

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ
Факультет дизайну
Кафедра дизайну інтер'єру і меблів

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Дизайн-проект інтер'єру шоуруму з кав'ярнею

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Спеціальність 022 Дизайн

Освітня програма Дизайн середовища

Виконала: студентка групи БДс 2-21

Чулкова Є.С.

Науковий керівник д-р. філ.

Агліуллін Р.М.

Рецензент к. мист. Косенко Д.Ю.

АНОТАЦІЯ

Чулкова Є. С. Розробка дизайн-проект інтер'єру шоуруму з кав'ярнею. – Рукопис.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра за спеціальністю 022 Дизайн – Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2025 рік.

Кваліфікаційна робота проводиться для вивчення практичних та теоретичних аспектів дизайну шоурумів з кав'ярнею, доведено актуальність розробки простору. За допомогою аналізу нормативних документів, законів, наукових джерел, статей та публікацій, електронних ресурсів було виявлено сучасні підходи щодо дизайну інтер'єру даних просторів, їх функціонально-планувальну організацію, вимоги до основних приміщень. Проаналізовано такі питання як меблювання та інженерне обладнання шоурумів-кав'ярень, їх художньо-композиційні рішення та оздоблення, за допомогою яких вони досягаються. Виявлено важливість безперешкодного доступу для всіх груп населення після аналізу інклюзивності шоурумів-кав'ярень, а також визначено вимоги щодо пожежної безпеки та інженерного обладнання. В ході дослідження виявлено сучасні підходи щодо дизайну інтер'єру шоурумів-кав'ярень. Ці рекомендації сприятимуть збереженню актуальності та конкурентоспроможності дизайн-проекту в довгостроковій перспективі.

Ключові слова: дизайн інтер'єру, шоурум-кав'ярня, зонування приміщень, організація простору, композиція, оздоблювальні матеріали, інклюзивність.

SUMMARY

Chulkova Y. S. Development of a design project for the interior of a showroom with a coffee shop. – Manuscript.

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in the specialty 022 Design – Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, 2025.

Qualification work is carried out to study the practical and theoretical aspects of the design of showrooms with a coffee shop, the relevance of space development has been proven. By analyzing regulatory documents, laws, scientific sources, articles and publications, electronic resources, modern approaches to the interior design of these spaces, their functional and planning organization, requirements for the main premises have been identified. Issues such as furnishing and engineering equipment of showrooms-coffee shops, their artistic and compositional solutions and decoration, with the help of which they are achieved, have been analyzed. The importance of unhindered access for all groups of the population has been identified after analyzing the inclusivity of showrooms-coffee shops, and the requirements for fire safety and engineering equipment have been determined. The study has identified modern approaches to the interior design of showrooms-coffee shops. These recommendations will help maintain the relevance and competitiveness of the design project in the long term.

Keywords: interior design, showroom-cafe, zoning of premises, organization of space, composition, finishing materials, inclusivity.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1 ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТУВАННЯ ШОУРУМІВ ІЗ КАВ'ЯРНЕЮ.....	10
1.1. Нормативні вимоги до планувальних рішень та функціональність приміщень шоурумів з кав'ярнею	10
1.2 Меблювання та обладнання приміщень шоурумів із кав'ярнею	14
1.3. Художньо-композиційні рішення інтер'єру шоурумів із кав'ярнею.....	18
1.4. Інклюзивність приміщень шоурумів із кав'ярнею	20
1.5 Психологічний вплив дизайну на покупців.....	23
Висновки до розділу 1	26
РОЗДІЛ 2 ПРОЄКТНО-АНАЛІТИЧНІ ОСНОВИ ДИЗАЙНУ ШОУРУМІВ ІЗ КАВ'ЯРНЕЮ.....	28
2.1. Аналіз вихідних даних об'єкту проєктування	28
2.2 Аналіз потреб та вимог користувачів об'єкта дизайну	31
2.3. Аналіз аналогів існуючих проєктів шоурумів з кав'ярнею.....	34
Висновки до розділу 2	39
РОЗДІЛ 3 РЕАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙН-ПРОЄКТУ.....	41
3.1. Функціональне та композиційне рішення об'єкта	41
3.2. Розбір оздоблення, освітлення та технологій виготовлення меблів.....	47
3.3. Креслення для обраного об'єкта	52
Висновки до розділу 3	53

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	56
ДОДАТКИ	60

ВСТУП

Актуальність теми. Однією з основних складових успішної комерційної діяльності є дизайн, а в даній темі саме дизайн простору роздрібної торгівлі. Дизайн інтер'єру шоуруму-кав'ярні є актуальною темою, оскільки сучасні заклади громадського призначення повинні відповідати високим вимогам не лише щодо якості послуг, але й щодо естетики та функціональності простору. Особливо важливим є інтегрування концепції кав'ярні в шоурум, де інтер'єр має бути функціональним й виразним.

Потреба в таких просторах є актуальною, бо саме такі концептуальні місця заохочують нових клієнтів, також спонукають їх затримуватись, а це свідчить про вірогідність більш детально ознайомитись із товарами та придбати більше речей.

Мета дослідження. Метою роботи є розробка концепції дизайну інтер'єру шоуруму-кав'ярні. Визначення оптимальних дизайнерських рішень для простору.

Завдання дослідження:

- проаналізувати нормативні вимоги до проєктування інтер'єрів приміщень шоурумів з кав'ярнею;
- виявити об'ємно-планувальні рішення для шоуруму з кав'ярнею;
- дослідити сучасні тенденції та підходи у дизайні шоурумів з кав'ярнею;
- вивчити художньо-композиційні рішення інтер'єру приміщень шоурумів з кав'ярнею;
- проаналізувати аналоги об'єктів даного типу;
- розробити концептуальне рішення дизайну інтер'єру шоуруму з кав'ярнею;
- розробити дизайн-проєкт.

Об'єкт дослідження. Інтер'єр шоуруму-кав'ярні.

Предметом дослідження є розробка інтер'єрного середовища шоуруму з кав'ярнею, його оздоблення та меблювання.

Методи дослідження: аналіз нормативної та наукової фахової літератури, узагальнення висновків.

Елементи наукової новизни одержаних результатів. Елементи наукової новизни полягають у вивченні особливостей комерційного дизайну, великої кількості матеріалів для оздоблення та їх гармонійне поєднання, психологічного впливу дизайну на покупця.

Практичне значення одержаних результатів дає можливість у подальшому використанні дизайну для створення подібних комерційних просторів, враховуючи стилістичну та функціональну складові.

Апробація результатів дослідження. Участь у Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації», Переяслів, УГСП. (Додаток А). Для доповіді на конференції було надано тези: «Особливості дизайну інтер'єру шоурумів-кав'ярень». Обсяг опублікованих тез – 7 сторінок (Додаток Б).

Структура та обсяг роботи: Включають у себе вступ, 3 розділи, висновки, список використаних джерел, додатки. Загальна кількість сторінок –116.

РОЗДІЛ 1

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТУВАННЯ ШОУРУМІВ ІЗ КАВ'ЯРНЕЮ

1.1. Нормативні вимоги до планувальних рішень та функціональність приміщень шоурумів з кав'ярнею.

Проектування інтер'єру шоуруми-кав'ярні має відповідати ряду нормативних вимог, що забезпечують комфорт, безпеку та функціональність простору. Зокрема, врахування цих вимог дозволяє створити умови для зручного проведення часу для відвідувачів і персоналу.

Згідно з нормами ДБН В.2.2-23:2009 будуть враховані такі аспекти в створенні дизайну:

-Об'ємно-планувальна структура об'єктів роздрібної торгівлі та організація їхньої земельної ділянки повинні забезпечувати функціональне зонування з чітким розмежуванням потоків руху покупців і товарів, а також пішохідних і транспортних потоків, включаючи зону підвезення й розвантаження продукції;

-Функціональна структура будівель роздрібної торгівлі має включати основні групи приміщень, зокрема: торговельні приміщення та інші зони для обслуговування покупців (торговельні зали, зали прийому й видачі замовлень, кафетерії тощо); приміщення для приймання, зберігання й підготовки товарів до реалізації (приймальні, розвантажувальні, склади, комори, холодильні камери, фасувальні, комплектувальні тощо); підсобні приміщення (зони зберігання тари, пакувальних матеріалів, інвентарю, спецодягу); службові та побутові приміщення (адміністративні, конторські, пожежні пости, кімнати персоналу, гардеробні, душові, санвузли тощо);

-У разі розміщення в магазинах кафетеріїв, сокових барів, відділів кулінарії тощо, їх необхідно облаштовувати у продовольчих магазинах із доступом для покупців з зовнішнього боку вузла розрахунку (тобто за межами контрольованої зони) або у приміщеннях із окремим входом;

-Із торговельного залу має бути передбачено щонайменше два розосереджені евакуаційні виходи безпосередньо назовні або у евакуаційні коридори, сходові клітки. Дозволено влаштування виходів на сходи типу С2 за дотримання вимог пункту 8.9 цих норм;

-Будівля торговельного закладу повинна бути спроектована, побудована та оснащена з урахуванням безпеки для покупців, відвідувачів, зокрема осіб із маломобільних груп населення, та персоналу — як під час пересування всередині й поблизу будівлі, так і при вході, виході та користуванні її конструктивними елементами й інженерними системами.-Ширина проходів: Проходи повинні бути достатньо широкими для зручного руху покупців, особливо у вихідні та святкові дні. Це також важливо для створення комфортного простору, де покупці можуть без труднощів оглядати товари;

-Системи навігації: Правильне зонування має включати зрозумілі напрямки для покупців. Це може бути зроблено за допомогою знаків, кольорів або спеціальних позначок, які допомагають відвідувачам орієнтуватися[1].

Зонування та планування приміщень під шоурми є важливим аспектом для організації простору. Правильне зонування дозволяє забезпечувати оптимальні умови для здійснення завершальної фази торговельно-технологічного процесу. Тому є низка вимог щодо влаштування і планування таких просторів:

- Забезпечити ефективне використання простору для поповнення асортименту;
- Надати змогу працівникам здійснювати контроль збереження товарного виду покупцями.

- Забезпечити виникнення потоку покупців у торговельному залі.
- Створювати коротші шляхи руху товарів із приміщень для приймання і підготовки товарів до продажу в торговельний зал.

У технологічних плануваннях шоурумів з кав'ярнею відокремлюються такі функціональні зони:

Зона входу – виходу. Організація цієї зони регламентується чинними стандартами та галузевими нормами будівництва об'єктів роздрібної торгівлі. На практиці можливе як окреме розташування зон входу і виходу, так і їх об'єднання в одну спільну вхідно-вихідну зону. Цікавим проєктним підходом є таке планування, за якого покупець потрапляє з вулиці не безпосередньо до торговельної зали, а спершу до просторого холу; Для облаштування зон входу і виходу використовують різні типи дверних конструкцій: двері з механічним приводом, з шарнірною підвіскою, розсувні системи. В окремих випадках дверні прорізи замінюють повітряними завісами — вертикальними потоками повітря, спрямованими згори донизу. Такий варіант відкритого входу з повітряною завісою знижує психологічний бар'єр для відвідувачів і створює ефект відкритості, ніби запрошуючи зайти до магазину; Якщо повітряна завіса не передбачена, у зоні входу-виходу облаштовується тамбур із калорифером. Тамбурна зона допомагає уникнути неконтрольованого проникнення повітряних потоків до торговельної зали та зменшує температурну різницю між внутрішнім і зовнішнім простором;

Розташування вхідної зони залежить від форми обслуговування покупців: при прилавковій торгівлі вона зазвичай розміщується по центру фасаду, а при самообслуговуванні (особливо в невеликих магазинах) — ліворуч; Місце для зберігання особистих речей покупців доцільно облаштовувати між потоками входу і виходу; Вхідна зона повинна містити інформаційні засоби, які допомагають орієнтуватися всередині торгового простору. Від торговельної зали її можна відокремити за допомогою турнікетів, декоративних елементів або вітрин.

Зона викладки товарів. Торговельна зона займає центральну частину площі торгового залу. У магазинах із прилавковою формою обслуговування товари викладають на настінному обладнанні, розміщеному в межах робочих зон продавців. Найчастіше використовується лінійне планування, де робочі місця розташовані в один або кілька рядів. При ширині зали до 7 м обладнання і прилавки встановлюють уздовж стіни, яка межує зі складськими приміщеннями. Якщо ширина перевищує 8 м — робочі місця можуть бути розміщені вздовж двох або трьох стін; Така схема дозволяє скоротити відстань переміщення товарів, оперативно поповнювати запаси в робочий час, не заважаючи покупцям; У непродовольчих магазинах важливо продумати розташування примірочних. Їх рекомендують встановлювати наприкінці ліній вішал. Банкетки для взуття слід розміщувати паралельно до стелажів, на відстані не менш ніж 2 м від них; Розташування обладнання повинно сприяти логічному і зручному руху покупців у торговельному залі. Оптимально, коли покупці рухаються проти годинникової стрілки по колу — це дозволяє їм пройти повз усі товарні зони та повернутись до точки початку маршруту (де зазвичай відбувається видача кошиків і розрахунок); Уникаючи перетинання потоків, важливо не обмежувати пересування покупців жорстко встановленими маршрутами або перешкодами. Клієнтам слід залишити свободу вибору шляху, проте напрямок руху варто продумати так, аби вони спершу потрапляли до зони найбільшого попиту, а індивідуальне обслуговування розташовувалося в глибині залу;

Боксове планування використовується у випадках поділу торговельного залу на окремі функціональні частини, зокрема при торгівлі за зразками з індивідуальним підходом до клієнта. Бокс — це відокремлена зона з власним вузлом розрахунку, трьома закритими стінами з обладнанням та відкритим боком для входу-виходу. Така схема вимагає більше працівників і є менш ефективною з погляду організації технологічного процесу, ніж лінійна;

Виставкове планування передбачає зонування простору на демонстраційну частину, блок розрахунку, зону зберігання та видачі.

Вільне планування полягає в розміщенні обладнання без фіксованої геометричної схеми — відповідно до форми і особливостей самого торговельного приміщення.

Касова зона. Одним із ключових компонентів процесу реалізації товарів є проведення розрахунків з покупцями, які здійснюються у спеціально відведеній касовій зоні. Основна мета її організації — забезпечити швидке й безперебійне обслуговування клієнтів, а також ефективний облік товарів і контроль за їх збереженням у межах торговельного залу. Дослідження засвідчили, що вже через 15 секунд очікування в черзі біля каси відвідувачі починають відчувати роздратування. Якщо ж затримка триває до хвилини чи двох — багато хто замислюється, чи не варто піти в інше місце за покупками. Видимість довгих черг зазвичай змушує потенційних клієнтів залишити магазин, так і не здійснивши покупку.

У магазинах використовують централізовану або децентралізовану форми розрахунку: при централізованій системі оплата відбувається в касах, розміщених біля виходу з торговельного залу; у децентралізованій — у касах, що розташовані всередині залу, біля окремих секцій або в кінці рядів обладнання.

Організація касової зони повинна передбачати уникнення перехрещення чи зустрічних потоків покупців. Важливо правильно визначити кількість кас, адже саме вона впливає на пропускну здатність вузла розрахунку. Для цього застосовуються встановлені нормативи, що співвідносять площу торговельного залу з кількістю необхідних робочих місць для касирів-контролерів [2].

Зона складського приміщення. Ця зона використовується для прийняття товару та для зберігання залишків, які не виставлені на продаж, але можуть бути потрібні в разі великого попиту. Склад має бути організований так, щоб працівники

могли швидко знаходити необхідні товари для поповнення асортименту на торгових полицях. Зберігання одягу має бути в належних умовах, щоб уникнути його пошкодження. Також до зони складського приміщення має доступ тільки персонал магазину, для запобігання інцидентів потрапляння сторонніх лиць до кімнати потрібно задіяти заходи безпеки, до прикладу двері із ключем чи карткою яка буде тільки у працівників [3].

Зона з кав'ярнею (індивідуальний проєкт). В данному шоурумі однією із зон буде кав'ярня із атмосферою, яка дозволяє клієнтам розслабитися, насолодитися шопінгом і затриматися в магазині довше. Це також може підвищити лояльність покупців і стимулювати їх до більше покупок.

Ця зона має бути обладнана потрібною технікою для зручного використання, також місцем для сидіння відвідувачів. Потрібно розуміти ризики встановлення такої зони для продукції, бо через необачність клієнти можуть зіпсувати товар. Може бути розташованою біля входу, в зоні відпочинку, у касовій зоні якщо дозволяє простір.

1.2 Меблювання та обладнання приміщень шоурумів із кав'ярнею

Торговельне обладнання використовується для структурування внутрішнього простору, розбивки його на зони, робить викладку товару логічною і зрозумілою. При його створенні закладаються широкі зручні проходи, які ведуть покупця за задуманим відділом маркетингу, маршруту. Втім і самому покупцеві це послужить добру службу, полегшить навігацію і пошук товару — полки, вітрини можуть групуватися за кольором, іконками, принтами (наприклад, акційний товар, зимовий / літній, чоловічий / жіночий). У проєкті завжди враховуються параметри торгового простору: площа, кути, колони, наявність і кількість вікон, розташування вхідної групи. Мова йде і про верхній одяг, і про таку інтимні речі, як нижня білизна

— все повинно виглядати привабливо та бути доступним до огляду з вигідних ракурсів. Людина в такій торговій локації знаходиться довго, відповідно, меблі забезпечують їй комфорт. І мова не тільки про те, щоб товар був грамотно розподілений і представлений, а не нагромаджений кольорами і формами, що викликає дискомфорт. Такі простори іноді обладнують і диванами, на яких можуть розташуватися ті, хто прийшов з покупцем. Все це важливо і веде до збільшення продажів. Якщо полка або вітрина нестандартна, індивідуальна то виготовляти її потрібно на замовлення, з урахуванням нюансів. Втім, це розумно і в випадках стандартного розміщення[4].

Меблі для торгової зони магазину одягу. Полиці та стелажі: важливо використовувати полиці, які гармонійно поєднуються з декором виставкового залу. Вони повинні бути легко переміщуваними, мобільними, з можливістю регулювання висоти полиць відповідно до розмірів товарів (зазвичай виготовляються на замовлення). Для зберігання одягу використовуються відкриті полиці, вішалки та вішалки для одягу. Дерев'яні або металеві полиці в класичному або мінімалістичному стилі добре вписуються в різні типи інтер'єрів. Згідно із загальними стандартами, висота полиць повинна бути такою, щоб покупці могли легко дістатися до товарів. Зазвичай висота стійок варіюється від 1,5 до 2 метрів. Вищі полиці слід розміщувати лише в тих місцях, де не очікується їх активного використання клієнтами. Глибина полиць для одягу повинна бути від 30 до 50 см, що дозволяє розташувати більше речей на кожній полиці, не перевантажуючи простір.

Манекени: Манекени важливі для демонстрації одягу, особливо для нових колекцій. Вони можуть бути статичними або рухомими. Різноманітні манекени (половинні, знімні руки або ноги, повнорозмірні) дозволяють спокійно підходити до розміщення товару. Манекени повинні бути адаптовані до середніх розмірів одягу. Висота манекенів може коливатися від 1,6 до 1,8 метрів, що за стандартом відповідає середнім розмірам людей.

Торгові столи та вітрини: Торгові столи можуть бути використані для експозиції акційних товарів або сезонних колекцій. Це можуть бути як окремі столи, так і вітрини з підсвіткою. За стандартами, площа примірочних повинна бути не менше ніж 1,5–2 м² для комфортного переміщення покупця та можливості розміщення стільця чи лавки.

Крісла та стільці: В зонах, де клієнти можуть відпочити після шопінгу або очікування у примірочних, потрібні зручні крісла та стільці. Вони мають бути функціональними і відповідати загальному стилю шоуруму. В Україні можна знайти дуже привабливі варіанти які будуть гармонійно вписуватися в інтер'єр. Для створення зручних зон відпочинку в шоурум-кав'ярні, розмір стільців та крісел повинні бути такими, щоб вони забезпечували комфорт для покупців. Стандартні розміри сидіння стільця — 40–45 см у висоту, глибина сидіння — 40–50 см[5].

Меблі та технічне оснащення для кавової зони. Барна стійка: Стійка для приготування кави повинна бути просторою, з достатньою кількістю місця для техніки, посуду, а також для роботи бариста (теж зазвичай виконується на замовлення за індивідуальними розмірами). Стандартна висота барної стійки становить 110–115 см. Це зручна висота для приготування кави та обслуговування клієнтів. Залежно від дизайну інтер'єру можна встановлювати стійки з різною висотою, але ця величина є найбільш універсальною. В будь-якому випадку, висота не повинна перевищувати 150 см - інакше відвідувачам буде некомфортно. Зазвичай глибина барної стійки варіюється від 60 до 75 см. Ширина стійки зазвичай становить 150-200 см, залежно від кількості місць для сидіння або відстані між клієнтами.

Столи та стільці: Вибір меблів залежить від концепції кавової зони. Можна використовувати невеликі столики для двох-трьох осіб або великі спільні столики для моментів відпочинку, або ж розмістити кав'ярню в шоурумі поруч із зоною відпочинку, таким чином заощаджуючи місце. Стільці повинні бути зручними для тривалого сидіння та мати ергономічний дизайн. Це можуть бути прості стільці, але

також м'які крісла або пуфи, якщо концепція магазину передбачає більш комфортну атмосферу. Для невеликого простору можна використовувати компактні столи або барні стійки як місця для сидіння, що, як згадувалося, заощадить місце. Згідно зі стандартом, барні стійки мають діаметр 60х80 см або 60х60 см. Для кавової зони магазину одягу це оптимальні розміри, щоб зручно розмістити на столі чашку, десерти та кілька інших предметів [6].

Торгова техніка та обладнання. Системи для обробки та обліку товарів: Торгівельні POS-системи (точки продажу): До прикладу можна встановити таку систему від української компанії Каварр. Це основний інструмент для обробки покупок. POS-система включає комп'ютер, монітор, касовий апарат, принтер для чеків та сканер штрих-кодів. Для сучасних магазинів одягу варто вибирати POS-системи, які мають інтеграцію з інвентаризацією товарів, забезпечують швидке та зручне оформлення покупок, а також мають можливість оплати карткою чи мобільними додатками[8].

Сканери штрих-кодів: Для відслідковування запасів продукції на складі. Використання бездротових сканерів дає більшу мобільність працівникам магазину (наприклад сканер Zebra DS2278), адже вони можуть оперативно сканувати ціни та наявність товару без необхідності підходити до реєстраційної стійки[9].

POS-термінали (для карткових платежів): В ідеалі вони повинні бути сумісними з усіма популярними платіжними системами і мати можливість приймати картки, а також мобільні платежі (Apple Pay, Google Pay). До таких терміналів можна віднести POS-термінал SAM4S Sapphire-S560[9].

RFID-системи (радіочастотна ідентифікація): Використання RFID-міток дозволяє значно полегшити процес інвентаризації товарів. Всі предмети одягу можна позначити RFID-мітками, що дозволяє легко відслідковувати їх переміщення в магазині і запобігати крадіжкам. Система може включати спеціальні пристрої для зчитування міток і точного підрахунку кількості товару в магазині (ідеальний варіант це Host Dahua DHI-ASI1201E) [9].

Програмне забезпечення для управління магазином: Для централізованого обліку всіх товарів та продажів важливо мати програмне забезпечення, яке синхронізує всі продажі з центральною базою даних, дозволяючи в реальному часі відслідковувати запаси та поповнення товарів.

Камери спостереження: Камери повинні бути стратегічно розміщені в торговому залі, біля входу та виходу. Це допомагає не тільки запобігти крадіжкам, а й дає змогу моніторити потік покупців. До прикладу Камера 4Мп IMOU Ranger 2 із вайфай під'єднанням [9].

Антикражні системи: Це електронні системи, що використовують спеціальні датчики на товарі для попередження про спроби крадіжки. Вони можуть бути вбудовані у входи або виведені на виході з магазину для перевірки наявності міток або тегів.

Екрани для реклами та акцій: Використання цифрових дисплеїв для трансляції актуальних акцій, новинок або колекцій дозволяє не тільки привернути увагу покупців, але й підвищити ефективність маркетингових кампаній.

Інтерактивні екрани або термінали для шопінгу: Вони можуть бути встановлені в магазинах для того, щоб покупці могли вивчити асортимент товарів, дізнатися про новинки або знайти розміри через мобільний додаток.

Технічне оснащення кавової зони. Усе технологічне обладнання, яке використовується у виробничому потоці, має бути виключно професійного рівня. У базовий перелік входять: професійна еспreso-машина, кавоварка фільтраційного типу (також відома як проливна кавомашина), френч-прес, система очищення та пом'якшення води (необхідна для запобігання виходу з ладу чутливого кавового обладнання, адже машини для варіння кави надзвичайно вибагливі до якості води), додаткове кавове обладнання, таке як льодогенератор, блендер, соковижималка, пітчер і шейкер — вони особливо актуальні для приготування кавових коктейлів у літній сезон. Під час вибору обладнання слід обов'язково враховувати його

продуктивність: скільки чашок напою воно може приготувати одночасно та якою є їх місткість [10].

Освітлення. Освітлення шоурумів та виставкових салонів використовує два типи світильників: стаціонарні та мобільні. До стаціонарних джерел світла відносяться: врізні світильники, споти, даунлайти, карданні системи, світильники на підвісах накладні освітлювальні прилади. До мобільних джерел світла відносяться трекові системи – прожектори та світильники, які комплектуються адаптерами під трек (шинопровід). Деякі моделі підвісних та накладних світильників можуть комплектуватися адаптерами для 1-фазного та 3-фазного треку, що робить їх мобільними джерелами світла. Для шоурумів у яких рідко змінюється експозиція підійдуть стаціонарні світильники. Такі світильники врізаються в підвісні стелі армстронг, грильято, гіпсокартонні конструкції. Стаціонарні світильники підійдуть для салонів корпусних меблів, салонів кухонних меблів, магазинів сантехніки, авто та мото салонів, картинних галерей.

Основне освітлення: Основним джерелом освітлення у торговому просторі слугують світильники з м'яким розсіяним світлом, що забезпечують комфортне сприйняття інтер'єру. Для створення візуальних акцентів на окремих групах товарів використовують спрямоване яскраве підсвічування. Наприклад, нижня підсвітка стелажів та полиць з взуттям дозволяє вигідно продемонструвати продукцію, підкреслюючи її форму та матеріал. Згідно з нормативами: загальний рівень освітленості у торговельному залі повинен становити близько 500 лк; освітленість в зонах акцентного світла може досягати до 1500 лк; у вітринах допускається рівень освітленості до 3000 лк; акцентне підсвічування має перевищувати загальний рівень освітленості щонайменше на 40%; здля освітлення використовують джерела світла з індексом кольоропередачі не менше 90. Температура світла обирається залежно від специфіки товарів: для молодіжного одягу — доцільно застосовувати холодне світло, для преміальних брендів — краще підійде тепле освітлення, для виробів із хутра (зокрема шуб) необхідно

використовувати лампи з мінімальним рівнем ультрафіолетового випромінювання, аби запобігти пошкодженню матеріалу.

Акцентне освітлення: Вітрини та певні зони шоуруму повинні бути підсвічені окремо для привертання уваги до товарів. Для цього використовують направлені лампи, споти або світлодіодні стрічки. **Розміщення:** Акцентне освітлення зазвичай встановлюється на стелажах, манекенах та вітринах, щоб підкреслити товар.

Декоративне освітлення: Для створення атмосфери в шоурумі застосовують декоративні освітлювальні елементи, такі як підсвічування, декоративні світильники або навіть інсталяції. Це допомагає створити емоційний фон для відвідувачів.

Освітлення примірочних: Особливу увагу слід приділити освітленню у примірювальних кімнатах. Якщо світло падатиме на відвідувача зверху, на обличчі та фігурі з'являться неприємні сірі тіні, які точно не сприятимуть продажу товару. Краще розташовувати джерела світла на середньому рівні, наприклад, навколо дзеркала. Ідеальним варіантом є освітлення, яке імітує денне світло, оскільки це дозволяє побачити реальні кольори тканин [11].

1.3. Художньо-композиційні рішення інтер'єру шоурумів із кав'ярнею

Для того щоб створити незвичайний дизайн інтер'єру магазину жіночого одягу, важливо не надто захоплюватись. Надмірне оздоблення змістить весь фокус на себе, відволікаючи увагу від представлених товарів. Тому є деякі норми та рекомендації щодо художньо-композиційних рішень. Для створення цілісності між кавовою зоною і торговим простором використовують єдину кольорову палітру. Це можуть бути теплі натуральні тони (бежевий, теракотовий, оливковий) або сучасні нейтральні відтінки (чорний, сірий, білий). У кавовій зоні можна використовувати

яскраві кольорові акценти, наприклад, в елементах декору (подушки, світильники). У торговій зоні акцентами можуть бути манекени чи окремі предмети одягу.

Вибір матеріалів для шоуруму з кав'ярнею має важливе значення для створення затишного, функціонального і естетично привабливого простору. Комбінація природних, сучасних і екологічних матеріалів допомагає підтримати концепцію, створити унікальну атмосферу і задовольнити вимоги до комфорту та функціональності. Дерево: для створення затишку можуть бути використані теплі види дерева, такі як дуб, ясень, бук, вишня чи сосна. Вибір породи дерева визначатиме не лише вигляд меблів, а й відчуття простору. Наприклад, дуб має елегантний вигляд і додає статусності, тоді як сосна створює більш легку і природну атмосферу. Фінішне покриття дерева може бути покрите матовими або глянцевиими лаками, що дозволяє підкреслити текстуру або надати меблям більш сучасного вигляду. Меблі (столи, стільці, полички), стіни та підлога можуть бути виконані з дерева. В дерев'яних елементах використовують технології вигину, що дозволяють створювати більш витончені форми, особливо в меблях для кавової зони (наприклад, стільці або столи).

Камінь: для підлог та декоративних елементів можуть використовуватися природні камені, такі як мармур, граніт або шліфований бетон. Мармур додає розкоші та елегантності, в той час як граніт може виглядати більш суворо і сучасно. Камінь може бути використаний в дизайні барної стійки або підлоги. Також він може бути частиною декоративних елементів, таких як статуетки чи стіни.

Кераміка: Керамічна плитка часто використовується для оздоблення стін, особливо в зонах, де є висока вологість або для створення акцентних стін (наприклад, з плиткою під цеглу чи декоративними орнаментами).

Метал: використання легких металів, таких як алюміній або нержавіюча сталь, часто зустрічається в сучасних інтер'єрах. Метал дає відчуття сучасності та надійності. Метал може використовуватися в якості каркасів для меблів (столи, стільці), освітлення, а також декоративних елементів. Метал може бути матовим

або глянцеvim, а також може поєднуватися з іншими матеріалами для досягнення контрасту (наприклад, металеві елементи з дерев'яними вставками).

Скло: Загартоване або матове скло часто використовується для створення витончених і легких конструкцій. Скляні елементи створюють враження легкості і простору. Скло використовується для вітрин, декоративних елементів або як частина меблів (скляні столи, стелажі, полицьки). Скло забезпечує високий рівень світлопроникності і дозволяє розширити простір, зробивши його більш відкритим і світлим.

Вибір текстилю для меблів важливий для створення комфортної атмосфери. Наприклад, для стільців і диванів у кавовій зоні можна вибрати натуральні тканини, як-от льон, бавовна або велюр. Текстиль може бути нейтральним, щоб не відволікати увагу від інших елементів інтер'єру, або використовуватися для створення акцентів (наприклад, подушки на диванах або сидіннях можуть бути яскравими або з цікавим візерунком). Просторові рішення повинні враховувати не лише функціональні, а й емоційні аспекти. Кожен елемент простору, від входу до розташування зон, має взаємодіяти з відвідувачем і передавати певний меседж або емоцію. Важливим аспектом є створення відчуття простору. Відкрите планування допомагає забезпечити хорошу видимість між різними зонами, що сприяє зручності руху і загальному відчуттю свободи. Це також створює ефект простору, де різні зони органічно переходять одна в іншу. Проблема з якою часто стикаються в дизайні шоурумів — це поділ простору на зони без втрати цілісності інтер'єру. Тут використовуються плавні переходи через рівні підлоги, різницю в покриттях, м'яке освітлення, розташування меблів та декоративні елементи (картинки, панелі).

Сучасний підхід до дизайну передбачає використання кольорів, матеріалів і текстур. Але першим, що потрібно зробити це визначитись їх стилістикою простору[12].

1.4. Інклюзивність приміщень шоурумів із кав'ярнею

Інклюзивність шоурумів це не лише фізичні чи технічні рішення, а й філософія обслуговування клієнтів. Створення доступного та комфортного середовища є основою сучасного підходу до роздрібної торгівлі і має великий вплив на репутацію бренду та задоволення клієнтів. Концепція, яка спрямована на створення доступного і комфортного середовища для всіх категорій покупців, незалежно від їхніх фізичних можливостей, віку, культури чи інших особливостей. У сучасних умовах важливо, щоб кожен відвідувач шоуруму відчував себе комфортно та мав можливість без труднощів взаємодіяти з простором, продукцією та персоналом.

Відповідно до положень ДБН В.2.2-23:2009, комплектація та планування торговельного обладнання у залах мають забезпечувати доступність для обслуговування осіб з інвалідністю, зокрема тих, що пересуваються у кріслах колісних (як самостійно, так і з супровідниками), на милицях, а також осіб з порушенням зору. Поверхні прилавків, столів і касових розрахункових зон (місць реєстраторів розрахункових операцій) повинні бути розміщені на висоті не більше ніж 0,8 м від рівня підлоги. Ширина проходів між рядами торговельного обладнання має відповідати габаритам засобів пересування осіб з інвалідністю, враховуючи зони досяжності товару. Усі проходи (крім односторонніх) повинні забезпечувати можливість повного розвороту на 360° і фронтального обслуговування осіб у кріслах колісних із супроводом. У випадку двостороннього руху в торговельних залах із площею понад 650 м² (наприклад, супермаркетах, універсамах або оптових магазинах), ширина проходів повинна бути не меншою ніж 2,0 м. У разі, коли полиці мають висоту понад 0,9 м, слід передбачити додаткові або знижені ділянки основного прилавка з висотою в межах 0,7–0,8 м, що забезпечує комфортний доступ для маломобільних осіб. Для полегшення орієнтації осіб з ослабленим зором необхідно використовувати світлові покажчики,

електронні табло, піктограми, а також застосовувати контрастні кольори в елементах інтер'єру. Піктограми, що позначають товарні групи, бажано виконувати з використанням яскравих і відмінних кольорів, що привертають увагу.

Безбар'єрний доступ до входу. Вхід до шоуруму повинен бути зручним для людей на інвалідних візках або з іншими фізичними обмеженнями. Для цього передбачаються безперешкодні пороги, автоматичні двері або двері, які можна легко відкрити зсередини. Ширина дверей: Двері мають бути не менше ніж 90 см у ширину, що дозволяє без перешкод проходити візкам або людині з обмеженими можливостями. Підйомники чи рампи: Якщо шоурум розташований на кількох рівнях, необхідно встановлювати пандуси, ліфти або підйомники для людей з обмеженими можливостями.

Простір для руху повинен мати широкі проходи: Для комфортного пересування людей з обмеженими можливостями або для батьків з дитячими візочками необхідно забезпечити мінімум 120 см ширини для проходів.

Меблі та елементи інтер'єру: Меблі (стелажі, манекени, столи) повинні бути розташовані так, щоб залишався вільний простір для людей з інвалідними візками. Важливо також, щоб меблі були легкими для переміщення в разі потреби. Примірочні кабінки. Розмір примірочних кабін повинен бути просторими, щоб люди з інвалідними візками або іншими засобами пересування могли вільно входити та рухатися всередині. Мінімальна площа примірочних — 1,5–2 м². Бажано також, щоб двері кабін були розсувними або ширшими (від 80 см). Дзеркала в примірочних кабінах повинні бути розташовані таким чином, щоб вони були доступні для огляду всіх покупців, включаючи людей, що сидять в інвалідних візках. Ідеальна висота дзеркала — 100–150 см від підлоги. У кожній примірочній кабінці має бути встановлена лавка чи стілець, щоб покупці могли сісти під час примірки одягу.

Інтерфейс та навігація. Використання контрастних кольорів для основних елементів інтер'єру та позначень дозволяє людям з обмеженим зором краще

орієнтуватися в просторі. Наприклад, контрастні кольори для підлоги та стін, а також для знаків і напрямків.

Знаки та шрифт. Всі знаки, написи та вказівники мають бути великими та чіткими, а також на видимому рівні, щоб люди з обмеженим зором могли легко їх побачити. Використання шрифтів, що підходять для людей з дислексією чи іншими порушеннями зору, також важливо.

Інформаційні панелі та вказівники. У шоурумі можуть бути інтерактивні вказівники або цифрові екрани з голосовими інструкціями для людей з обмеженими можливостями зору.

Технічне обладнання для інклюзивності. Використання технологій, таких як сенсорні екрани з можливістю голосових підказок або аудіоінструкцій, може полегшити навігацію по шоуруму для людей з обмеженими можливостями зору чи слуху. Мобільні додатки з функцією аудіо опису товарів і зон у шоурумі дозволяють людям з порушеннями зору краще орієнтуватися в магазині.

Індукційні петлі для людей з порушеннями слуху. Індукційні петлі можуть бути встановлені на касах або в зонах обслуговування для тих, хто використовує слухові апарати. Вони покращують якість звуку та дозволяють легше спілкуватися з персоналом [1].

Технології та особливості обслуговування клієнтів. Обслуговування клієнтів, зокрема людей з інвалідністю, потребує спеціальної підготовки персоналу. Це включає знання про особливості комунікації, обслуговування клієнтів з обмеженими можливостями та використання спеціальних засобів для полегшення їх перебування в шоурумі.

Навчання персоналу: Важливо, щоб співробітники мали навички взаємодії з людьми з різними видами інвалідності — як фізичними, так і сенсорними. Співробітники повинні бути готові надати допомогу у виборі товару або підказати, де знаходяться певні зони шоуруму.

Соціальна та культурна інклюзивність. Важливо враховувати культурні та соціальні аспекти клієнтів. Наприклад, у шоурумах, що орієнтуються на багатонаціональні аудиторії, можна використовувати багато мовні інтерфейси та символи для полегшення розуміння. Також важливо вшанувати різні культурні норми щодо одягу та представлення товару (наприклад, уникати стереотипів чи нетактовних зображень у рекламних матеріалах). Окрім фізичної доступності для людей з інвалідністю, інклюзивність включає підтримку родин з дітьми. Для цього створюються зручні дитячі зони, примірочні кабінки з достатнім простором для батьків з дітьми, а також спеціальні лавки та столи для комфортного відпочинку [13].

1.5 Психологічний вплив дизайну на покупців

Психологія споживача - це галузь, яка вивчає, як люди вирішують, що купувати, чому і коли. Це не просто про вибір продуктів чи послуг; це про розуміння глибинних мотивацій, бажань та страхів, які керують цими рішеннями. Знання цих аспектів дозволяє маркетологам створювати більш цілеспрямовані та ефективні рекламні кампанії, знижуючи витрати на невдалий маркетинг. Поведінка споживачів формується різними факторами: від особистих переконань до культурних норм. Наприклад, соціальний вплив може змусити людину купити певний продукт, щоб відповідати очікуванням групи. З іншого боку, особисті цінності та переконання можуть спонукати до вибору екологічно чистих продуктів. Розуміння цих факторів допомагає маркетологам створювати більш персоналізовані та резонівні з аудиторією рекламні повідомлення [15].

Люди роблять імпульсивні покупки, коли їх до цього щось мотивує. Наприклад, торговельне обладнання розташоване по ходу шляху клієнта і на ньому є якийсь заклик до дії. Це може бути інформація про акцію або про те, скільки тисяч

людей вже зробили покупку і залишилися задоволені. Часто для того, щоб людина зробила таку покупку, в центр залу виставляють додаткові стелажі, оформляють їх так, щоб покупець відразу звертав увагу на продукцію. Оформлення може бути різним: яскраві кольори, тематичний дизайн до свята. Також, щоб мотивувати людину до спонтанної покупки, вона має відчувати позитивні емоції. Для цього стіна торгового залу може бути прикрашена тематичним зображенням, яке асоціюється з відпочинком, веселощами, приємними спогадами. Щоб краще зрозуміти, як саме викликати приємні асоціації, важливо вивчити цільову аудиторію конкретного торгового приміщення. Дуже важливо розуміти, хто буде покупцями в магазині. проєкт магазину з елітним одягом і взуттям має бути, стриманим і мінімалістичним. У ньому мають бути дзеркала, приємне освітлення, а задня стіна може бути прикрашена логотипом бренду. Такий дизайн приверне увагу і зробить магазин який запам'ятається покупцям. Також конструкція такого магазину має передбачати наявність великого простору для примірочних. Важливо, щоб людям не доводилося товпитися і довго чекати в черзі [17].

Один із найефективніших способів впливу на емоції та настрої споживачів — створення відповідної атмосфери. За допомогою грамотно підібраної палітри кольорів, текстур, декоративних елементів та шрифтів можна формувати певний настрій: від спокою та затишку до енергії чи загадковості [14]. Атмосфера простору відіграє важливу роль у приверненні уваги та формуванні позитивного досвіду взаємодії з брендом.

У дизайні інтер'єру комерційних просторів ключове значення має створення комфортного середовища, сприятливого для здійснення покупок. Усі складові оформлення — освітлення, кольорове рішення, форма та фактура матеріалів, декоративне наповнення — є інструментами формування лояльності клієнтів. Планування приміщення має забезпечувати максимум вільного простору для комфортного пересування та візуального сприйняття товарів. З огляду на

посилення конкуренції з боку онлайн-торгівлі, естетично привабливий і нестандартний простір стає важливою перевагою офлайн-магазину.

Особливу роль у створенні атмосфери відіграє освітлення. Воно не лише виконує технічну функцію — забезпечення достатньої видимості, — а й справляє значний психологічний вплив. Наприклад, надмірно яскраве загальне освітлення може викликати дискомфорт та бажання якомога швидше залишити приміщення. Натомість тепле точкове освітлення створює відчуття затишку, сприяє тривалішому перебуванню відвідувачів у магазині та детальному ознайомленню з товарами. Для реалізації таких рішень використовуються різноманітні типи світильників: підвісні, настінні, стельові, трекові тощо. Все більшого поширення набувають інтелектуальні системи освітлення, які дозволяють змінювати яскравість та колірну температуру світла відповідно до часу доби чи типу товару. Це дає змогу варіювати атмосферу в магазині: від затишної чи ділової — до урочистої чи енергійної [16].

Удосконалення зручності користування простором — ще один критичний чинник ефективного дизайну. Психологічні аспекти відіграють ключову роль у формуванні візуальної ідентичності бренду, впливаючи на сприйняття, настрої і навіть поведінкові реакції клієнтів. Знання основ психології сприйняття кольору, форм, символіки дозволяє створити зрозумілий та інтуїтивно комфортний інтерфейс взаємодії користувача з простором. Візуальна ієрархія, навігаційні елементи, логічне зонування — усе це допомагає забезпечити якісну взаємодію з аудиторією. Отже, дизайн торгового простору є не лише засобом оформлення, а потужним інструментом для трансляції цінностей бренду, його ідентичності та емоційного меседжу [14].

Реклама - це не лише спосіб інформування про продукт; це мистецтво впливу на свідомість і підсвідомість споживачів. Вона застосовує різноманітні психологічні механізми, такі як повторення, асоціації та соціальні докази, щоб сформувати позитивне ставлення до продукту або бренду. Наприклад, повторення

сприяє закріпленню бренду у свідомості споживача, тоді як соціальні докази (відгуки, рекомендації) підвищують довіру до продукту. Емоції відіграють важливу роль у прийнятті рішень щодо покупок. Реклама, яка викликає позитивні емоції, може значно підвищити бажання придбати продукт. Наприклад, реклама, що викликає почуття ностальгії чи радості, може бути набагато ефективнішою, ніж просто інформаційна реклама. Також важливим є сприйняття бренду: якщо споживачі вважають бренд надійним і високоякісним, вони більш схильні до покупки [15].

Колір - це справжнє чудо психології в дизайні. Кожен колір має свою унікальність. Наприклад, червоний активізує енергію та пристрасть, помаранчевий дарує радість, а жовтий надихає на оптимізм. Зелений відзначається природністю та спокоєм, а синій створює відчуття глибини та стабільності. Важливо зазначити, що вплив кольору може варіюватися залежно від культурних, особистих і ситуативних факторів. Крім того, кожен індивід може мати свої асоціації та сприйняття кольорів на основі власного досвіду та уявлень [14].

Вибір споживачів пов'язаний з кольорами сильніше, ніж може здаватися на перший погляд. Дослідження показують, що люди зазвичай формують перше враження про продукт менш ніж за 90 секунд (інше дослідження стверджує, що це може бути всього за сім секунд). І від 62% до 90% цього миттєвого враження ґрунтується лише на кольорі. Як і у випадку з яскравим освітленням, активні кольори можуть викликати сенсорне перевантаження, що заважає зосередженню на товарах і спонукає людей швидше покинути приміщення. Тому, на мій погляд, краще застосовувати більш мінімалістичну кольорову гаму та насичувати оздоблення за допомогою інших інструментів, зокрема тематичного декору, про який я розповім далі.

Багатофункціональність торговельного простору — ще одна причина, чому він може бути більш привабливим для покупців. Так у звичку увійшли фуд-зони та кав'ярні навіть у невеликих супермаркетах, а в торгових центрах додаткові опції

можуть бути ще ширшими: арт-простори, зони відпочинку та дозволя тощо. Наприклад, у згаданому кейсі магазину зброї ми також створювали окремий простір для кафе-тиру з атмосферою захоплення естетикою зброї.

Дослідження свідчать, що біофільні елементи (природне освітлення, дерево, зелень тощо) в дизайні інтер'єру торговельних просторів можуть збільшувати продажі. Це пов'язано з тим, що природне середовище сприяє комфорту, спокою та зниженню стресу, тож покупці в такому стані здійснюють покупки розслаблено, без поспіху і охоче повертаються в цей простір знову. Крім того, клієнти асоціюють біофільні простори з вищою якістю і, як наслідок, з більшою вартістю продукту. Природні елементи також допомагають збалансувати естетику в промислових або мінімалістичних приміщеннях[16].

Висновки до розділу 1

В першому розділі був проведений аналіз нормативних вимог до планувальних рішень та функціональність приміщень шоурумів з кав'ярнею. Було детально описано зонування приміщень такого типу, а саме про вхідну зону, товарну зону, касову зону, зону складського приміщення та зону з кав'ярнею.

Було приділено чималу увагу торгівельному обладнанню. Раціональне облаштування меблів, технічного оснащення та освітлення в магазині одягу з кавовою зоною є ключовим елементом формування комфортного простору для покупців і ефективної організації роботи персоналу. Використання ергономічних та стильних меблів — як у торговій, так і в кавовій зонах — забезпечує зручність відвідувачів і підкреслює концепцію бренду. POS-системи, сучасні сканери і програмне забезпечення, дозволяє оптимізувати процеси продажу й обліку товарів. Правильно підібране освітлення, що враховує як функціональність, так і естетику, створює привабливу атмосферу для клієнтів, акцентує увагу на товарі та сприяє

підвищенню продажів. Усі ці складові у комплексі формують позитивний клієнтський досвід, що є визначальним фактором у сучасному ритейлі.

Розібрали що потрібно щоб створити унікальну, комфортну та привабливу атмосферу з функціональністю та естетикою. Занадто насичений декор може затьмарити товари, тому важливо зберігати стриманість у художньо-композиційних рішеннях. Використання єдиної кольорової палітри допомагає поєднати кавову зону з торговим простором, підкреслюючи їхню взаємозв'язану функцію. Матеріали відіграють важливу роль у формуванні атмосфери простору. Натуральне дерево надає тепла й затишку, камінь додає солідності та стилю, метал підкреслює сучасність, а скло створює відчуття легкості та простору. Не менш важливою є робота з текстилем – він формує емоційний комфорт і настрій зони відпочинку. Крім того, просторові рішення мають забезпечувати логічне та естетично обґрунтоване зонування, що досягається за допомогою рівнів підлоги, різноманітних оздоблень, світла та розташування меблів.

Важливу роль грає також інклюзивність у дизайні. Вона базується на філософії поваги до гідності кожної людини та прагненні створити простір, де всі відвідувачі незалежно від фізичних можливостей, віку, культурного чи соціального контексту почуватимуться комфортно, безпечно і впевнено. Фізична доступність - це лише основа. Широкі проходи, доступні меблі, адаптовані примірочні, контрастні позначення, аудіовказівники та інші технічні рішення дозволяють значно покращити якість взаємодії з простором. Але не менш важливу роль відіграє людський фактор: підготовлений персонал, здатний з розумінням і делікатністю обслуговувати клієнтів із різними потребами, формує позитивне враження і підвищує лояльність до бренду. Крім того, інклюзивність має охоплювати соціальні й культурні аспекти. Це включає багатомовні інтерфейси, повагу до культурної різноманітності, врахування потреб сімей з дітьми та уникнення дискримінаційних стереотипів. Усе це сприяє формуванню дружнього, відкритого та емоційно приємного середовища. Таким чином, інклюзивний дизайн — це не

витрати, а інвестиція в довіру, репутацію та конкурентоспроможність. Успішні шоуруми майбутнього — це ті, які вміють створювати простір, однаково зручний і привабливий для кожного відвідувача.

Ще одним важливим аспектом є психологія споживача, яка являє собою науку про те, як і чому люди приймають рішення про покупки. Вона охоплює глибинні мотивації, бажання, страхи та інші внутрішні чинники, що впливають на вибір товарів і послуг. Для маркетологів це безцінне джерело інформації, яке дозволяє створювати цілеспрямовані рекламні кампанії, мінімізуючи витрати на неефективні рішення. Поведінка споживачів формується під впливом особистих цінностей, соціальних норм, культури та середовища. Наприклад, соціальний тиск або бажання належати до певної групи може спонукати людину купити модний бренд. У той же час екологічні переконання можуть мотивувати до вибору сталих продуктів. Імпульсивні покупки часто провокуються дизайном простору. Яскраві вітрини, заклики до дії і спеціально розміщені стелажі спрямовані на стимулювання спонтанного вибору. Щоб підтримати цей ефект, важливо створити позитивні емоції у покупця через асоціації — з відпочинком, святами або приємними спогадами.

І в заключенні до розділу можу сказати, що сучасний дизайн вимагає усвідомленого підходу: від чіткого визначення стилістики до врахування потреб цільової аудиторії. Тільки так можна створити простір, який буде водночас функціональним, емоційно привабливим і комерційно ефективним.

РОЗДІЛ 2

ПРОЄКТНО-АНАЛІТИЧНІ ОСНОВИ ДИЗАЙНУ ШОУРУМІВ ІЗ КАВ'ЯРНЕЮ

У цьому розділі буде визначено основні складові дослідження та їхню послідовність. Складання плану дослідження допоможе визначити чітку стратегію та методологію подальшого дослідження.

Аналіз фахової літератури. Першим етапом є вивчення літератури, яка забезпечить інформаційну та методологічну базу для дослідження. Аналіз джерел допоможе окреслити основні підходи та тенденції у сфері проєктування освітніх просторів.

Вивчення аналогів та аналіз досвіду. На цьому етапі здійснюється аналіз реалізованих проєктів зі схожим функціональним призначенням. Архітектурні та дизайнерські рішення оцінюються за такими критеріями, як просторове планування, меблювання, оздоблення та художньо-стилістичні особливості. Це дає змогу визначити найкращі практики для подальшого застосування у власному проєкті.

Аналіз архітектурних особливостей будівлі. Цей етап має на меті дослідити місце розташування об'єкта у міському середовищі, його переваги та недоліки. Аналізуються особливості планувальної структури, природного освітлення, інженерних комунікацій та конструктивних елементів будівлі, а також визначається необхідність проведення ремонтних чи робіт з перепланування.

Визначення потреб та вимог користувачів. На цьому етапі досліджується цільова аудиторія проєкту та формується портрет користувача. Аналізуються потреби й вимоги відвідувачів шоурумів-кав'ярень, що сприятиме розробці функціональних та ергономічних рішень для майбутнього проєкту.

2.1. Аналіз вихідних даних об'єкту проєктування

Для дизайн-проєкту було обрано комерційне приміщення на території житлового комплексу RiverStone у місті Київ, на вулиці Трускавецька 4Б, яке займає перший і єдиний поверх [21].

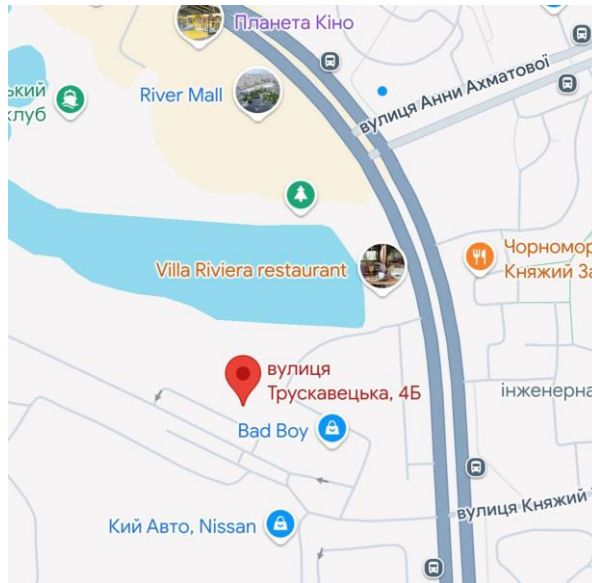


Рис. 1.1 Локація ЖК «RiverStone» на мапі

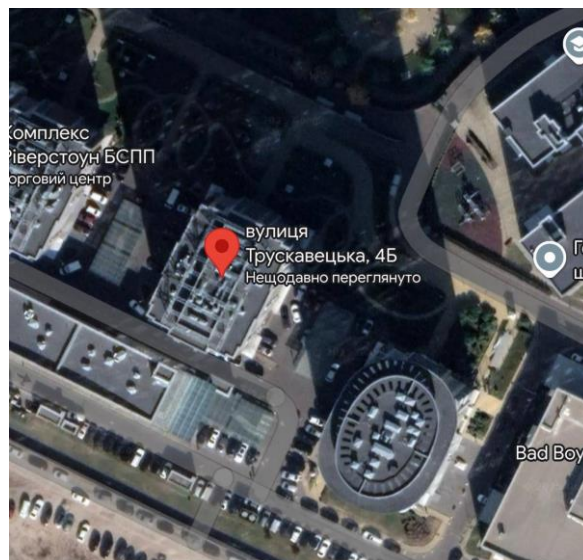


Рис. 1.2 Локація ЖК «RiverStone», вид з супутника

Загальна площа приміщення: 212м². Висота стелі: 3,4м.

ЖК RiverStone розташований уздовж Дніпровської набережної, у безпосередній близькості до річки, що відкриває панорамні краєвиди на воду та правий берег Києва. Завдяки такому розташуванню комплекс має чудову транспортну доступність: поруч станції метро Осокорки та Славутич, а також зручний виїзд на основні магістралі міста.

ЖК складається із семи сучасних будинків, виконаних у стилі сучасного міського комфорту. Комплекс має розвинену внутрішню інфраструктуру, яка дозволяє мешканцям отримувати все необхідне, не виходячи за межі ЖК. Тут розташовані: дитячий садок та освітні центри; фітнес-центри, спортзали; магазини, кафе та ресторани; підземний паркінг; окремий вихід до Дніпра.



Рис. 2 Фото фасаду приміщення

Аналізуючи фото які надали на сайті оголошення (рис.3.1,3.2) приміщення маємо такі вихідні данні: Тип приміщення має комерційне призначення та розташований на першому поверсі, це дає змогу простого доступу до майбутнього магазину. Приміщення перебуває у стадії чорнового оздоблення: без фінішних покриттів підлоги, стелі, стін, що полегшує задачу в реалізації проєкту, бо не має потреби робити демонтаж старого дизайну.

Видно несучі конструкції — колони, стіни з червоної цегли та монолітні елементи, які впливають на планувальні рішення та їх розташування має вплив на майбутнє зонування. Вентиляційні повітроводи вже змонтовані — це спрощує впровадження систем ОВіК для кав'ярні. Висота стелі дає змогу реалізувати дизайнерські прийоми з підвісним освітленням або декоративними елементами.

В наявності вікна невеликого розміру, які забезпечують природне освітлення лише частково. Можливо, потрібно буде компенсувати це продуманим штучним освітленням у зоні шоуруму та кав'ярні.

Приміщення вже має електрощитову або розподільний щит на лівій стіні. На нижній частині стін видно виводи опалення, що дозволяє врахувати існуючу систему тепlopостачання.



Рис. 3.1, 3.2 Фото зсередини приміщення

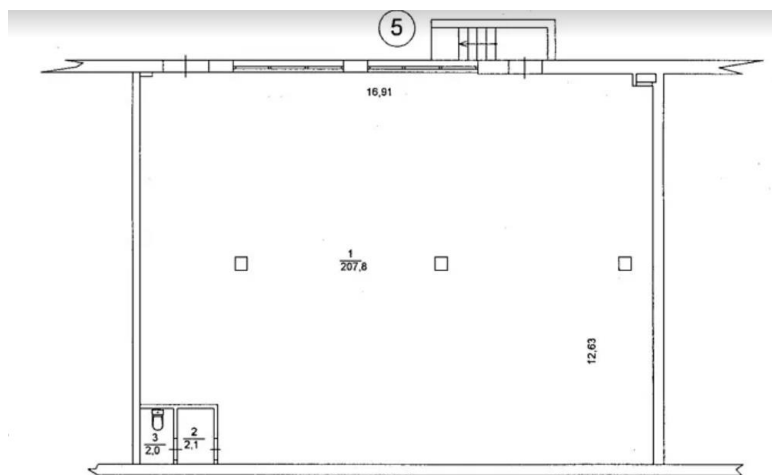


Рис. 4 Вихідний план приміщення

Переваги та недоліки приміщення: будівля розташована на території елітного ЖК Києва, який має високий рівень безпеки завдяки цілодобовій охороні. Так як комплекс заселений і приміщення знаходиться в прохідній зоні, завжди буде потік людей. Щодо самого приміщення, фасадні великі вікна, два входи з виходом в парк комплексу та краєвидами на затоку Дніпра. Поруч у сусідніх приміщеннях

знаходяться декілька бізнесів (ресторан, кіношкола та інше). Приміщення open space. Недоліком є відсутність прямого проїзду до будівлі і паркувальних місць поруч, але безпосередньо на території ЖК вони є [20].

2.2 Аналіз потреб та вимог користувачів об'єкта дизайну.

Одним з важливих етапів розробки дизайн-проекта приміщення шоуруму-кав'ярні є аналіз потреб та вимог користувачів. Основна мета цього етапу – визначити очікування, потреби та поведінкові сценарії відвідувачів даного закладу, щоб створити більш вдалу концепцію та функціональність простору. Аналіз цільової аудиторії дозволяє розробити дизайн, який відповідатиме запитам потенційних клієнтів, враховуватиме їхній стиль життя, звички, а також емоційні та практичні очікування від взаємодії з простором.

Центральною постаттю будь якого бізнесу являється клієнт, тому цьому питанню слід приділити значну увагу, бо за загальною статистикою на 60% прибутковішими є ті компанії які зробили уклін на аналіз клієнтоорієнтованості.

Потреби клієнтів поділяються на три основні блоки:

Функціональні потреби. Це базові потреби, які пов'язані з практичною стороною продукту або послуги. Споживачі шукають рішення для конкретних завдань, і їхній вибір часто залежить від того, наскільки ефективно продукт виконує необхідну функцію. Наприклад, покупець може розглядати функціональність смартфона, його камеру, тривалість роботи батареї або швидкість обробки даних. У цьому випадку основне питання, яке ставить споживач: "Чи допоможе цей продукт вирішити мою проблему?"

Соціальні потреби. Ці потреби пов'язані з тим, як споживач хоче, щоб інші сприймали його через призму використання певного продукту чи послуги. Соціальні потреби можуть включати бажання бути прийнятим у соціумі, виглядати стильним чи успішним. Наприклад, покупка дорогого автомобіля може бути

зумовлена не лише його функціональністю, а й бажанням справити враження на інших. Хоча соціальні потреби не є вирішальними у момент ухвалення рішення про купівлю, вони можуть суттєво впливати на остаточний вибір.

Емоційні потреби. Ця група потреб стосується внутрішніх відчуттів споживача. Вона пов'язана з тим, як покупець хоче себе почувати при використанні продукту. Емоційні потреби можуть включати прагнення до комфорту, задоволення, щастя або навіть ностальгії. Наприклад, покупка парфумів може бути зумовлена бажанням відчувати себе привабливим і впевненим у собі. Емоційні потреби часто стають вирішальними при виборі між кількома схожими продуктами.

До прикладу наведу декілька портретів потенційних клієнтів виходячи з емоційних, функціональних та соціальних потреб :

-Ольга, 28 років, fashion-блогерка та стилістка. Ольга веде власний блог про моду, регулярно відвідує модні заходи та співпрацює з українськими брендами. Для неї шоурум-кав'ярня – це місце, де можна переглянути нові колекції, зробити стильні фото для соцмереж і випити каву. Вона цінує стильний інтер'єр, вдале освітлення для зйомок і затишну атмосферу для зустрічей із клієнтами.

-Катерина, 25 років, студентка мистецької академії. Катерина цікавиться сучасною модою та дизайном, вона часто відвідує шоуруми в пошуках унікальних речей. Для неї важливо, щоб простір був не лише місцем для покупок, а й творчою локацією, де можна надихнутися, посидіти з друзями за чашкою матча-лате та обговорити тренди. Її приваблює естетичний інтер'єр, екологічні матеріали та наявність веганських опцій у меню, а саме альтернативного молока.

- Анастасія, 30 років, молода мама та фрилансерка. Анастасія працює з дому та часто шукає місця, де можна провести час із маленькою дитиною, випити каву та відпочити. Вона цінує, коли простір обладнаний зручностями, є можливість

поставити дитячий візочок, і навіть випити горнятко смачної кави. Важливо, щоб атмосфера була спокійною, без метушні, а інтер'єр – теплим і затишним.

- Дмитро, 40 років, бізнесмен і прихильник локальних брендів. Дмитро цінує якість та індивідуальність у всьому – від одягу до сервісу. Він заходить у шоурум-кав'ярню, щоб знайти стильний одяг для роботи та повсякденного життя, а також випити чашку хорошої кави у спокійній атмосфері. Важливо, щоб у закладі був персоналізований підхід до клієнтів, можливість приміряти речі у зручних примірочних і отримати професійну консультацію щодо стилю.

Ці портрети демонструють різноманітність аудиторії, яка може відвідувати шоурум-кав'ярню, та допомагають врахувати їхні потреби при створенні дизайн-концепції простору.

Аналізуючи потреби та очікування клієнтів шоуруму-кав'ярні, можна виділити кілька ключових аспектів, які визначають їхній комфорт та загальне враження від простору. Відвідувачі очікують функціональне зонування, що дозволяє гармонійно поєднати шоурум із кав'ярнею, створюючи окремі зони для перегляду та примірки одягу, ділових зустрічей або неформального спілкування. Важливим є сучасний інтер'єр, виконаний з використанням натуральних матеріалів та м'якої, нейтральної колірної гами, що сприяє затишній атмосфері. Велике значення має наявність фотогенічних локацій із гарним природним та декоративним освітленням, що відповідає очікуванням аудиторії, орієнтованої на соціальні мережі та контент-створення.

Якісний сервіс є ще одним вагомим фактором – персонал має бути привітним і готовим допомогти у виборі одягу або приготуванні кави, забезпечуючи високий рівень обслуговування.

Окрему увагу слід приділити доступності та інклюзивності простору, адже зручний вхід, широкі проходи, спокійна акустика та продумане зонування зроблять шоурум-кав'ярню комфортною для всіх відвідувачів, зокрема людей із дітьми або

маломобільних гостей. У результаті шоурум-кав'ярня має стати не просто місцем для покупок та кавових перерв, а справжнім простором натхнення, де відвідувачі зможуть комфортно взаємодіяти з модою, спілкуватися та відпочивати [22].

2.3. Аналіз аналогів існуючих проєктів шоурумів з кав'ярнею

Café Kitsuné, Сеул, Токіо

Café Kitsuné – це мережа стильних кав'ярень, заснована модним брендом Maison Kitsuné, яка поєднує кавову культуру, моду та мистецтво (рис. 5.1,5.2). Кожне кафе бренду має унікальний дизайн, що гармонійно вписується в атмосферу міста, де воно розташоване. Café Kitsuné Seoul від архітектурної компанії FHC, не є винятком і має особливий шарм, який всіляко підкреслюється не тільки цікавими декораціями, а й самим дизайном інтер'єру. Крім того, кафетерій розташовується на жвавій вулиці, що ніколи не дозволяє йому пустувати. Незважаючи на те, що заклад знаходиться в японському мегаполісі Токіо, його інтер'єр поєднується з різними культурами, а в обробці приміщення мінімалізм зустрічається з тропічним стилем. «Бонусом» можна назвати те, що приміщення поєднали з магазином одягу.



Рис.5.1, 5.2 Інтер'єр Café Kitsuné, Сеул, Токіо

Чарівне кафе розташовується в центральному районі міста поруч із промисловими спорудами, торговельно-розважальними комплексами та

культурними об'єктами, через що користується великою популярністю серед туристів та навіть багатьох місцевих мешканців.

Розробку яскравого та виразного дизайну виконали конструктори інженерного агентства FHC, які використовували у процесі ремонту натуральні фактурні матеріали, такі як дерево та бамбук, що надають обстановці неймовірний затишок та домашню теплоту.

Дизайн інтер'єру в салоні виконаний в стилі мінімалізм, який органічно вписується в загальну композицію обробки. Для оформлення підлоги, стін та стелі фахівці скористалися світлою текстурною деревиною, яка дозволила створити в приміщенні особливу, ніби магічну атмосферу, що зачаровує.

З правого боку від входу розташовується довга барна стійка, підкреслена чарівними світильниками з кулястими скляними абажурами, що огортають простір м'яким і приглушеним світлом. На іншій стіні обладнана вітрина з шикарним асортиментом одягу, аксесуарів та взуття, яке всі відвідувачі можуть підібрати для себе під час очікування замовлення. У дальній частині салону обладнані примірювальні кабінки, оснащені панорамними дзеркалами, зручними пуфами і чудовими порт'єрами бежевого відтінку. Надають інтер'єру яскравість приголомшливі прикраси, різноманітні художні твори та дерев'яні статуетки.

Внутрішній дворик перед закладом оформлено у незвичайному тропічному стилі. Цегляні стіни облицьовані фактурними бамбуковими панелями, що наповнюють обстановку своєю чарівністю, а родзинкою тераси стали екзотичні рослини та дерева. Садові меблі дають можливість відвідувачам відпочити і насолодитися трапезою просто неба [15].

Kith Manhattan, Нью-Йорк, США

Над будівництвом магазину у триповерховому будинку працювала Нью-Йоркська студія Snarkitecture. У будівлі також знаходяться бар та кафе KITH Treats,

галерея, створена в колаборації з Даніелем Аршамом, та простір для подій (рис. 6.1, 6.2)

Фасад KITH Treats Manhattan стриманий та мінімалістичний, із фірмовим логотипом KITH, що підкреслює преміальну естетику бренду. Вітрини оформлені в сучасному урбаністичному стилі, який одразу привертає увагу перехожих у центрі Нью-Йорка.

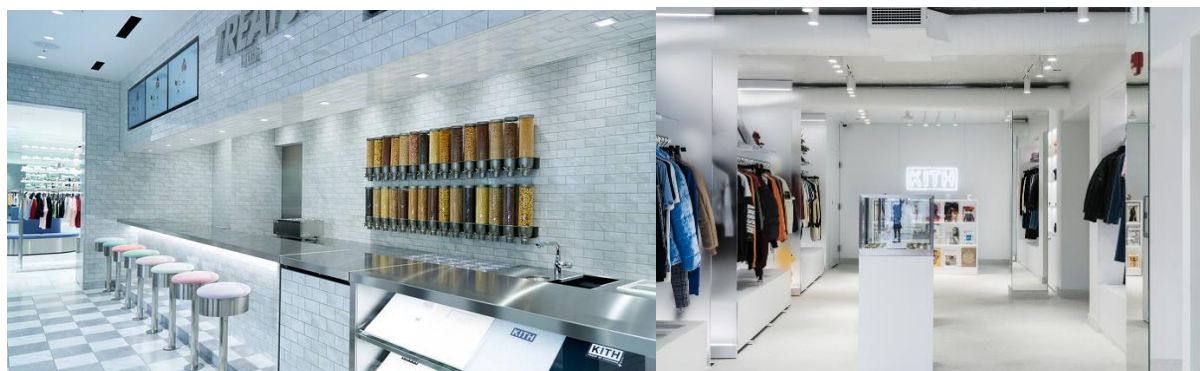


Рис. 6.1, 6.2 Дизайн інтер'єру Kith Manhattan, Нью-Йорк, США

Дизайн кафе витриманий у стилі high-end streetwear, що перегукується з естетикою основного бренду KITH. Основні риси:

- Монохромна палітра – переважають чорний, білий і сірий кольори, що додають простору елегантності та мінімалізму.

- Глянцеві поверхні та дзеркала – створюють футуристичний ефект і додають глибини простору.

- Мармурові та бетонні елементи – підкреслюють урбаністичний стиль закладу.

- Неонові акценти та брендовані деталі – логотип KITH інтегрований у меблі, оформлення стін і навіть сервірування.

- Відкрита кухня – відвідувачі можуть спостерігати за процесом приготування десертів і кави, що додає інтерактивності.

KITH Treats Manhattan – це більше, ніж просто кав'ярня, це місце зустрічі моди, гастрономії та сучасного мистецтва. Заклад відображає філософію streetwear-бренду KITH, пропонуючи відвідувачам не просто напої та десерти, а унікальний lifestyle-досвід. Завдяки стильному дизайну, колабораціям і ексклюзивному меню, кафе стало культовим місцем серед шанувальників моди та вуличної культури у Нью-Йорку [16].

Coosh Одеса, Україна

«Основний фокус бренду – жіночий одяг, тому ми поставили собі за мету надихати відвідувачів на творчість», – кажуть у команді проєкту.

Проєкт виконаний у скандинавському мінімалістичному стилі з акцентом на теплі матеріали та освітлення. Інтер'єр вражає натуральними текстурами, дерев'яними покриттями та м'якими фактурами. Особливістю магазину є куточок де можна взяти каву , розташований у касовій зоні (Рис 7). Ще однією з особливостей LED-підсвічування на полицях і стінах, яке можна налаштовувати в залежності від часу доби та погодних умов. Усі меблі були виготовлені на замовлення, що додає інтер'єру унікальності. Одним з основних елементів інтер'єру став великий хутряний диван, натхненний сінником на скандинавській фермі. Логотип Coosh розташований на дивані задом наперед, але в дзеркалі відображається правильно.

Саме цей магазин від студії Sivak+Partners визнали найкращим проєктом премії Building of the Year 2024 від видання ArchDaily в категорії «Комерційна архітектура» [17].



Рис. 7. Касова зона з кав'ярнею, магазин Coosh Одеса, Україна

Katimo Київ, Україна

Katimo – це український бренд жіночого одягу, заснований у 2015 році

Києві Катериною Тимошенко й Віталієм Пановим. Має дві лінійки одягу – базову і сезонну. Згодом відбулося розширення магазину й облаштування там Katimo Cafe. Кафе зробили на першому поверсі (Рис. 8.1), а на другому облаштували магазин площею 100 м² (Рис. 8.2), експериментальний цех та офіс команди. З настанням тепла Katimo Cafe відкриває літню терасу у внутрішньому дворіку будинку.



Рис. 8.1, 8.2 Katimo Київ, Україна

Інтер'єр магазину Katimo у Києві втілює естетику сучасного мінімалізму, що ідеально відображає філософію бренду. Простір вирізняється лаконічністю та чистотою форм, де кожен елемент підкреслює витонченість та природність. Колірна гамма інтер'єру складається з нейтральних відтінків — білого, бежевого, сірого та м'яких кремових тонів, що створюють спокійну атмосферу та не відволікають увагу від основного акценту — одягу.

Простір побудований таким чином, щоб зберігати баланс між функціональністю та естетикою. Використання природних матеріалів, таких як мрамур, дерево, бетон і скло, додає інтер'єру текстурної глибини та органічності. Мармурові поверхні надають відчуття елегантності, дерев'яні деталі додають теплоти, а бетонні та металеві елементи надають сучасного характеру.

Світло відіграє ключову роль у створенні атмосфери. Завдяки поєднанню прихованого м'якого підсвічування та спрямованого освітлення, що акцентує увагу на колекціях, формується ефект галерейного простору. Великі вітрини, які пропускають природне світло, розширюють простір, роблячи його повітряним і легким.

Меблі мінімалістичні, з чіткими геометричними формами та плавними лініями. Просторі зони для примірки оформлені без зайвих деталей, що створює відчуття приватності та комфорту. Одяг розміщений так, щоб кожна річ виглядала як окремий об'єкт, наголошуючи на продуманості силуетів і текстур тканин.

Тут немає зайвого шуму, надлишкових декорацій чи візуального перевантаження. Усі деталі працюють на створення відчуття гармонії та легкості, що дозволяє відвідувачам зосередитися на головному — дотику до якісної, продуманої моди, яка виходить за межі тимчасових трендів [18].

Kachorovska Store&Cafe Одеса, Україна

Kachorovska Store&Cafe займає два поверхи на фасаді будівлі по вулиці Буніна. «Це простір, що об'єднує магазин взуття та сумок Kachorovska, ательє

Kachorovska Atelier та кафе Kachorovska Cafe», – розповіли у Kachorovska (рис.9.1, 9.2). Ремонт та інтер'єром в Kachorovska Odesa займався співвласник бренду Руслан Очеретяний.



Рис.9.1, 9.2 Kachorovska Store&Cafe в Одесі

Простір поєднує елементи мінімалізму та елегантності, підкреслюючи стиль та якість продукції Kachorovska. Використання натуральних матеріалів, таких як дерево та камінь, створює теплу та затишну атмосферу. Особливу увагу приділено освітленню: м'яке світло підкреслює деталі інтер'єру та продукції, створюючи комфортне середовище для покупок та відпочинку [19].

Висновки до розділу 2

У цьому розділі було визначено концептуальні засади формування дизайн-проєкту шоуруму-кав'ярні, який поєднує комерційну, соціальну та естетичну функції. Аналіз локації, особливостей простору, запитів цільової аудиторії та світових аналогів дозволив розробити просторову модель, що відповідає сучасним тенденціям у дизайні інтер'єру.

Приміщення має хорошу базову структуру для перетворення на шоурум з кав'ярнею. Чітко виражені несучі елементи, наявність інженерних комунікацій і простір для зонування відкривають широкі можливості для реалізації концепції

бренду. У той же час, вимагатиме грамотного опрацювання освітлення, акустики та вентиляції.

Також був проведений аналіз потреб та вимог споживачів, в результаті чого було ознайомлено з основними правилами щодо формування бізнесу на вподобання споживача, з головними блоками потреб споживача та в цілому виявлено якісний підхід до клієнту.

Особливу увагу приділено створенню гнучкого функціонального середовища, де кожна зона — від експозиції одягу до контент-простору та зони кав'ярні — взаємодіє з іншими і сприяє позитивному досвіду відвідувачів. Важливими складовими стали ергономічність, інклюзивність, емоційна привабливість та відповідність стилю бренду.

Запропонована концепція інтегрує природне світло, фактурні матеріали, чисту геометрію та затишну атмосферу, що в цілому формує середовище не лише для споживання, а й для натхнення, комунікації та самовираження. Таким чином, шоурум із кав'ярнею позиціонується як гібридний формат, що поєднує ритейл, гастрокультуру та соціальну взаємодію в єдиній архітектурно-дизайнерській концепції.

Аналіз аналогів надав можливість ознайомитись із іншими комерційними приміщеннями, взяти до уваги деякі цікаві моменти та надихнутися вдалими проєктами. Ознайомлення з такими просторами, як шоуруми з кав'ярнею "Café Kitsuné", "Kith Manhattan", "Coosh", "Katimo" та "Kachorovska Store&Cafe", дозволило побачити різні дизайнерські рішення, що дають можливість адаптувати та запозичити деякі деталі у власні проєкти. Ці приклади демонструють важливість інтеграції брендових цінностей, використання сучасних технологій та створення унікальної атмосфери для покупців.

РОЗДІЛ 3 РЕАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙН-ПРОЄКТУ

В цьому розділі описуються етапи реалізації дизайн-проєкту шоуруму з кав'ярнею. До цього розділу входять пункти у яких буде описано функціональне та композиційне рішення, розбір оздоблення та технологій виготовлення меблів та креслення.

3.1. Функціональне та композиційне рішення об'єкта

Функціональне та композиційне рішення шоуруму з кав'ярнею — це поєднання архітектурного та дизайнерського підходу, який забезпечує зручність, ефективність і естетичну привабливість простору, де одночасно надаються послуги з продажу товарів, а саме жіночого одягу та аксесуарів та місце де можна випити кави.

Дизайн проєкт було розроблено для онлайн магазину українського одягу та аксесуарів з метою розширення на офлайн формат, та якіснішого просування бренду. Для залучення більшої аудиторії методами пошуку і ознайомлення з інноваціями та нововведеннями на комерційному ринку було прийнято рішення не робити звичайний магазин, а дати шанс новому напрямку – шоуруму із кав'ярнею.

Для українського ринку комбінування шоуруму з кав'ярнею являється досить новим форматом, при пошуках аналогів даного концепту виявилось, що ця ніша ще не завоювала українські простори, а закордоном вже деякий час набуває популярності та має позитивні відгуки, тому дана ідея має привілеї серед інших проєктів та являється стратегічним дизайнерським рішенням на глобальному ринку.

Було проаналізовано вплив на аудиторію та залучення нових клієнтів, саме через комбінований простір шоуруму + кав'ярні вони будуть мати ефект “slow shopping”, це затримує клієнтів довше проводити час в магазині, що спричиняє комфортне середовище для роздумів перед здійсненням покупки [23]. Ідеальне місце для зустрічей, фотозон та живого спілкування що може стимулювати споживача на розголос в соцмережах.

Кав'ярня в даному проєкті являє собою важливий елемент бренду. Вона допомагає створити атмосферу яка відповідає цінностям бренду. Також вона є додатковим джерелом прибутку, дає змогу створювати колаборації, а саме з локальними обсмажниками кави та робити поп-апи. В цілому якщо відвідувач почувається затишно, то він охоче повернеться. В такому просторі люди мають час на розслаблення, починають асоціювати бренд з позитивними переживаннями та частіше діляться досвідом на онлайн платформах, що дає змогу пасивного просування бренду.

В данному шоурумі представлено чітке розмежування простору на зони, а саме касову зону, вхідну, зону кав'ярні, зону відпочинку, примірочні, основну залу, місце для персоналу та складське приміщення. (рис.10).

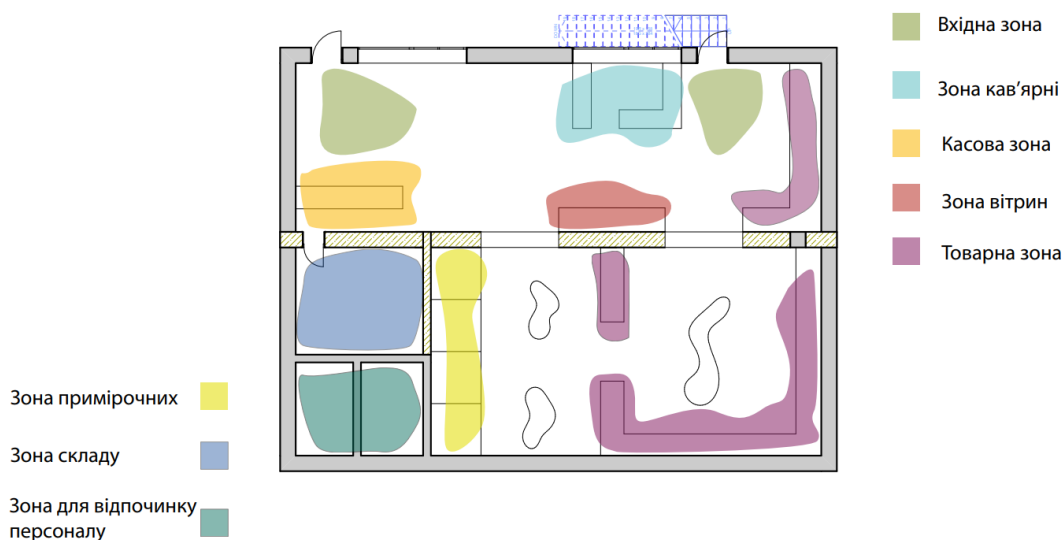


Рис. 10 Зонування приміщення

Інтер'єр шоуруму з кав'ярнею для українського бренду Boho був розроблений у стилістиці яку детально було досліджено через речі бренду, сторінку в соціальних мережах та по особистих вподобаннях власників, їх початковий запит був спрямований на жіночність, вишуканість та водночас органічність. Простір покликаний не лише демонструвати продукцію, а й формувати чуттєвий досвід перебування, де споживач опиняється в атмосфері природної рівноваги, спокою та розкоші.

Концепція інтер'єру виросла з ідеї поєднання архетипних форм природи та урбаністичного контексту. Натхненням для дизайну стала естетика середземноморських ремісничих просторів, де простота об'ємів поєднується з природними матеріалами. Було прийнято рішення розробляти інтер'єр відштовхуючись від стилю який поєднує в собі контемпорарі з елементами soft minimalism та organic modern. У колажі (рис.11) показано саме вираження підбраного стилю: неідеальні але водночас стримані текстури, спокійна палітра з глибокими кольоровими акцентами [25,26].



Рис. 11 Стилістичний колаж

Основу палітри складають тони притаманні більшій частині одязі бренду: молочний, бежевий, пісочний, що створюють відчуття легкості та гармонії, цей посил і несе в маси бренд. Вони виступають фоном для акцентів. Бордовий колір

— глибокий і емоційно насичений, використовується фрагментарно в елементах меблів (касова зона, кав'ярня, сидіння), виступає символом сили, гідності та жіночої енергії.

Текстура каменю та мікробетону застосовується на вертикальних і горизонтальних поверхнях, в меблях індивідуального замовлення, тобто в якості декоративних елементів, підкреслюючи зв'язок з природою та додаючи тактильності простору. Також через хаотичне розташування елементів данної текстури робить картинку загальної цілісності.

Форми об'єктів м'які, пластичні, це відсилає до жіночої тілесності, делікатності та плавності рухів. Хвилясті лави, заокруглені стійки, аркові прорізи — всі ці елементи формують архітектурний ландшафт простору.

Більшість меблів виготовлені на замовлення за авторськими ескізами, що підкреслює ексклюзивність інтер'єру. Доповнюють простір виробни від українських меблевих брендів, які гармонійно інтегруються у загальний стиль і підсилюють концепт локальності.

Згідно з планувальними рішеннями (див. розділ вище), простір поділений на зони шоуруму, примірочних та кав'ярні. Кожна зона вирішена у єдиній стилістиці, але має власну атмосферу. Кав'ярня оформлена в теплій, запрошуючій палітрі з глибоким бордовим фронтом бару, що логічно відділяє функціональні блоки. Завдяки цьому створено відчуття безперервності, але з тонким зонуванням, яке не порушує композиційну цілісність. Також зони поділені не тільки уявно, а ще й фактично в деяких місцях, бо розділені надписами, доступних для читання, на стінах.

Основною концепцією у процесі добору меблів для шоуруму було прагнення підтримати національного виробника. З цією метою в інтер'єрі переважно використано меблі, виготовлені в Україні, а також предмети, розроблені у співпраці з місцевими компаніями, що спеціалізуються на індивідуальному виробництві.

Такий підхід не лише підкреслює ідею локальної ідентичності бренду, але й сприяє розвитку українського дизайну та меблевої індустрії. Бренди українського виробництва поєднують в собі сучасний дизайн, якісні матеріали та функціональність. Серед рекомендованих брендів можна відзначити такі як NOOM, FILD, Prostir86, Delavega, TUTKA, FORMA та інші, що активно працюють у сфері предметного дизайну та створюють унікальні інтер'єрні рішення. Їхня продукція вирізняється лаконічною естетикою, увагою до деталей та відповідністю європейським стандартам. Співпраця з подібними брендами дозволяє підтримувати український ринок. Саме тому в магазині буде представлено приблизно 75% меблів українського виробництва [24].

Відштовхуючись від умовного технічного завдання касова зона (рис.12) була розроблена як індивідуальний функціональний об'єкт за загальними нормами, що повністю відповідає сучасним вимогам до ергономіки, логіки обслуговування клієнтів і естетики простору. Її форма та конструкція враховують зручність розташування обладнання, достатній простір для персоналу, а також інтуїтивну орієнтацію для відвідувачів. Стилiстично касова зона є продовженням загальної концепції інтер'єру: тут поєднуються природна складова і скульптурність, що характерні для organic modern. Верхня частина оформлена в імітації природного каменю з м'якою, нерівною поверхнею, що додає об'єкту автентичності та візуальної глибини. У протилежності цьому нижній об'єм виконано в глибокому бордовому кольорі, який виступає акцентом і формує візуальну опору в просторі. Такий контраст матеріалів грубий камінь і глибокий колір підкреслює філософію бренду Boho, який балансує між природною простотою та емоційною насиченістю [27].



Рис. 12 Касова зона

Зона кав'ярні яка розташована одразу зліва від головного входу є одним з ключових елементів просторової організації та логіки брендування. Вона виконує як функціональну роль обслуговування, так і емоційно-естетичну, і дає змогу зануритись у філософію бренду Boho.

Барна стійка (рис.13), виконана за індивідуальним проєктом, враховує всі вимоги до зручного приготування та видачі напоїв. Конструкція поділена на кілька робочих зон для більшої зручності: зона під кавомашину та молочник; секція з мийкою та робочою поверхнею для бариста; місце для холодного зберігання (холодильник); сервірувальна частина для видачі замовлень. Планування забезпечує логіку руху персоналу без перехресних потоків, що сприяє ефективності обслуговування. Стільниця з імітацією натурального каменю не лише естетично приваблива, але й зносостійка, що важливо у зоні з високим навантаженням [28].



Рис. 13 Візуалізація зони з кав'ярнею

Композиційно барна зона виступає візуальним ядром простору кав'ярні. Її геометрія побудована на принципі зламаної лінії, що створює цікаву динаміку у межах прямокутного об'єму приміщення. Такий підхід формує напіввідкритий периметр, що зберігає інтерактивність між бариста та відвідувачем, але візуально виділяє функціональну зону. Фасад виконано в глибокому темно-червоному кольорі, який повторює акцентну палітру шоуруму, створюючи стилістичну єдність з касовою зоною та іншими частинами простору. Це дозволяє сприймати кав'ярню не як окремий об'єкт, а як інтегровану частину загальної інтер'єрної концепції. Гладкі фасади контрастують з текстурованою поверхнею стільниці, що підкреслює матеріальну багатогранність цього простору.

Одним із ключових просторових акцентів першого залу шоуруму є зона відпочинку (рис.14), з меблями від українських виробників, а саме диван і крісло з колекції бренду Mudu дизайнера Ростислава Сорокового та 2 журнальних столика в різних розмірах та кольорах від українського дизайнера Дмитра Козіненка, що вдало вписалися в загальний інтер'єр зони. Вона організована таким чином, щоб створити умови для короткого перепочинку, очікування або неформального спілкування клієнтів, а також для зміни ритму пересування всередині простору.

Елементи меблів розташовані зонально, щоб не створювати відчуття тиску, залишаючи достатньо простору для вільного проходу між зоною та касою. Завдяки плавним силуетам, об'ємності та відсутності гострих кутів, зона сприймається не як додаткова, а як невід'ємна частина загальної концепції шоуруму Boho [41,42].

За зоною кав'ярні організовано демонстраційну зону (рис.15), яка дозволяє презентувати продукцію бренду, зокрема взуття, сумки, дрібні аксесуари та одяг. Простір цієї зони вирішено в єдиній стилістиці з усім шоурумом. Настінна ніша із глибокими полицями виконує функцію експозиційного дисплею для аксесуарів — вона легко змінюється відповідно до сезону або стилістичної капсули колекції, більш виразності додає вмонтоване акцентне освітлення. Горизонтальні відкриті полиці в акцентному кольорі дозволяють експонувати дрібні предмети на рівні очей відвідувача — це активізує зорову взаємодію та стимулює імпульсивне ознайомлення з товаром. Вертикальні конструкції-вішаки створюють легкий візуальний каркас для демонстрації одягу. Платформи-підставки для взуття розміщено по осі огляду — на них взуття виглядає як завершальний елемент, який клієнт може буквально «приміряти поглядом».



Рис. 14,15 Зона відпочинку та демонстраційна зона

Друга зала шоуруму виконує роль розширеного демонстраційного простору з додатковою зоною відпочинку (рис.16). Її структура побудована за принципом відкритого планування з акцентом на контрольовану навігацію відвідувача та емоційне залучення до огляду колекцій. Простір розділено на дві основні частини:

зону демонстрації одягу, представлено за допомогою вішаків вмонтованих в стелю, які мають доволі лаконічний й не ціляючий вид око, акцентуючи увагу на самій колекції; м'яку зону для очікування та відпочинку — організовану за допомогою хвилястого дивану-банкетки з округлими краями виконаного за індивідуальним замовлення, маленькі круглі столики доповнюють зону відпочинку, дозволяючи розмістити напої на них, їх форма й масштаб не перевантажують композицію, натомість підсилюють відчуття камерності. Також з двох сторін між вішаками увагу привертають демонстраційні тумби, виконані в одному стилі(впершій залі такаж, але менша версія), що дає змогу з'єднати простір і надати вид цілісності [29].

Центральним елементом залишається плавна хвилеподібна форма дивану, яка працює як візуальний маркер простору. Вона врівноважує вертикальну графіку одягу на стінах та додає динаміки горизонтальній площині.



Рис. 16 Друга зала

Примірочна зона шоуруму(рис.17) розміщена в окремій залі, що логічно завершують маршрут покупця і виходить одразу на касову зону. Примірочні відокремлені арковими отворами, які не лише виконують роль проходів, але й формують характерний ритм простору. Кожна примірочна оснащена фіранкою з щільної тканини, яка забезпечує приватність, дзеркалами повнорозмірного формату, крічками які розташовані на різній висоті для більшої зручності

розміщення вішаків, зручними пуфами, додатковим освітленням для якісного огляду образу [30]. Простір перед примірочними обладнано вигнутими лавами для очікування, що повторюються в першій залі та розміщені на відкритій площі — це дозволяє супутникам клієнтів зручно провести час під час примірки.

Основою композиції виступає серія аркових прорізів, які створюють глибину, ритм і візуальний акцент в осьовому напрямку. Використання бордових акцентів всередині примірочних додає глибини простору та підтримує загальну палітру шоуруму. Також у залі розміщені полиці в стіні для супутньої продукції або декору. І дзеркала з обох боків арочного проходу роблять цей простір візуально більшим і дають можливість клієнтам подивитись на себе в образах як зблизу (в примірочних) так і здалеку.



Рис. 17 Зала із примірочними

3.2. Розбір оздоблення, освітлення та технологій виготовлення меблів

Магазини одягу з окремим входом із вулиці мають специфічні вимоги до оздоблювальних матеріалів, які обумовлені як експлуатаційними факторами, так і маркетинговими завданнями. Вони мають не лише ефектно презентувати бренд, а

й витримувати змінні зовнішні умови- клімат, трафік, вологостійкість, перепади температур та інше.

Оздоблення. Оздоблення в інтер'єрі шоуруму з кав'ярнею розроблено з урахуванням цілісності стилістичного образу, комфорту відвідувачів та практичності в експлуатації і в зоні магазину і в зоні кав'ярні. Підбір матеріалів орієнтований на сучасний, але стриманий вигляд простору.

При виборі матеріалу для об'єктів з інтенсивним рухом в першу чергу треба звертати увагу на міцність та довговічність. Саме тому підлогове покриття виконано з промислової смоли з додаванням дрібного бежевого каміння. Такий вибір має такі переваги як зносостійкість і довговічність, що критично важливо для комерційних просторів з високим трафіком; безшовна поверхня, яка виглядає акуратно та легко очищується; естетична глибина фактури кам'яна крихта створює природну нерівномірність, що додає живості підлозі й пасує до загального мінімалістичного стилю [31].

Основним оздобленням стін в усіх зонах є рівна біла штукатурка з матовою текстурою. Це покриття створює чисте, нейтральне тло, яке не змагається з колекцією одягу за увагу (саме тому і вішаки виконані у білому кольорі); забезпечує візуальну легкість; додає інтер'єру відчуття свіжості, освітленості й сучасності. Із мінусів цього покриття є те що воно марке, через світлий колір є ризик забруднення, але воно з легкістю відтирається або перекривається [32]. Єдиним винятком є примірочні зони, де застосовано інший підхід: тут стіни пофарбовані у глибокий темно-терракотовий відтінок, що створює інтимну, захищену атмосферу, необхідну для комфортної примірки; додає тепла і глибини простору, підкреслює тілесність досвіду; слугує візуальним акцентом, який закладає емоційну кульмінацію на маршруті клієнта; також забезпечує клієнтів подивитись на одяг на собі під різним освітленням та атмосферою навкруги, бо вийдячи з примірочної можна роздивитися наряд під більш світлим освітленням у дзеркалі навпроти.

Оздоблення стелі передбачено з гіпсокартону з подальшим фарбуванням у матовий білий колір. Такий вибір зумовлений прагненням до візуальної чистоти та інтеграції освітлення у простір без зайвих елементів. Гіпсокартонна конструкція дозволяє досягти ідеально рівної поверхні, яка є важливою в інтер'єрах з мінімалістичним підходом; вмонтувати точкові світильники без об'ємних накладних систем; реалізувати сховані плінтуси (пристельовий шов без виступу), завдяки чому стіна та стеля з'єднуються без класичної стикової лінії. Це створює ефект «чистого переходу» тиша форм, які не привертають до себе увагу, але формують ідеальний фон для експозиційного простору. Оздоблення виконується з використанням фарби з глибоким матовим фінішем, яка не створює відблисків і добре працює в поєднанні з м'яким розсіяним освітленням. Білий колір стелі допомагає оптично розширити простір, особливо в зонах без природного освітлення. У технічному плані гіпсокартон також дозволяє інтегрувати вентиляцію, сигналізацію та трекове освітлення без шкоди для естетики простору. У другій залі реалізовано багаторівневу композицію стелі. Центральна частина простору утворює заглиблену нішу, яка виконує функцію оптичності, так як виділяє ядро зали, створюючи м'яке зонування без стін; дозволяє візуально підняти стелю в центрі, формуючи більш камерну атмосферу. Ніша пофарбована у глибокий темно-бордовий колір, що відсилає до брендової палітри Boho і перегукується з акцентними меблевими елементами. По периметру ніші запроектовано ажурний декоративний багет, який додає вишуканої деталізації та створює м'який перехід між горизонталлю та вертикаллю. Такий прийом підсилює глибину простору та додає сценографічного ефекту, що актуально для демонстраційної функції шоуруму [33].

Освітлення. Оскільки простір шоуруму має обмежений доступ до природного освітлення, система штучного світла відіграє ключову роль як у формуванні візуального середовища, так і в створенні емоційного сприйняття бренду Boho. Світло в цьому проєкті це не лише функціональний інструмент, а й

архітектурна мова, якою вибудовується атмосфера, спрямована на комфорт, естетику та акцентування.

Основу світлового сценарію складають вбудовані точкові світильники, рівномірно розподілені по всьому периметру приміщення. Вони забезпечують загальне освітлення, необхідне для навігації та огляду продукції; мінімальне візуальне навантаження на стелю завдяки компактній формі; плавний рівень яскравості, що не перевантажує зір і водночас не створює зон з тінню. Температура світла обрана у межах 3000–3500К (тепле нейтральне світло) це підкреслює натуральність кольорів одягу й додає відчуття затишку, важливого для жіночого бренду.

Для створення зонального підсвічування центрів у просторі передбачено кілька типів акцентного світла: підвісні світильники в зоні кав'ярні — розташовані над барною стійкою, вони мають скульптурну форму та виконують подвійну функцію: локальне освітлення поверхні та створення візуального центру композиції; декоративні настінні бра — встановлені у зонах очікування та біля арок, вони створюють м'яке бічне світло, яке візуально «пом'якшує» простір і додає камерності. Їх обрана форма продовжує загальну концепцію м'яких ліній та округлих об'ємів; акцентне підсвічування в нішах з аксесуарами — виконано у глибокому червоному спектрі, що підкреслює унікальність експонованих об'єктів та створює емоційну напругу й візуальний інтерес, працює як частина брендової ідентики — через кольорову світлову пластику.

Освітлення організовано за сценарієм, який дозволяє гнучко змінювати інтенсивність і характер світла залежно від часу доби чи події (наприклад, презентації колекції, фотозйомки, вечірні події) [34,35].

Технології виготовлення меблів. У проєкті значну частину меблювання становлять вироби, виконані за індивідуальним проєктом. Такий підхід дозволяє створити не лише унікальні за формою та матеріалом об'єкти, але й максимально адаптувати їх під функціональні потреби та простір інтер'єру. Технології

виготовлення таких меблів базуються на поєднанні сучасних цифрових методів моделювання та локального виробництва.

Касовий модуль шоуруму (рис.18) виконаний за індивідуальним проєктом та вирізняється контрастною композицією: поєднанням чіткої геометрії основи й вільної, скульптурної форми верхньої частини. Така конструкція потребує поетапного виготовлення з використанням різних матеріалів та технологій обробки.

Основна конструкція (нижній темно-червоний блок) Матеріал якої являє собою ламіновану фанеру або ДСП високої щільності (18–22 мм) на жорсткому дерев'яному каркасі. Технологія збирання на конфірматах та клейовому ущільненні. Оздоблення блоку виконано фарбуванням в глибокий червоний колір із матовим або напівматовим фінішем (використання фарби з підвищеною зносостійкістю або покриття поліуретановим лаком). Внутрішнє компонування з розміщенням ящиків для зберігання зі сторони працівника, відділу для касового апарата та відкидної секції для доступу до комунікацій. Верхня декоративна частина (імітована кам'яна форма) виготовлена із ППУ (поліуретанового блоку) або композиту на основі полімерної смоли з армуванням. Створення вільної форми відбувається шляхом ручної різки або CNC-фрезерування згідно з 3D-моделлю, імпортованою з програми моделювання (3dsMax) в потрібному форматі для використання. Поверхня покрита багатошаровою структурною штукатуркою з ефектом каменю (імітація вапняку або необробленого мармуру). Завершальне покриття це акриловий лак для захисту від механічних пошкоджень. Монтаж і збирання виконується наступним чином: верхня частина фіксується на прихованих кріпленнях (металеві шпильки), що дозволяє демонтувати її при необхідності. Виведення для електрики та кабелів закладено на етапі каркасного проєктування [36,37].



Рис. 18 Касовий модуль шоуруму

Зона кав'ярні (рис.19) спроектована також за індивідуальним кресленням та виготовлена з урахуванням специфіки експлуатації: стійкість до вологи, термостійкість, ергономіка робочих процесів. Візуально конструкція має Г-подібну форму з кривою та модульним компонуванням і контрастним оздобленням — поєднанням бордових глухих фасадів та стільниці імітованою під камінь.

Каркасна основа виготовлена з ламінованого ДСП 18 мм на дерев'яному каркасі [37]. Конструкція збирається із трьох окремих модулів, які з'єднуються між собою прихованими металевими кріпленнями. Фіксацією до підлоги служать регульовані ніжки для вирівнювання за рівнем. Фасади оздоблені МДФ, передні блоки пофарбовані в глибокий червоний чи теракотовий колір у 2–3 шари з матовим лаком (для зносостійкості), інші у світло-тілесний. Далі фасади фіксуються до несучих площин шурупами з внутрішнім доступом. Стільниця має бути вологостійка тому виготовлена з HPL (High Pressure Laminate) з імітацією текстури під камінь [38].

Передбачено інтеграцію обладнання: мийки, холодильника, що розміщуються на окремому блоці позаду; прихованого електро-підключення приборів через отвори у стільниці.

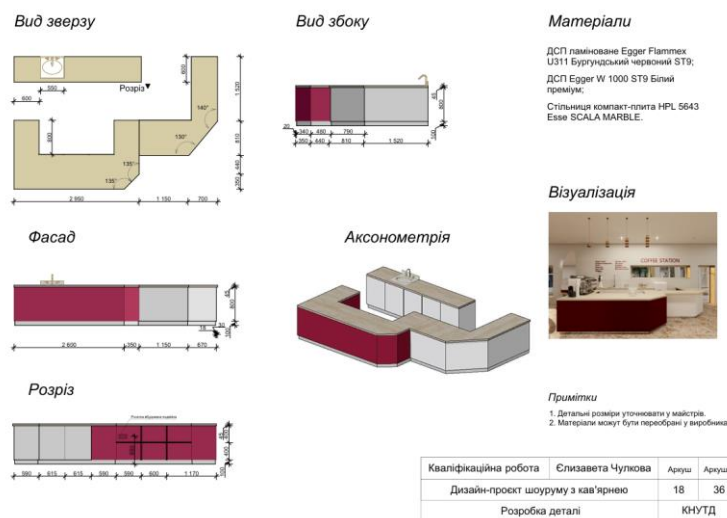


Рис. 19 Проектування барної частини кав'ярні

У просторі шоуруму-кав'ярні «Boho» передбачена серія експозиційних стільниць для демонстрації аксесуарів (рис.20,21). Ці меблеві елементи поєднують у собі монолітну геометрію з природними текстурами, що підсилюють загальний образ бренду. Кожен із варіантів унікальний, однак усі вони зібрані за єдиним конструктивним і стилістичним принципом.

Матеріалом для виготовлення основи було обрано ламіновану ДСП товщиною 18–22 мм [37]. Корпуси виконані у вигляді паралелепіпедів, що збираються на шкантах і конфірматах з прихованими з'єднаннями. Нижня частина доповнена контрастною вставкою з імітацією каміння — для візуального «відриву» елемента від підлоги. Фасади облицьовані HPL-панелями з імітацією кам'яної фактури — глибока іржава структура надає експозиціям матеріальної ваги. Опори-колони виготовлені із армованого композиту з ручним оздобленням, що імітує оброблений природний камінь. Верхні стільниці пофарбовані в фірмовий бордовий колір, матовий фініш забезпечує елегантне розсіювання світла і не дає відблисків на аксесуарах для яких передбачені поверхні [38].

Стільниці є мобільними, модульними елементами, не фіксуються до підлоги, що дозволяє змінювати композицію відповідно до оновлень колекцій. Підвищена міцність конструкції забезпечує стійкість навіть при вертикальних навантаженнях.

Висота стільниць підібрана згідно з ергономічними нормами для максимальної оглядовості товару.



Рис. 20, 21 Серія стільниць для аксесуарів

І останніми на розбір за технологіями виготовлення будуть дивани для відпочинку. Хвилясті м'які дивани, що розміщені в центральній частині шоуруму створені за індивідуальним кресленням і виконують функцію зон для відпочинку. Їхня форма повторює плавну органіку фірмової айдентики бренду та розбавляє архітектурну прямолінійність приміщення. Виготовлені з матеріалу фанери товщиною 18–24 мм на базовому дерев'яному каркасі із соснового бруса. Складна органічна форма задається на етапі 3D-моделювання, після чого каркас вирізається на CNC-верстатах згідно з контуром. Далі його збирають з ребрами жорсткості на шурупах з клейовим посиленням. М'яке наповнення являє собою поролон використовується декількашаровий (щільність від 25 до 35 кг/м³), з м'якішими шарами зверху й більш твердою основою знизу. Форма профілю фрезерується вручну для отримання плавного силуету. Текстиль або мікрофібра натягується вручну з фіксацією на зворотному боці, забезпечуючи безшовний вигляд по всьому периметру. Оббивка текстилем українського виробництва з високою зносостійкістю, стійкий до забруднень. Фактура легка матова, що підкреслює природність і м'якість форми. Висота сидіння та глибина розраховані відповідно до стандартів громадського простору: зручно як для очікування, так і для перегляду

продукції. Конструкція монолітна, без ніжок, для візуальної стійкості та простоти прибирання [39,40].

3.3. Креслення для обраного об'єкта

Для реалізації дизайн-проекту шоуруму з кав'ярнею було розроблено повноцінний пакет робочих креслень, що охоплює всі етапи візуального, функціонального та технічного опрацювання інтер'єру від плану покриття підлоги до завершального етапу - розгортки.

На першому етапі було виконано детальні обміри вихідного приміщення, на основі яких створено плани з точними геометричними параметрами. Ці креслення стали основою для подальшої розробки функціонального зонування об'єкта. Опираючись на загальні норми та потреби користувачів були визначені необхідні функціональні зони (вхідна та касова зони, кав'ярня, шоурум, зона очікування тощо). Для реалізації обраного функціонального рішення виконано плани демонтажу існуючих елементів та монтажу нових перегородок або конструкцій. Ключовим є план розміщення меблів та обладнання, який демонструє організацію простору відповідно до дизайнерської концепції. Для зон, що потребують детальнішої проробки, окремо представлені плани меблів індивідуального замовлення, доповнені розгортками стін та 3D-візуалізаціями. На кресленнях вказано всі необхідні розміри, а меблі промарковані у відповідності до нумерації у специфікації меблів та обладнання. Особливу увагу приділено планам освітлення. У кресленнях відображено розміщення світильників, типи приладів, зони їх дії, а також сценарії освітлення з урахуванням зони активності (робоче, загальне, декоративне світло). Продумано логіку вмикання/вимикання (тобто плани вимикачів та розеток), що забезпечує гнучкість у користуванні приміщенням. Плани стель розроблені відповідно до загальної стилістики проекту. Запропоновано використання білої матової стелі із гіпсокартону без рівневих перепадів, що візуально не створює типових глухих стиків, а збільшує висоту

простору та забезпечує однорідне світлорозсіювання. На планах підлог нанесено типи покриттів з використанням умовних позначень і штриховок. Указано площі кожного матеріалу та напрямки укладання, що дозволяє оптимізувати процес реалізації й уникнути похибок у монтажі. Окремо додано листи з планами розгорток кожної стіни приміщення. У завершальній частині альбому креслень представлені фотореалістичні візуалізації, створені в середовищі програм 3Ds Max та CoronaRenderer. Вони демонструють обрані ракурси простору: загальний вигляд інтер'єру, зона шоуруму, зона кав'ярні, зона з експозицією аксесуарів, зона примірочних та зони відпочинку для відвідувачів.

Альбом креслень можна переглянути в Додатку.

Висновки до розділу 3

У цьому розділі було аналізовано 3 пункти роботи, про функціональне та композиційне рішення об'єкта, оздоблення, освітлення, технології виробництва меблів та опис креслень.

Чітке зонування дозволило ефективно організувати простір шоуруму та кав'ярні, забезпечуючи зручну навігацію для відвідувачів, комфортні умови для демонстрації продукції та відпочинку. Ключовими композиційними прийомами стали симетрія та ритм у розміщенні елементів експозиції, візуальні акценти у вигляді кольорових плям (насичений темно-червоний на фоні білого), використання фактурних матеріалів, що підкреслюють характер бренду. Простір кав'ярні інтегровано в загальну структуру шоуруму, не порушуючи його стилістичну єдність, а навпаки — підтримуючи атмосферу відкритості й комфорту. М'які зони з журнальними столиками сприяють затриманню відвідувачів у просторі, що позитивно впливає на сприйняття бренду. Таким чином,

функціонально-композиційне рішення забезпечує не лише має естетичну складову, а й сприяє ефективному спілкуванню з клієнтом через дизайн.

Аналіз оздоблення, освітлення та технологій виготовлення меблів у межах проєкту дозволив сформулювати розуміння ролі матеріалів та технічних рішень у створенні функціонального простору.

Оздоблювальні матеріали було підібрано з урахуванням концепції мінімалізму: камінь імітує стабільність та довговічність, хутро — додають тактильного комфорту. Гармонія кольорової гами, побудована на поєднанні нейтрального бежевого, білого з глибоким червоним та його відтінками, створює вишуканий візуальний ефект і забезпечує емоційне занурення відвідувачів у атмосферу бренду.

Освітлення виконує не лише утилітарну, а й емоційну функцію. Поєднання загального, акцентного та декоративного освітлення дозволяє візуально зонувати простір, акцентувати увагу на ключових елементах експозиції та створити затишну атмосферу в кав'ярні. Важливу роль відіграють світильники зі спрямованим світлом і теплим спектром, що підсилюють сприйняття матеріалів та кольорів.

Меблі виконані за індивідуальними технологіями, з урахуванням особливостей простору та дизайнерської концепції. Використано комбінації ручної роботи та сучасного обладнання (фрезерування, згинання, лазерне різання), що забезпечує точність форм, ергономічність конструкцій і високий рівень деталізації. Усі меблеві елементи вдало вписані в простір і сприяють гарному перебуванню користувача.

Розроблений комплект креслень є важливою складовою дизайн-проєкту, адже саме він забезпечує можливість точної реалізації концепції в реальному просторі. Обґрунтоване функціональне зонування, детальні плани меблювання, освітлення, підлог та стель, а також технічні розгортки дають змогу підрядникам якісно та без помилок виконати будівельно-оздоблювальні роботи. Включення 3D-

візуалізації дозволяє наочно продемонструвати майбутній вигляд інтер'єру, що є важливим як для замовника, так і для виконавців. Таким чином, креслення не лише візуалізують ідею, а й виступають робочим інструментом реалізації дизайн-рішення.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

В ході дипломної роботи були вивчені нормативні вимоги до приміщень шоурумів із кав'ярнею та було розглянуто ключові аспекти, що визначають функціональність, зручність експлуатації подібних об'єктів. Аналіз нормативних вимог засвідчив важливість дотримання стандартів щодо площ, проходів, інсоляції, евакуації та безпеки, що дозволяє створити простір, комфортний для всіх категорій користувачів. Важливу роль у забезпеченні ефективності простору відіграє виважене планувальне рішення, що передбачає розмежування торгової, демонстраційної та кавової зон із урахуванням логістики руху відвідувачів. Особливу увагу було приділено добору меблів та обладнання, які не лише забезпечують функціональність інтер'єру, а й формують загальне стилістичне враження завдяки залученню більшості меблів українського виробника. При цьому враховано ергономіку, гнучкість розміщення та відповідність концепції бренду. Композиційне рішення інтер'єру підкріплює фірмову ідентичність та створює емоційно-позитивне середовище, що сприяє залученню покупців і формуванню лояльності до бренду. Аспект інклюзивності розглядається як невід'ємна складова сучасного дизайну. Передбачено елементи доступності для маломобільних груп населення, що відповідає актуальним соціальним та правовим нормам. Аналіз психологічного впливу інтер'єру засвідчив важливість врахування кольору, освітлення, форм і матеріалів у формуванні бажаних поведінкових реакцій споживачів. На підставі аналізу об'єкта проєктування, його просторових характеристик та контексту розміщення було виявлено низку особливостей, що вплинули на проєктні рішення. Опитування цільової аудиторії дало змогу адаптувати дизайн до потреб і очікувань майбутніх користувачів. Вивчення аналогів дозволило виявити вдалі прийоми, а також уникнути типових недоліків у плануванні та зонуванні. У практичному розділі було запропоновано функціонально-композиційне рішення об'єкта з урахуванням сучасних тенденцій,

ергономічних вимог та дизайнерської концепції. Детально опрацьоване оздоблення, сценарії освітлення та конструктивні рішення меблів забезпечують цілісність інтер'єру. Креслення, створені для реалізації проєкту, відображають усі необхідні технічні та дизайнерські параметри й можуть бути використані для втілення дизайн-рішення в реальному просторі. Таким чином, дипломна робота охоплює всі необхідні етапи: від аналітики до проєктування та пропонує комплексне рішення сучасного шоуруму з кав'ярнею.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ДБН В.2.2-23:2009. Будинки і споруди. Заклади торгівлі. Київ : Мінрегіонбуд України, 2009. 76 с.
2. Програма та методичні рекомендації з дисципліни «Організація торговельно-технологічного процесу». URL: <http://nkkep.com/wp-content/uploads/2021/01/PTBD-21-ОТТР-22.01.pdf> (дата звернення: 29.05.2025).
3. Сеник Л. Я. Організація внутрішнього простору магазину. Інструменти мерчандайзингу на місцях продажу : фондова лекція з дисципліни “Основи мерчандайзингу” для студентів денної та заочної форми навчання напряму “Товарознавство і торговельне підприємництво”. Львів : ЛІЕТ, 2012. 38 с.
4. Магазины одягу URL: <https://citygrand.com.ua/ua/ritejl/magaziny-odezhdy> (дата звернення: 29.05.2025).
5. Основне устаткування торгових залів. URL: <https://studfile.net/preview/5563280/> С. 2 (дата звернення: 29.05.2025).
6. Висота барної стійки. Стандарт висоти барної стійки на кухні URL: <https://fotocvetov.com/allinnews/berizki&com&uu/index/2020/uk/vysota-sirina-barnoi-stijki-standart-visota-barnoi-stijki-na-kuhni.htm> (дата звернення: 03.02.2025).
7. ТОП-7 систем для фінансового та складського обліку. URL: <https://skyservice.pro/business-automation/uk/top-7-system-dlya-finansovoho-ta-skladskogo-obliku/> (дата звернення: 03.02.2025).
8. Кейтеринг та обладнання для кав'ярень. URL: <https://kavapp.com/uk/catering> (дата звернення: 03.02.2025).
9. Rozetka. Zebra DF2278. URL: [\https://rozetka.com.ua/ua/zebra_df2278_sr07u2100prw/p57889779/?gad_sou

- rce=1&gclid=CjwKCAiA9bq6BhAKEiwAH6bqoAC1fMObieZdBijG2SK-
e9PKRdO2MDp1DmBY0jZmMRzGLUkA43e1xhoCSFwQAvD_BwE] (дата
звернення: 03.02.2025).
10. Кавовий сервіс : конспект лекцій / ХНУМГ ім. О.М. Бекетова. URL:
https://eprints.kname.edu.ua/63753/1/2023%20156%D0%9B%20%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D1%82%20%D0%9B%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D0%B9_%D0%9A%D0%B0%D0%B2%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B9%20%D1%81%D0%B5%D1%80%D0%B2%D1%96%D1%81_%20%D0%93%D0%A0%D0%A1_2023.pdf (дата звернення: 29.05.2025).
 11. Яке освітлення має бути в магазині одягу. URL: <https://led-story.ua/jake-osvitlennja-ma-buti-v-magazini-odjagu/> (дата звернення: 03.02.2025).
 12. Дизайн інтер'єра магазину одягу: приклади та ідеї. URL:
<https://borisstudio.com/uk/dizajn-interera-magazinu-odyagu/#four> (дата
звернення: 19.02.2025).
 13. Роль дизайну в розвитку торговельного простору. Енергетика і
електрифікація регіонів. 2023. URL:
<https://journals.nupp.edu.ua/eir/article/download/3030/2428/> (дата звернення:
09.02.2025).
 14. Технології організації простору закладів роздрібної торгівлі. URL:
[https://eir.zp.edu.ua/server/api/core/bitstreams/f858dde2-33c4-44f2-9b2a-
f635af9b6a69/content](https://eir.zp.edu.ua/server/api/core/bitstreams/f858dde2-33c4-44f2-9b2a-f635af9b6a69/content) (дата звернення: 19.02.2025).
 15. The Art of Coffee by Café Kitsuné. Maison Kitsuné. Париж, 2023. URL:
[https://maisonkitsune.com/mk/the-art-of-coffee-by-cafe-
kitsune/?srsltid=AfmBOoomruVKcV4DiUOZauqDrq1tTzVXyw2K9qSS8TLs
FwFPqU_oWekF](https://maisonkitsune.com/mk/the-art-of-coffee-by-cafe-kitsune/?srsltid=AfmBOoomruVKcV4DiUOZauqDrq1tTzVXyw2K9qSS8TLsFwFPqU_oWekF) (дата звернення: 06.03.2025)
 16. Як виглядає новий магазин Kith у Манхеттені. DTF magazine. URL:
<https://donttakefake.com/kak-vyglyadit-novyj-magazin-kith-v-manhattene/>
(дата звернення: 6.03.2025)

- 17.Магазин Coosh в Одесі – найкращий проєкт року премії Building of the Year 2025 від ArchDaily. The Village Україна. URL: www.village.com.ua/village/culture/culture-news/360107-magazin-coosh-v-odesi-nbsp-ndash-naykraschiy-proekt-roku-premiyi-building-of-the-year-2025-nbsp-vid-archdaily (дата звернення: 20.02.2025).
- 18.Katimo Cafe На Рейтарській від українського бренду одягу. The Village Україна. URL: www.village.com.ua/village/food/food-news/309065-katimo-cafe-na-reytarskiy-vid-ukrayinskogo-brendu-odyagu (дата звернення: 20.02.2025).
- 19.Kachorovska Store&Cafe у Одесі. The Village Україна. URL: <https://www.village.com.ua/village/food/food-news/279603-kachorovska-store-cafe-u-odesi> (дата звернення: 20.02.2025).
- 20.RiverStone — житловий комплекс у Києві. Офіційний сайт. Київ, 2025. URL: <https://www.riverstone.com.ua/> (дата звернення: 05.02.2025).
- 21.Продаж комерційного приміщення, вул. Трускавецька, Дарницький р-н, Київ, 2025. URL: <https://dom.ria.com/uk/realty-prodaja-spetsialnoe-pomeschenie-kiev-darnitskiy-truskavetskaya-ulitsa-31275853.html> (дата звернення: 05.02.2025).
- 22.Виявлення потреб клієнта — що це, як і навіщо. Brainlab. 2024. URL: <https://brainlab.com.ua/uk/blog-uk/vyyavlennya-potreb-kliyenta-shho-cze-yak-i-navishho> (дата звернення: 05.02.2025).
- 23.Slow shopping — what, why and how? Polytexstoffen Blog. 2024. URL: <https://www.polytexstoffen.com/blog-en/slow-shopping?lang=en> (дата звернення: 01.03.2025).
- 24.HIS.UA — Журнал про дизайн, архітектуру та інтер'єр. Київ, 2025. URL: <https://his.ua/ua/journal> (дата звернення: 02.03.2025).
- 25.Будівництво торговельних приміщень. Платформа будівництва. 2023. URL: http://4ua.co.ua/construction/va3ac69b5c43a89521306d37_0.html (дата звернення: 01.03.2025).

26. Soft Minimal: Norm Architects: A Sensory Approach to Architecture and Design. New Mags, 2022. 256 с.
27. ДБН В.2.2-3:2018. Будинки і споруди. Заклади освіти. Київ, 2018.
28. Пятницька О. О. Проектування об'єктів торговельного призначення: методичні вказівки до виконання курсового проєкту. ХНУБА, 2015. (дата звернення: 23.04.2025).
29. Інтер'єр магазину одягу: як створити дизайн, що продає. NSD Group. 2023. URL: <https://nsdgroup.com.ua/uk/blog/interer-magazina-odezhdy/> (дата звернення: 23.04.2025).
30. Правильні примірочні для магазину одягу. Yak.koshachek. 2024. URL: <https://yak.koshachek.com/articles/pravilni-primirochni-dlja-magazinu-odjagu.html> (дата звернення: 23.04.2025).
31. Найкращі покриття для магазинів і супермаркетів. Teknosel. 2024. URL: <https://teknosel.com.ua/ua/news/nalivnye-poly-i-laki/luchshee-pokrytiya-dlya-magazinov-i-supermarketov/> (дата звернення: 06.05.2025).
32. Які є види внутрішнього оздоблення стін? Vencon. 2024. URL: <https://vencon.ua/ua/articles/kakie-est-vidy-vnutrennej-otdelki-sten-doma> (дата звернення: 06.05.2025).
33. Осипенко О. В. Архітектурно-дизайнерські особливості організації інтер'єру сучасного кафе. Запорізький національний університет. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/bitstream/12345/2107/1/Осипенко%20О.В..pdf> (дата звернення: 06.05.2025).
34. Організація освітлення в магазинах. Brille. 2024. URL: <http://brille.ua/ua/organizaciya-osvesheniya-v-magazinah/> (дата звернення: 10.05.2025).
35. Key elements of lighting design for high-end commercial spaces. Benwei Light. 2024. URL: <https://ua.benweilight.com/info/key-elements-of-lighting-design-for-high-end-c-60281783.html> (дата звернення: 29.05.2025).

- 36.Конструювання меблів. Частина 2: столи. НаУКМА. 2018. URL: <http://publish-ukma.kiev.ua/ua/katalog/rizne/87-konstruyuvannya-mebliv-chastina2-stoli.html> (дата звернення: 10.05.2025).
- 37.Види меблевих фасадів .МебельАртіс, 2024. URL: <https://xn-----7kcbab1abvc5agjt7t.xn--j1amh/uk/vidyi-mebelnyih-fasadov/> (дата звернення: 29.05.2025).
- 38.Що таке HPL-панелі? Oscar Group. 2023. URL: <https://oscar-group.com.ua/ua/shho-take-hpl-paneli/> (дата звернення: 29.05.2025).
- 39.Технології виробництва м'яких меблів. Мебляр. 2024. URL: <https://meblyar.lviv.ua/statti/tehnolohii-vyrobnyctva-miahkyh-mebliv/> (дата звернення: 29.05.2025).
- 40.Меблевий поролон: основні характеристики. K13. 2019. URL: <https://k13.com.ua/ua/a397293-mebelnyj-porolon-osnovnye.html> (дата звернення: 29.05.2025).
- 41.Mudu Design. офіційна сторінка в Instagram-профіль. URL: https://www.instagram.com/mudu_design/ (дата звернення: 29.05.2025).
- 42.Dmitry Kozinenko. дизайнер меблів, Instagram-профіль. URL: <https://www.instagram.com/dmitrykozinenko/> (дата звернення: 29.05.2025).

ДОДАТКИ

Додаток А. Сертифікат за участь у Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації».



Додаток Б. Тези: «Особливості дизайну інтер'єру шоурумів-кав'ярень», що були надані для конференції.

АРХІТЕКТУРА ТА БУДІВНИЦТВО
УДК 747:725.659.15:640.441

Чулюкова Єлизавета
Азгінділі Руслан
(Київ, Україна)

ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ ІНТЕР'ЄРУ
ШОУРУМІВ-КАВ'ЯРЕНЬ

Анотація. У роботі представлено результати дослідження питання дизайну інтер'єру шоурумів в комбінації з кав'ярнею, доведено актуальність розробки простору. Проаналізовано питання щодо меблювання та оснащення світлом шоурумів-кав'ярень, їх художньо-композиційні рішення та оздоблення. В ході дослідження виявлено сучасні підходи щодо дизайну інтер'єру шоурумів-кав'ярень.

Ключові слова: дизайн інтер'єру, шоурум-кав'ярня, сучасність, меблювання, оздоблення

Abstract: The paper presents the results of a study of the issue of interior design of showrooms in combination with a coffee shop, proving the relevance of space development. The issues of furnishing and lighting of showrooms-coffee shops, their artistic and compositional solutions and decoration are analyzed. The study revealed modern approaches to the interior design of showrooms-coffee shops.

Keywords: interior design, showroom-coffee shop, modernity, furnishing, decoration

Дизайн інтер'єру шоурумів-кав'ярень є актуальною темою, оскільки сучасні заклади громадського призначення повинні відповідати високим вимогам не лише щодо якості послуг, але й щодо естетики й індивідуальності простору. Через велику конкуренцію на ринку магазинів одягу, важливим є створення унікального та комфортного середовища, яке привертає увагу

клієнтів і створює позитивні емоції. Тому не так давно стало популярним інтегрування концепції кав'ярні в шоурум, де інтер'єр набуває нового функціональну й відповідає сучасним потребам споживача.

Доповіді, які аналізують та заглиблюються у тему дизайну закладів. Косенко, Д. Ю. Зінов'єва, С. С. (2023), розглядають аналіз сучасних тенденцій дизайну закладів кав'ярень-кондитерських [1]. Стаття наводить результати аналізу досвіду проєктування магазинів брендового жіночого одягу, Шмельова-Нестеренко, О. Є. Войченко А. (2023) [2]. У роботі, Абизов В., Жолубак Д. (2024) проведено аналіз внутрішнього середовища магазинів одягу з особливим фокусом на сучасні тенденції у дизайні інтер'єрів та розглядом їх впливу на взаємодію з клієнтами та загальну привабливість магазину [3].

Шоуруми-кав'ярні це сучасний концепт закладів громадського відвідування які не так давно почали користуватися попитом в Україні, тому доповідей, статей на цю тему не так багато в загальному доступі.

Шоуруми-кав'ярні — це простори, де поєднуються елементи кав'ярні та магазину одягу. В таких закладах можна не лише обрати та приміряти одяг, а й насолодитися чашкою кави або чаю в затишній атмосфері. Такий формат дозволяє клієнтам насолодитися ідеальним поєднанням покупок та релаксу, що робить шопінг приємним і ненав'язливим.

В Україні є кілька магазинів, що поєднують функцію шоуруму з куточком для кав'ярні. Деякі з них були створені відомими студіями дизайну і мали нагоду отримати премії та відзнаки у весінніх конкурсах.

Приклади:

1. Coosh (Одеса, Україна)

«Основний фокус бренду – жіночий одяг, тому ми поставили собі за мету надихати відвідувачів на творчість», – кажуть у команді проєкту.

Проект виконаний у скандинавському мінімалістичному стилі з акцентом на теплі матеріали та освітлення. Інтер'єр вражає натуральними текстурами,

дерев'яними покриттями та м'якими фактурами. Особливістю магазину є куточок де можна взяти каву, розташований у касовій зоні (фото 1). Ще однією з особливостей LED-підсвічування на полицях і стінах, яке можна налаштувати в залежності від часу доби та погодних умов. Усі меблі були виготовлені на замовлення, що додає інтер'єру унікальності. Одним з основних елементів інтер'єру став великий хуртяний диван, натхненний сімником на скандинавській фермі. Логотип Soosh розташований на дивані задом наперед, але в дзеркалі відображається правильно.



Рис. 1. Касова зона з кав'ярнею (магазин Soosh в Одесі)

Саме цей магазин від студії Sivak+Partners визнали найкращим проектом премії Building of the Year 2024 від видання ArchDaily в категорії «Комерційна архітектура» (Commercial Architecture) [4].

2. Katimo (Київ, Україна)

Katimo – це український бренд жіночого одягу, заснований у 2015 році Києві Катериною Тимошенко й Віталієм Пановим. Має дві лінійки одягу – базову і сезонну. Згодом відбулося розширення магазину й облаштування там Katimo Cafe. Кафе зробили на першому поверсі (фото 2), а на другому облаштували магазин площею 100 м2 (фото 3), експериментальний цех та офіс команди. З настанням тепла Katimo Cafe відкриває літню терасу у внутрішньому дворикі будинку [5].



Рис. 2,3. Кафе та магазин одягу Katimo (Київ)

3. Kachorovska Store&Cafe (Одеса, Україна)

Kachorovska Store&Cafe займає два поверхи на фасаді будівлі по вулиці Бунина. «Це простір, що об'єднує магазин взуття та сумок Kachorovska, ательє Kachorovska Atelier та кафе Kachorovska Cafe», – розповіли у Kachorovska (фото 4,5).

Ремонтом та інтер'єром в Kachorovska Odesa займався співвласник бренду Руслан Очеретяний [6].



Рис. 4,5. Kachorovska Store&Cafe в Одесі

Простір поєднує елементи мінімалізму та елегантності, підкреслюючи стиль та якість продукції Kachorovska. Використання натуральних матеріалів, таких як дерево та камінь, створює теплу та затишну атмосферу. Особливу увагу приділено освітленню: м'яке світло підкреслює деталі інтер'єру та продукції, створюючи комфортне середовище для покупок та відпочинку.

Зонування приміщень шоурумів є важливим аспектом для організації ефективного та комфортного простору як для покупців, так і для персоналу. Правильне зонування дозволяє створити привабливу атмосферу для клієнтів, забезпечити зручний потік покупців, оптимізувати робочі процеси та збільшити продажі. Воно повинно забезпечити логічну організацію простору та ефективне використання кожної ділянки магазину. Зонування для магазинів одягу з кав'ярнею передбачає обладнання потрібною технікою для зручного використання, також місцем для сидіння відвідувачів, може бути розташовано біля входу, в зоні відпочинку, у касовій зоні якщо дозволяє простір.

Меблювання магазину одягу з кав'ярнею має враховувати низку вимог, що визначають комфорт, безпеку та естетику простору відповідно до ДБН та інших нормативів. Простір повинен бути розподілений на зони: для продажу одягу та для кав'ярні, з достатньою шириною проходів, не менше 1,2 м, для зручного переміщення відвідувачів. Меблі, такі як вітрини, стелажі та столи, повинні бути зручними та функціональними, розташованими так, щоб не блокувати проходи та забезпечувати доступ до товарів [7]. Особливу увагу варто приділити освітленню — використання LED-підсвічування допомагає створити комфортну атмосферу та підкреслити деталі інтер'єру, в той час як в кав'ярні м'яке освітлення сприяє затишку. Для кав'ярні важливо правильно розташувати меблі та обладнання, забезпечити зручність для персоналу та гостей, а також дотримуватися санітарних вимог для таких закладів. Приміщення повинно бути обладнане вентиляцією та кондиціонуванням для підтримки комфортної температури. Крім того, необхідно враховувати вимоги протипожежної безпеки та створити безперешкодний доступ для осіб з обмеженими можливостями [8]. Дотримання цих норм гарантує не тільки привабливий та функціональний інтер'єр, але й безпеку та комфорт для клієнтів.

У підсумку можна сказати про те, що шоуруми-кав'ярні поєднують функціональність і естетику, створюючи комфортний простір для покупок і відпочинку. Особливості таких приміщень включають використання

натуральних матеріалів, приділять велике значення освітленню та плануванню, що дозволяє органічно поєднати зони для шопінгу та кав'ярні.

Розвиток шоурумів-кав'ярень в Україні стає все більш популярним, оскільки споживачі шукають нові формати для шопінгу та відпочинку. Такий формат дозволяє брендам створювати унікальні місця для своїх клієнтів, де покупка одягу або аксесуарів поєднується з можливістю насолодитися чашкою кави в стильному інтер'єрі. У великих містах, таких як Київ, Львів та Одеса, вже з'являються концептуальні магазини, що поєднують торгові площі з зонами для відпочинку.

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

1. Зинов'єва С. С. Дизайн-проект інтер'єру кав'ярні-кондитерської: кваліфікаційна робота здобувача освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 022 Дизайн / С. С. Зинов'єва; наук. кер. Д. Ю. Косенко; ред. О. Шмельова-Нестеренко. — Київ : КНУТД, 2023. — С. 82.
2. Шмельова-Нестеренко О. С. Тенденції в дизайні інтер'єру сучасних брендвих бутиків жіночого одягу / О. С. Шмельова-Нестеренко, А. Войченко // Актуальні проблеми сучасного дизайну : збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 27 квітня 2023 року. — У 2-х т. — Т. 2. — Київ : КНУТД, 2023. — С. 269-272.
3. Абізов В. Сучасні тенденції у дизайні інтер'єрів магазинів одягу / В. Абізов, Д. Жолубак // Актуальні проблеми сучасного дизайну : збірник матеріалів VI Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 25 квітня 2024 року. — У 3-х т. — Т. 3. — Київ : КНУТД, 2024. — С. 68-70.
4. Електронний ресурс: <https://www.village.com.ua/village/culture/culture-news/360107-magazin-coosh-v-odest-nbsp-nbsh-naykraschiy-proekt-roku-premiy-buiding-of-the-year-2025-nbsp-vid-archdaily>
5. Електронний ресурс: <https://www.village.com.ua/village/food/food-news/309065-katimo-cafe-na-reytarskiy-vid-ukrayinskogo-brendu-odyagu>

6. Електронний ресурс: <https://www.village.com.ua/village/food/food-news/279603-kachorovska-store-safe-u-odesi>
7. ДБН Б.2.2-12:2019 "Планування і забудова територій" [Чинний від 2019-4-26]. Вид. офіц. Київ: Мінрегіон України, 2019
8. ДБН В.1.1-7:2016 "Пожежна безпека об'єктів будівництва. Загальні вимоги"[Чинний від 2016-10-31]. Вид. офіц. Київ: Мінрегіон України, 2016

Чулкова Єлизавета Сергіївна – студентка 4 курсу факультету дизайну Київського національного університету технологій та дизайну; 0631928502; IzkaChulkova15@gmail.com; Агліулін Р.М., доцент кафедри дизайну інтер'єру і меблів; сертифікат: ТАК; про конференцію дізналася від наукового керівника, не потребує отримувати запрошення від оргкомітету про наступні наукові конференції.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙН
Факультет дизайну
Кафедра дизайну інтер'єру та меблів

АЛЬБОМ КРЕСЛЕНЬ
до кваліфікаційної роботи
здобувача освіти першого (бакалаврського) рівня
на тему : "ДИЗАЙН-ПРОЄКТ ШОУРУМУ З КАВ'ЯРНЕЮ"

Виконала студентка групи Бдс2-21
Спеціальності 022 Дизайн
освітньої програми Дизайн середовища
Чулкова Єлизавета
Науковий керівник: д-р. філ., доц. Руслан Агліуллін

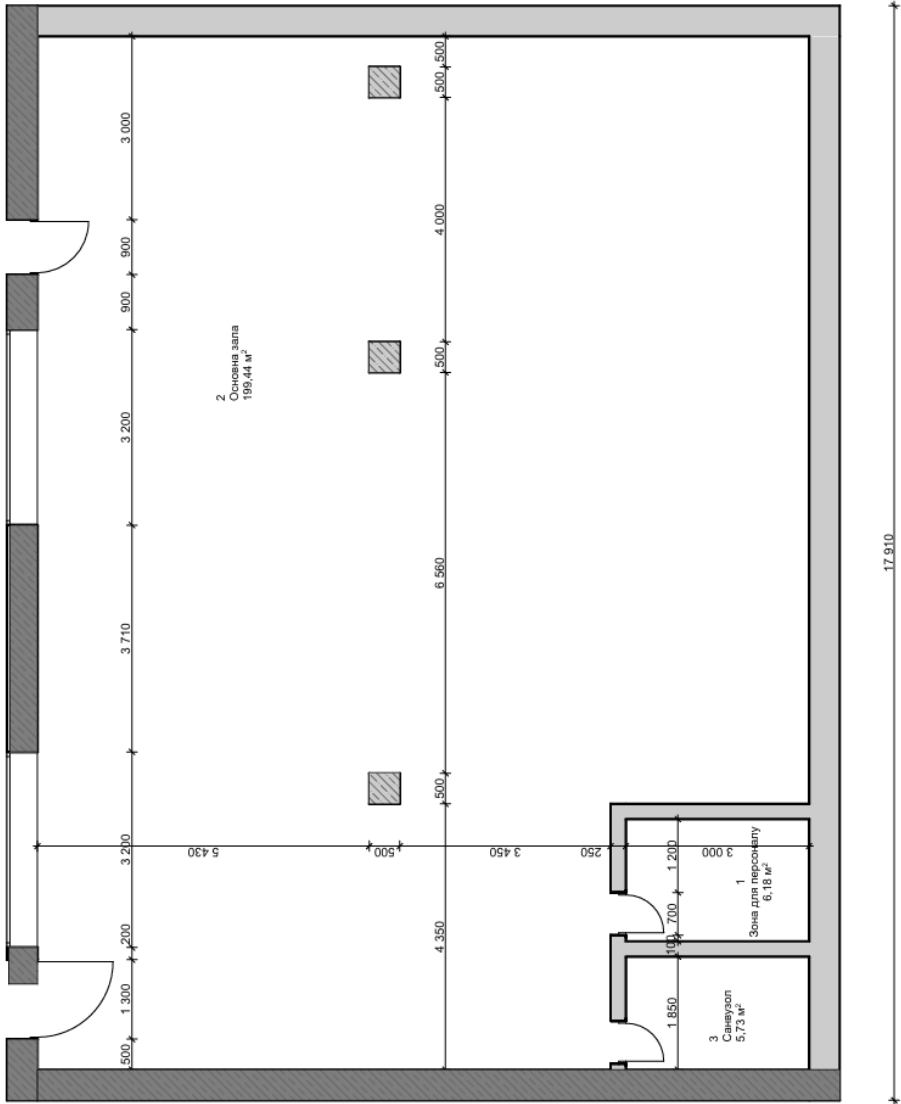
Київ 2025

Додаток В. Альбом креслень до кваліфікаційної роботи.

01 Відомість креслень
02 Обмірний план
03 Обмірний план демонтажу
04 Обмірний план монтажу
05 План перепланування
06 План дверей
07 План гіпсокартонних конструкцій
08 План розміщення меблевого обладнання
09 План розміщення сантехнічних виводів
10 План зонування
11 План підлогових покриттів
12 План стелі
13 План стелі
14 План освітлення
15 План розеток і вимикачів
16 План керування освітленням
17 План кондиціонування та витяжних систем
18 Розробка деталі
19 Розробка деталі
20 Розробка деталі

21 Розгортки. Основна зала
22 Розгортки. Виставкова зала
23 Розгортки. Зала з примірочними
24 Специфікація меблів
25 Специфікація меблів
26 Специфікація меблів
27 Візуалізації
28 Візуалізації
29 Візуалізації
30 Візуалізації
31 Візуалізації
32 Візуалізації
33 Візуалізації
34 Візуалізації
35 Візуалізації
36 Візуалізації

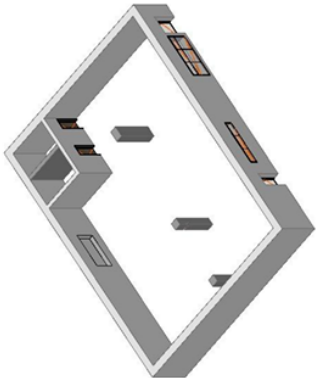
Кваліфікаційна робота	Єлизавета Чулкова	Аркуш	Аркушів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярнею		01	36
Відомість креслень		КНУТД	



Експлікація приміщень

№	Назва	Площа
1	Зона для персоналу	6,18
2	Основна зала	199,44
3	Санвузол	5,73
		211,35 м²

3Д-вигляд



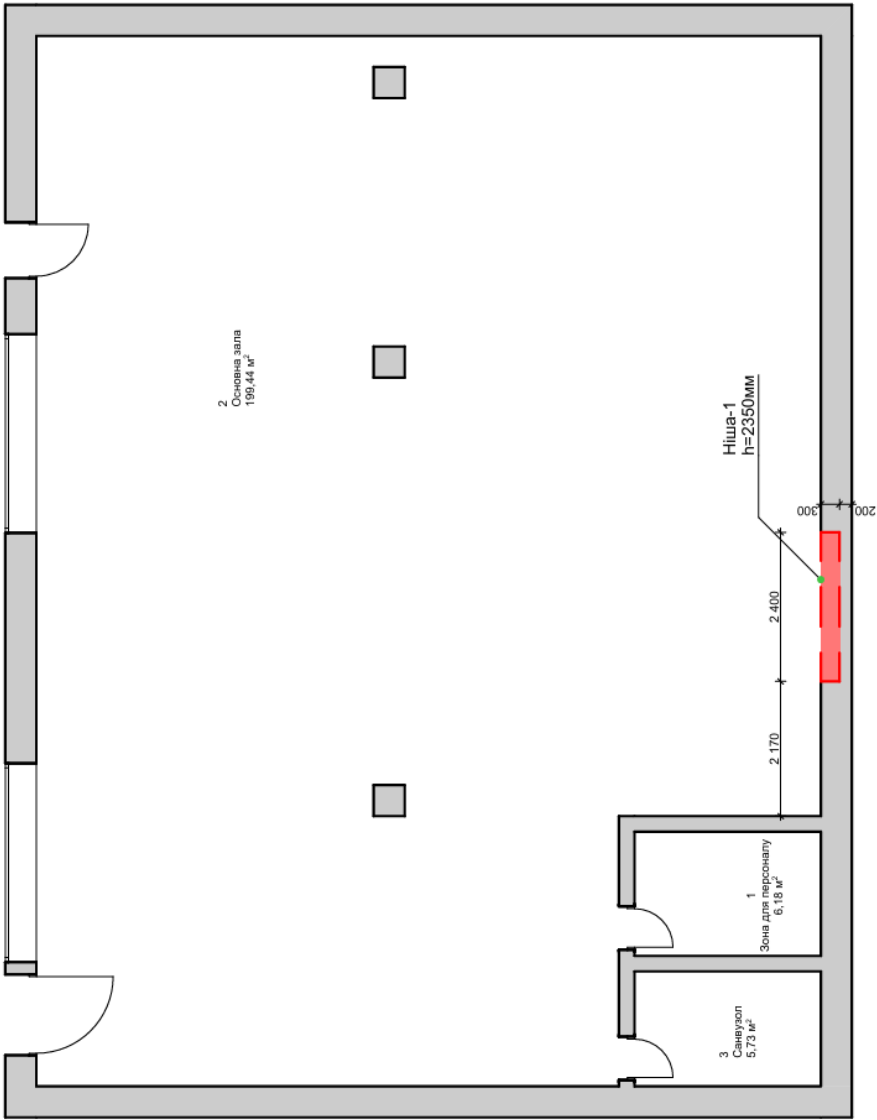
Каталог стін

Позначення на плані	Тип стіни	Висота
	Несучі конструкції	3400
	Внутрішні стіни	3400
	Зовнішні стіни	3400

Примітки

1. Розміри зазначені від чорнових стін (без урахування монтажу)

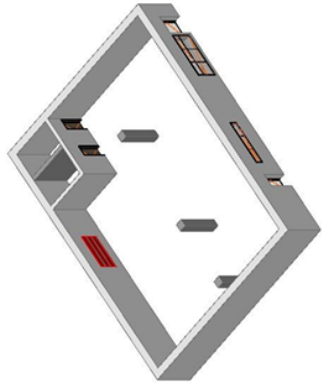
Кваліфікаційна робота	Єлизавета Чулкова	Аркуш	Аркушів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярнею		02	36
Обмірний план		КНУТД	



Експлікація приміщень

№	Назва	Площа
1	Зона для персоналу	6,18
2	Основна зала	199,44
3	Санвузол	5,73
		211,35 м²

3D-вигляд



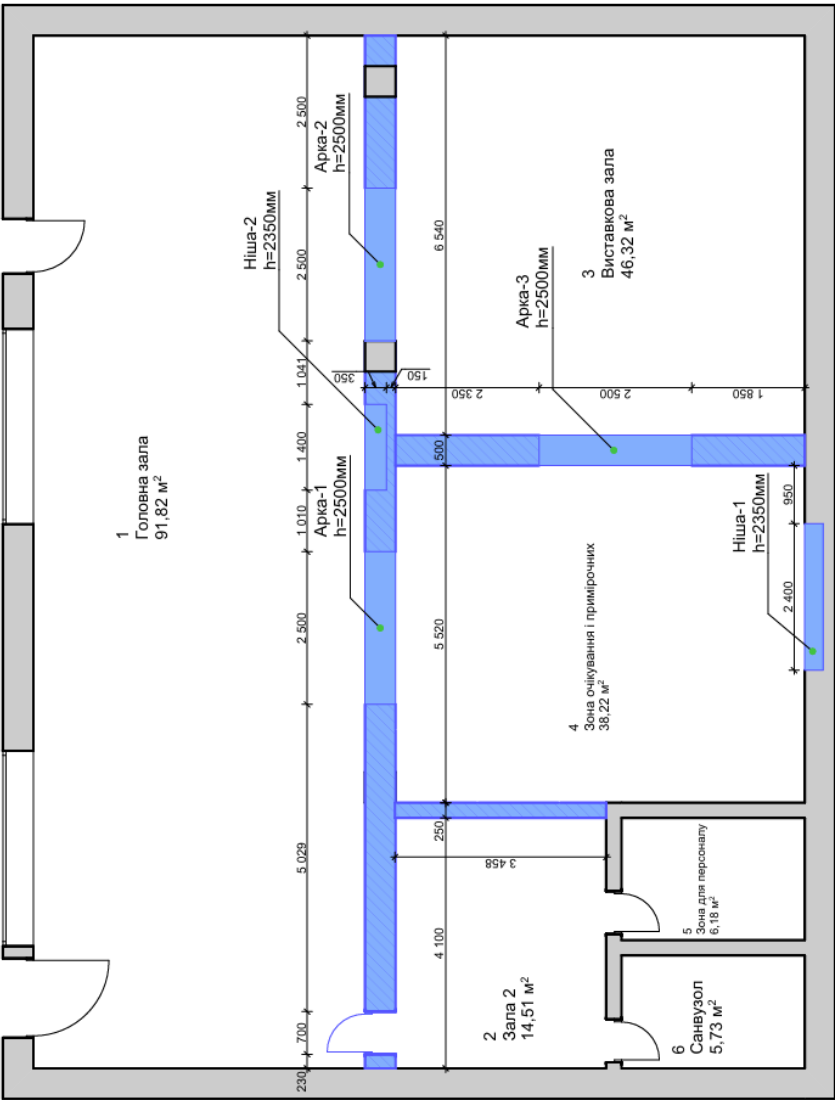
Умовні позначення

■ - Демонтаж існуючої стіни під нішу

Примітки

1. Розміри зазначені від чорнових стін (без урахування монтажу)

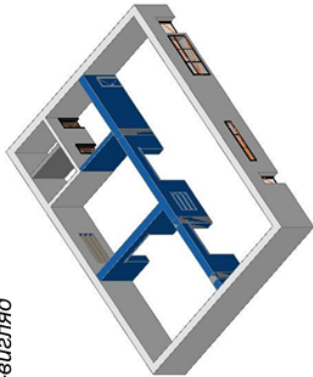
Кваліфікаційна робота	Єлизавета Чулкова	Аркуш	Аркушів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярнею		03	36
Обмірний план демонтажу		КНУТД	



Експлікація приміщень

№	Назва	Площа
1	Головна зала	91,82
2	Зала 2	14,51
3	Виставкова зала	46,32
4	Зона очікування і примірочних	38,22
5	Зона для персоналу	6,18
6	Санвузол	5,73
		202,78 м²

ЗД-видгяд



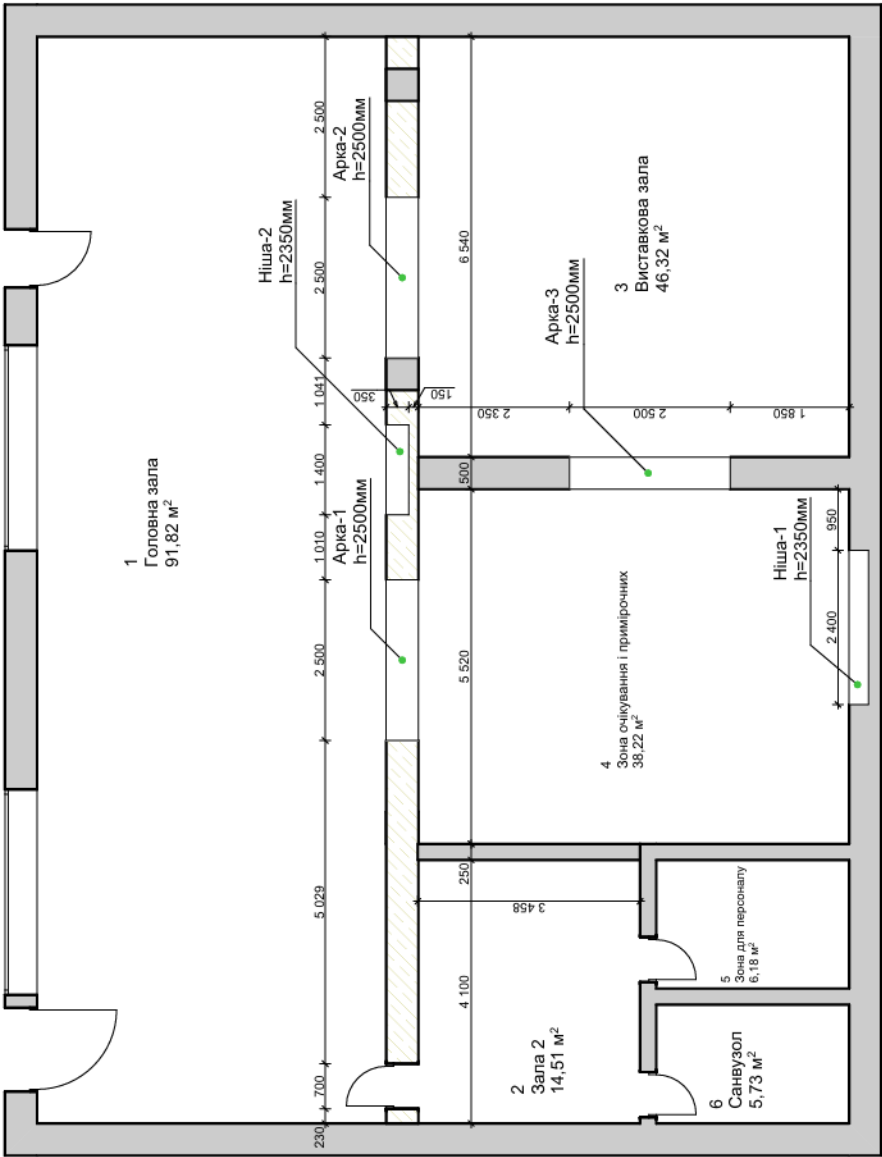
Каталог стін

Позначення на плані	Тип стіни	Висота
	Газобетонний блок	3400
	Цегляний блок	3400

Примітки

1. Розміри зазначені від чорнових стін (без урахування монтажу)

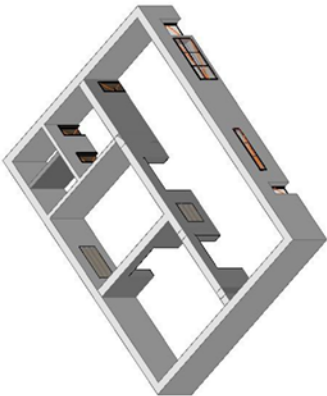
Кваліфікаційна робота	Елизавета Чулкова	Аркуш	Аркушів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярнею		04	36
Обмірний план монтажу		КНУТД	



Експлікація приміщень

№	Назва	Площа
1	Головна зала	91,82
2	Зала 2	14,51
3	Виставкова зала	46,32
4	Зона очікування і примірочних	38,22
5	Зона для персоналу	6,18
6	Санвузол	5,73
		202,78 м²

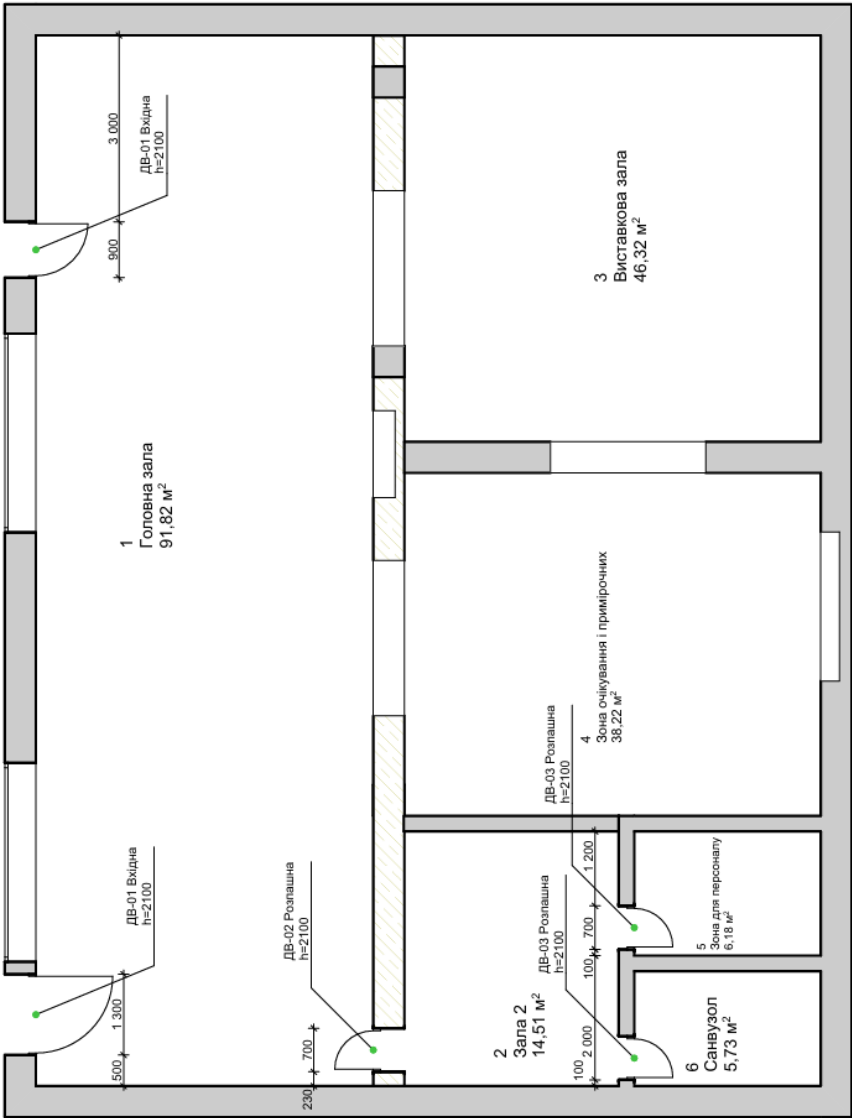
3Д-вигляд



Примітки

1. Розміри зазначені від чорнових стін (без урахування монтажу)
2. Висоти вказані від рівня чорнкової підлоги (демонтажний стан)

Кваліфікаційна робота	Єлизавета Чулкова	Аркуш	Аркушів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярнею		05	36
План перепланування		КНУТД	



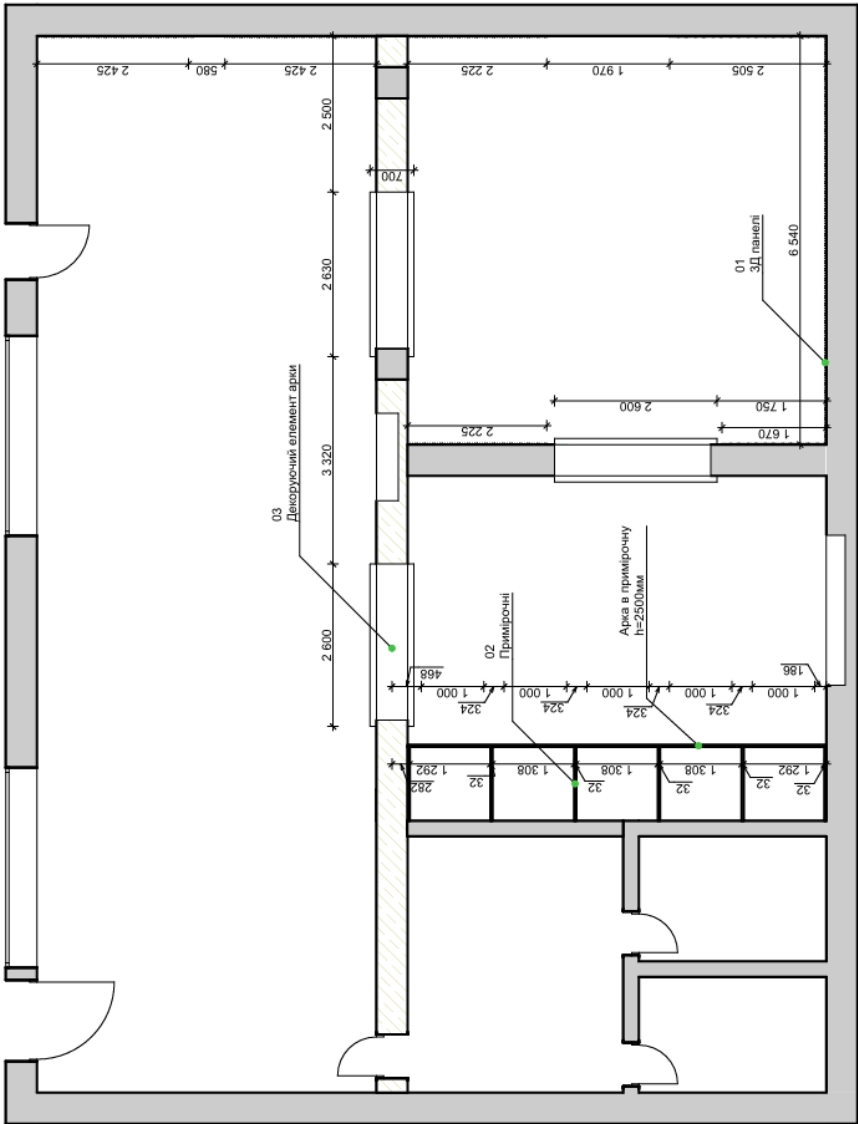
Експлікація приміщень

Позначення	Каталог Дверей			Розмір
	Назва	2Д-вигляд	Фото	
ДВ-01	Вхід металеві двері від бурштину (під фарбування)			1 300x2 100
ДВ-01	Вхід металеві двері (під фарбування)			900x2 100
ДВ-02	Двері металеві розпашні з фарбування (з автоматичною системою)			700x2 100
ДВ-03	Металеві двері (під фарбування)			700x2 100

Примітки

- 1. Розміри зазначені від чорнових стін (без урахування монтажу)
- 2. Висоти вказані від рівня чорнової підлоги (демонтажний стан)

Кваліфікаційна робота	Єлизавета Чулкова	Аркуш	Аркушів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярнею		06	36
План дверей		КНУТД	



Умовні позначення

01 - Гіпсокартон
02 - Гіпсокартон на металевому каркасі
03 - Гіпсокартон на металевому каркасі

3Д-вид

3Д-вид 01
3Д-вид 02
3Д-вид 03

Примітки

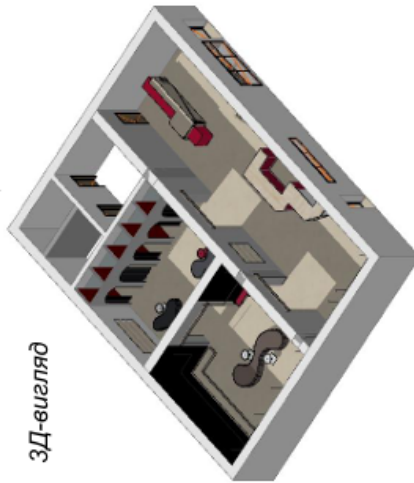
1. Розміри зазначені від чорнових стін (без урахування монтажу)
2. Висоти вказані від рівня чорнової підлоги (демонтажний стан)

Кваліфікаційна робота	Єлизавета Чулкова	Аркуш	Аркушів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярнею	07	36	
План гіпсокартонних конструкцій	КНУТД		

Умовні позначення

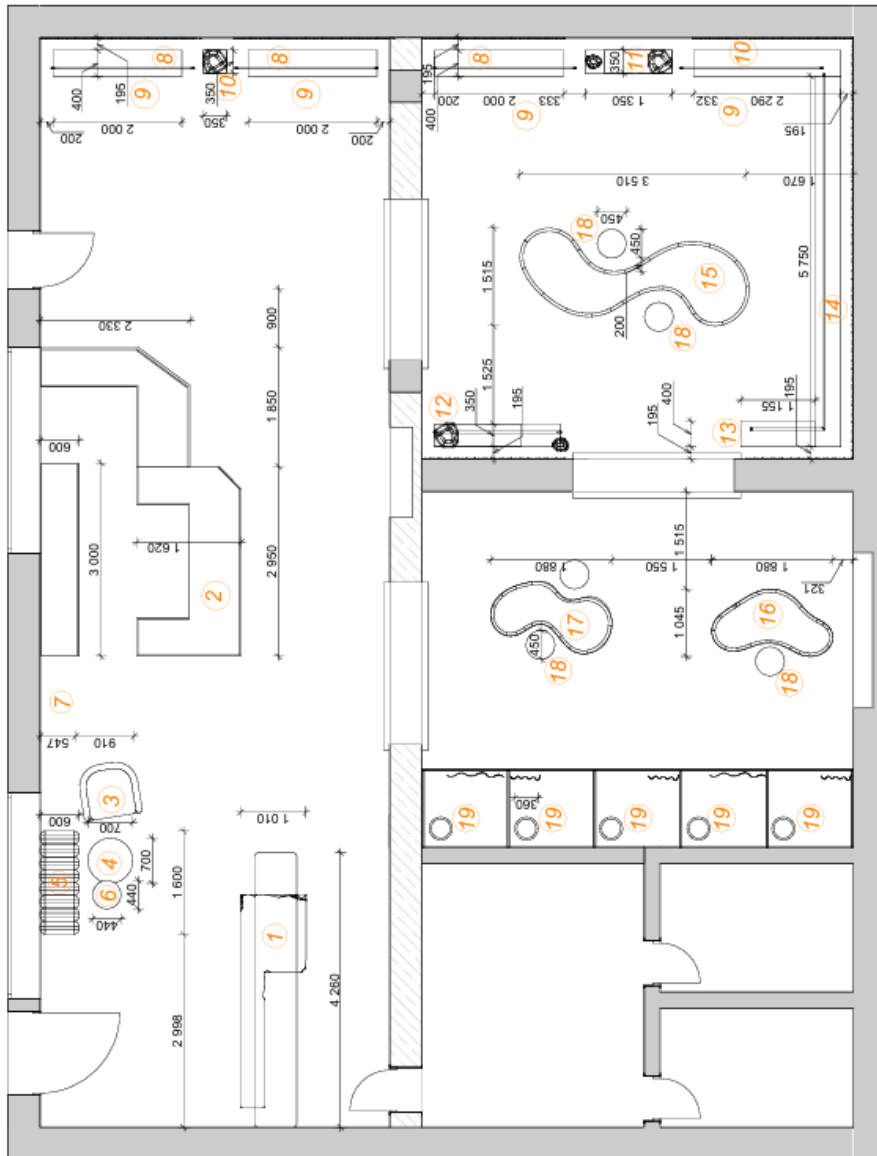
№	Назва	Розмір
1	Каса	
2	Кав'ярня	
3	Крісло	910x840
4	Журнальний стіл	700x700
5	Диван	1600x600
6	Журнальний стіл	440x440
7	Дзеркало	510x450
8	Стійка для обуви з LED	2000x400
9	Вішалка	
10	Стійка для аксесуарів	350x350
11	Стійка для аксесуарів	1350x350
12	Стійка для аксесуарів	1550x350
13	Стійка для обуви з LED	1155x400
14	Стійка для обуви з LED	5750x400
15	Диван	3510x1515
16	Диван	1880x1045
17	Диван	1880x1045
18	Журнальний стіл	450x450
19	Пуф	360x360

ЗД-вигляд

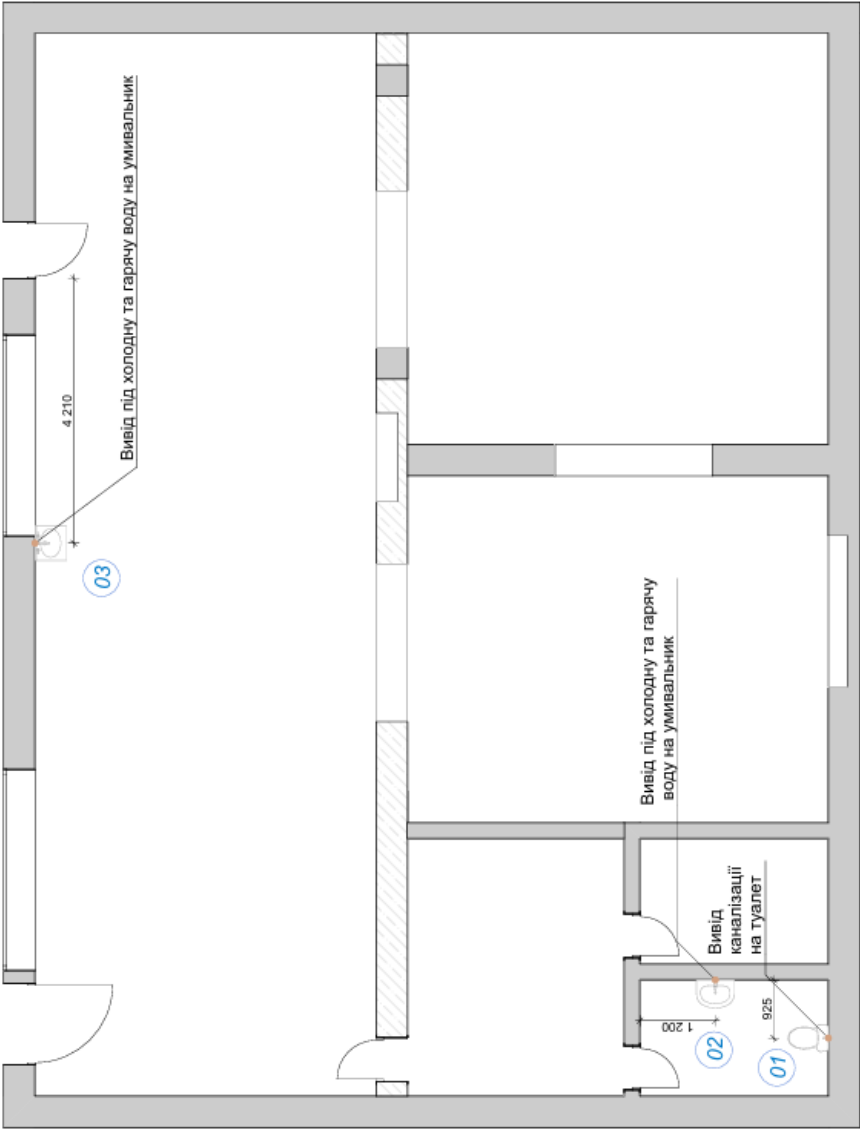


Примітки

1. Розміри зазначені від чорнових стін (без урахування монтажу)
2. Більш детальні габарити меблів на листах із специфікаціями та розгортками



Кваліфікаційна робота	Єлизавета Чулкова	Аркуш	Аркушів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярнею		08	36
План меблевого обладнання		КНУТД	



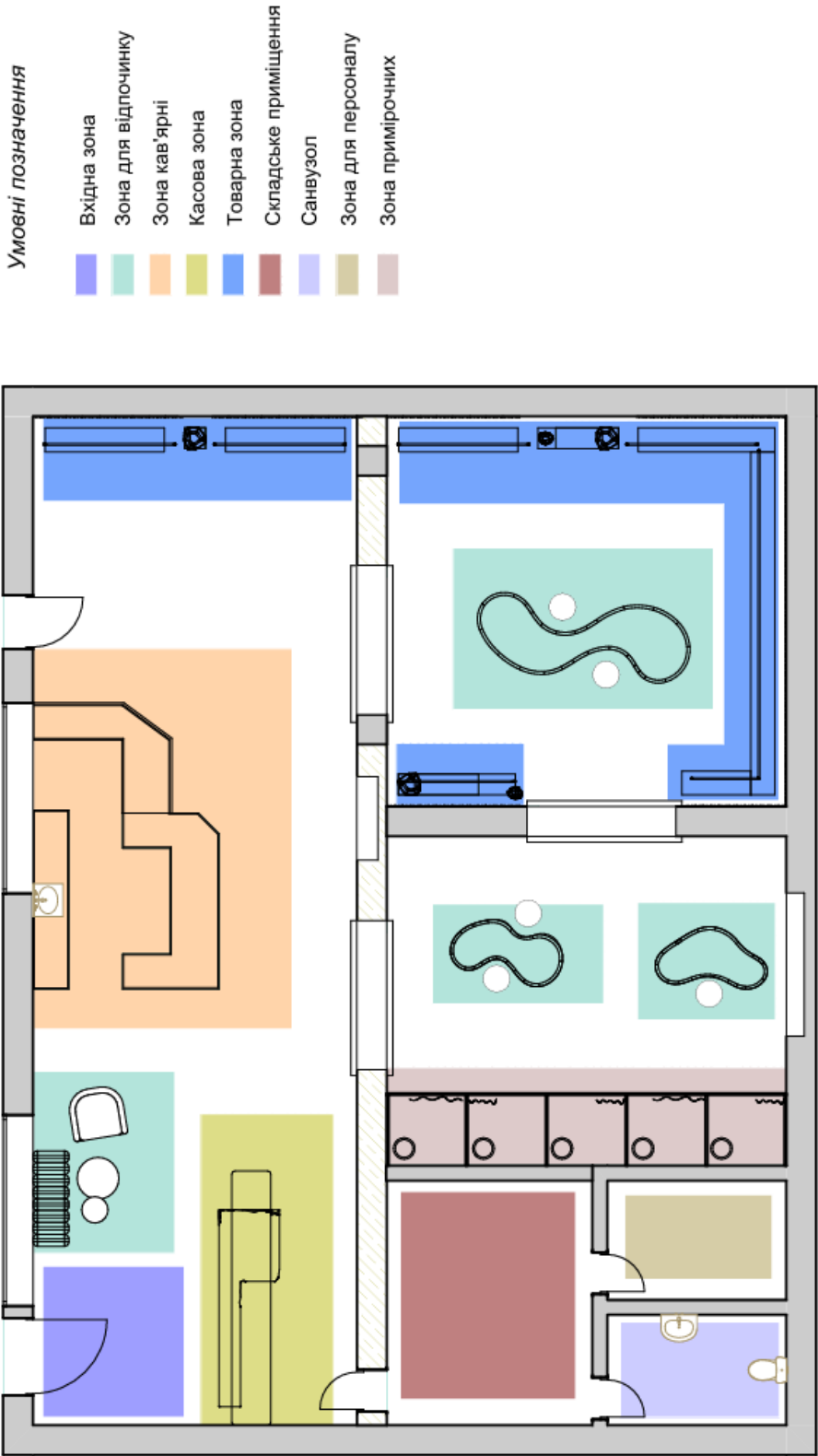
Специфікація

№	Назва	Розмір	Фото	Кіль-ть
01	Унітаз-компакт Cersanit Parva 518 011	350x600		1
02	Раковина Cersanit Arteco 60 K667-025	600x440		1
03	Кухонна мийка Kraft Handmade HS050	500x500		1

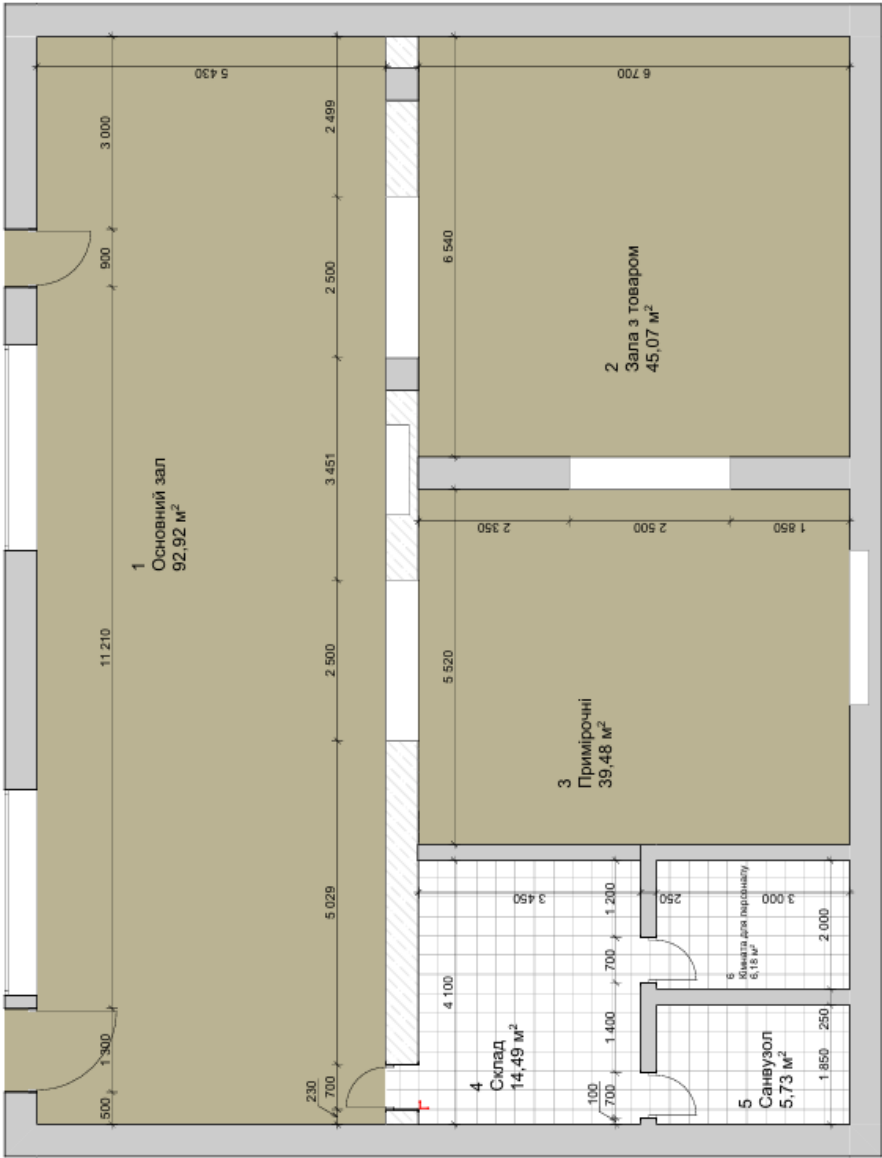
Примітки

1. Розміри зазначені як на сайті виробника

Кваліфікаційна робота	Єлизавета Чулкова	Аркуш	Аркушів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярнею		09	36
План розміщення сантехнічних виводів		КНУТД	



Кваліфікаційна робота	Єлизавета Чулкова	Аркуш	Аркушів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярнею		10	36
План зонування		КНУТД	



Експлікація приміщень

№	Назва	Площа
1	Основний зал	92,92
2	Зала з товаром	45,07
3	Примірочні	39,48
4	Склад	14,49
5	Санвузол	5,73
6	Кімната для персоналу	6,18
		203,87 м²

Специфікація підлогового покриття

Показ на плані	Назва	Розмір	Фото	Площа
	Плитка Boston GRCM NE	300x300		26,4м²
	Промислова смола з додаванням дрібного каменю			177,47м²

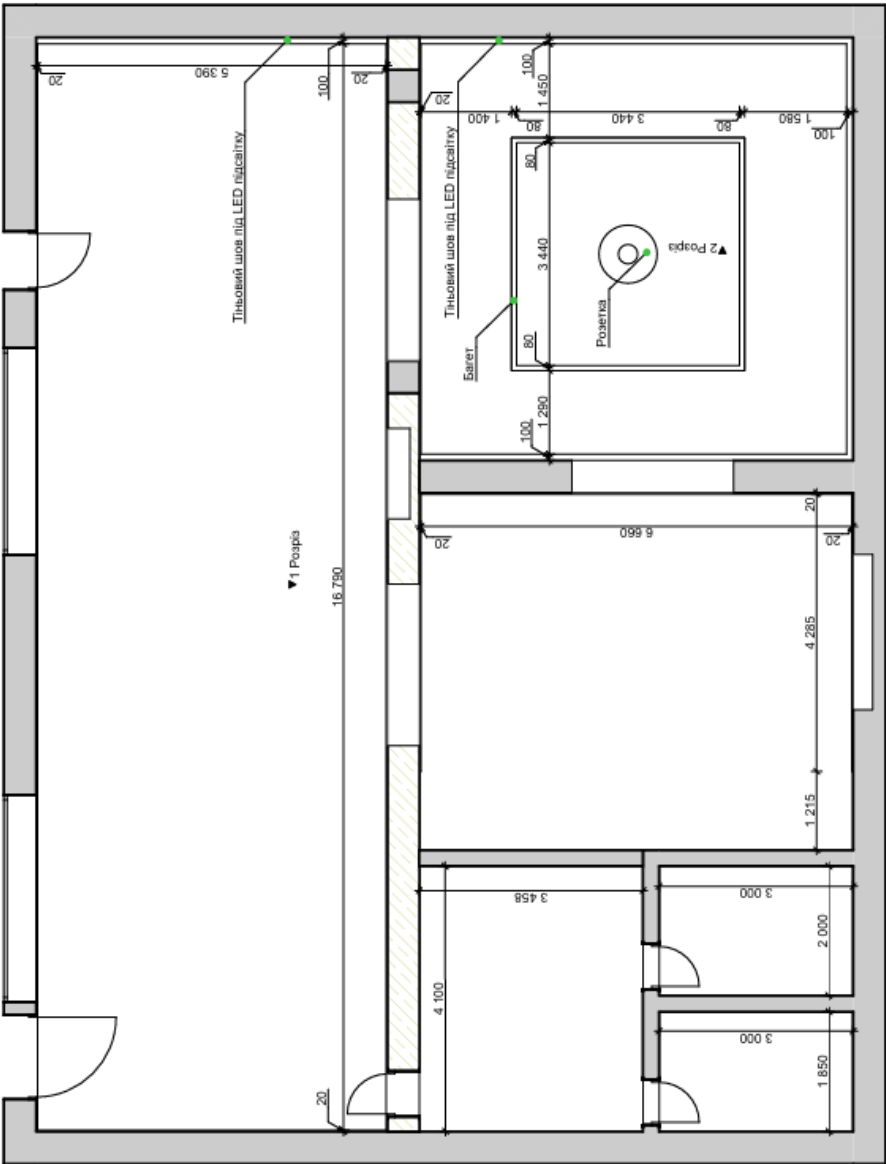
Умовні позначення

└ - Напрямок розкладки плитки

Примітки

- 1. Розміри зазначені від чорнових стін (без урахування монтажу).
- 2. Підняття підлоги 100мм.

Кваліфікаційна робота	Слизавета Чулкова	Аркуш	Аркушів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярнею		11	36
План підлогових покриттів		КНУТД	



Специфікація

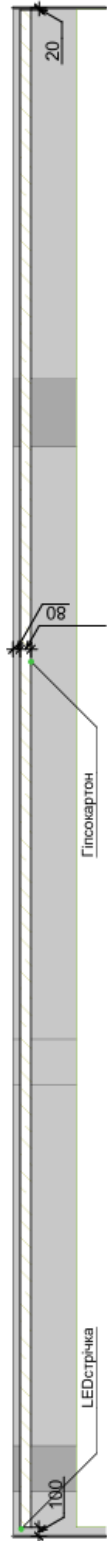
Назва	Площа
Гіпсокартон h=120мм	140,25м²
Гіпсокартон h=150мм	28,76м²
Фарба інтер'єрна акрилова для стін і стель TRIORA	26,42м²
Багет поліуретановий 150мм Harmony	14400м

Примітки

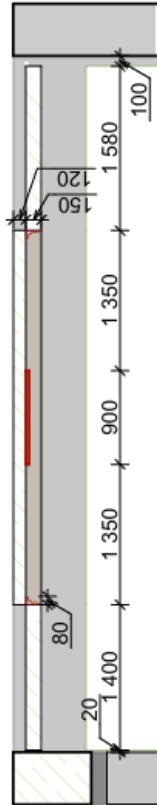
1. Розміри зазначені від чорнових стін (без урахування монтажу).
2. Мінімальна висота опуску стелі 200мм, максимальна 270мм.
3. Площа матеріалів може корегуватися в ході робіт

Кваліфікаційна робота	Єлизавета Чулкова	Аркуш	Аркушів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярнею		12	36
План стелі		КНУТД	

Розріз 1



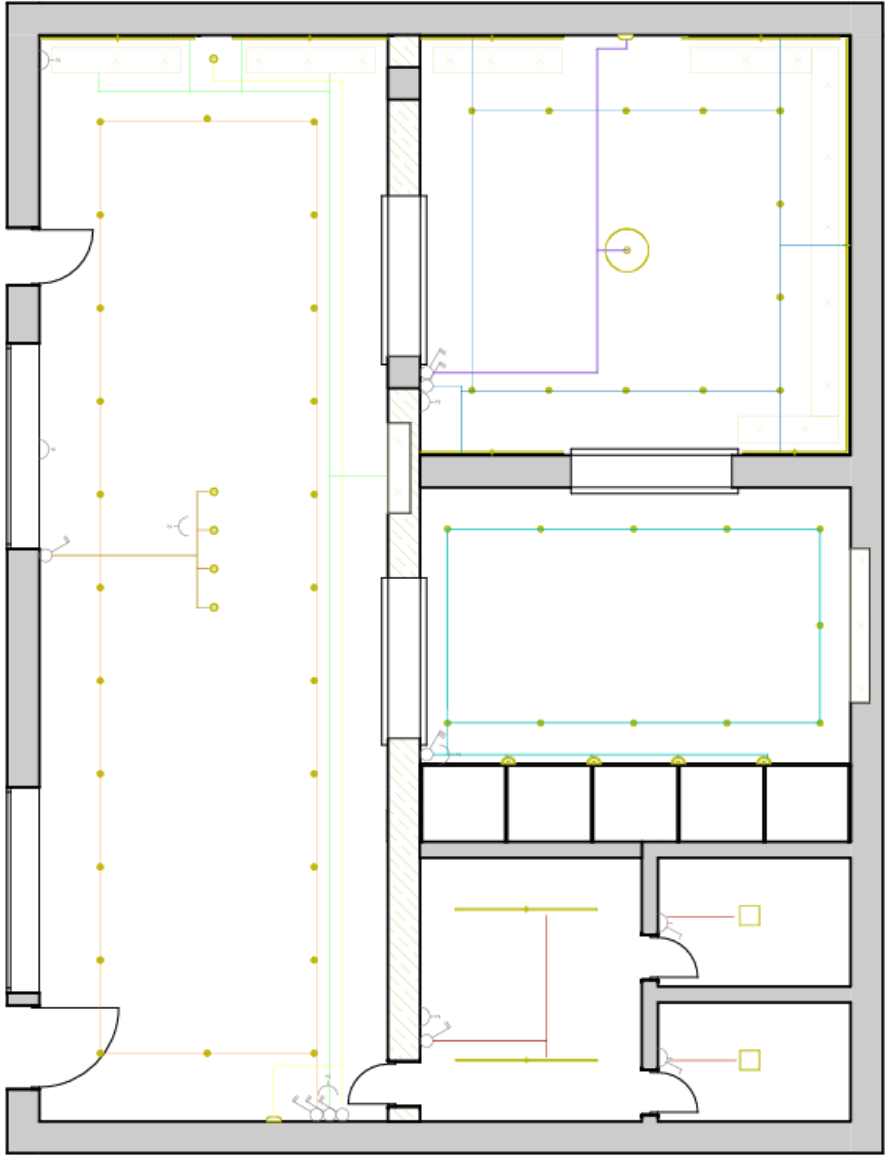
Розріз 2



Примітки

- 1. Розміри зазначені від чорнових стін (без урахування монтажу).
- 2. Мінімальна висота опуску стелі 200мм, максимальна 270мм.

Кваліфікаційна робота	Єлизавета Чулкова	Аркуш	Аркушів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярнею		13	36
План стелі	КНУТД		



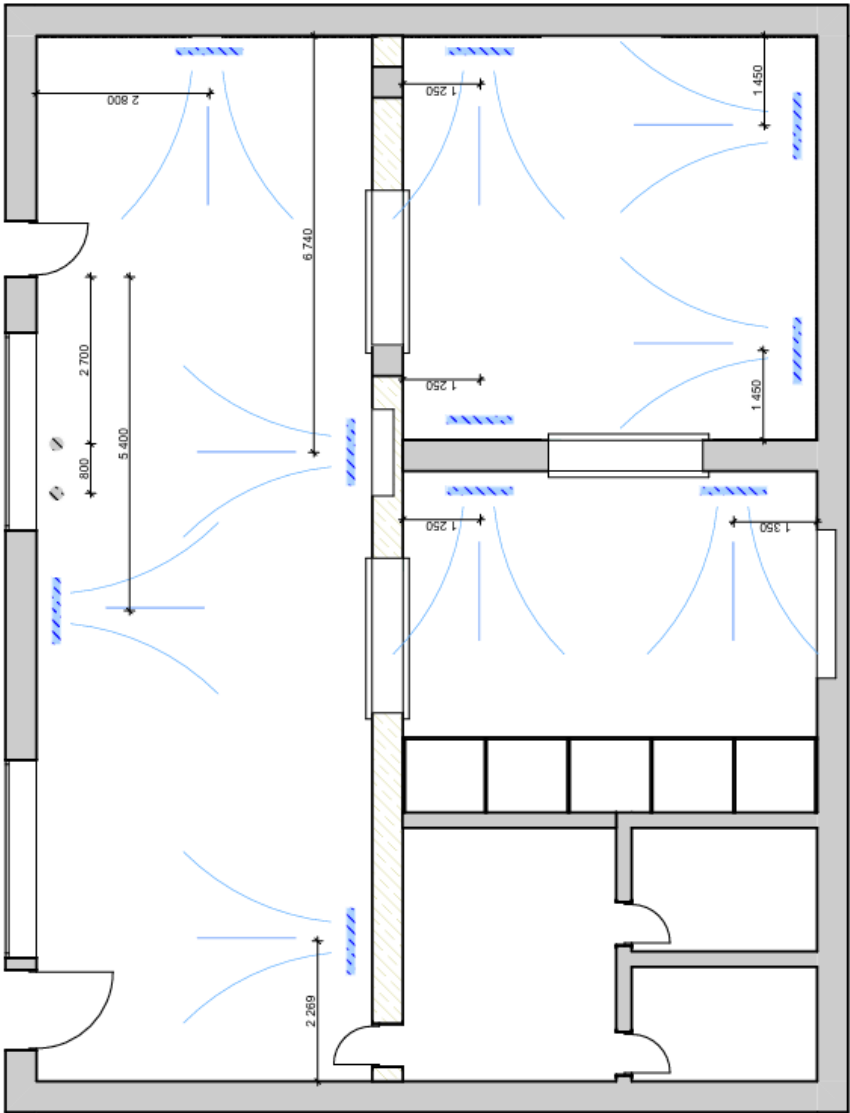
Специфікація

Назва	Позначення на плані	Кіль-ть	Фото
Вбудований точковий світильник SPY	⊗	47	
Люстра Bell Shaped	⊙	5	
Бра Recthema d25	⌋	4	
Люстра Obily	⊖	1	
LED-стрічка з профілем	┃	25м	
LED-світильник стельовий	◻	2	
Бра Zakohani L	⌋	4	

Примітки

1. Розташування щитка визначає майстер з електрики при проєкті об'єкту

Кваліфікаційна робота	Єлизавета Чулкова		Аркуш	Аркушів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярнею План керування освітленням			16	36
			КНУТД	



Специфікація

Назва	Позначення на плані	Кіль-ть
Вбудована каналний вентилятор		2
Невергований каналний кондиціонер		10

Фото

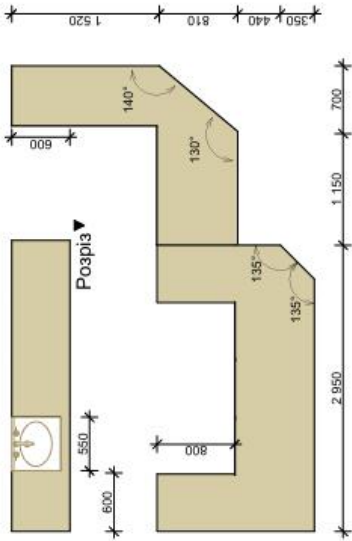


Примітки

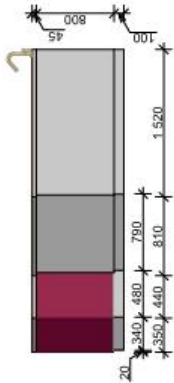
1. Розміри та висоти зазначені від чорнових стін (без урахування монтажу).
2. Точне розташування узгоджувати із фахівцями

Кваліфікаційна робота	Єлизавета Чулкова	Аркуш	Аркушів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярнею		17	36
План кондиціонування та витяжних систем		КНУТД	

Вид зверху



Вид збоку



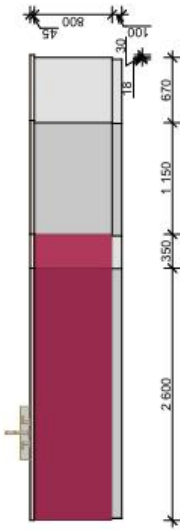
Матеріали

ДСП ламіноване Egger Flammex
U311 Бургундський червоний ST9;
ДСП Egger W 1000 ST9 Білий
преміум;
Стільниця компакт-плита HPL 5643
Esse SCALA MARBLE.

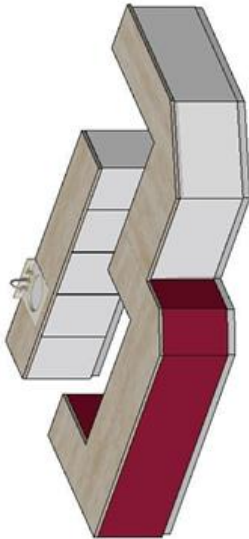
Візуалізація



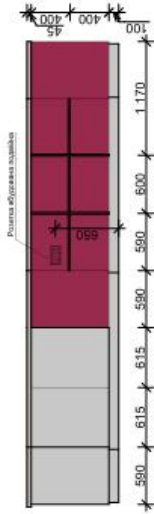
Фасад



Аксонометрія



Розріз

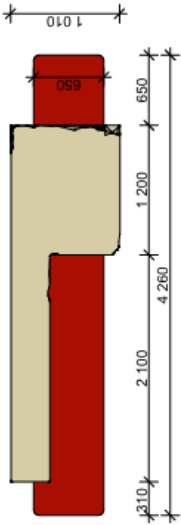


Примітки

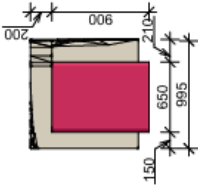
- 1. Детальні розміри уточнювати у майстрів.
- 2. Матеріали можуть бути переобрані у виробника.

Кваліфікаційна робота	Єлизавета Чулкова	Аркуш	Аркушів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярнею		18	36
Розробка деталі		КНУТД	

Вид зверху



Вид збоку



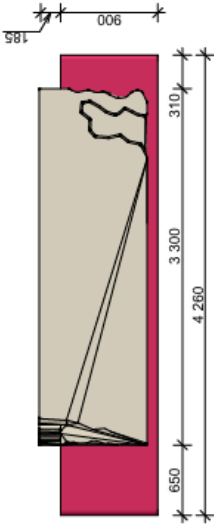
Матеріали

ДСП ламіноване Egger Flatmex
U311 Бургундський червоний ST9;
Штучний камінь

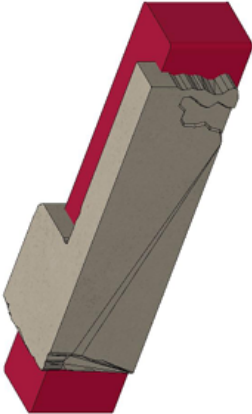
Візуалізація



Фасад



АксонOMETрія

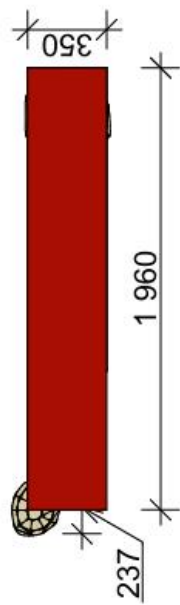


Примітки

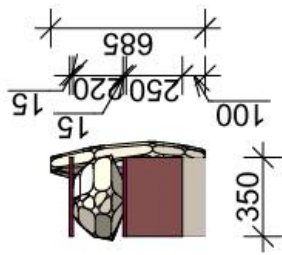
- 1. Детальні розміри уточнювати у майстрів.
- 2. Матеріали можуть бути переобрані у виробника.

Кваліфікаційна робота	Єлизавета Чулкова	Аркуш	Аркушів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярнею		19	36
Розробка деталі		КНУТД	

Вид зверху



Вид збоку



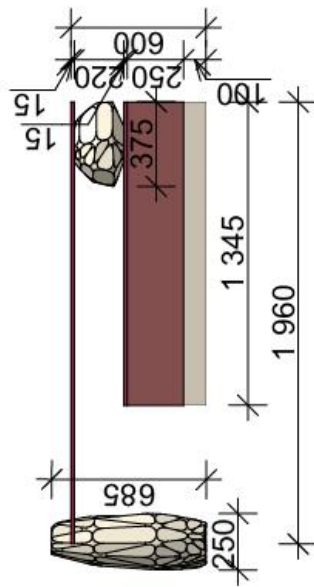
Матеріали

ДСП ламіноване Egger Flamtex U311
Бургундський червоний ST9;
ДСП Egger під камінь;
штучний камінь

Візуалізація



Фасад



Аксометрія

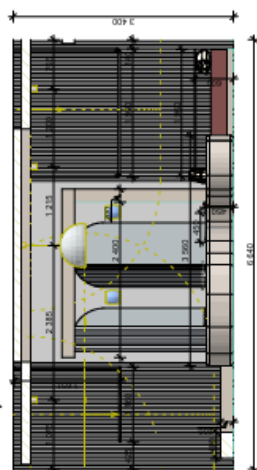


Примітки

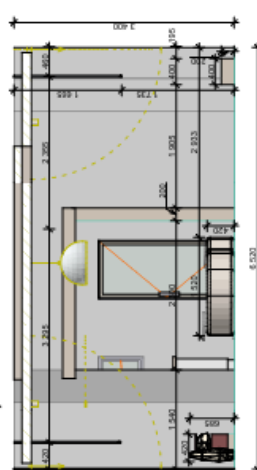
1. Детальні розміри уточнювати у майстрів.
2. Матеріали можуть бути переобрані у виробника.

Кваліфікаційна робота	Єлизавета Чулкова	Аркуш	Аркушів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярнею		20	36
Розробка деталі		КНУД	

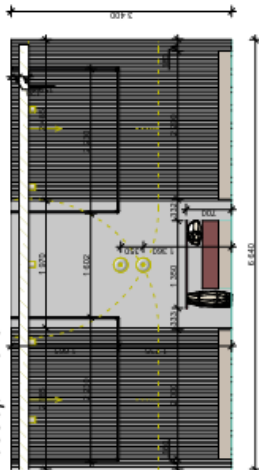
Розгортка 05



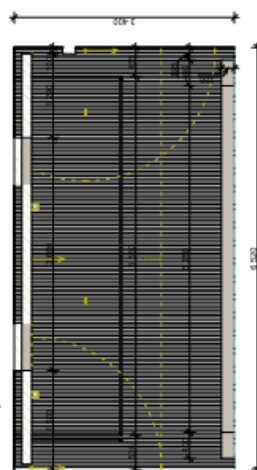
Розгортка 06



Розгортка 07



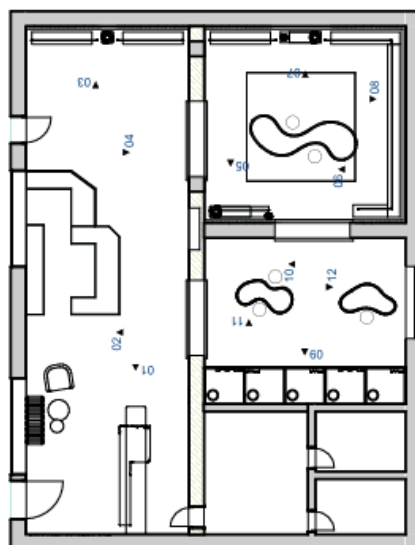
Розгортка 08



Матеріали

Назва	Фото	Площа
Фарба інтер'єрна латексна Тріюга шовковистий мат		84,9м ²
3D панель "Его"		48,6м ²

План

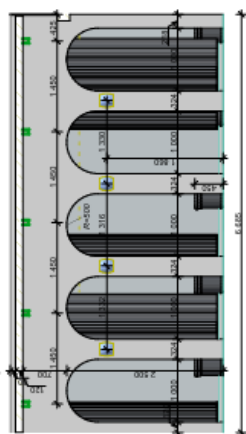


Примітки

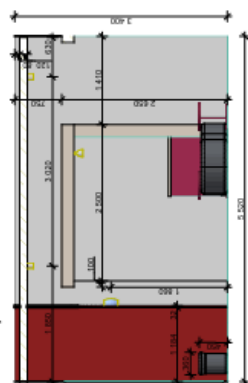
1. Розміри зазначені від чорнових стін (без урахування монтажу)

Кваліфікаційна робота	Єлизавета Чулкова	Аркуш	Аркушів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярнею		22	36
Розгортки. Виставкова зала		КНУТД	

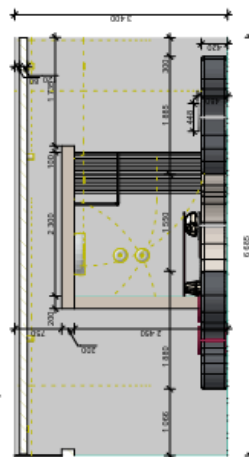
Розгортка 09



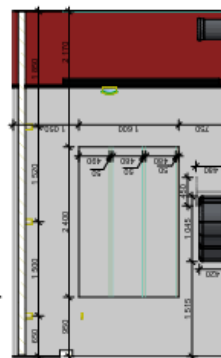
Розгортка 10



Розгортка 11



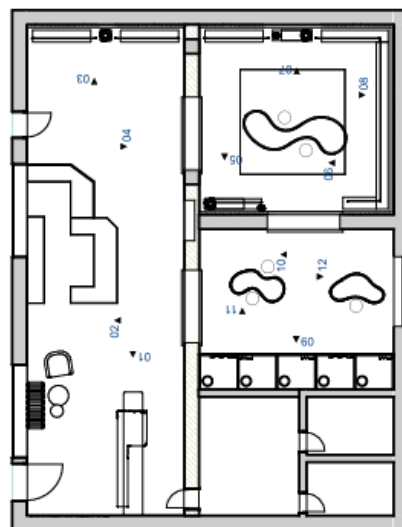
Розгортка 12



Матеріали

Назва	Фото	Площа
Фарба інтер'єрна латексна Tigoa шовковистий мат		147,8м ²
3D панель "Ego"		24,3м ²
Фарба акрилатна Auga Luxpro 7 шовковистий мат		58,8м ²

План



Примітки

1. Розміри зазначені від чорнових стін (без урахування монтажу)

Кваліфікаційна робота	Єлизавета Чулкова	Аркуш	Аркушів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярню		23	36
Розгортки. Запа з примірочними		КНУТД	

Специфікація меблів

Назва	Фото	Габарити, д,ш,в	Кількість
Крісло BUN		910x840x710	1
Диван Puffa 02		1600x600x640	1
Диван (на замовлення)		3510x1515x420	1
Диван 2 (на замовлення)		1880x1045x420	1
Диван 3 (на замовлення)		1880x1045x420	1
Журнальний стіл FRIENDLY(викрас в білий)		450x450x450	5
Кавовий столик Рарег М металевий		700x700x380	1
Кавовий столик Рарег S металевий		440x440x500	1

Примітки

- 1. Детальні розміри меблів на замовлення уточнювати у майстрів.
- 2. Матеріали можуть бути переобрані у виробника.

Кваліфікаційна робота	Єлизавета Чулкова	Аркуш	Аркушів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярнею		24	36
Специфікація меблів		КНУТД	

Специфікація меблів

Назва	Фото	Габарити, д,ш,в	Кількість
Дзеркало Lake Mirror (під замовлення)		910x840x710	1
Пуф screw L081 (під замовлення)		380x380x450	5
Стільниця під аксесуари із серії № 1 (під замовлення)		1960x350x600	1
Стільниця під аксесуари із серії № 2 (під замовлення)		350x350x685	1
Стільниця під аксесуари із серії № 3 (під замовлення)		1350x350x600	1
Полиця для взуття (під замовлення)		1350x350x600	3
Полиця для взуття кутова(під замовлення)		Уточнювати на виробництві	2

Примітки

- 1. Детальні розміри меблів на замовлення уточнювати у майстрів.
- 2. Матеріали можуть бути переобрані у виробника.

Кваліфікаційна робота	Єлизавета Чулкова	Аркуш	Аркушів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярнею		25	36
Специфікація меблів		КНУТД	

Специфікація меблів

Назва	Фото	Габарити, д,ш,в	Кількість
Касова стійка		4260x1010x900	1
Барна стійка		4800x3120	1

Примітки

1. Детальні розміри меблів на замовлення уточнювати у майстрів.
2. Матеріали можуть бути переобрані у виробника.

Кваліфікаційна робота	Єлизавета Чулкова	Аркуш	Аркушів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярнею		26	36
Специфікація меблів		КНУТД	



Кваліфікаційна робота	Єлизавета Чулкова	Аркуш	Аркушів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярнею		27	36
Візуалізації		КНУТД	



Кваліфікаційна робота	Слизова Чулкова	Аркуш	Аркушів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярнею		28	36
Візуалізації		КНУТД	



Кваліфікаційна робота	Єлизавета Чулкова	Аркуш	Аркушів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярнею		29	36
Візуалізації		КНУТД	



Кваліфікаційна робота	Слизова Чаукова	Аркус	Аркусів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярнею		30	36
Візуалізації	КНУТД		



Кваліфікаційна робота	Єлизавета Чулкова	Аркуш	Аркушів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярнею		31	36
Візуалізації		КНУТД	



Кваліфікаційна робота	Єлизавета Чулкова	Аркуш	Аркушів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярнею		32	36
Візуалізації		КНУТД	



Кваліфікаційна робота	Елизавета Чулкова	Аркуш	Аркушів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярнею		33	36
Візуалізації		КНУТД	

Кваліфікаційна робота	Єлизавета Чулкова	Аркуш	Аркушів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярнею		34	36
Візуалізації		КНУТД	



Кваліфікаційна робота	Єлизавета Чулкова	Аркуш	Аркушів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярнею		35	36
Візуалізації		КНУТД	

Кваліфікаційна робота	Єлизавета Чулкова	Аркуш	Аркушів
Дизайн-проект шоуруму з кав'ярнею		36	36
Візуалізації		КНУТД	