сучасні технології для підвищення ефективності процесу оплати.

Крім того, касова зона повинна бути обладнана зонами для пакування покупок, що дозволить персоналу ефективно обробляти товари та швидко надавати покупцям їхні покупки. Естетичне оформлення касової зони також має значення, оскільки воно допомагає підтримувати позитивний образ бренду та загальну атмосферу магазину.

Ефективне розміщення та організація складських приміщень є критично важливими для забезпечення плавності роботи магазину жіночого одягу та аксесуарів. Складські приміщення повинні бути розташовані так, щоб забезпечувати легкий доступ для персоналу для швидкого поповнення товарів у торговому залі. Важливо, щоб з огляду на ефективне використання простору та ергономіку. Достатній простір для зберігання та сортування товарів є важливим для підтримки асортименту та підготовки товарів до виставлення.

Логістичне планування складських приміщень має забезпечувати легкий доступ до товарів і їхню швидку доставку в торговий зал. Це може включати в себе наявність спеціальних транспортних коридорів та ліфтів для товарів. Ефективна система управління запасами, яка може включати баркодування та електронні системи управління, є важливою для точного відстеження та управління товарними запасами. Ці системи повинні бути інтегровані для забезпечення ефективності та точності у роботі з товаром.

У цілому, складські приміщення в магазині жіночого одягу та аксесуарів мають бути ретельно сплановані, забезпечуючи ефективність, безпеку та гнучкість у управлінні товарними запасами. Важливо також забезпечити легкий доступ для персоналу, зручність у роботі та оптимальне використання доступного простору.

Адміністративні приміщення у магазині жіночого одягу та аксесуарів відіграють важливу роль у ефективному управлінні та організації роботи магазину. Ці приміщення повинні бути достатньо просторими для зручності роботи керівництва та адміністративного персоналу, що стосується планування робочих місць та офісних просторів. Важливо обладнати офіси менеджерів, зони для зборів та нарад, а також забезпечити необхідні технічні засоби, такі як комп'ютери, принтери та інші офісні прилади, для ефективного управління та координації роботи магазину.

Зони відпочинку для персоналу є критично важливими для забезпечення комфорту працівників та підтримки їхньої продуктивності. Ці приміщення мають бути обладнані зручними меблями, обідньою зоною та міні-кухнею для приготування їжі. Важливою є також наявність роздягалень та санвузлів з усіма необхідними засобами гігієни. Зони для персоналу мають бути пристосовані для забезпечення гігієнічних потреб працівників [22].

Окремо, зони відпочинку для відвідувачів дозволяють покупцям розслабитися під час покупок, сприяючи збільшенню часу, який вони проводять у магазині. Ці зони можуть включати комфортні крісла або дивани, журнальні столики, а також доступ до Wi-Fi. Оформлення цих просторів повинно бути узгоджено з загальним дизайном інтер'єру магазину, створюючи приємну та затишну атмосферу для відвідувачів.

В магазині жіночого одягу та аксесуарів безпека є ключовим елементом, що впливає на довіру та комфорт покупців. Ключові аспекти безпеки включають:

Сучасні, ефективні системи відеоспостереження не тільки допомагають у запобіганні крадіжкам, але й створюють додатковий рівень безпеки. Їх

розміщення та робота повинні відповідати вимогам з протипожежної безпеки та систем контролю доступу.

Обов'язковою є наявності датчиків диму, вогнегасників та чітко визначених аварійних виходів, так як це гарантує оперативне реагування на випадок пожежі.

Обмежений доступ до складських та адміністративних зон забезпечує захист товарів та конфіденційної інформації.

Інклюзивність та рівність – основні принципи сучасного дизайну магазину:

Пандуси та підйомники забезпечують легкий доступ для осіб на візках, що сприяє доступності для маломобільних груп населення.

Широкі проходи дозволяють зручне пересування з візками або ходунками, забезпечуючи комфортне середовище для всіх відвідувачів.

Адаптовані примірочні, просторі, з особливими пристосуваннями для забезпечення зручності осіб з обмеженими можливостями.

Приземлені касові зони є важливим аспектом обслуговування людей з обмеженими можливостями. Касові зони, адаптовані для обслуговування осіб на візках, допомагають уникнути дискримінації та забезпечують рівні умови обслуговування.

Інформаційні знаки та покажчики з тактильним шрифтом Брайля сприяють орієнтації осіб з вадами зору.

Забезпечення безпеки та доступності в магазині не лише підвищує рівень комфорту та безпеки для всіх відвідувачів, але й демонструє сучасні стандарти та цінності бренду, відповідаючи суспільним вимогам інклюзивності та рівноправності.

Загалом, технологічні рішення та прийоми зонування в магазинах жіночого одягу спрямовані на створення зручного, функціонального та привабливого простору, що сприяє комфортному шопінгу та стимулює продажі. Використання сучасних технологій у поєднанні з продуманим

зонуванням дозволяє створити ефективне торгове середовище, яке задовольняє потреби як клієнтів, так і працівників магазину.

1.3 Вимоги до меблювання, освітлення та озеленення інтер'єрів магазинів жіночого одягу та аксесуарів

Організація та дизайн основних приміщень магазину жіночого одягу та аксесуарів відіграють фундаментальну роль у створенні ефективного та привабливого торгового простору. Кожен елемент інтер'єру повинен бути ретельно спланований, щоб забезпечити не тільки естетичну привабливість, але й функціональність, яка відповідає потребам як покупців, так і персоналу. Цей розділ надає детальний огляд ключових приміщень магазину, визначаючи специфічні вимоги та рекомендації для оптимізації кожного простору - від торгового залу до складських приміщень [23].

Ключові аспекти, такі як ергономіка, безпека, доступність та естетика, є визначальними у створенні привабливого та ефективного торгового середовища. Враховуючи ці аспекти, розділ розглядає специфічні потреби і вимоги до основних приміщень, що включають торговий зал, примірочні, касову зону та складські приміщення, з акцентом на їх важливість для загального успіху магазину.

Торговий зал є ключовою частиною будь-якого магазину жіночого одягу та аксесуарів, оскільки саме тут покупці оцінюють та вибирають товари. Розглянемо декілька важливих аспектів, що впливають на ефективність торгового залу, та подамо приклади відомих магазинів, які успішно реалізують ці аспекти.

Дизайн та оформлення є однією із найголовніших умов успішного бізнесу. Сучасний та привабливий дизайн торгового залу не тільки сприяє залученню клієнтів, але й допомагає їм легше знаходити потрібні товари. Наприклад, магазини бренду Zara відомі своїм мінімалістичним, але елегантним дизайном. Їх простір організовано таким чином, що він виглядає

відкритим та просторим, а товари розміщені за категоріями, що полегшує пошук [22].

Легкість пересування та доступність різних товарних груп є важливими для забезпечення комфорту всіх категорій покупців. Магазины H&M, наприклад, мають чітко визначені доріжки та достатньо простору між стендами, що робить шопінг зручним для всіх відвідувачів, включаючи тих, хто використовує візки чи має інші особливі потреби.

Ефективне освітлення не тільки підкреслює товари, але й створює затишну атмосферу, яка може стимулювати покупки. Бренд Anthropologie використовує в своїх магазинах тепле, природне освітлення та світильники, які створюють відчуття домашнього затишку та комфорту, підкреслюючи кожен товар особливим чином [24].

Сучасні технології, такі як інтерактивні екрани чи мобільні додатки, можуть покращити досвід покупців у торговому залі. Наприклад, магазини Nike використовують інтерактивні екрани для демонстрації продуктів та надання додаткової інформації, що робить процес вибору товарів більш інформативним та захоплюючим [26].

Гнучкість у плануванні торгового простору також важлива. Магазины, такі як Uniqlo, часто реорганізують свої торгові зони, враховуючи сезонність та актуальні тренди, що дозволяє зберігати інтерес покупців та надавати актуальні товари [27].

Примірочні у магазинах жіночого одягу та аксесуарів відіграють ключову роль у забезпеченні комфорту та приватності покупців. Останнім часом багато брендів інвестують у високотехнологічні примірочні, що підвищує якість обслуговування та задоволення покупців. Розглянемо декілька прикладів інноваційних підходів у дизайні примірочних:

Zara використовує технологічні примірочні У своїх флагманських магазинах Zara використовує інтерактивні планшети, які дозволяють клієнтам легко запитувати інші розміри та кольори продуктів. Це «фігітальне» (фізичне + цифрове) простір також забезпечує перевагу у вигляді потенційно коротших

черг та можливості шукати продукти онлайн у реальному часі, перебуваючи у примірочній.

Savage X Fenty використовує віртуальні примірочні. Співпрацюючи з Fit:Match, бренд Savage X Fenty Ріани ввів у вжиток віртуальні примірочні, які використовують передові технології, такі як AR сканування тіла, комп'ютерний зір та штучний інтелект. Ця технологія дозволяє сканувати розміри грудей та під грудьми покупців, надаючи персональні рекомендації щодо продуктів для покупки онлайн. Цей персоналізований досвід забезпечує позитивну взаємодію для споживачів та сприяє збільшенню лояльності клієнтів [27].

Amazon використовує «Розумні» примірочні. Онлайн-рітейлер Amazon, розширюючи свою фізичну присутність у роздрібній торгівлі одягом, ввів у вжиток 'розумні' примірочні. Клієнти входять у магазин, де виставлено лише один зразок кожного товару з QR-кодом. Скануючи QR-код, вони можуть легко додати товар до свого цифрового кошика та зарезервувати місце у примірочній для перегляду та примірки. Також клієнти можуть ділитися своїми перевагами щодо стилю та розмірів, отримуючи персоналізовані рекомендації продуктів.

Nike має майбутнє фітнесу у примірочних. У співпраці з рекламною продакшн-компанією Unit9, Nike експериментував з іммерсивними (занурюючими) примірочними у своїх магазинах у Парижі та Лондоні. Активація включала використання майбутніх дзеркал, які дозволяють споживачам імітувати дихальні та рухові вправи, допомагаючи їм зрозуміти, як повинен сидіти одяг та яка його функціональність. Після цієї взаємодії споживачі отримували відгуки про те, як ідеально повинен сидіти одяг, а також рекомендації щодо розмірів.

Ці приклади показують, як інновації у дизайні примірочних можуть підвищити задоволеність покупців, забезпечуючи більш персоналізований та комфортний досвід покупок.

Касова зона є ключовою для завершення процесу покупки в магазинах жіночого одягу та аксесуарів. Сучасні тенденції включають впровадження інноваційних технологій для покращення досвіду покупців та оптимізації процесу оплати. Розглянемо декілька прикладів:

Apple використовує мобільні системи оплати. Apple оснастила своїх співробітників мобільними системами оплати, що дозволяє клієнтам оплачувати покупки без необхідності стояти в черзі.

Amazon Go має відсутність традиційної каси. Amazon Go представляє собою магазин, де немає традиційної касової зони. Клієнти використовують додаток для входу в магазин, беруть потрібні продукти та просто виходять, а технологія автоматично фіксує покупки та здійснює оплату через обліковий запис Amazon.

Walmart мобільний скан & оплата впровадив систему «мобільний скан і оплата», яка дозволяє клієнтам сканувати товари в магазині через додаток та оплачувати їх, не стоячи в черзі до каси.

McDonald's використовує самообслуговування і торк-екрани. Ресторани швидкого харчування, такі як McDonald's, використовують торк-екрани для самообслуговування, що дозволяє клієнтам замовляти та оплачувати без очікування в черзі.

Складські приміщення в магазинах жіночого одягу та аксесуарів мають вирішальне значення для ефективного функціонування бізнесу. Вони не тільки забезпечують зберігання товарів, але й впливають на швидкість обслуговування клієнтів та загальну ефективність роботи магазину.

Розглянемо конкретні приклади:

1. Nordstrom - Відомий американський рітейлер Nordstrom використовує передові технології для оптимізації управління своїми складськими приміщеннями. Вони інтегрували системи RFID для відстеження товарів, що дозволяє швидко знаходити та переміщувати товари між складом і торговим залом. Така система знижує час на обробку замовлень і підвищує задоволеність клієнтів;

2. Zalando - Європейський онлайн-рітейлер Zalando впровадив автоматизовані складські системи, які включають роботизоване сортування та пакування. Це забезпечує високу швидкість обробки замовлень і знижує помилки в підборі товарів;

3. Stitch Fix - Компанія, яка спеціалізується на персоналізованих підборах одягу, використовує дані та аналітику для оптимізації складського простору та управління запасами. Вони аналізують попит на різні види одягу та аксесуарів, щоб ефективно управляти запасами та пропонувати клієнтам саме те, що їм потрібно.

Ключові елементи ефективного складського простору:

1. Використання автоматизованих систем зберігання та пікінгу значно підвищує ефективність складських операцій. Важливо впровадити технології, які забезпечують точне відстеження та швидке переміщення товарів;

2. Розробка ефективного логістичного плану, який забезпечує оптимальне розташування товарів у складському просторі, є ключовим для зниження часу на обробку замовлень і підвищення задоволеності клієнтів;

3. Склад має бути гнучким, адаптованим до сезонних коливань попиту та здатним швидко масштабуватися відповідно до змін у бізнес-моделі;

Ефективне управління складом вимагає тісної інтеграції з торговим залом, відділом закупівель, та іншими функціональними відділами для забезпечення злагодженої роботи всього бізнесу.

Отже, вимоги до меблювання, освітлення та озеленення інтер'єрів магазинів жіночого одягу базуються на принципах функціональності, естетичної привабливості та комфорту. Грамотно підібрані та розташовані меблі, продумане освітлення і вдало інтегроване озеленення створюють гармонійний і привабливий простір, що сприяє позитивному досвіду покупок та підвищенню продажів.

1.4 Інклюзивність просторів магазинів жіночого одягу та аксесуарів

У сучасному світі інклюзивність стає ключовим елементом успіху в бізнесі, особливо в індустрії моди та роздрібної торгівлі. Інклюзивність в магазинах жіночого одягу та аксесуарів охоплює не лише розширення асортименту товарів для задоволення потреб ширшого спектру клієнтів, але й створення простору, де кожен відчуває себе вітаємо та цінуємо. Цей підхід сприяє не тільки підвищенню задоволеності клієнтів, але й позитивно впливає на репутацію бренду та його фінансові показники.

У цьому розділі ми детально розглянемо, як різні аспекти інклюзивності можуть бути інтегровані в магазини жіночого одягу та аксесуарів. Ми розглянемо різноманітність підходів та стратегій, які включають адаптацію фізичного простору, дизайн торгового залу, асортимент продукції, інклюзивний маркетинг, технологічні інновації, а також підходи до навчання персоналу та зворотного зв'язку з клієнтами. Цей комплексний погляд допоможе створити магазин, який не просто відповідає сучасним вимогам ринку, але й виступає прикладом для наслідування у сфері роздрібної торгівлі.

У сучасному глобалізованому світі, де різноманіття стає все більш важливим елементом суспільства, інклюзивність в роздрібній торгівлі набуває нового значення. Інклюзивність у цьому контексті означає створення магазину, який вітає та обслуговує клієнтів усіх форм, розмірів, віку, статі, етнічної приналежності та фізичних можливостей. Це включає в себе не тільки фізичну доступність та різноманітність асортименту, але й культурну чутливість, представлення різноманіття в рекламі та маркетингу, а також врахування індивідуальних потреб кожного клієнта.

Цей підхід не просто відображає сучасні тенденції та суспільні зміни, але й сприяє створенню інклюзивної культури, яка відкриває двері для ширшого кола споживачів. В роздрібній торгівлі жіночого одягу та аксесуарів,

це може означати відмову від традиційних стандартів краси на користь більш реалістичного та всеосяжного представлення жіночого тіла.

Основні аспекти інклюзивності включають:

1. Розмаїтість розмірів та стилів, що дає можливість пропонування широкого асортименту розмірів та стилів, щоб задовольнити потреби різних груп клієнтів;
2. Доступність та зручність простору, врахування потреб людей з обмеженими фізичними можливостями, таких як наявність пандусів, широких проходів, та спеціально обладнаних примірочних;
3. Інклюзивний маркетинг та реклама, а також використання маркетингових матеріалів, які відображають різноманіття клієнтської бази, та створення рекламних кампаній, які звертаються до широкого кола людей;
4. Технології та цифрові інновації, а саме: впровадження інноваційних технологічних рішень, таких як віртуальні примірочні або інтерактивні каталоги, для підвищення доступності та зручності покупок;
5. Навчання персоналу та сервіс, що дає змогу підвищити обізнаність та навчання персоналу щодо інклюзивного обслуговування, а також створення атмосфери вітання та розуміння потреб усіх клієнтів.

Фізичний доступ до магазину жіночого одягу та аксесуарів відіграє ключову роль у створенні інклюзивного досвіду для всіх клієнтів. В сучасному роздрібному світі, де комфорт і доступність стають важливішими ніж коли-небудь, забезпечення фізичного доступу є не тільки проявом соціальної відповідальності, але й ефективною бізнес-стратегією.

Основний аспект фізичного доступу такий як безбар'єрний доступ, що забезпечує наявність пандусів та автоматичних дверей спрощує доступ до магазину для людей на візках, батьків з дитячими візочками, а також для осіб з тимчасовими обмеженнями руху. Проходи між стелажми та вітринами повинні бути достатньо широкі для зручного проходу візків і для забезпечення комфорту всіх відвідувачів. Чітка сигналізація та інформаційні таблички допомагають легше орієнтуватися у магазині, вказуючи на примірочні, каси та

інші важливі зони. Наявність просторих та обладнаних відповідно санвузлів є важливою частиною створення комфортного досвіду для всіх клієнтів. Наявність зон для відпочинку з комфортними сидіннями дозволяє клієнтам відпочити під час покупок, особливо важливо для людей похилого віку або з обмеженою витривалістю.

Ці елементи не тільки забезпечують комфорт і доступність, але й підкреслюють репутацію магазину як місця, що цінує різноманітність та інклюзивність. Вони допомагають створити позитивне враження про бренд та сприяють залученню більшої кількості клієнтів, що в свою чергу сприяє зростанню бізнесу.

Підходи до створення інклюзивного внутрішнього простору в магазинах жіночого одягу та аксесуарів не лише відповідають на потреби різноманітних груп клієнтів, але й вносять значний вклад у загальний досвід покупців. Розглянемо декілька ключових аспектів:

Нейрорізноманітний дизайн включає в себе створення простору, який враховує різноманітність способів, якими люди сприймають своє оточення. Наприклад, магазин Sephora використовує кошики з кольоровими кодами, які дозволяють клієнтам вказати, чи вони хочуть отримувати допомогу або воліють покупки без сторонньої участі, тим самим уникнувши стресу під час покупок [26].

Цифрові та акустичні рішення, а саме: інтеграція технологій, таких як інформаційні кіоски або пристосування примірочних, може значно підвищити доступність простору. Наприклад, передзамовлення одягу для примірки та індивідуальне налаштування освітлення чи музики у примірочних забезпечують комфортніше та персоналізованіше шопінг-досвід. Акустичні рішення, такі як використання шумопоглинаючих матеріалів, також важливі для створення спокійного середовища [19].

Вейфайндінг та інклюзивні планування такі як: орієнтири та знаки, які використовують іконографію замість тексту, можуть полегшити орієнтування у магазині для людей, для яких англійська не є рідною мовою, або для тих, хто

має дислексію. Оприлюднення карт магазинів в Інтернеті також допомагає клієнтам планувати свої покупки заздалегідь, сприяючи більш ефективним та комфортним відвідуванням [21].

Ці підходи не лише забезпечують фізичну доступність простору, але й створюють середовище, де кожен клієнт відчуває себе зрозумілим та цінним. Врахування цих аспектів може зробити магазин не тільки більш доступним, але й привабливим для ширшого кола покупців. Ці інновації та інклюзивні стратегії не лише поліпшують загальний досвід покупок, але й відображають зобов'язання бренду до створення відкритого, гостинного середовища для всіх. В кінцевому підсумку, це сприяє позитивному враженню про магазин та підвищує лояльність клієнтів.

Інклюзивність у підборі асортименту в магазинах жіночого одягу та аксесуарів вимагає уважного ставлення до різноманітності потреб та переваг клієнтів. Важливо створити такий вибір одягу, який задовольняє різні вимоги, від розмірів до функціональності.

Приклади інклюзивних магазинів:

1. Universal Standard є брендом, що пропонує широкий спектр розмірів від 00 до 40, створюючи модний та якісний одяг для всіх людей, підтримуючи ідеї позитивного ставлення до тіла та інклюзивності.

2. TomboyX - бренд, що спеціалізується на створенні зручного та гендерно нейтрального одягу для дому і нижньої білизни. Їх продукція розрахована на різні розміри та типи тіл, забезпечуючи комфорт і стиль для кожного.

3. Zappos Adaptive - онлайн магазин, що зосереджений на одязі та взутті для людей з особливими потребами чи інвалідністю. Вони пропонують адаптивний одяг, взуття та аксесуари, які легко надягати та зручні у носінні, враховуючи конкретні виклики з рухливістю чи чутливістю.

При створенні інклюзивного асортименту в магазині жіночого одягу та аксесуарів, важливо зосередитися на кількох ключових принципах:

- Включення широкого спектру розмірів, від найменших до найбільших, є критично важливим для задоволення потреб різних типів фігур. Це демонструє зобов'язання бренду враховувати й вітати всіх клієнтів;
- Пропонування одягу, що адаптований для людей з інвалідністю чи особливими потребами, наприклад, з магнітними застібками або з легкодоступними відкриттями, забезпечує комфорт та зручність для більш широкого кола споживачів;
- Інклюзивний маркетинг, а саме: використання різноманітних моделей у рекламних матеріалах, які відображають різноманітність віку, етнічності, типів тіла та здатностей, допомагає клієнтам відчувати себе представленими та включеними;
- Доступне ціноутворення, що забезпечує пропонування товарів у різних цінових категоріях забезпечує доступність магазину для клієнтів з різними бюджетами, роблячи моду доступною для всіх;
- Фізична та цифрова доступність така як забезпечення фізичного доступу до магазину, а також використання цифрових платформ для представлення товарів, спрощує процес вибору та покупки для всіх клієнтів.

Інтеграція цих практик дозволить створити більш інклюзивний магазин, який вітає різноманітність та сприяє створенню позитивного досвіду для кожного клієнта.

Інклюзивний маркетинг в магазині жіночого одягу та аксесуарів вимагає створення кампаній, які відображають різноманітність та унікальність аудиторії. Це означає інтеграцію різних груп споживачів у рекламні матеріали, а також розробку продуктів, які відповідають потребам широкого кола клієнтів.

Виклики інклюзивного маркетингу:

Одним з великих викликів інклюзивного маркетингу в моді є дискримінація на основі вірувань або зовнішності. Згідно з дослідженням All-Party Parliamentary Group for Textiles and Fashion, 68% людей у модній індустрії

стикалися або були свідками дискримінації. Це підкреслює необхідність різноманітності та інклюзивності у модній індустрії [16].

Представлення різноманітності в медіа показує, що згідно з опитуванням, 94,4% респондентів вважають важливим бачити тіла, схожі на свої, у медіа. Це підкреслює великий попит на більш різноманітне представлення в маркетингу одягу.

Рекомендації для інклюзивного маркетингу:

Реалістичне представлення вказує, що марки повинні використовувати різноманітних моделей різних вікових груп, розмірів та етнічних груп для показу своїх колекцій, а також задавати питання про комфорт, безпеку, цінність та щастя моделей.

Співпраця з групами, які традиційно не представлені в моді, може допомогти інтегрувати їхні ідеї у дизайн та залучити їх до процесу створення моди.

Проведення курсів та тренінгів для команд маркетингу та дизайну, щоб підвищити обізнаність щодо різноманітності та інклюзивності, може сприяти створенню більш різноманітних та інклюзивних кампаній.

Застосування цих підходів допоможе створити інклюзивний маркетинг, що не тільки підвищує репутацію бренду, але й сприяє створенню більш гармонійного та включного ринку моди, де кожен клієнт відчуває себе представленим та цінним. Такий підхід не лише відповідає на сучасні соціальні вимоги, але й відкриває нові можливості для розвитку брендів, розширюючи їхню аудиторію та покращуючи зв'язок з клієнтами на більш особистому рівні.

У сфері роздрібної торгівлі жіночим одягом та аксесуарами, технології та інновації відіграють ключову роль у розширенні можливостей для всіх клієнтів, незалежно від їхніх фізичних здібностей чи особливостей. Сучасні технології дозволяють створити більш доступний, комфортний та персоналізований досвід покупок, що є фундаментальним для розвитку інклюзивності.

Інноваційні технологічні рішення:

Віртуальні примірочні, що дають змогу використання доповненої реальності для створення віртуальних примірочних, де клієнти можуть приміряти одяг віртуально, що особливо корисно для людей з обмеженими можливостями чи тих, хто відчуває дискомфорт у традиційних примірочних;

Персоналізовані рекомендації, наприклад, розробка алгоритмів, які враховують індивідуальні переваги та розміри клієнтів, допомагає їм знаходити ідеальні варіанти одягу без зайвого стресу;

Підтримка доступності для інвалідів, а саме: реалізація технологічних рішень, які спрощують покупки для людей з інвалідністю, наприклад, використання голосових команд або спеціалізованих пристроїв для навігації по магазину;

Цифрові платформи для комунікації дають змогу використання мобільних додатків та інших цифрових платформ, що дозволяють клієнтам здійснювати покупки онлайн, переглядати відгуки та отримувати індивідуальні консультації.

Приклади застосування:

- Gucci та Aiga. Gucci співпрацював з сервісом Aiga для надання візуальної інтерпретаційної підтримки, щоб зробити покупки більш доступними для людей з інвалідністю. Ця ініціатива показує, як висококласні бренди можуть використовувати технології для розширення доступності та покращення досвіду покупців [8].

Ці інновації сприяють не тільки кращому досвіду покупок для людей з різними потребами, але й створюють більш зручне та ефективне середовище для всіх клієнтів. Вони дозволяють магазинам пропонувати персоналізований підхід, який відображає індивідуальність кожного покупця і сприяє позитивному сприйняттю бренду.

Подальші кроки для інтеграції технологій:

Інвестиції в новітні технології є важливою складовою розвитку бренду-початківця. Брендам важливо інвестувати в новітні технології, що підтримують інклюзивність, та адаптувати їх під потреби своїх клієнтів.

Навчання персоналу і ефективне використання технологій також залежить від цього фактору. Щоб персонал міг допомагати клієнтам з різними потребами та використовувати ці технології для покращення досвіду покупок.

Моніторинг ефективності впроваджених технологічних рішень та збір відгуків від клієнтів дозволить брендам постійно вдосконалювати свої практики та адаптуватися до змінюваних потреб покупців.

Застосування цих стратегій може трансформувати традиційний досвід покупок у більш інклюзивний, ефективний та задовільний для всіх клієнтів, відкриваючи нові можливості для розвитку і зростання роздрібних брендів у модній індустрії.

1.5 Художньо-композиційні рішення інтер'єру магазинів жіночого одягу та аксесуарів

Колір є одним із найсильніших інструментів у дизайні інтер'єру, який впливає на емоційний стан людини та візуальне сприйняття простору [9]. В даному інтер'єрі обрана кольорова палітра є зразком виваженого поєднання спокійних пастельних тонів з енергійними яскравими акцентами.

Фонові кольори простору, включаючи стіни та стелю, виконані в світлих теплих відтінках, які візуально розширюють простір та створюють спокійне тло для інших елементів дизайну. Ці кольори є ненав'язливими та універсальними, що дозволяє легко інтегрувати різні стилістики меблів та аксесуарів.

Акцентні кольори вносять в інтер'єр життя та динаміку. Виразна жовто-червона палітра картини, розташованої на стіні, стає фокусом уваги і відіграє ключову роль у визначенні настрою простору. Яскравий геометричний килим

підкреслює сучасний характер інтер'єру та доповнює картину, створюючи відчуття цілісності композиції.

Роль кольору у функціональному зонуванні також варто відзначити. Різні кольорові рішення в інтер'єрі можуть визначати або відокремлювати різні функціональні зони без фізичного поділу простору. Наприклад, колір може вказувати на місце для відпочинку або, навпаки, на робочу зону.

Теплота та холодність кольорів використовуються для створення потрібного емоційного настрою. Теплі відтінки вносять затишок і комфорт, тоді як холодні тони сприяють концентрації та зосередженості. В цьому інтер'єрі теплі кольори домінують, що робить простір запрошуючим та комфортним.

Мистецтво в інтер'єрі виконує більше, ніж просто декоративну функцію. Воно впливає на атмосферу простору, відображає індивідуальність власників та стає джерелом натхнення та емоційного резонансу для їхніх гостей.

Вплив художнього твору на сприйняття простору можна простежити через розміщену на стіні картину. Завдяки своїм розмірам, вона стає центральною візуальною точкою, навколо якої групуються інші елементи інтер'єру. Великий формат та яскравість забезпечують те, що вона привертає увагу, одразу ж встановлюючи художній контекст простору.

Емоційна взаємодія з художнім твором є ключовою для створення особистісного простору. Така картина може викликати різноманітні почуття, від спокою до захоплення, в залежності від того, що зображено та як це подано. В контексті цього інтер'єру, картина з яскравими, енергійними відтінками може створювати відчуття радості та натхнення.

Діалог між мистецтвом та дизайном є важливим аспектом композиції інтер'єру. У нашому випадку, картина відіграє роль візуального посередника, який зв'язує разом різні елементи простору — від кольорової схеми до стилю меблів. Вона впливає на вибір аксесуарів, текстилю та навіть освітлення, підкреслюючи їх характер та підсилюючи загальну тематику дизайну.

Художній твір як відображення культурних цінностей також може бути розглянутий. У сучасному дизайні інтер'єру мистецтво часто використовується для вираження певних ідей, історичних відсилань або культурних наративів. Це надає простору глибини та інтелектуального звучання.

Інтерактивність мистецтва в сучасному інтер'єрі може перевершувати традиційне розуміння картини як статичного об'єкта. Інтерактивні інсталяції, які змінюються під впливом світла або перегляду з різних ракурсів, вносять елемент динаміки та ігровості.

Обрання меблів для інтер'єру є рішенням, що значною мірою визначає як естетичну, так і функціональну цінність простору. У цьому сегменті ми зосередимось на аналізі меблів, що представлені у вибраному інтер'єрі, та їх впливі на загальну композицію простору.

Вибір меблів за формою та дизайном відображає сучасні тенденції зі стриманими лініями та геометричною простотою. Ці характеристики відіграють важливу роль у створенні відчуття порядку та організованості в просторі. Наприклад, лінійність залізної конструкції крісла та круглі форми столу створюють діалог між гострими та м'якими контурами, що є інтригуючим візуальним елементом.

Функціональна роль меблів в інтер'єрі перевищує їх основні призначення для сидіння чи зберігання. Вони слугують як візуальні орієнтири, що допомагають відокремлювати або об'єднувати різні зони в просторі. Додатково, обрання меблів із високою естетичною вартістю підсилює загальну концепцію дизайну та підкреслює відчуття унікальності інтер'єру.

Матеріали меблів також є важливим аспектом, який впливає на відчуття простору. Використання шкіри, металу, та полірованого каменю надає текстурну різноманітність та додає луксового відчуття в інтер'єр. Кожен матеріал вносить свій вклад в загальну палітру текстур та кольорів, що є в інтер'єрі.

Ергономіка меблів має бути розглянута не тільки з практичної точки зору, але й з точки зору їх внеску в загальну візуальну гармонію. Ергономічні форми покращують комфорт користувачів, а також сприяють візуальній привабливості та зручності простору.

Взаємодія меблів з іншими елементами інтер'єру, такими як освітлення, текстиль, та мистецтво, є вирішальною для створення цілісної обстановки. В даному інтер'єрі меблі вибрані таким чином, щоб доповнювати та підсилювати візуальний вплив інших компонентів, таких як картина на стіні та килим на підлозі.

1.6 Аналіз досвіду проєктування магазинів жіночого одягу та аксесуарів

Аналіз досвіду проєктування магазинів жіночого одягу та аксесуарів дозволяє виявити найефективніші практики та підходи, які сприяють створенню успішного торгового простору. Цей процес включає вивчення різних аспектів, таких як архітектурні рішення, інтер'єрний дизайн, використання сучасних технологій та маркетингових стратегій [20].

Одним із найважливіших аспектів проєктування магазинів жіночого одягу та аксесуарів є розуміння потреб та очікувань цільової аудиторії. Успішні проєкти завжди починаються з детального аналізу демографічних і поведінкових характеристик потенційних покупців. Це включає вивчення їхніх стилістичних вподобань, середнього рівня доходу, частоти покупок та інших факторів. Наприклад, магазини, що орієнтуються на молодих жінок, можуть використовувати яскраві кольори, сучасні меблі та інтерактивні елементи, тоді як магазини для більш зрілої аудиторії можуть вибирати класичний дизайн і спокійніші кольорові гами.

Архітектурні рішення відіграють ключову роль у створенні функціонального та привабливого торгового простору. Успішні проєкти зазвичай включають відкриті простори, які сприяють вільному пересуванню

клієнтів, і добре продумані маршрути, що ведуть до ключових зон магазину. Важливою складовою є також використання природного світла, яке не тільки економить енергію, але й створює приємну атмосферу.

Аналіз досвіду проєктування магазинів жіночого одягу на прикладі магазину Рарауа [25] дозволяє виявити успішні практики та підходи, що використовуються для створення естетично привабливого та функціонального торгового простору (див. рис. 1.1).



Рис. 1.1. Рарауа, Саксаганського 24, Україна, Київ

Інтер'єр магазину Рарауа вражає своєю простотою та елегантністю. Вхідна зона і торгові площі оформлені в мінімалістичному стилі, що дозволяє зосередити увагу клієнтів на товарах. Центральне місце займає сучасний оранжевий стіл з геометричними формами, який виступає як ключовий елемент дизайну, підкреслюючи бренд і створюючи враження ексклюзивності та індивідуальності.

Освітлення в магазині Рарауа ретельно продумане і багатофункціональне. Використання точкових світильників та вбудованих LED-світильників забезпечує рівномірне освітлення всього простору, що створює комфортні умови для покупок і підкреслює товари на полицях. Підсвічування полиць та акцентне освітлення надають інтер'єру динамічності та акцентують увагу на окремих продуктах.

Меблювання магазину відповідає принципам функціональності та естетичної привабливості. Відкриті стелажі та мінімалістичні вішалки дозволяють легко переглядати асортимент, забезпечуючи зручність для клієнтів.

Важливим елементом дизайну є використання дзеркал, що не лише функціонально, але й візуально розширює простір, створюючи відчуття відкритості та легкості. Це особливо актуально для примірочних кімнат, де дзеркала дозволяють клієнтам комфортно оцінювати свій зовнішній вигляд у новому одязі.

Розташування та дизайн касової зони в Рарауа підкреслюють важливість зручності та ефективності. Яскравий помаранчевий касовий стіл виступає як центральний елемент, що привертає увагу та легко знаходиться клієнтами. При цьому розташування каси забезпечує швидке та зручне обслуговування, мінімізуючи час очікування.

Досвід проєктування магазину Рарауа демонструє, як важливо враховувати всі деталі – від меблювання та освітлення до озеленення та організації простору. Вдало поєднані естетика та функціональність створюють унікальний інтер'єр, що сприяє привабливості магазину та позитивному

досвіду покупок. Важливим є також гармонійне поєднання брендової ідентичності та загального дизайну, що допомагає створити впізнаваний образ і підвищити лояльність клієнтів.

Аналіз досвіду проєктування магазинів жіночого одягу на прикладі магазину

Асе демонструє, як сучасний мінімалістичний підхід може створити стильний і функціональний торговий простір [26]. Магазин Асе вирізняється своїм унікальним дизайном, що поєднує промислові елементи з елегантністю і комфортом (рис. 1.2).

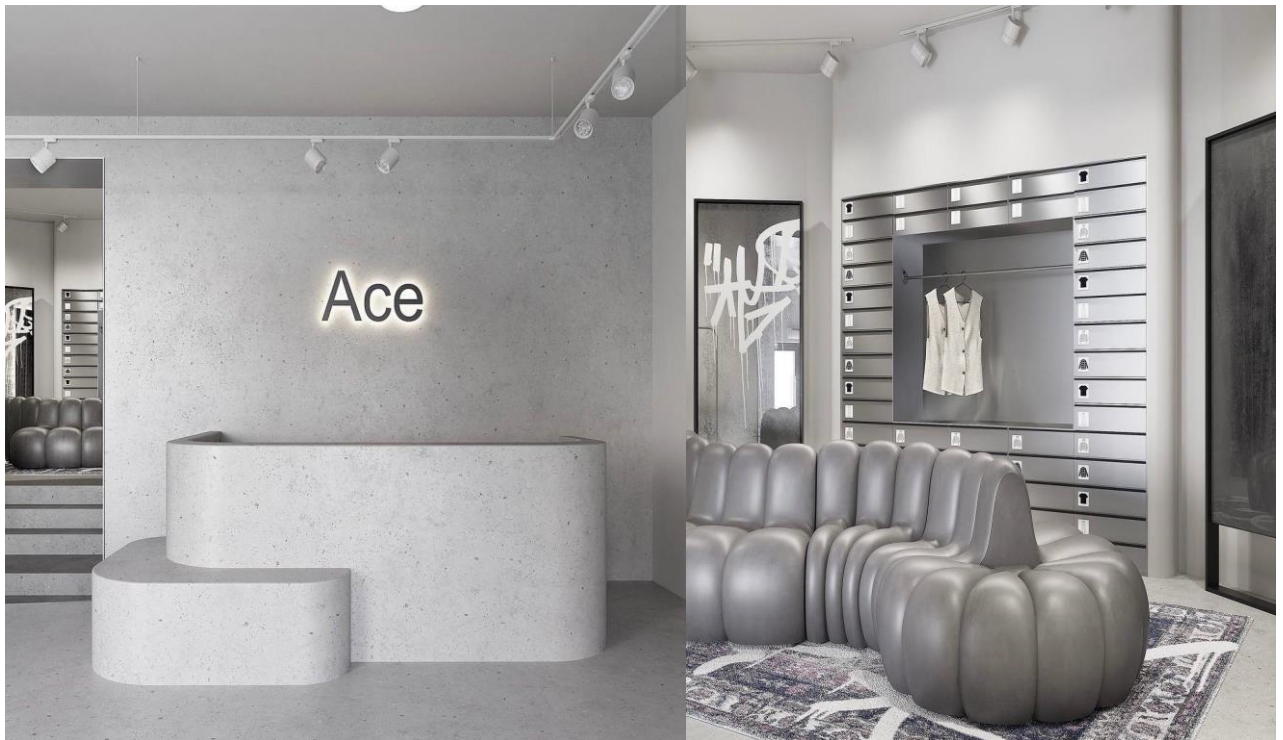


Рис. 1.2. Асе, Антоновича 22, Україна, Київ

Інтер'єр магазину оформлений у сучасному стилі з використанням простих геометричних форм та монохромної палітри кольорів. Основний акцент зроблено на чистоту ліній і мінімалізм. Відразу біля входу розташована зона ресепшену, де домінує велика бетонна стійка з м'якими округлими формами. Це надає простору відчуття монолітності та стабільності. Підсвічений логотип «Асе» на стіні додає елементу сучасності та створює привабливий візуальний акцент.

Основна торговельна зона оснащена оригінальними меблями, що відрізняються своєю незвичайною формою. Наприклад, великий сіро-

бетонний диван з плавними лініями створює зону відпочинку, яка виглядає як сучасний арт-об'єкт. Такий підхід до меблювання дозволяє не лише забезпечити комфорт для клієнтів, але й створити унікальний елемент дизайну, що запам'ятовується.

Полиця для демонстрації товарів оформлена у вигляді інтегрованої стіни зі вставками для одягу та аксесуарів. Це дозволяє раціонально використовувати простір і зосередити увагу клієнтів на представлених товарах. Сучасні рейкові системи з освітленням на стелі забезпечують рівномірне освітлення всього простору, що робить товари добре видимими і підкреслює їхні деталі.

Дизайн примірочних кімнат також враховує загальну концепцію мінімалізму та комфорту. Дзеркала великих розмірів, м'яке освітлення та простота оформлення дозволяють клієнтам комфортно приміряти одяг і отримати позитивні враження від перебування у магазині.

Озеленення в магазині Асе обмежене, що відповідає загальному мінімалістичному підходу. Проте в невеликих декоративних елементах можуть бути використані сучасні арт-інсталяції або вазони з рослинами, що додають приміщенню живої нотки та покращують загальний мікроклімат.

Важливим аспектом є також використання сучасних технологій, таких як інтерактивні дисплеї та системи управління запасами, що дозволяють оптимізувати процеси продажу та обслуговування клієнтів. Інтерактивні елементи можуть включати екрани, де демонструються відеоролики з модними показами або деталі про нові колекції, що додатково залучає клієнтів і підвищує рівень продажів.

Магазин Асе демонструє, як використання мінімалістичного дизайну, сучасних матеріалів і технологій може створити унікальний торговий простір, який відповідає вимогам сучасного ринку і забезпечує комфортні умови для клієнтів. Такий підхід дозволяє бренду виділитися на фоні конкурентів і створити позитивний клієнтський досвід, що є ключовим фактором успіху в роздрібній торгівлі одягом.

Аналіз досвіду проєктування магазинів жіночого одягу на прикладі магазину CHER 17 показує, як можна вдало поєднати сучасний дизайн, інноваційні матеріали та комфорт для створення привабливого торгового простору. Магазин CHER 17 демонструє елегантний і сучасний підхід до оформлення інтер'єру, що підкреслює ексклюзивність і стильність бренду (рис. 1.3) [26].



Рис. 1.3. CHER 17, вулиця Велика Васильківська, 12, Київ, Україна

Освітлення в магазині CHER 17 ретельно продумане для створення оптимальних умов для покупок. Використання сучасних LED-світильників забезпечує рівномірне освітлення всього простору, акцентуючи увагу на одязі та аксесуарах. Підсвічування стелажів та дзеркал додає інтер'єру сучасного вигляду і допомагає виділити окремі товари.

Магазин CHER 17 є прикладом того, як використання сучасних дизайнерських рішень, матеріалів високої якості та ретельно продуманого зонування може створити привабливий і функціональний торговий простір. Важливо, що інтер'єр магазину відображає ідентичність бренду, що допомагає створити унікальний образ і підвищити лояльність клієнтів. Цей досвід

проектування демонструє, що грамотне поєднання естетики та функціональності є ключовим фактором успіху у роздрібній торгівлі одягом.

Інтер'єр магазину MIU MIU оформлений у ніжних пастельних тонах, що створює відчуття легкості та елегантності (рис. 1.4). Домінуючий блакитний колір використовується у всіх елементах дизайну: від стін і підлоги до меблів та аксесуарів [23]. Така колірна гамма не лише додає простору спокою, але й підкреслює вишуканість представленого асортименту.



Рис. 1.4. MIU MIU, Paris Lafayette 40, Boulevard Haussmann, Galeries

Основна торговельна зона організована таким чином, щоб максимально ефективно використовувати простір і забезпечити зручний доступ до товарів. Вішалки для одягу розташовані вздовж стін, що дозволяє клієнтам легко переглядати колекції. В центрі залу розташовані острівні дисплеї з взуттям та аксесуарами, що додатково стимулює клієнтів до покупок. Використання дзеркал створює ілюзію простору, роблячи приміщення візуально більшим і більш світлим.

Зона кас розташована таким чином, щоб забезпечити зручний доступ для клієнтів та ефективне обслуговування. Сучасний дизайн касової стійки та використання підсвічування роблять цю зону привабливою і водночас функціональною. Це дозволяє мінімізувати час очікування та забезпечити високий рівень обслуговування клієнтів.

Магазин MІU MІU є яскравим прикладом того, як можна поєднати елегантність, комфорт і функціональність у дизайні торгового простору. Використання ніжних кольорів, високоякісних матеріалів та ретельно продуманого освітлення створює унікальний інтер'єр, що підкреслює індивідуальність бренду і забезпечує позитивний досвід покупок. Такий підхід до проєктування магазинів одягу дозволяє не лише привернути увагу клієнтів, але й підвищити їхню лояльність, що є ключовим фактором успіху в сучасній модній індустрії.

Висновки до розділу 1

Перший розділ дипломної роботи, присвячений проєктуванню інтер'єрів магазинів жіночого одягу та аксесуарів, розглядає ключові аспекти, що впливають на створення функціонального, привабливого та комфортного торгового простору. Аналіз нормативних вимог, технологічних рішень та прийомів зонування, вимог до меблювання, освітлення та озеленення, а також досвіду проєктування на прикладах відомих брендів, дозволяє зробити кілька важливих висновків.

Дотримання нормативних вимог є основою для успішного проєктування інтер'єру магазину. Вони забезпечують безпеку, функціональність та комфорт приміщення. Виконання будівельних норм і правил, правильне зонування простору, а також відповідність вимогам ергономіки сприяють створенню сприятливого середовища для покупок.

Використання сучасних технологічних рішень та прийомів зонування значно підвищує ефективність торгового простору. Інтерактивні дисплеї, RFID-технології, мобільні стелажі та системи управління запасами допомагають оптимізувати роботу магазину, покращують обслуговування клієнтів та стимулюють продажі. Грамотно продумане зонування дозволяє створити логічну структуру простору, що сприяє комфортному пересуванню клієнтів і підвищує їхнє задоволення від відвідування магазину.

Меблювання, освітлення та озеленення є важливими елементами дизайну інтер'єру, що впливають на загальне враження від магазину. Використання високоякісних, функціональних та естетично привабливих меблів створює комфортні умови для покупок. Освітлення, що включає загальне, акцентне та декоративне, допомагає виділити товари і створити приємну атмосферу. Озеленення додає приміщенню природності та сприятливо впливає на мікроклімат, що робить перебування у магазині більш приємним.

Аналіз досвіду проєктування магазинів жіночого одягу на прикладах Raraуа, Ace, CHER 17 та MIU MIU демонструє різні підходи до створення унікальних та ефективних торгових просторів. Кожен з цих брендів використовує власні дизайнерські рішення та технології для підкреслення індивідуальності і підвищення привабливості магазину. Використання мінімалістичного дизайну, сучасних матеріалів та інноваційних технологій дозволяє створити простір, що відповідає високим стандартам модної індустрії та задовольняє потреби клієнтів.

Таким чином, успішне проєктування інтер'єрів магазинів жіночого одягу та аксесуарів базується на комплексному підході, що включає дотримання

нормативних вимог, використання сучасних технологій та прийомів зонування, а також продумане меблювання, освітлення та озеленення. Досвід відомих брендів підтверджує, що поєднання функціональності, естетичної привабливості та комфорту є ключовими факторами, що сприяють успіху в роздрібній торгівлі. Врахування цих аспектів дозволяє створити інтер'єр, що не лише привертає увагу клієнтів, але й сприяє їхній лояльності та підвищенню продажів.

РОЗДІЛ 2. ВИХІДНІ ДАНІ ТА КОНЦЕПЦІЯ ДИЗАЙНУ МАГАЗИНУ ЖІНОЧОГО ОДЯГУ ТА АКСЕСУАРІВ

2.1 Вихідні дані та існуюча архітектурна ситуація

Магазин жіночого одягу та аксесуарів – це місце, куди люди приходять з метою обрати для себе одяг, насолодитися комфортною атмосферою та віднайти впевненість у собі. І дизайн-інтер'єру магазину визначає рівень закладу. Правильно організований інтер'єр не лише створює привабливу атмосферу для покупців, але й відображає бренд, підсилює його унікальність та створює неповторне враження.

Важливим аспектом успіху закладу є його ергономічність, дотримання усіх вимог та стандартів, а також естетична складова: така як форма, колір і фактура. Кожен з цих елементів спрямований на створення інтер'єру, який не лише відповідає естетичним очікуванням, але й забезпечує високий рівень функціональності та комфорту. Добре виконаний дизайн інтер'єру задає тон магазину жіночого одягу та аксесуарів, підкреслює індивідуальність закладу, а також оптимізує роботу працівників (рис. 2.1) [13].

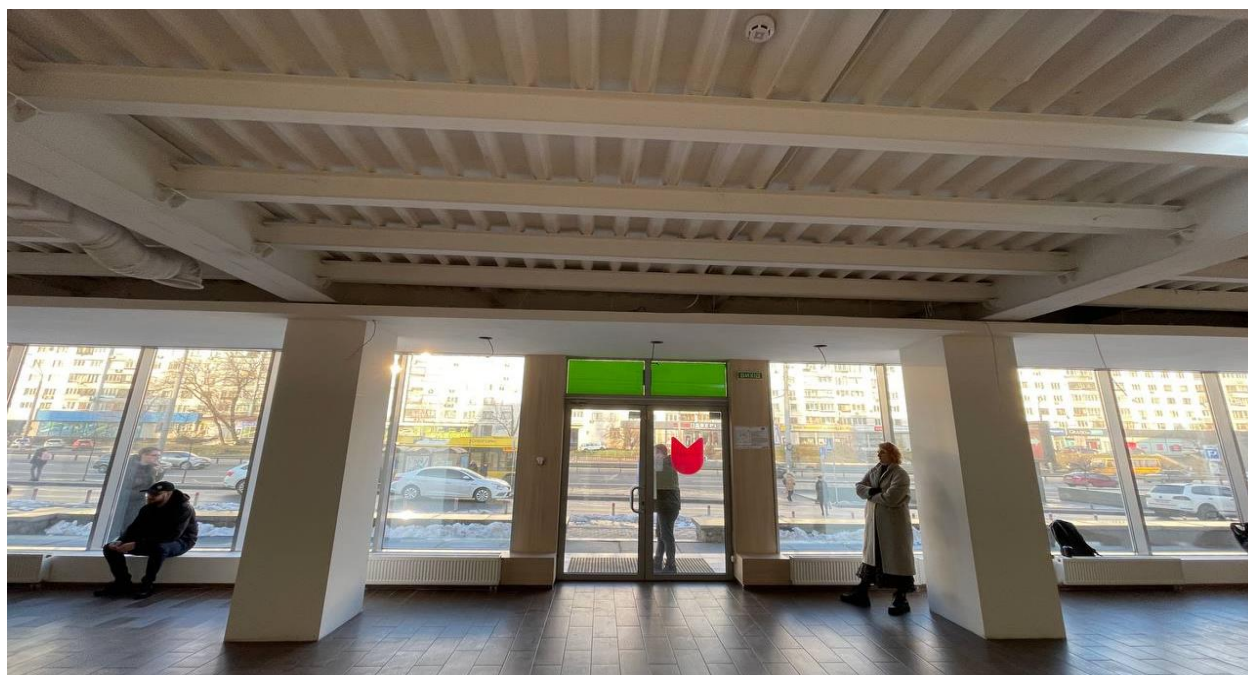




Рис. 2.1. План та фото обраного приміщення

Характеристика об'єкту

Загальна площа приміщення : 261 м² (перший поверх), 261 м² (другий поверх);

Розташування: Торговий ряд.

Поверх: 1.

Поверховість: 2.

Тип нерухомості: Магазин.

Опалення: централізоване.

Комунікації: Асфальтова дорога, Центральна каналізація, Електрика, Вивіз відходів, Центральний водопровід.

Складається з таких приміщень: вхідна зона, 2 робочі зали, кабінет, кімната для персоналу, 2 санвузла.

Призначення приміщення: вхідна зона/ рецепція, зона очікування, зона примірочних, перший зал (на першому поверсі), другий зал (на другому поверсі), санвузол для клієнтів, санвузол для персоналу, кімната для персоналу, кабінет для переговорів, склад, комора.

Адреса: Україна, Київ, Берестейський проспект 25 (див. рис. 2.2). Приміщення у нежитловому фонді, з окремою вхідною групою, на 5 консультантів, 2 адміністраторів, 2 прибиральниць, керівника. Виконано косметичний ремонт, є кондиціонери, бойлери, вбудовані витяжки, припливно-витяжна вентиляція, пожежна та охоронна сигналізація. Приміщення розташоване у відомому торговому ряду навпроти торгового центру Smart Plaza [27]. До метро Політехнічний інститут 7 хвилин пішки.

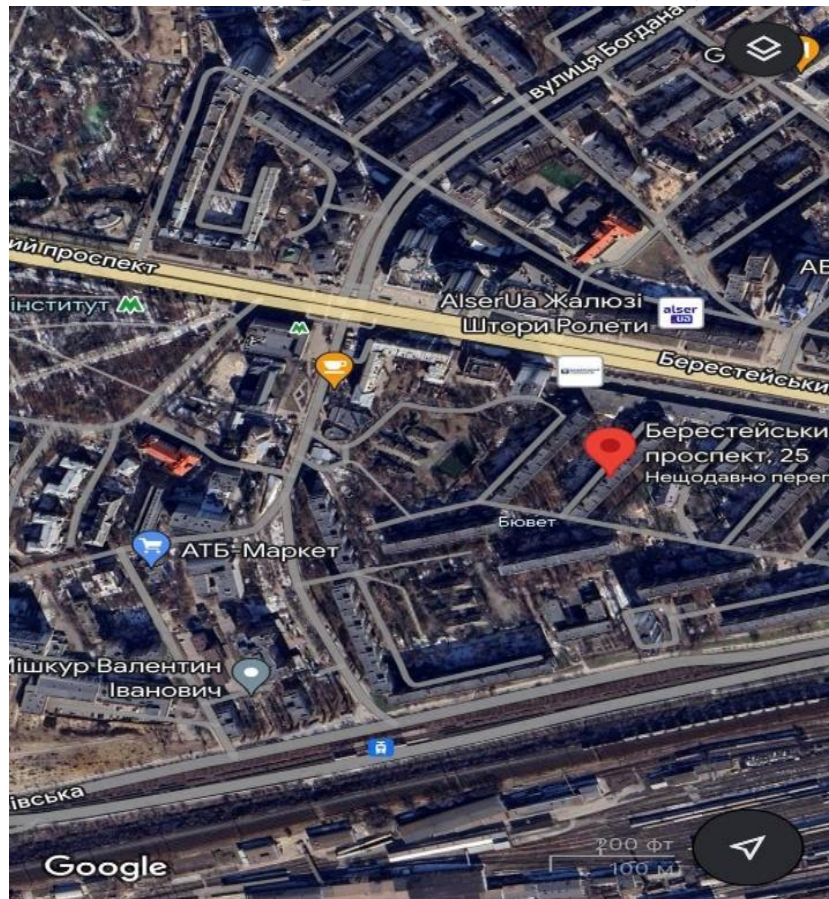


Рис. 2.2. Геолокація магазину

Загальна характеристика середовища об'єкту

Для проєктування магазину жіночого одягу та аксесуарів було запропоновано нежитлове приміщення площею 522 м² на перших двох

поверхах торгового ряду (див. рис. 2.3, 2.4). Приміщення підходило для магазину жіночого одягу та аксесуарів: великі панорамні вікна, окремий вхід з вулиці, велика площа.

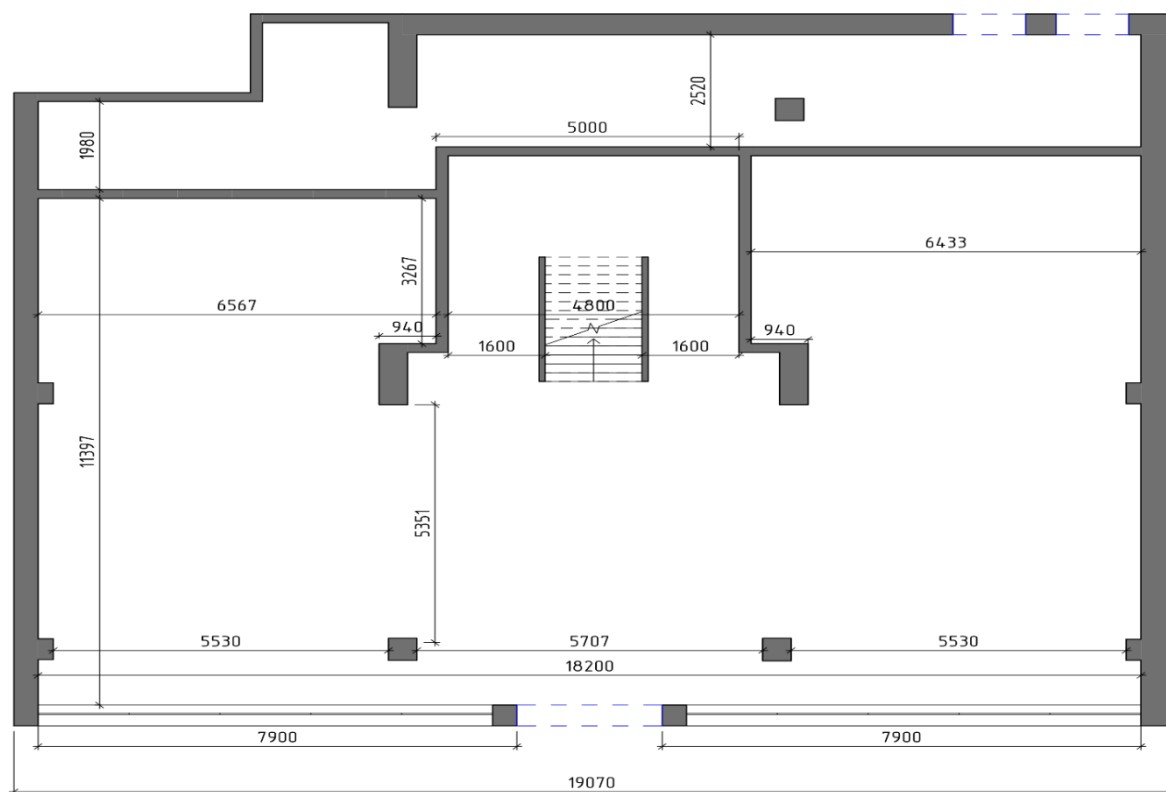


Рис. 2.3. Обмірний план 1 поверх

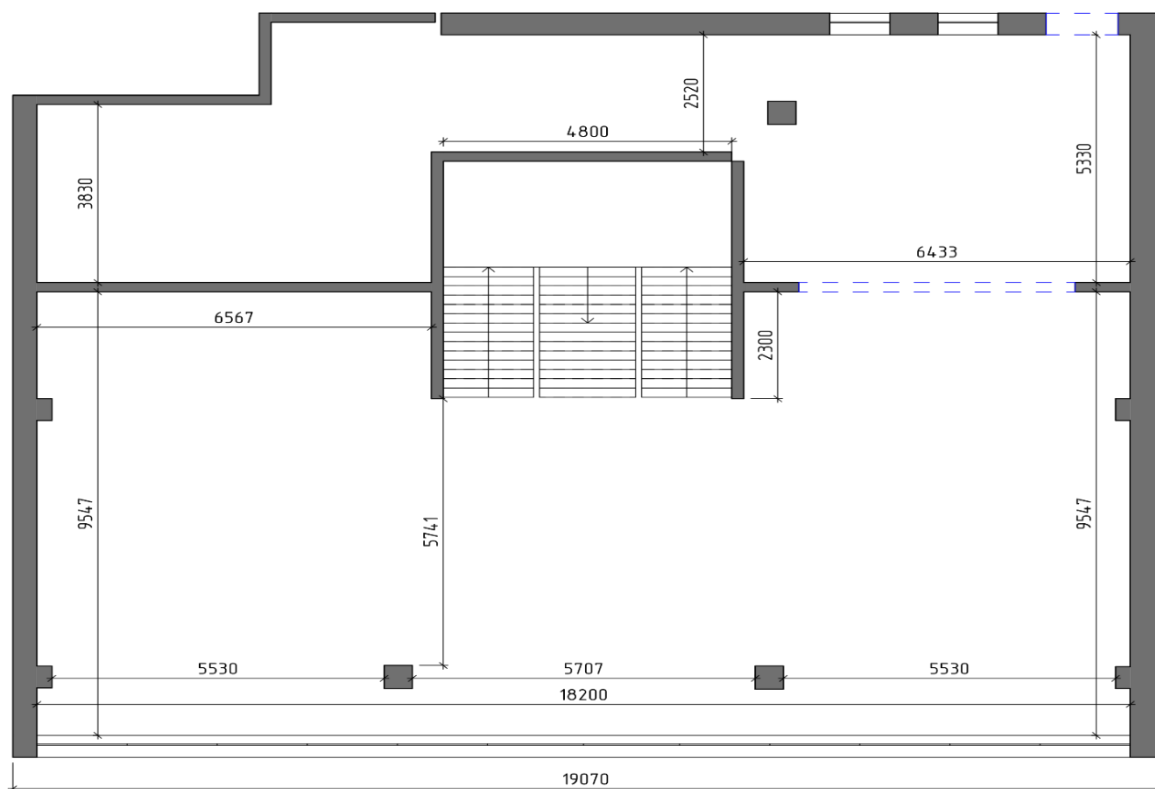


Рис. 2.4. Обмірний план 2 поверх

Даний об'єкт являється приміщенням в будівлі громадського призначення та знаходиться на першому поверсі. Загальна площа 522 м², висота – 3000 мм., цього достатньо для приміщення такого призначення [30].

Також передбачена в приміщенні система вентиляції та кондиціонування, встановлена протипожежна система, сигналізація, система відеоспостереження, гостьовий паркінг, туалети, кабінети. На даному об'єкті також вже існує центральне підведення холодної та гарячої води та проведено освітлення та електрика.

2.2 Характеристика магазину жіночого одягу та аксесуарів, обраного для проєктування та технічне завдання

Приміщення магазину має відкритий план з високими стелями, що створює враження простору і дозволяє використовувати різноманітні дизайнерські рішення. Великі вікна вздовж фасаду забезпечують достатню кількість природного світла, що є значною перевагою для створення привабливого та світлого інтер'єру. Приміщення потребує оновлення внутрішніх оздоблювальних робіт, модернізації освітлення та вентиляційних систем. Основною метою є створення сучасного, стильного та функціонального простору, який відображає брендову ідентичність та забезпечує комфорт для клієнтів.

Даний об'єкт являється приміщенням в будівлі громадського призначення та знаходиться на першому поверсі. Загальна площа приміщення 522 м² (див. рис 2.5, 2.6), висота – 3000 мм., цього достатньо для приміщення такого призначення [29].

В приміщенні є касова зона, 4 санвузли, 2 зали для відвідувачів, 2 зони очікування, 10 примірочних, склад, комора, кухня, 3 кабінети для працівників, бар.

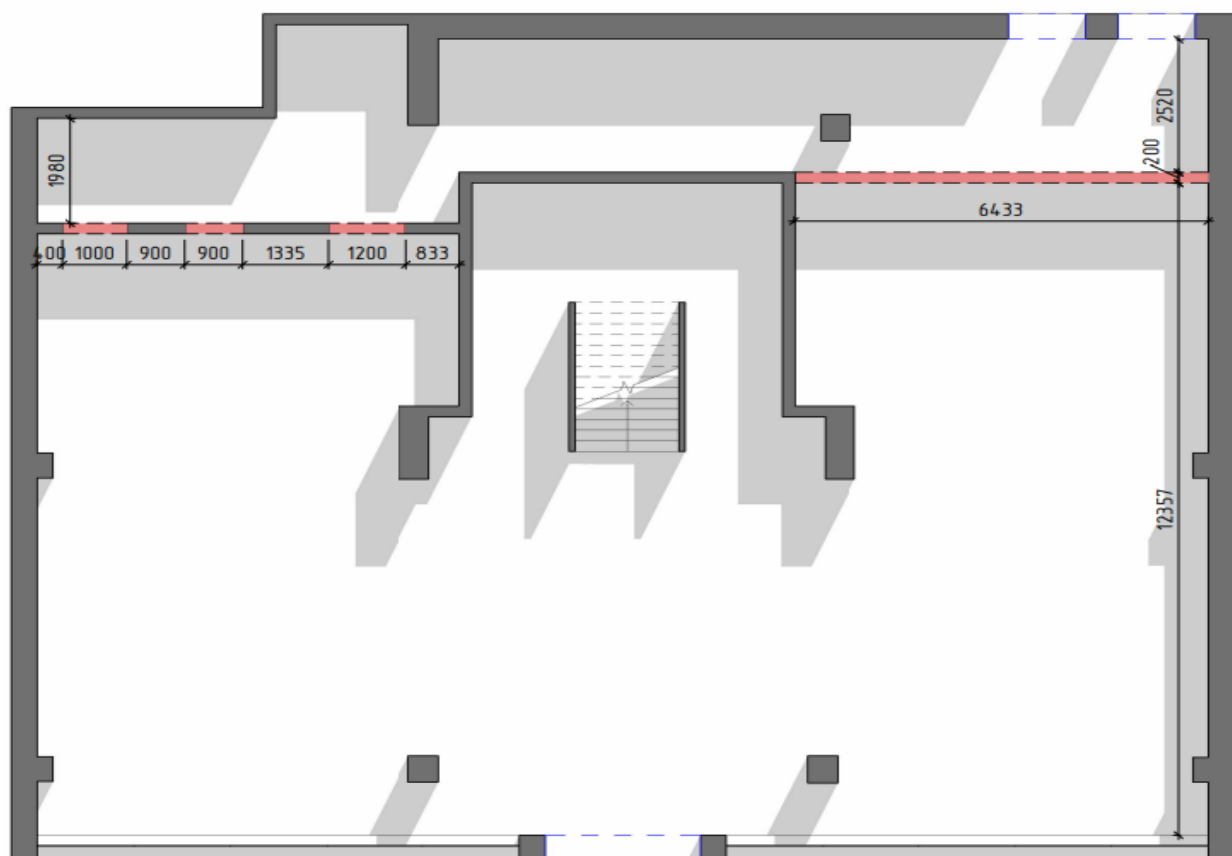


Рис. 2.5. План демонтажу 1 поверх

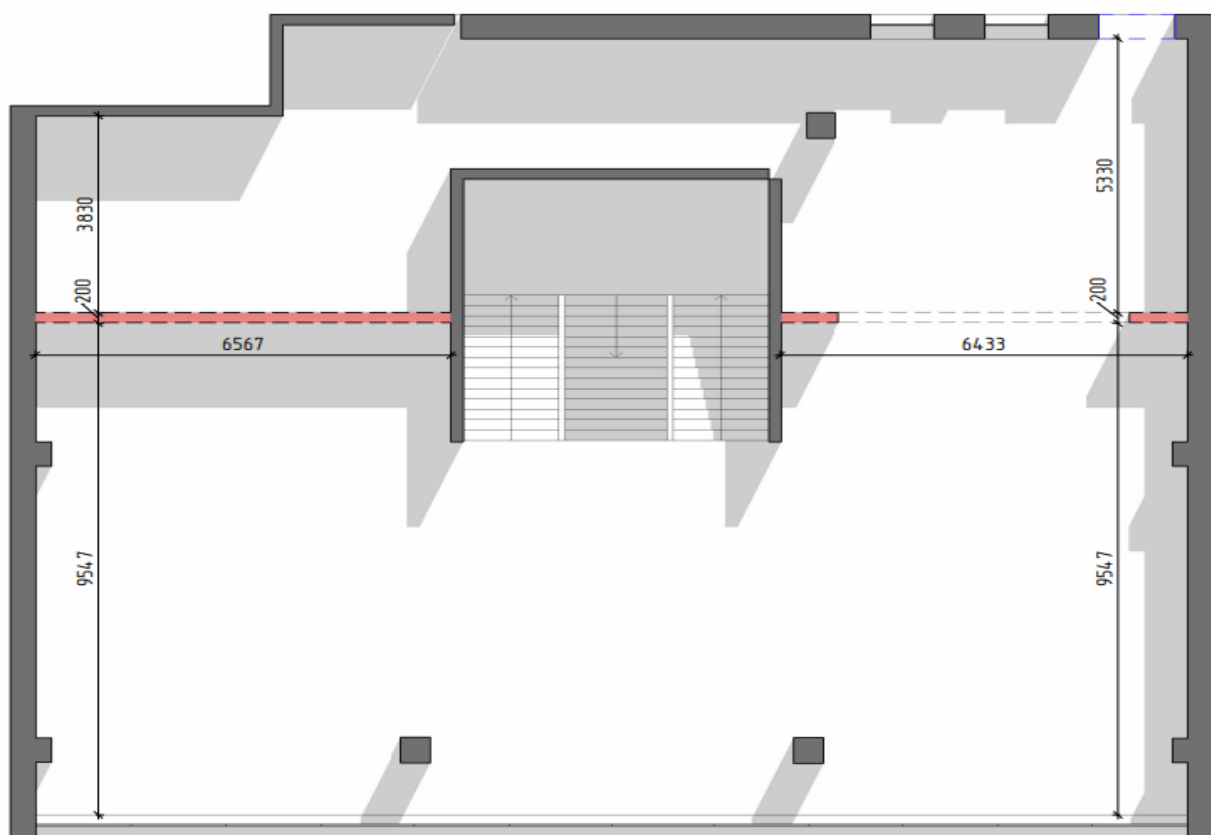


Рис. 2.6. План демонтажу 2 поверх

Також передбачена в приміщенні система вентиляції та кондиціонування, встановлена протипожежна система, сигналізація, система відеоспостереження, гостьовий паркінг, туалети, кабінети. На даному об'єкті також вже існує центральне підведення холодної та гарячої води та проведено освітлення та електрика (рис 2.7, 2.8) [30].

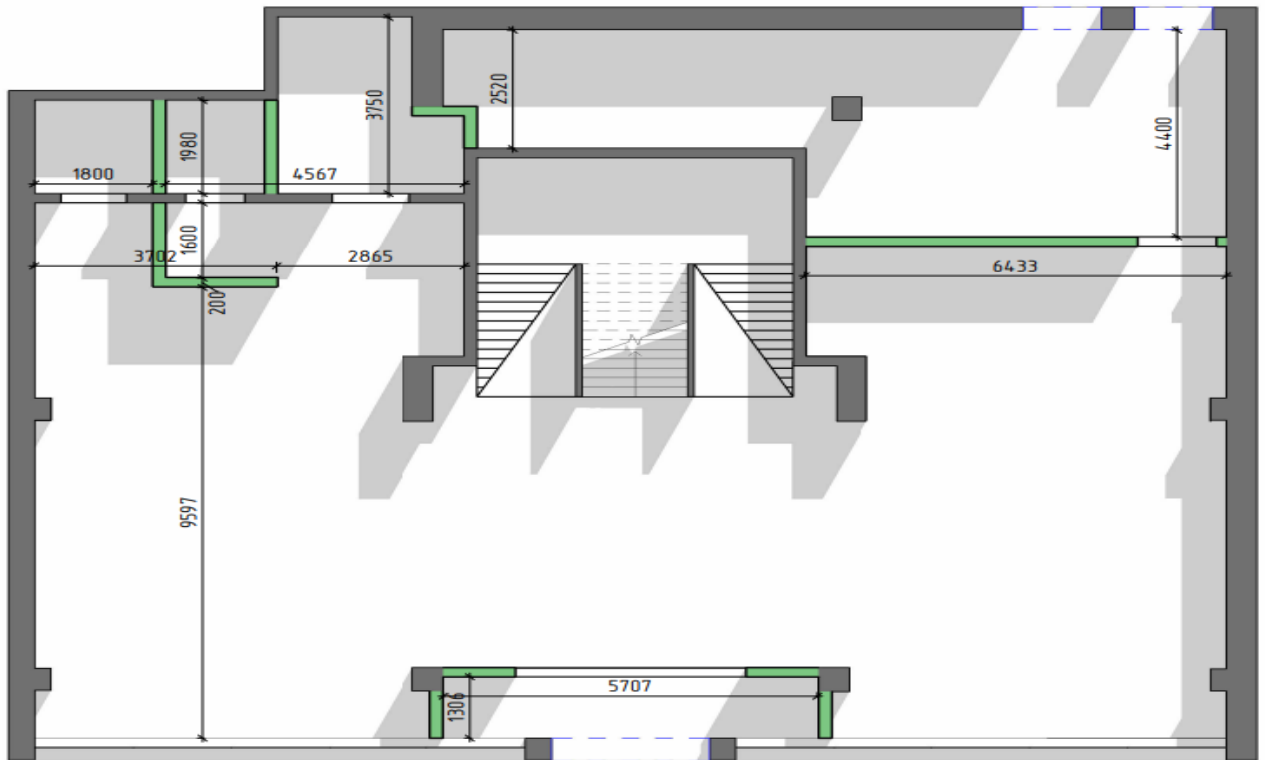


Рис. 2.7. План монтажу 1 поверх

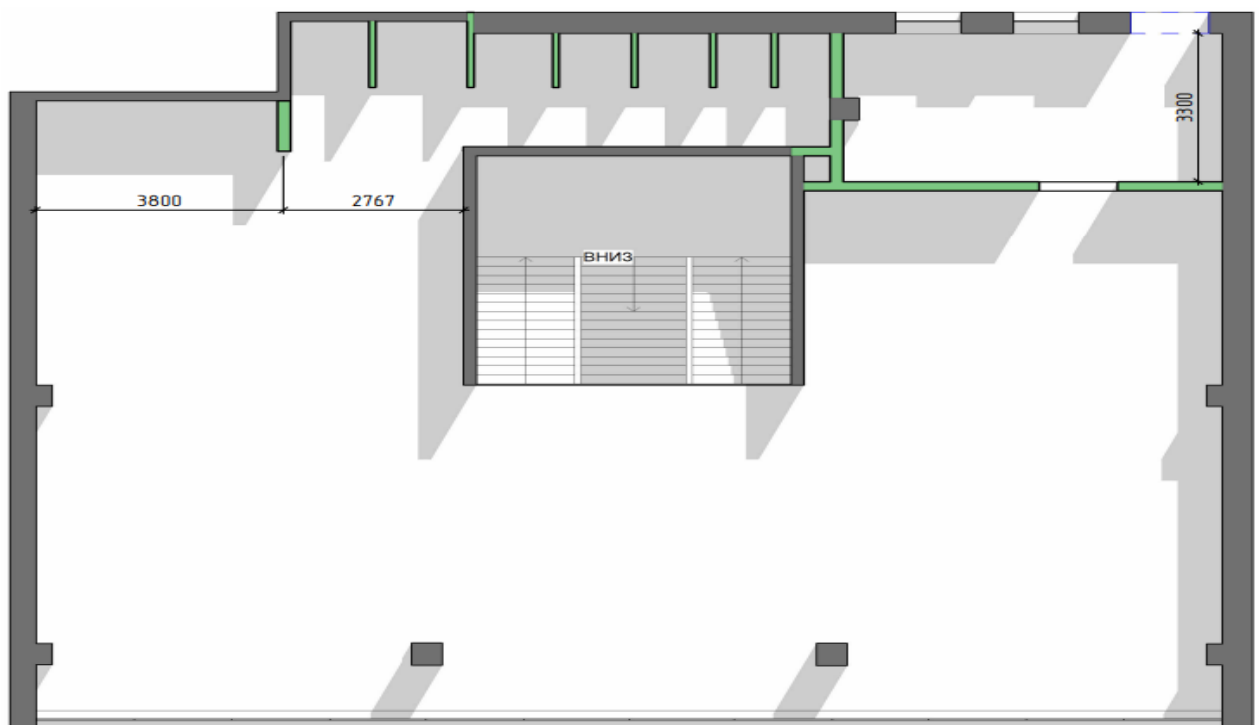


Рис. 2.8. План монтажу 2 поверх

Магазин жіночого одягу та аксесуарів «Fluffy by AnnT» є спеціалізованим торговим підприємством, яке пропонує широкий асортимент модного жіночого одягу, взуття та аксесуарів, включаючи сумки, головні убори, рукавички, шарфи та прикраси. Основним видом діяльності магазину є роздрібна торгівля стильним жіночим одягом та аксесуарами, що відповідають сучасним модним тенденціям та задовольняють уподобання жінок різного віку та стилю.

Назва магазину та його логотип «Fluffy by AnnT» не лише прикрашають фасад будівлі, але й відіграють ключову роль у дизайні інтер'єру, відображаючи його концепцію та бренд.

Під час проєктування інтер'єру магазину необхідно врахувати наступні аспекти:

1. Дотримання будівельних, архітектурних та інженерних норм, які регламентують облаштування приміщень такого типу. Це включає забезпечення безпеки, функціональності та комфорту приміщення для клієнтів та персоналу.

2. Дизайн інтер'єру повинен відповідати логотипу, назві та загальній концепції магазину «Fluffy by AnnT». Інтер'єр має відображати брендову ідентичність, створюючи впізнаваний та привабливий простір, що приваблюватиме клієнтів [28].

3. Забезпечення зручності та функціональності всіх зон магазину. Кожна зона повинна бути ретельно продумана для забезпечення максимального комфорту та ефективності як для покупців, так і для працівників магазину.

Приміщення магазину має включати такі функціональні зони:

- Вхідна зона: Це перша зона, яку бачать клієнти. Вона повинна бути привітною та привабливою, створюючи позитивне перше враження та запрошуючи відвідати магазин.
- Зона очікування: Призначена для зручного очікування клієнтів, які можуть відпочити, перечекати свою чергу або розглянути рекламні матеріали.

- Касова зона: Має бути зручною для клієнтів, з достатньою кількістю касових апаратів для швидкого обслуговування та комфортними умовами для персоналу.
- Зали з одягом: Основна торговельна площа, де розміщуються товари. Зони з одягом повинні бути добре організовані, зручні для перегляду та доступні для клієнтів.
- Примірочні: Просторі та комфортні примірочні кімнати з великими дзеркалами, належним освітленням та зручними місцями для сидіння, щоб клієнти могли легко приміряти одяг.
- Робоча зона або кабінети: Простір для адміністративної роботи та управління магазином, де співробітники можуть зосереджено виконувати свої обов'язки.
- Склад: Місце для зберігання товарів, яке забезпечує легкий доступ до запасів та дозволяє швидко поповнювати полиці магазину.
- Зона для персоналу: Зручна зона для відпочинку співробітників, де вони можуть проводити перерви та підготуватися до роботи.

Ретельне планування та дизайн цих зон забезпечать не лише привабливий зовнішній вигляд магазину, але й створять комфортне та ефективне середовище для покупців і персоналу. Інтеграція брендових елементів у дизайн інтер'єру сприятиме впізнаваності магазину та підвищенню лояльності клієнтів.

Технічне завдання для магазину жіночого одягу та аксесуарів:

Назва магазину: «Fluffy by AnnT» Тип магазину: Жіночий одяг та аксесуари Місцезнаходження: Україна, Київ, Берестейський проспект 25
Площа приміщення: 522 м²

Цільова аудиторія: Сучасні жінки віком від 18 до 75 років, які активно слідкують за модою та цінують якість. Сюди входять студентки, працюючі жінки та власниці бізнесу, що мають різноманітний соціальний статус.

Стиль магазину: Пропонуються одяг та аксесуари в стилях від класики до кежуал з акцентом на якість та естетичну привабливість.

Планування приміщення: Примірочні кімнати: Не менше шести кабін для примірки на кожному поверсі. Зони:

- Одяг за сезонами: Розміщення товарів відповідно до пори року.
- Аксесуари: Сумки, шарфи, прикраси, головні убори.
- Зона акцій та знижок: Центральна частина магазину, призначена для виділення акційних товарів.
- Касова зона: Зручне розташування касових апаратів та додаткових послуг (подарункова упаковка, клієнтські картки).

Дизайн інтер'єру: Має бути сучасним та жіночним, з використанням світлих та приємних кольорів. Забезпечується достатнє природне та штучне освітлення.

Технічне обладнання:

- POS-термінали для швидкої оплати.
- Екрани з відео моделей одягу.
- Відділення для зберігання залишкового товару.
- Система відеоспостереження для безпеки магазину та клієнтів.

Додаткові послуги: Програма лояльності для постійних клієнтів, кав'ярня та зона відпочинку для зручності покупців, організація подій та розпродажів.

Маркетинг та реклама:

- Розробка корпоративного стилю та логотипу.
- Просування через соціальні мережі та інтернет-рекламу.
- Розміщення рекламних матеріалів у місцевих ЗМІ.
- Колаборації з відомими блогерами.

Контроль та звітність: Щотижневі зустрічі для огляду прогресу та вирішення поточних питань, звітність по завершенні кожного етапу робіт.

2.3 Аналіз потреб та сучасні тенденції в магазинах жіночого одягу

У світі, що постійно змінюється, роздрібна торгівля залишається важливою сферою, яка впливає на економіку та культуру суспільства. Магазины жіночого одягу та аксесуарів стають популярним явищем, оскільки вони не лише задовольняють потребу в купівлі одягу, але й служать місцем для вираження індивідуального стилю. Для підвищення конкурентоспроможності в цьому сегменті ринку важливо підкреслити власну унікальність серед конкурентів. В умовах високої конкуренції критично важливо виділятися, пропонуючи не лише якісну продукцію та унікальний асортимент, але й створюючи неповторний дизайн інтер'єру, який забезпечить особливу атмосферу вибору та купівлі одягу для кожної жінки. Таким чином, сучасні магазини жіночого одягу та аксесуарів стають не лише торговельними точками, але й креативними майданчиками, де поєднуються індивідуальний стиль, модні тенденції та стратегії розвитку, щоб задовольнити смаки та очікування сучасних споживачок [20].

Меблі та обладнання у магазині жіночого одягу та аксесуарів повинні відповідати загальній концепції, а також відповідати останнім стандартам. Відвідувачки очікують гармонійності та краси в магазині, де довіряють своєму стилю, і навряд чи повернуться до місця, де щось не відповідає цим вимогам.

Освітлення є окремою важливою складовою при розробці дизайну проєкту магазину жіночого одягу та аксесуарів. Воно не повинно бути тьмяним чи надто яскравим, але має ефективно освітлювати асортимент магазину. Правильне освітлення сприяє створенню сприятливих умов для пошуку власного стилю, натхнення, позитиву та комфортного вибору одягу.

Проаналізувавши всі аспекти, було обрано стиль максималізм. Цей стиль характеризується різноманітністю кольорів і текстур, що налаштовує на самовираження, творчу свободу та сприяє невимушеному спілкуванню консультантів з клієнтами. Приміщення з високими стелями є ідеальними для оформлення в стилі максималізм. Великі вікна, чисті стіни і простір

створюють відчуття відкритості. Цей стиль не дуже поширений серед інших магазинів, що дозволяє йому вирізнитися своєю унікальністю, кольорами та текстурами, залишаючи яскраві враження у покупців.

Магазин, оформлений у стилі максималізм, нагадує фантастичний яскравий світ стилю і краси. У ньому панує атмосфера творчості, що сприяє вивільненню всіх ідей та експериментальних поєднань.

Основні функціонально-планувальні схеми та прийоми зонування включають такі необхідні функціональні зони:

- Зал очікування: зона для відпочинку та очікування клієнтів.
- Робочий зал/зали (з одягом): основна торговельна площа для демонстрації товарів.
- Санвузли: необхідні для комфорту клієнтів і персоналу.
- Примірочні: зони для зручної примірки одягу, обладнані ширмами або перегородками.
- Склад: місце для зберігання запасів товарів.
- Підсобне приміщення: допоміжна зона для зберігання та інших потреб.
- Приміщення для персоналу: зони відпочинку та роботи для співробітників.

Для кожного виду асортименту повинна бути виділена окрема зона в торговельній залі. Зал з одягом має бути найбільшим приміщенням, із спеціально виділеними зонами для примірки одягу. Інтер'єр магазину має сприяти розслабленню, налаштовувати на вибір та купівлю одягу.

Кожен магазин одягу повинен вирізнитися серед конкурентів, маючи свою особливість. В цьому випадку такою особливістю стане інтер'єр і зона кафетерію, де клієнти можуть відпочити та насолодитися кавою чи коктейлем. Оригінальний інтер'єр приверне більше клієнтів. В цьому питанні важливо довіритися професійним дизайнерам, які грамотно розроблять проєкт інтер'єру магазину.

Імідж закладу визначається передусім дизайном інтер'єру та вибором сучасних меблів. Меблі мають бути функціональними, якісними, ергономічними, зносостійкими та безпечними [15].

Для успішного створення стилю максималізм необхідно дотримуватися кількох правил:

- Уникати глухих стін, використовувати невеликі перегородки для зонування.
- Використовувати великі панорамні або мансардні вікна без фіранок.
- Ідеально оброблені стіни без шпалер, можливе використання стінових панелей або імітації натуральних матеріалів.
- Підлога може бути бетоною або оздобленою плиткою чи паркетом для естетичності.
- Стиль максималізм передбачає наявність яскравих елементів, таких як штучне хутро або різноманітність кольорів у зоні вітрин.

Освітлення повинно бути розташоване так, щоб забезпечити достатньо світла в робочій зоні, щоб клієнти могли легко оглядати одяг та аксесуари.

2.4 Обґрунтування концепції дизайн-проекту магазину жіночого одягу та аксесуарів

Інтер'єри магазинів одягу повинні бути не тільки стильними, а й ергономічними та зручними для клієнтів та майстрів. В процесі планування приміщення було розподілене на функціональні зони. Серед них: вхідна зона (рецепція), 2 основних зали з вітринами та вішаками для одягу, 13 примірочних, кабінет, комора для господарського приладдя, склад, кімната для персоналу, 3 санвузли (2 для клієнтів, 1 для персоналу).

Фасад будівлі має панорамні вікна та скляні двері. Поруч з вікнами висить логотип магазину жіночого одягу та аксесуарів, на вхідних дверях розміщений графік роботи.

Від того, що бачить клієнт з порога, залежить його перше враження. Тому вхідна зона запам'ятовується та є зручною для клієнта. За касовою зоною знаходиться перегородка, на ній розміщений логотип магазину.

Ліворуч від вхідної зони розміщуються примірочні і далі санвузол для клієнтів. Зона очікування обладнана зручними місцями для сидіння, диваном, журнальним столиком, поряд є бар, де можна випити каву чи коктейль. Перший основний зал складається із рейлів, вітрин та столів з одягом та аксесуарами. Місця достатньо для великого потоку клієнтів, тому обирати одяг буде комфортно. Склад знаходиться за касовою зоною, щоб у разі потреби консультанти могли швидко знайти там необхідний розмір.

На другому поверсі магазину знаходяться: великий зал із одягом та аксесуарами, примірочні, зона відпочинку/ очікування, вбиральня і приміщення для персоналу, комора і кабінет. Кабінет має 2 великих столи, маленький диван і дошку зі зразками одягу.

Санвузлів для клієнтів є 2: один звичайний, інший – інклюзивний. Обидва обладнані раковиною та унітазом із кераміки, круглим дзеркалом та полчкою для телефону. В інклюзивному санвузлі більше місця, він обладнаний додатковими тримачами та розсувними дверима.

У кімнаті для персону є холодильник, стіл із стільцями, мікрохвильова, тумби, полицки.

Меблі у магазині одягу та аксесуарів повинні відповідати усім функціональним та гігієнічним нормам, а також бути комфортними.

Підбираються меблі з такими споживчими властивостями:

- Функціональне призначення. Меблі повинні відповідати своїм прямим функціям;
- Соціальне призначення. Меблі повинні відповідати класу споживачів, адже бізнес з кожним днем розвивається і наступного дня підприємство може привернути увагу інших відвідувачів, які розуміють, що інтер'єр підходить їх соціальним потребам та запитам;

- Професійне призначення. Меблі повинні бути спеціально призначені для даної сфери. Це є показником професіоналізму, без якого не може існувати підприємство.;

- Безпека – важливий стан, обмеженим допустимим рівнем ризику шкоди для людини .

Високоякісні меблі мають ряд характеристик, які гарантують їхню функціональність, естетичність та тривалість експлуатації. Ключові показники, які слід враховувати при виборі якісних меблів:

Матеріали: меблі повинні виготовлятися з високоякісних матеріалів, таких як масив дерева, які забезпечують стійкість та довговічність. Також важливо враховувати якість оббивки та фурнітури.

Конструкція: солідна конструкція є важливою характеристикою. Наявність міцних швів, гвинтів або інших надійних з'єднань є запорокою якісних меблів.

Ергономіка: меблі повинні бути зручними та відповідати функціональним потребам. Особливо це стосується предметів меблів, які використовуються для сидіння або лежання.

Фінішні матеріали: якісні фарби, лаки та інші фінішні матеріали гарантують довговічність вигляду меблів та захищають їх від зносу та пошкоджень.

Стійкість до зносу: меблі повинні мати стійкість до щоденного зносу, особливо ті, які використовуються в активних областях будинку чи офісу.

Дизайн та стиль: якісні меблі також відзначаються естетичністю і відповідають сучасним дизайнерським тенденціям. Вони мають гармонію форм та колірних рішень.

Зносостійкість- важливий фактор для меблів, які використовуються в областях великого трафіку або де можливий інтенсивний контакт з різними предметами. Зносостійкі меблі зберігають свою якість і вигляд протягом тривалого періоду, що дозволяє користуватися ними без необхідності регулярної заміни.

Гарантія: виробник, який надає гарантію на свої меблі, свідчить про впевненість у їхній якості. Гарантійні умови також важливо вивчати перед покупкою.

Саме підбір меблів грає основну роль у створенні комфортного робочого простору, який відповідає головним вимогам ергономіки.

Параметрами ергономічної безпеки передбачаються плавні кути, правильні габарити виробу, його міцність, простота в зверненні. Решта параметрів закладаються при створенні меблів (якість збірки, використання екологічно чистих матеріалів) та залежить від грамотного розташування меблів в інтер'єрі [10].

Важливим є комплектування робочого простору з урахування індивідуальних потреб клієнтів. Ці вимоги вирішуються мобільними меблями, пересувними рейлами, які можна легко трансформувати. Найбільш зручним є розташування меблів за призначенням одягу. Наприклад: на одному рейлі висять сукні, на полицях лежать аксесуари, на столах лежать джинси. Завдяки цьому все логічно розміщене, клієнт не губиться в магазині, а завдяки open спейсу бачать, де що знаходиться.

Організувати зручний і безпечний простір допомагають різні меблеві аксесуари: підставки, навісні полиці, освітлювальні прилади, а також змінні індивідуальні аксесуари.

Обґрунтування концепції дизайн-проекту магазину жіночого одягу є ключовим етапом у створенні привабливого та функціонального торговельного простору, що задовольнятиме потреби сучасних клієнтів і відповідатиме останнім тенденціям модної індустрії. Розробка концепції включає аналіз ринкових трендів, розуміння цільової аудиторії, врахування брендового позиціонування та створення унікального інтер'єрного рішення.

Основною ідеєю концепції є створення магазину, який не лише демонструватиме модний одяг та аксесуари, але й надаватиме клієнтам можливість зануритися у світ стилю та краси. Це місце, де кожна жінка зможе

знайти свій унікальний образ, відчутти себе особливою і отримати задоволення від процесу вибору та купівлі одягу.

Цільова аудиторія магазину – сучасні жінки віком від 18 до 75 років, які активно слідкують за модою і цінують якість. Це можуть бути студентки, молоді професіонали, бізнес-леді та жінки, що ведуть активний спосіб життя. Усі вони шукають стильний, якісний та зручний одяг, що відповідає їхньому способу життя та індивідуальним уподобанням.

Концепція дизайн-проекту враховує останні тренди у сфері моди та дизайну інтер'єру. Вибір стилю максималізм дозволяє створити динамічний і живий простір, що надихає на творчість та самовираження. Максималізм характеризується різноманіттям кольорів, текстур і форм, що створює неповторну атмосферу та робить магазин яскравим і запам'ятовуваним.

Для створення комфортного та функціонального простору важливо врахувати планування приміщення. Магазин повинен мати чітко визначені функціональні зони: вхідну зону, зал очікування, касову зону, торговельні зали з одягом, примірочні, складські приміщення та зони для персоналу. Кожна з цих зон має бути ретельно продумана, щоб забезпечити зручність і комфорт для клієнтів та ефективність роботи для персоналу.

Вхідна зона магазину повинна бути привітною та привабливою, створюючи перше позитивне враження і запрошуючи клієнтів увійти. Використання великих вікон та відкритого планування дозволяє максимально використовувати природне світло, що створює світлу та просторну атмосферу. Декоративні елементи, такі як рослини, арт-об'єкти та вітрини з новими колекціями, додають індивідуальності і роблять простір більш цікавим.

Торговельні зали мають бути організовані таким чином, щоб клієнти могли легко орієнтуватися і знаходити необхідні товари. Використання мобільних стелажів та вішалок дозволяє гнучко змінювати планування залежно від сезонних колекцій та маркетингових акцій. Кожна зона, присвячена певному виду одягу або аксесуарів, повинна бути чітко виділена і оформлена у відповідному стилі.

Загалом, концепція дизайн-проєкту магазину жіночого одягу базується на створенні комфортного, функціонального та естетично привабливого простору, що відповідає сучасним тенденціям модної індустрії та задовольняє потреби клієнтів. Унікальний інтер'єр, ретельне планування та використання сучасних технологій дозволяють створити привабливий торговельний простір, що сприяє успіху магазину на ринку.

Висновки до розділу 2

Перш за все, у підрозділі 2.1 було проаналізовано вихідні дані та існуючу архітектурну ситуацію. Важливою частиною цього етапу є оцінка технічного стану приміщення, його планування, розташування в будівлі та відповідність будівельним нормам і стандартам. Цей аналіз дозволяє зрозуміти можливості та обмеження приміщення, що має бути враховано під час проєктування. Ретельний огляд приміщення допомагає визначити, які конструктивні елементи можна зберегти, а які потребують модернізації або заміни.

У підрозділі 2.2 детально описано характеристики магазину жіночого одягу, обраного для проєктування, та сформульовано технічне завдання. Магазин «Fluffy by AnnT» має площу 522 м² і розташований у центрі Києва, на Берестейському проспекті. Цільова аудиторія магазину складається з сучасних жінок віком від 18 до 75 років, що цінують якість і стиль. У технічному завданні визначено основні вимоги до функціональних зон магазину, таких як вхідна зона, зона очікування, касова зона, торговельні зали, примірочні кімнати, складські приміщення та зони для персоналу. Також встановлено необхідність створення сучасного, естетичного та функціонального дизайну, що відображає бренд і концепцію магазину.

Підрозділ 2.3 аналізує потреби клієнтів та сучасні тенденції в магазинах жіночого одягу та аксесуарів. У сучасному світі магазини повинні відповідати високим стандартам якості, забезпечуючи зручність та комфорт для клієнтів. Актуальні тенденції включають використання екологічних матеріалів,

інтерактивних технологій, створення зон для відпочинку та комунікації. Магазины стають не лише місцем для покупок, але й простором для соціальних взаємодій та самовираження. Врахування цих тенденцій дозволяє створити унікальний і конкурентоспроможний інтер'єр, що задовольняє потреби сучасних жінок.

У підрозділі 2.4 обґрунтовано концепцію дизайн-проекту магазину жіночого одягу та аксесуарів. Основною ідеєю є створення простору, який надихає на творчість та самовираження, відповідає сучасним модним тенденціям і потребам клієнтів. Вибір стилю максималізм дозволяє створити яскравий та динамічний інтер'єр, що запам'ятовується. Важливими елементами концепції є використання різноманітних кольорів і текстур, що додають простору індивідуальності, а також функціональне зонування приміщення, що забезпечує зручність для клієнтів і ефективність роботи персоналу.

Загалом, розділ 2 демонструє комплексний підхід до проектування магазину жіночого одягу та аксесуарів. Ретельний аналіз вихідних даних та існуючої архітектурної ситуації, детальна характеристика магазину та технічне завдання, врахування сучасних тенденцій та потреб клієнтів, а також обґрунтування концепції дизайну дозволяють створити унікальний і ефективний торговельний простір. Використання сучасних технологій, екологічних матеріалів і функціонального зонування забезпечує високий рівень задоволеності клієнтів та сприяє успіху магазину на конкурентному ринку.

РОЗДІЛ 3. ОПИС ДИЗАЙН-ПРОЄКТУ МАГАЗИНУ ЖІНОЧОГО ОДЯГУ ТА АКСЕСУАРІВ

3.1 Функціонально-планувальна структура магазину

Функціонально-планувальна структура магазину жіночого одягу та аксесуарів має бути ретельно продумана, аби задовольнити як практичні, так і естетичні потреби покупців та персоналу. Основною метою такого планування є створення зручного та привабливого простору, який заохочує відвідувачів до покупок та забезпечує ефективне використання доступного простору. Зазвичай, магазин поділяється на кілька основних зон: торговельний зал, примірочні, касову зону, складські приміщення та адміністративний блок. Торговельний зал є головною зоною, де представлені товари. Ця зона має бути добре освітленою, просторою та легкою для орієнтації. Розміщення товарів повинно бути згруповане за категоріями, що дозволяє покупцям легко знаходити необхідні речі. Наприклад, роздільні зони для верхнього одягу, взуття, білизни та аксесуарів.

Примірочні мають бути комфортними та приватними, з достатнім освітленням і дзеркалами, щоб покупці могли легко приміряти одяг. Їх розташування повинно бути таким, щоб вони були доступні, але не перешкоджали проходу до основних торговельних зон. Касова зона, розташована зазвичай біля виходу, має бути достатньо великою, щоб уникнути черг у пікові години, і оснащеною необхідною технікою для швидкого обслуговування клієнтів. Ефективне розташування складських приміщень допомагає у підтримці порядку в торговельному залі та забезпеченні швидкого поповнення товарів.

Аналізуючи плани зонування першого та другого поверхів магазину жіночого одягу та аксесуарів, можна виділити декілька ключових аспектів, які визначають їх функціонально-планувальну структуру (див. рис. 3.1, 3.2) [22].

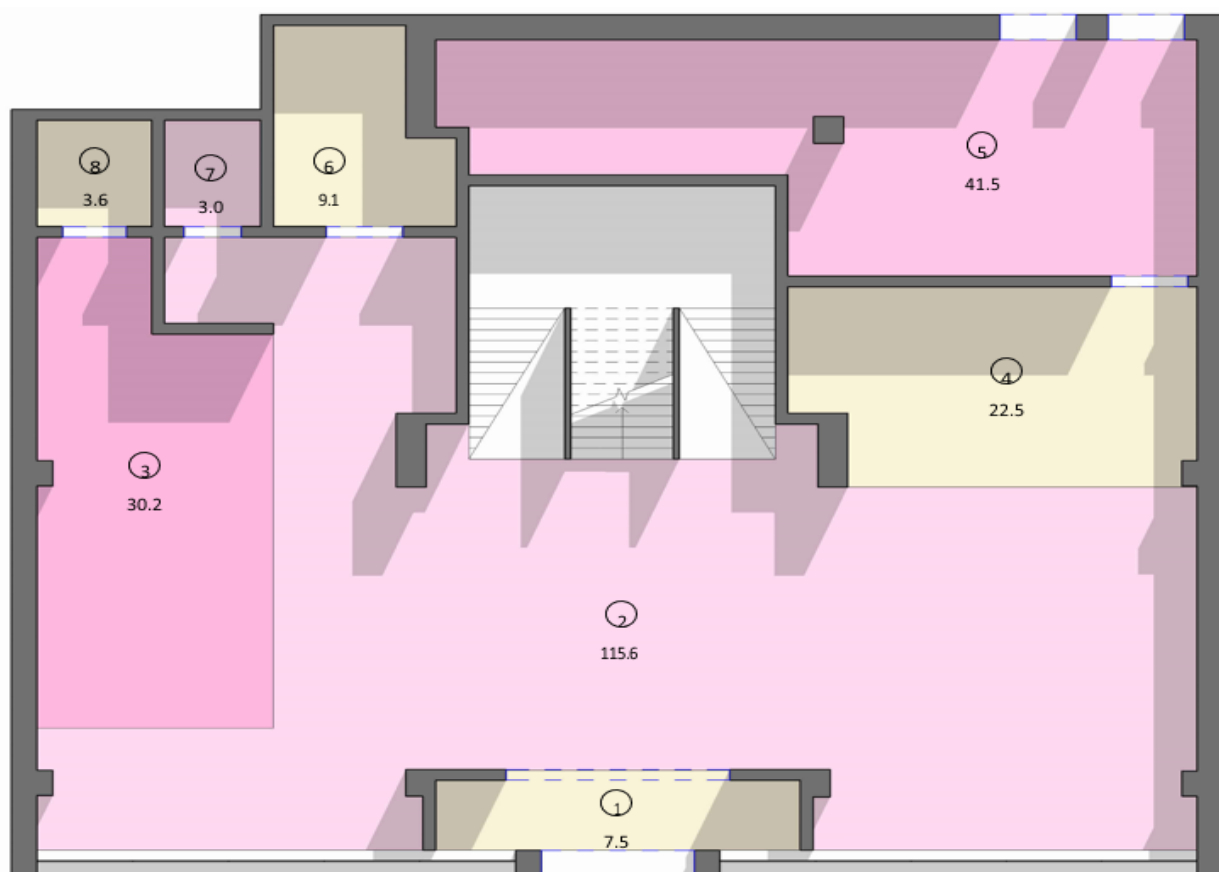


Рис. 3.1. План зонування 1 поверх

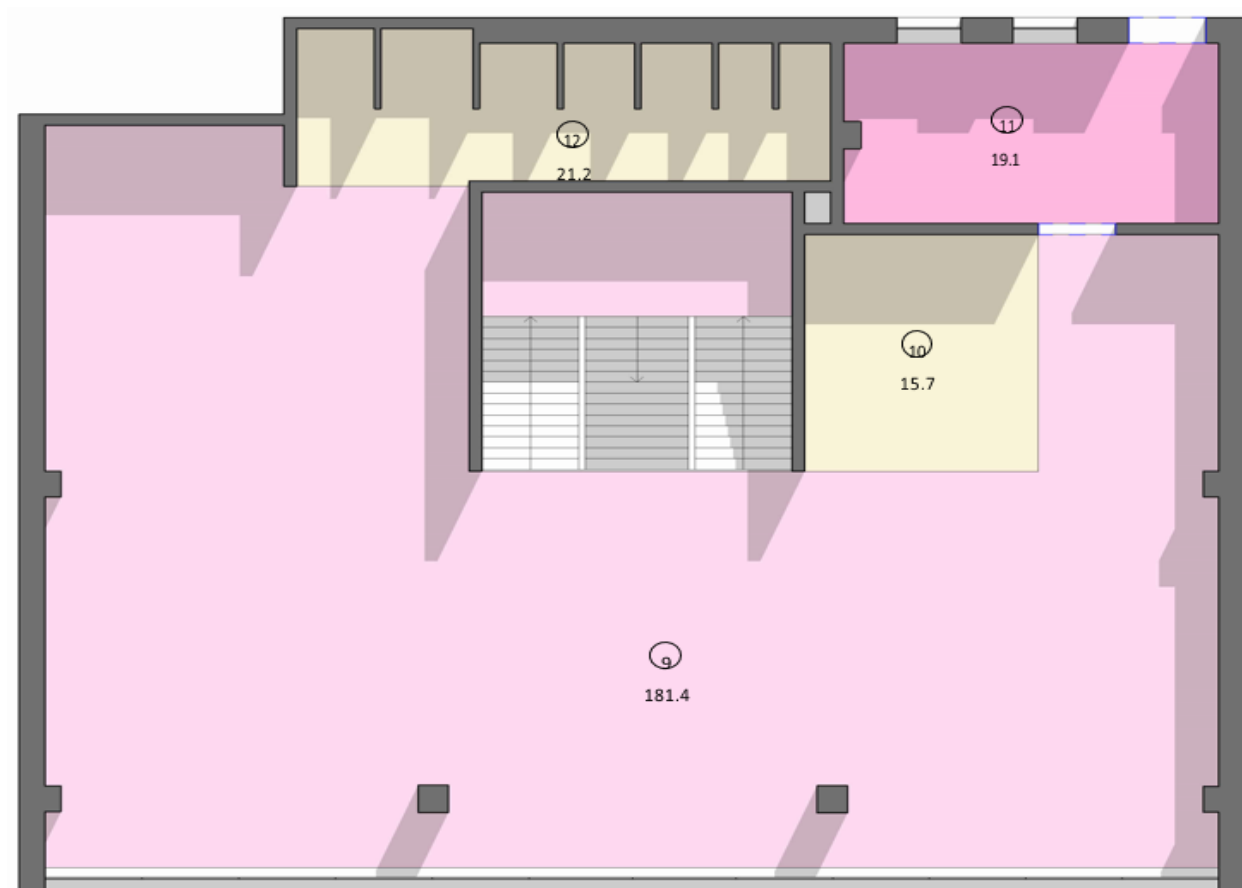


Рис. 3.2. План зонування 2 поверх

Перший поверх магазину Blush Boutique by Annt організований таким чином, що оптимізує взаємодію покупців з товаром та забезпечує легкий доступ до різних категорій продукції:

1. Зона входу (7.5 м²): При вході розташовано невеликий простір, який слугує вступною зоною та вітає відвідувачів, направляючи їх до основних торгових зон.

2. Основний торговий зал (115.6 м²): Це серце магазину, де розміщено більшість товарів. Простір достатньо великий, щоб забезпечити вільне переміщення покупців та доступ до різноманітного асортименту одягу та аксесуарів.

3. Примірочні (30.2 м²): Просторі та комфортні кабінки для примірки одягу забезпечують приватність та зручність покупців.

4. Адміністративний блок (41.5 м²) та Технічні приміщення (22.5 м²): Розташовані стратегічно, щоб забезпечити легкий доступ персоналу, але бути непомітними для покупців.

5. Склад (9.1 м²), Санітарні приміщення (3.0 м²) та Інші службові приміщення (3.6 м²): Функціонально розміщені для оптимізації внутрішньої логістики та підтримки гігієнічних стандартів магазину.

Другий поверх магазину має інші функціональні зони, орієнтовані більше на спеціалізовані товари або особливі потреби:

1. Основний торговий зал (181.4 м²): Аналогічно першому поверху, другий поверх пропонує широкий асортимент товарів у просторому та зручному для покупок середовищі.

2. Зона відпочинку та кафе (19.1 м²): Пропонує відвідувачам місце для відпочинку та легкого обіду, підвищуючи загальний час, проведений у магазині, що може сприяти додатковим покупкам.

3. Офісне простір (21.2 м²): Дозволяє менеджменту та персоналу магазину ефективно виконувати свою роботу, не покидаючи торговий простір.

4. Додаткові приміщення для складу (15.7 м²): Забезпечує додаткове місце для зберігання товарів, що є важливим для управління запасами та поповнення товарів на полицях.

Ці плани зонування демонструють глибоке розуміння потреб роздрібного бізнесу та забезпечують зручне та ефективно розміщення різних функціональних зон у магазині, що сприяє кращому обслуговуванню клієнтів і збільшенню продажів.

3.2 Художньо-естетичні рішення дизайну інтер'єру магазину

Дизайн інтер'єру магазину Blush Boutique by Annt базується на художньо-естетичних рішеннях, що підкреслюють його унікальність і забезпечують неповторну атмосферу для відвідувачів. Цей дизайн орієнтований на створення відчуття розкоші та комфорту, що відображає бренд Blush Boutique by Annt, відомий своїм вишуканим асортиментом жіночого одягу та аксесуарів.

Основною художньою концепцією є поєднання сучасних та класичних елементів дизайну, що створює затишну та стильну атмосферу. Використання м'яких пастельних тонів у поєднанні з природними матеріалами, такими як дерево і камінь, додає інтер'єру вишуканість. Стіни магазину прикрашені елегантними штукатурками та арт-об'єктами, які акцентують увагу на високій якості продукції.

Освітлення грає ключову роль у художньо-естетичних рішеннях магазину. Сучасні світильники різних форм і розмірів використовуються не тільки для забезпечення достатнього освітлення, але й для створення акцентів на певних ділянках торговельного залу. Підсвічування продукції забезпечує висвітлення якості матеріалів та деталей виробів, сприяючи кращому сприйняттю товару покупцями.

Меблі в магазині відібрані так, щоб доповнювати загальну концепцію інтер'єру та забезпечувати максимальний комфорт відвідувачам. Елегантні

рожевого. Ці тони призначені для створення відчуття м'якості та жіночності, яке резонує з основним асортиментом продукції магазину.

Доповнення до рожевої палітри становить блакитний колір з акцентами у вигляді штрихів білої мармуру та срібла, що надають інтер'єру вишуканості та сучасного вигляду. Чорно-біла шахова плитка додає контрасту і динаміки, привносячи елемент ретро-шику в загальний дизайн. Використання металевих елементів у декорі з сатинованою та полірованою обробкою сприяє створенню сучасного і стильного амбієнту.

Додатковий акцент у паспорті кольорів зроблено на природні елементи, як наприклад, рослини, що виступають в якості живих зелених вкраплень у рожево-блакитну схему, забезпечуючи відчуття свіжості та живості.

Такий вибір кольорів і матеріалів не тільки підкреслює естетику бренду Blush Boutique by Annt, але й створює в магазині атмосферу, яка заохочує покупців затриматися довше та відчути себе частиною ексклюзивного шопінг-досвіду.

3.3 Візуалізації дизайн-проекту магазину жіночого одягу та аксесуарів

Візуалізація дизайн-проекту магазину жіночого одягу та аксесуарів «Blush Boutique by Annt» розкриває унікальний характер та естетичну красу цього торгового простору. Проект наголошує на використанні сучасних дизайнерських рішень, що поєднують в собі як функціональність, так і вишуканість, втілюючи ідею про те, що магазин є більш ніж місцем покупки; він є частиною життєвого стилю його відвідувачів.

Основні елементи візуалізації включають ретельно продумані внутрішні простори, де кожна деталь має на меті створити елегантний і затишний амбієнт. Стіни магазину виконані в м'яких пастельних кольорах, які добре поєднуються з природними матеріалами, такими як дерево та камінь, а також з металевими акцентами, що вносять в інтер'єр сучасні нотки. Підлога,

частково виконана з натурального каменю, доповнена текстильними килимами, що додають відчуття домашнього затишку та комфорту.

Велике значення в дизайні приділено освітленню: різноманітні світлодіодні лампи та елегантні підвісні світильники забезпечують як функціональне, так і декоративне освітлення, акцентуючи увагу на товарах і створюючи в магазині теплу, привітну атмосферу. Меблі вибрані таким чином, щоб підтримувати загальну естетику — елегантні та сучасні, вони також забезпечують високий рівень комфорту для відвідувачів.

Візуалізація також включає стильні декоративні елементи, такі як картини, скульптури та декоративні рослини, які допомагають створити у магазині відчуття живості та динаміки. Завдяки цьому, «Blush Boutique by Annt» не просто продає одяг, а пропонує своїм клієнтам унікальний досвід, що зміцнює їхній зв'язок із брендом та залучає до повторних візитів.

Кожен аспект візуалізації дизайн-проекту магазину жіночого одягу та аксесуарів ретельно продуманий для створення гармонійної та привабливої атмосфери, яка відповідає високим стандартам бренду «Blush Boutique by Annt». Комбінація кольорів, матеріалів та освітлення спрямована на те, щоб підкреслити якість і унікальність товарів, що пропонуються. Візуалізація показує, як кожен елемент інтер'єру працює разом, створюючи не лише місце для покупок, але й простір, де можна насолоджуватись красою та якістю.

В дизайні також виділяється використання інноваційних технологій, як-от цифрові інформаційні панелі, що дозволяють відвідувачам легко отримувати інформацію про продукцію та актуальні акції. Ці технології інтегровані таким чином, щоб гармонійно вписуватися в загальний дизайн і не порушувати його естетику. Крім того, зональне розміщення товарів у магазині відіграє важливу роль в загальному дизайні. Кожна зона відрізняється візуальним стилем, що дозволяє клієнтам відчувати різницю між колекціями і легше знаходити потрібні товари. Просторове розміщення товарів забезпечує легкий доступ і зручність пересування між різними частинами магазину.

Візуалізації дизайн-проекту магазину жіночого одягу та аксесуарів «Blush Boutique by Annt» демонструють елегантний та сучасний інтер'єр, який є втіленням філософії бренду, спрямованої на створення виняткового та привабливого середовища для покупок [28]. Цей дизайн ідеально відображає розкішний і жіночний стиль, який властивий «Blush Boutique» (див. рис. 3.4).



Рис. 3.4. Візуалізація сучасного інтер'єру магазину жіночого одягу та аксесуарів Blush Boutique by Annt

Перша візуалізація показує вітальну зону магазину, де м'яке рожеве освітлення разом із білими та рожевими відтінками створює враження тепла та затишку. Великі круглі світильники, які висять зі стелі, виконані у вигляді прозорих куль, наповнених декоративними елементами, що додають інтер'єру легкості та витонченості. Полиці та вітрини виконані з дзеркального та металевого матеріалів, що відбивають світло та збільшують простір, роблячи його більш просторим та світлим.

На другій візуалізації відображено більш приватну частину магазину, де продемонстровано асортимент жіночого одягу та аксесуарів. Декоративні рослини на стелі та м'які текстильні деталі створюють унікальну атмосферу, а освітлення знову ж таки використовується для акцентування на продуктах.

Використання золотистих елементів у конструкції полиць додає інтер'єру розкоші та статусу.

Обидва зображення відображають увагу до деталей, яка є ключовою у створенні ідеального середовища для покупок. Все від підлоги до стелі, включаючи меблі та аксесуари, є частиною єдиного дизайнерського рішення, яке спрямоване на забезпечення комфорту та задоволення відвідувачів. Чітке відповідання цього дизайну до сучасних трендів у роздрібній торгівлі та споживчому досвіді робить «Blush Boutique by Annt» не просто магазином, а місцем, де кожна деталь сприяє створенню незабутнього враження.

Ці візуалізації дизайн-проекту магазину «Blush Boutique by Annt» яскраво демонструють унікальну естетику і витончену обстановку, яка відображає модерні та жіночні аспекти бренду. В інтер'єрі переважають пастельні тони, переважно рожеві, які доповнюють білі та чорні акценти, створюючи стильне і затишне середовище для покупок (див. рис. 3.5).



Рис. 3.5. Візуалізації дизайн-проекту магазину та аксесуарів «Blush Boutique by Annt»

На першій візуалізації видно центральну зону магазину, де розміщено манекени в елегантному одязі. Ця область виглядає як сцена, з якої випромінюється стиль і розкіш. Великі світлові кулі, які звисають зі стелі, та вбудоване світлодіодне освітлення додають простору чарівності. Підлога,

виконана у шаховому порядку чорного та білого кольорів, створює виразний контраст з м'якістю рожевих стін та текстильних елементів.

Друга візуалізація зосереджується на зоні відпочинку та примірочних. Меблі, такі як круглі пуфи та м'які крісла, забезпечують комфорт і зручність, а декоративні дзеркала великих розмірів роблять простір візуально більш просторим. Інтер'єр доповнений текстильними панелями та м'якими розсувними шторами, що додають простору інтимності та приватності.

В обох візуалізаціях використано сучасні матеріали та текстиль, які сприяють створенню гармонійного і привабливого торгового простору. Всі елементи дизайну інтегровані з метою створення простору, де кожна деталь підкреслює вишуканість і високу якість товарів, що пропонуються «Blush Boutique by Annt». Ці візуалізації втілюють концепцію магазину, як місця, що пропонує не тільки одяг, але й унікальний шопінг-досвід, здатний задовольнити найвибагливіші запити клієнтів.

Ця візуалізація демонструє рецепцію магазину «Blush Boutique by Annt», яка є яскравим прикладом сучасного дизайну та естетики, які підкреслюють унікальний стиль бренду (див. рис. 3.6). Рецепційна стійка виконана з рожевого металу з яскраво вираженою текстурою, що надає їй особливої виразності та елегантності. Освітлення навколо стійки з ніжним рожевим відтінком створює відчуття тепла та привітності, приваблюючи відвідувачів відразу при вході в магазин.



Рис. 3.6. Візуалізація рецепції магазину жіночого одягу та аксесуарів «Blush Boutique by Annt»

Стійка рецепції не просто функціональний елемент, а складова частина дизайнерського рішення, що відображає витонченість та модний напрям бренду [29]. Вона розташована на тлі стін, оформлених в тій же колірній палітрі, але з додаванням більш тонких вертикальних ліній, що додає текстурної глибини і візуальної інтриги. Над стійкою розміщено неоновий знак з назвою бутика, що освітлюється м'яким рожевим світлом, що є одночасно і стильним, і сучасним.

Композицію доповнюють елегантні вазони з зеленими рослинами, які вносять елемент природності та свіжості в інтер'єр, а також додають кольоровий контраст в загальну палітру простору. Освітлення в рецепційній зоні стратегічно розміщене, щоб підкреслити красу природного каменю та створити відчуття простору і відкритості.

Ця частина магазину демонструє увагу до деталей та здатність бренду «Blush Boutique by Annt» створювати елегантні, привабливі і водночас функціональні простори, які відразу захоплюють уяву та спонукають відвідувачів повертатися.

Отже, візуалізації дизайн-проекту магазину «Blush Boutique by Annt» показують, що кожен елемент інтер'єру був ретельно продуманий, щоб

створити середовище, яке відображає сучасні тенденції дизайну та водночас залишається вірним унікальному стилю бренду. М'яке освітлення, розкішні текстильні рішення, вишукані меблі, і неповторна колірна схема разом створюють атмосферу розкоші та затишку, що забезпечує незабутній досвід покупок.

Висновки до розділу 3

Аналізуючи функціонально-планувальну структуру, можна зазначити, що кожен елемент магазину виконаний таким чином, щоб забезпечити легкий доступ до товарів, комфортні умови для покупців і персоналу, а також оптимальне використання кожного квадратного метра торговельного простору.

Художньо-естетичні рішення дизайну інтер'єру підкреслюють унікальний стиль і філософію бренду, використовуючи вишукані колірні схеми, розкішні матеріали та оригінальні декоративні рішення. Від пастельних тонів до динамічних текстур і виразних акцентів — кожен елемент інтер'єру спрямований на створення відчуття розкоші та комфорту.

Візуалізації дизайн-проекту відіграють ключову роль у демонстрації кінцевого результату цих рішень. Через детально відтворені зображення можна повністю оцінити атмосферу та стиль магазину, відчути його унікальність і дизайнерське втілення ідей. Ці зображення також дозволяють зазирнути в майбутнє та побачити, як планування та дизайнерські рішення втілюються в життя, створюючи не тільки місце для покупок, але й простір для естетичного задоволення та вражень.

Отже, цей розділ викладає комплексний підхід до створення магазину, де кожна деталь має своє значення, а їх гармонійне поєднання сприяє досягненню головної мети — забезпечення виняткового досвіду для кожного відвідувача. Такий підхід є відображенням сучасних трендів у дизайні

роздрібних просторів, де кожен аспект інтер'єру важливий та впливає на загальне враження та успіх комерційного закладу.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Дизайн інтер'єру магазину жіночого одягу та аксесуарів вимагає комплексного підходу, який охоплює низку аспектів від нормативних вимог до художньо-композиційних рішень. Кожен аспект цього процесу має значення для створення ефективного та привабливого комерційного простору.

Нормативні вимоги визначають основні рамки для проєктування інтер'єрів, забезпечуючи безпеку, доступність та комфорт для всіх відвідувачів. Технологічні рішення та прийоми зонування сприяють логічному та ефективному розміщенню товарів, забезпечуючи зручність покупців та персоналу. Вимоги до меблювання, освітлення та озеленення інтер'єрів впливають на створення естетичного і функціонального простору, що покращує загальні враження від магазину. Інклюзивність просторів гарантує комфорт для людей з різними фізичними можливостями, підкреслюючи соціальну відповідальність бренду. Художньо-композиційні рішення інтер'єру допомагають візуально відобразити ідентичність магазину та створити унікальний шопінг-досвід. Все це доповнюється глибоким аналізом досвіду проєктування, що дозволяє адаптувати кращі практики та уникати помилок минулих проєктів.

Другий розділ зосереджений на вихідних даних та концепції дизайну, що включає детальний опис існуючої архітектурної ситуації, характеристику обраного магазину та аналіз потреб цільової аудиторії. Обґрунтування концепції дизайн-проєкту базується на сучасних тенденціях та потребах ринку, що забезпечує актуальність та конкурентоспроможність магазину.

Третій розділ присвячений безпосередньо опису дизайн-проєкту магазину, включаючи функціонально-планувальну структуру, художньо-естетичні рішення та візуалізації, які демонструють кінцевий вигляд інтер'єру.

Це дозволяє наочно оцінити, як практичність і краса можуть бути інтегровані для створення ідеального простору для покупок.

Завдяки цим візуалізаціям можна бачити, як кожен елемент дизайну співпрацює для створення гармонійного та привабливого середовища. Магазин перетворюється не просто на місце торгівлі, а на простір, де кожен відвідувач може відчувати унікальність і вишуканість бренду, забезпечуючи тим самим позитивний досвід, який спонукає до повторних візитів.

Основні висновки з усіх розділів підкреслюють важливість інтегрованого підходу в дизайні магазинів жіночого одягу. Кожен аспект проєктування, від планування до виконання, має бути спрямований на створення цінності для кінцевого користувача. Від нормативного врахування до креативного дизайнерського вираження, від технічних рішень до художньої композиції — кожен елемент має сприяти цілісності та ефективності торгового простору.

Цілісний дизайн, який враховує функціональні потреби та естетичні переваги цільової аудиторії, є ключем до створення успішного і привабливого роздрібного простору. Сучасні тренди, такі як інклюзивність та екологічність, далі збагачують дизайн, роблячи його не тільки красивим, але й соціально відповідальним і привабливим для широкого кола покупців.

СПИСОК ВИКРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ДБН В.2.2-40:2018. Інклюзивність будівель і споруд. Основні положення / Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України. URL: https://e-construction.gov.ua/laws_detail/2845903765012219876?doc_type=2 (дата звернення: 03.03.24).
2. ДБН В.2.5-28:2018. Природне і штучне освітлення / Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/DBN00078> (дата звернення: 03.03.24).
3. Білодід Ю. М., Поліщук О. П. Основи дизайну : навч. посіб. Київ : Парапан, 2004. 240 с.
4. ДБН В.2.2-9:2018. Громадські будинки та споруди. Основні положення / Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України. URL: https://e-construction.gov.ua/laws_detail/3199648113669179181?doc_type=2 (дата звернення: 03.04.24).
5. ДБН В.1.2-7:2021. Основні вимоги до будівель і споруд. Пожежна безпека / Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України. URL: https://econstruction.gov.ua/laws_detail/3074168653223036024?doc_type=2 (дата звернення: 03.03.24).
6. ДБН В.1.2-8:2021. Основні вимоги до будівель і споруд. Гігієна, здоров'я та захист довкілля / Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України. URL: https://e-construction.gov.ua/laws_detail/3074174554558432858?doc_type=2 (дата звернення: 04.05.24).

7. Нойферт Е. Будівельне проектування: довідник. Київ: Фенікс., 2017. 619 с.
8. Сьомка С., Антонович Є. Дизайн інтер'єру, меблів, обладнання : підручник. Київ : Вид-во Ліра-К, 2018. 360 с.
9. Косенко Д. Новий освітній простір. Мотивуючий простір. Київ: видавництво., 2019. 255 с.
10. Олійник О. П., Гнатюк Л. Р., Чернявський В. Г. Конструювання меблів та обладнання інтер'єру. Київ: НАУ. 2014. 348 с.
11. Олійник О. П., Гнатюк Л. Р., Чернявський В. Г. Основи дизайну інтер'єру. Київ: НАУ. 2011. 228 с.
12. Пушкарьова К. К, Кочевих М. О. Матеріалознавство для архітекторів та дизайнерів. Київ: Ліра-К. 2019. 592 с.
13. Лінда С. М. Архітектурне проектування громадських будівель і споруд: навч. посібник. Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2010. 608 с.
14. Технічна естетика і дизайн : міжвідомчий науково-технічний збірник. Вип. 14. / відп. ред. М.І. Яковлев. Київ : КНУБА, 2018. 264 с.
15. Олійник О. О., Литвин О. Л. Досвід проектування магазинів одягу в Україні. Українська архітектура, 2017. №5. С. 104-111.
16. 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.
17. Заварзін О. О. Дизайн архітектурного середовища: курс лекцій для здобувачів освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності 022 «Дизайн». Київ: НАКККиМ., 2020. 56 с.
18. Чупріна Н. В., Струмінська Т. В. Сучасні технології дизайн-діяльності. Київ: КНУТД, 2017. 416 с.
19. Кушніренко О., Петренко-Лисак А., Шутюк О. Як досліджувати публічні простори в Україні: напрями і методи. Київ: ВАДЕК, 2020. 38 с.

20. Мигаль С. П, Дида І.А, Казанцева Т. Є. Біоніка в дизайні просторово-предметного середовища: навч. посібник. Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2014. 228 с.

21. Abyzov V. Some methodological principles of the architectural environment's objects design. Structure and environment. Vol. 12, no. 3/2020, P. 105-110.

22. Rauscher E. Lernen und Raum Gebaute. Pädagogik und pädagogische. Band 5. Baden., 2012.

23. Дизайн інтер'єрів офісів магазинів: URL: <https://interdesign.com.ua/ua/project/office-magaziny/> (дата звернення: 10.05.2024)

24. Catalogs. How to Create a Maker Space in Your School. Paragon Furniture. 2017. URL: <https://pdf.archiexpo.com/pdf/paragon-furniture-inc/how-to-create-maker-space-your-school/167461-390137.html> (дата звернення: 11.04.24).

25. Starmer A. Love Colour: Choosing colours to live with. The Ivy Press., 2018. 256 p.

26. ДБН В.2.2-40:2018 «Інклюзивність Будівель і Споруд. Основні Положення» №ДБН В.2.2-40:2018. URL: https://e-construction.gov.ua/laws_detail/3192362160978134152?doc_type=2 (дата звернення: 01.05.24).

27. Exclusive look inside: H&M's revamped retail concept. *Fashionunited*: веб-сайт. 2021. URL: <https://fashionunited.uk/news/retail/exclusive-look-inside-h-m-s-revamped-retail-concept/2019112946433>
<https://fashionweekonline.com/understanding-inclusive-marketing-in-the-fashion-industry> (дата звернення: 05.05.24).

28. Макети магазинів і світильники для модного одягу: веб-сайт. URL: <https://www.palmerretailsolutions.com/blog/store-layouts-and-fixtures-for-fashion-apparel> (дата звернення: 04.05.24).

29. Розробка більш інклюзивного досвіду роздрібної торгівлі: веб-сайт.

URL: <https://www.retailtouchpoints.com/topics/retail-store-design/designing-a-more-inclusive-retail-experience> (дата звернення: 05.05.24).

30. Чотири процеси, про які слід пам'ятати при розробці макета складу: веб-сайт.

URL: <https://www.shipbob.com/blog/warehouse-setup/#:~:text=As%20you%20begin%20building%20a,minimize%20costs%20and%20improve%20productivity> (дата звернення: 07.05.24).

ДОДАТКИ

Додаток А

Сертифікат про участь у VI міжнародної науково-практичної конференції
"Актуальні проблеми сучасного дизайну"



Додаток Б

Сертифікат про участь у конкурсі Kindling для українських студентів



Додаток В

Диплом про участь у Міжнародному конкурсі наукових робіт ART ANG
DESIGN 2023



Публікація для VI міжнародної науково-практичної конференції "Актуальні проблеми сучасного дизайну"



VI Міжнародна науково-практична конференція
«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ»
Київ, КНУТД, 25 квітня 2024 р.

УДК 7.012:687

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ДИЗАЙНУ ІНТЕР'ЄРУ МАГАЗИНУ ЖІНОЧОГО ОДЯГУ ТА АКСЕСУАРІВ

ТУРЧЕНЮК Анна

¹Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна
annturcheniukk@gmail.com

У даній роботі виконано всебічний аналіз дизайну інтер'єру магазинів жіночого одягу та аксесуарів, акцентуючи увагу на сучасні тенденції, інноваційні рішення та нормативні вимоги, а також їх вплив на атмосферу та комфорт клієнтів. Розроблено концепцію дизайну інтер'єру, що інтегрує новітні дизайнерські тенденції, забезпечуючи не тільки естетичне задоволення, але й функціональність простору. Охарактеризовано основні засоби інтер'єру приміщень магазину жіночого одягу та аксесуарів.

Ключові слова: дизайн інтер'єру, просторова організація інтер'єру, торговельний простір, меблювання магазинів, оздоблення магазинів жіночого одягу та аксесуарів

ВСТУП

Дослідження дизайну інтер'єру магазинів жіночого одягу та аксесуарів важливе для розуміння естетичних і функціональних потреб клієнтів, а також для прогнозування майбутніх тенденцій в дизайні. Воно сприяє глибшому розумінню того, як простір може впливати на настрій і добробут відвідувачів.

Магазини жіночого одягу та аксесуарів стають не лише місцями покупок, але й просторами, де відображаються модні тенденції, соціальні зміни та індивідуальність. Сучасні споживачі прагнуть не лише до якості та унікальності товарів, але й до особливого досвіду покупок, який включає атмосферу та дизайн магазину.

Дослідження дозволяє виявити, як елементи дизайну впливають на соціальний статус та ідентичність бренду магазину, а також як вони впливають на сприйняття комфорту та розкоші клієнтами.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою даної роботи є розкриття особливостей дизайну інтер'єру магазину жіночого одягу та аксесуарів, з акцентом на сучасні тенденції, інноваційні рішення та нормативні вимоги, а також виокремлення ключових елементів дизайну, необхідних для створення сучасного і затишного інтер'єру. Це передбачає глибинне дослідження різноманітних стилів оформлення, підходів до зонування та використання декоративних елементів і матеріалів.



РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Дизайн інтер'єру магазину жіночого одягу і аксесуарів відіграє ключову роль у формуванні загальної атмосфери простору, що сприяє збільшенню продажів та задоволенню клієнтів. Сучасний дизайн магазинів жіночого одягу і аксесуарів тісно пов'язаний з культурними та соціальними тенденціями, що дозволяє кожному магазину одягу виразити свою унікальність через дизайн інтер'єру, відображаючи особливості бренду та створюючи неповторний стиль.

Сучасний дизайн інтер'єрів магазинів жіночого одягу та аксесуарів є невід'ємною частиною успішної реалізації бізнесу в галузі моди. Правильно організований інтер'єр не лише створює привабливу атмосферу для покупців, але й відображає бренд, підсилює його унікальність та створює неповторне враження. Це стосується не лише красивої продукції та якісно відшитої колекції, а й середовища, в якому це все представлено. Нормативні вимоги до проєктування інтер'єрів магазину жіночого одягу та аксесуарів визначають стандарти і принципи, які допомагають забезпечити ефективність та естетичність торгового простору [1,2,3]. Це не тільки сприяє забезпеченню безпеки, але й підвищує довіру та комфорт клієнтів, що є невід'ємною частиною створення успішного торгового простору.

Організація та дизайн основних приміщень магазину жіночого одягу та аксесуарів відіграють фундаментальну роль у створенні ефективного та привабливого торгового простору. Кожен елемент інтер'єру повинен бути ретельно спланований, щоб забезпечити не тільки естетичну привабливість, але й функціональність, яка відповідає потребам як покупців, так і персоналу. Ключові аспекти, такі як ергономіка, безпека, доступність та естетика, є визначальними у створенні привабливого та ефективного торгового середовища.

Торговий зал є ключовою частиною будь-якого магазину жіночого одягу та аксесуарів, оскільки саме тут покупці оцінюють та вибирають товари. Розглянемо декілька важливих аспектів, що впливають на ефективність торгового залу. Дизайн та оформлення є однією із найголовніших умов успішного бізнесу. Сучасний та привабливий дизайн торгового залу не тільки сприяє залученню клієнтів, але й допомагає їм легше знаходити потрібні товари. Наприклад, магазини бренду Zara відомі своїм мінімалістичним, але елегантним дизайном. Їх простір організовано таким чином, що він виглядає відкритим та просторим, а товари розміщені за категоріями, що полегшує пошук [4].

Створення комфортабельних зон відпочинку в торговому залі - це не тільки про зручність для супроводжуючих, але й про можливість для покупців перепочити та обміркувати покупки. Ідеально розташовані крісла чи дивани можуть спонукати покупців провести в магазині більше часу та, відповідно, збільшити шанси на покупку.

Легкість пересування та доступність різних товарних груп є важливими для забезпечення комфорту всіх категорій покупців. Магазини H&M, наприклад, мають чітко визначені доріжки та достатньо простору між стендами, що робить шопінг зручним для всіх відвідувачів, включаючи тих, хто використовує візки чи має інші особливі потреби [5].



Ефективне освітлення не тільки підкреслює товари, але й створює затишну атмосферу, яка може стимулювати покупки (рис.1). Бренд Anthropologie використовує в своїх магазинах тепле, природне освітлення та світильники, які створюють відчуття домашнього затишку та комфорту, підкреслюючи кожен товар особливим чином [6].

Ще один важливий аспект ергономіки простору - це адаптація різних зон магазину під конкретні види товарів [2,3]. Наприклад, зона з жіночим одягом потребує іншого підходу до виставлення товарів, ніж зона з аксесуарами або взуттям. Організація простору повинна враховувати особливості кожного товару, його розмір, спосіб демонстрації та зручність доступу для покупців.

Магазини H&M, наприклад, мають чітко визначені доріжки та достатньо простору між стендами, що робить шопінг зручним для всіх відвідувачів, включаючи тих, хто використовує візки чи має інші особливі потреби [5].

Сучасні технології, такі як інтерактивні екрани чи мобільні додатки, можуть покращити досвід покупців у торговому залі. Використання інтерактивних екранів для демонстрації продуктів та надання додаткової інформації, робить процес вибору товарів більш інформативним та захоплюючим.



Рис. 1. Сучасний дизайн інтер'єру магазину жіночого одягу та аксесуарів

У сучасному світі інклюзивність стає ключовим елементом успіху в бізнесі, особливо в індустрії моди та роздрібної торгівлі. Інклюзивність в магазинах жіночого одягу та аксесуарів охоплює не лише розширення асортименту товарів для задоволення потреб ширшого спектру клієнтів, але й створення простору, де кожен відчуває себе вітаємо та цінуємо. Цей підхід сприяє не тільки підвищенню задоволеності клієнтів, але й позитивно впливає на репутацію бренду та його фінансові показники.



Дизайн-інтер'єру магазину жіночого одягу та аксесуарів є необхідним, адже це не лише естетичний аспект, але і потужний інструмент формування іміджу бренду та відтворення його цінностей. Він визначає не тільки стиль магазину, але і його успіх у конкурентному світі моди, створюючи не тільки місце для покупок, але і атмосферу, яка заохочує до повторних візитів та лояльності покупців.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило виявити сучасні тенденції у дизайні інтер'єру, а аналіз клієнтських вподобань дозволили виявити ключові аспекти створення комфортного, функціонального та естетично привабливого простору. Сучасний дизайн інтер'єру магазину жіночого одягу та аксесуарів відображає індивідуальність та різноманітність підходів у сучасному суспільстві, стаючи ключовим елементом культури обслуговування і краси. Він демонструє вплив різноманітних трендів, інноваційних технологій та екологічних практик, що разом формують досвід клієнтів у салоні.

В подальшому планується провести дослідження щодо розробки дизайн-проектів магазинів жіночого одягу та аксесуарів різних форматів, а також розробити методичні рекомендації щодо проектування таких магазинів.

ЛІТЕРАТУРА

1. ДБН В.2.2-40:2018. Інклюзивність будівель і споруд. Основні положення. URL: https://e-construction.gov.ua/laws_detail/3192362160978134152?doc_type=2
2. Білодід Ю. М., Поліщук О. П. Основи дизайну : навчальн. посібник. Київ: ПАРАПАН, 2014.
3. Сьомка С., Антонович Є. Дизайн інтер'єру, меблів та обладнання. К.: Ліра-К, 2018. 400 с.
4. Zara, New York: веб-сайт. URL: <https://vmsd.com/zara-new-york/>.
5. Ексклюзивний погляд всередину: оновлена концепція роздрібної торгівлі H&M: веб-сайт. URL: <https://fashionunited.uk/news/retail/exclusive-look-inside-h-m-s-revamped-retail-concept/2019112946433>.
6. Творці: художники, які стоять за приголомшливими магазинами Anthropologie: веб-сайт. URL: <https://seattlemag.com/food-and-culture/makers-artists-behind-anthropologies-stunning-stores/>.

TURCHENIUK Anna

FEATURES OF FORMING INTERIOR DESIGN OF WOMEN'S CLOTHING AND ACCESSORIES STORE

In this work, a comprehensive analysis of the interior design of women's clothing and accessories stores is performed, focusing on modern trends, innovative solutions and regulatory requirements, as well as their impact on the atmosphere and comfort of customers. An interior design concept has been developed that integrates the latest design trends, providing not only aesthetic satisfaction, but also the functionality of the space. The main means of the interior of the premises of the store of women's clothing and accessories are characterized.

Keywords: interior design, spatial organization of the interior, retail space, shop furnishing, decoration of women's clothing and accessories shops.