



УДК 747:725.2

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРОСТОРУ СУЧАСНОЇ ФЛОРИСТИЧНОЇ СТУДІЇ

АГЛІУЛЛІН Руслан, МАЧУЛЬНА Анастасія, ЗАКУСИЛО Анастасія
Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна
marsdesign@gmail.com, anastasiamashlyna1705@gmail.com,
anastasiyakusilo0905@gmail.com

У роботі досліджено особливості формування інтер'єру сучасної флористичної студії як багатофункціонального комерційного простору. Проаналізовано приклади функціонального зонування, сенсорного дизайну та візуального мерчандайзингу. Обґрунтовано роль інтер'єру як інструменту поєднання продажів, навчання та івент-діяльності.

Ключові слова: флористична студія, дизайн інтер'єру, комерційний простір, івент-зона, майстер-класи, зонування.

ВСТУП

Сучасний формат флористичних салонів зазнає суттєвої трансформації. Від традиційного квіткового магазину вони переходять до концепції простору досвіду, де клієнт не лише купує продукцію, а й бере участь у творчому процесі. Дослідження сучасних тенденцій у дизайні інтер'єру громадських просторів свідчать про зростання популярності гібридних форматів, що поєднують декілька функцій в одному середовищі. Такий підхід сприяє формуванню ком'юніті навколо бренду та підвищує конкурентоспроможність закладу.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

У зв'язку з трансформацією традиційного формату квіткового магазину в багатофункціональний комерційно-креативний простір постає необхідність дослідження принципів його організації. Сучасна флористична студія поєднує функції торгівлі, виробництва, навчання та проведення заходів, що потребує комплексного підходу до проектування інтер'єру.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

У процесі дослідження було проаналізовано інтер'єрні та функціонально-планувальні рішення сучасних флористичних просторів на прикладі Freesia Academy, V DUMTSI Studio та ANA Florist. Метою аналізу стало виявлення принципів формування багатофункціонального інтер'єру, здатного поєднувати торгівельну, виробничу та освітню діяльність у межах одного простору.

Результати дослідження засвідчили, що визначальною характеристикою сучасної флористичної студії є гнучкість планувальної структури. У випадку Freesia Academy інтер'єр орієнтований на навчальний процес та комерційну складову (рис. 1). Простір організовано за принципом



чіткого, але візуально цілісного зонування: робочі місця для учасників курсів, демонстраційна зона для викладача та експозиційні полиці формують єдину композиційну систему. Використання нейтральної кольорової гами, відкритих площин і достатнього освітлення забезпечує концентрацію уваги на навчальному процесі та квіткових композиціях. Інтер'єр тут виступає професійним середовищем, що відповідає ергономічним вимогам та одночасно формуює естетичний образ бренду [1].



Рис.1. Магазин квітів «Freesia» у Києві

Інтер'єр V DUMTSI Studio характеризується камерністю та атмосферністю. На відміну від академічного формату Freesia Academy, цей простір побудований на принципі емоційної взаємодії з клієнтом. Компактна площа компенсується продуманим функціональним зонуванням без використання жорстких перегородок (рис. 2). Робоча майстерня інтегрована у загальний простір, що створює відкритість процесу виготовлення композицій. У матеріальному вирішенні переважають натуральні текстури, теплі відтінки та м'яке освітлення, які формують затишне середовище для проведення камерних майстер-класів. Таким чином, інтер'єр виконує не лише утилітарну функцію, а й сприяє створенню емоційного комфорту та формуванню спільноти навколо бренду [2].



Рис.2. Магазин квітів «V DUMTSI» у Львові



ANA Florist демонструє модель комерційно орієнтованого простору з інтегрованою подвійною функцією (рис. 3). Інтер'єр організований таким чином, щоб експозиційна зона домінувала в структурі приміщення, забезпечуючи максимальну візуальну привабливість продукції. Водночас передбачено можливість трансформації центральної частини простору для проведення воркшопів і тематичних заходів. Важливим аспектом є поєднання торговельних полиць, відкритої робочої зони та мобільних меблів, що дозволяють змінювати конфігурацію приміщення залежно від функціонального сценарію. Освітлення в такому просторі виконує подвійне завдання — підкреслення естетики квітів та забезпечення комфортних умов для роботи й зйомки контенту [3].



Рис.3. Магазин квітів «ANA Florist» у Києві

Порівняльний аналіз трьох прикладів дозволив визначити спільні інтер'єрні закономірності: відкритість планування, мінімалістичність середовища, використання натуральних матеріалів та домінування квіткової продукції як композиційного центру. Усі досліджені простори демонструють прагнення до багатофункціональності через мобільність меблювання, адаптивність зонування та інтеграцію виробничого процесу в загальний інтер'єр. Візуальний мерчандайзинг у флористичній студії відіграє важливу роль у формуванні першого враження та підсиленні емоційного сприйняття продукції. Правильне розміщення букетів, використання світлових акцентів та композиційних домінант відповідає сучасним принципам організації торговельного простору.

Сучасні квіткові простори поступово виходять за межі традиційного формату магазину, де основною функцією був лише продаж букетів. Сьогодні квіткові студії перетворюються на багатофункціональні простори, що поєднують комерційні, освітні та культурні функції. Окрім реалізації квіткових композицій, у таких просторах часто організовують майстер-класи з флористики, навчальні заходи та творчі зустрічі, що формують спільноту навколо бренду [4,5].



ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження встановлено, що сучасна флористична студія трансформується з традиційного торговельного об'єкта у багатофункціональний простір, який поєднує комерційну, виробничу та освітньо-подієву діяльність. Аналіз інтер'єрних рішень Freesia Academy, V DUMTSI Studio та ANA Florist підтвердив, що ключову роль у реалізації цієї моделі відіграє саме організація внутрішнього простору.

Таким чином, сучасна квіткова студія виступає не лише місцем придбання квітів, а й простором для комунікації, творчості та відпочинку, де формується комплексний емоційний досвід для відвідувачів. Це відображає загальну тенденцію розвитку комерційних інтер'єрів, спрямовану на створення багатофункціонального та атмосферного середовища.

Визначено, що ефективний інтер'єр флористичної студії базується на принципах гнучкого зонування, відкритості виробничих процесів, використання мобільних меблів та візуальної нейтральності середовища, де головним композиційним акцентом залишаються квіти. Простір повинен забезпечувати можливість швидкої трансформації відповідно до різних сценаріїв — щоденної торгівлі, проведення майстер-класів або камерних заходів.

Загалом інтер'єр у сучасній флористичній студії виконує не лише функціональну, а й стратегічну роль: формує емоційний досвід клієнта, підсилює бренд-ідентичність та сприяє підвищенню конкурентоспроможності закладу. Таким чином, багатофункціональність простору досягається завдяки комплексному підходу до проектування, у якому інтер'єр стає основним інструментом інтеракції комерції, творчості та соціальної взаємодії.

ЛІТЕРАТУРА

1. Академія флористики #1. *Freesia academy*. URL: <https://www.freesiaacademy.com/>
2. Майстер-класи та висадка композицій у Львові. *V DUMTSI*. URL: <https://www.vdumtsi.com>
3. ANA Florist. URL: <https://ana.florist/contact-us/>.
4. Ebster C., Garaus M. Store design and visual merchandising: Creating store space that encourages buying. New York : Business Expert Press, 2011. 204 p.
5. Malnar J., Vodvarka F. Sensory Design. Minneapolis : University of Minnesota Press, 2004. 376 p.

AHLIULLIN R., MACHULNA A., ZAKUSYLO A.

FEATURES OF THE ORGANIZATION OF THE SPACE OF A MODERN FLORIST STUDIO

The paper explores the features of forming the interior of a modern floristic studio as a multifunctional commercial space. Examples of functional zoning, sensory design, and visual merchandising are analyzed. The role of the interior as a tool for combining sales, training, and event activities is substantiated.

Key words: floral studio, interior design, commercial space, event area, workshops, zoning.