DOI: 10.17117/na.2016.01.03.454

<http://ucom.ru/doc/na.2016.01.03.454.pdf>

Поступила (Received): 28.01.2016

Ажгихин С.Г., Бычкова В.В. Дизайн-проектирование интерьера магазина мебели «Бобры»

Azhgikhin S.G., Bychkova V.V.
Design engineering the interior of the furniture shop «Beavers»

В статье описаны проблемы, возникающие при дизайн-проектировании интерьера магазина мебели, а также способы их решения, состояние проблемы на сегодняшний день и ключевые моменты. В статье описаны принципы дизайн-проектирования интерьера магазина мебели

Ключевые слова: дизайн-проект, дизайнерское решение, профессиональная подготовка

Ажгихин Сергей Геннадьевич

Кандидат педагогических наук, профессор
Кубанский государственный университет
г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149

Бычкова Виктория Валерьевна

Магистрант
Кубанский государственный университет
г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149

In article the problems arising at design engineering interior of the furniture shop, and also ways of their decision, the state of the problem to date and key points. Also in article examples as these techniques are given were applied at design engineering interior of the furniture shop. The results of this research can be used in the educational process during professional training of future designers

Key words: design project, design decision, professional training

Azhgikhin Sergey Gennadyevich

Candidate of Pedagogic Sciences, Professor
Kuban state university
Krasnodar, Stavropolskaya st., 149

Bychkova Victoria Valerievna

Master
Kuban state university
Krasnodar, Stavropolskaya st., 149

Статья посвящена некоторым актуальным проблемам, связанным с созданием целостного образа и грамотного зонирования интерьера магазина мебели по типу «шоурума». Установленные принципы дизайн-проектирования могут быть использованы в учебном процессе вузов в ходе профессиональной подготовки будущих дизайнеров.

В процессе дизайн-проектирования сформулирована задача создания необычного, запоминающегося, целостного имиджа для нового магазина мебели, пока не зарекомендовавшего себя на рынке. Для начала работы необходимо было провести ряд этапов для определения проблем и способов их решения. Предпроектный этап включал в себя такие методы как беседы с заказчиком, потребителем; знакомство с объектом дизайн-проектирования на месте; изучение сути проектирования, методической литературы; исследование специальной

литературы; сбор социологических данных о потребителе; проведение ряда социологических опросов; изучение аналогового материала.

В ходе предпроектного этапа были выявлены проблемы, связанные в первую очередь с объемно-планировочным решением помещения, в которую входит – функциональное назначение объекта, его пространственная организация, форма и размеры. А именно: недостаточная площадь помещения для оптимальной демонстрации товаров, так как для подобного магазина площадь должна составлять более 100 м², недостаток освещенности, визуальное уменьшение пространства за счет перегородок, подиума, колонн, которые способствуют в создании острых углов, делают помещение узким, темным и вытянутым. Помимо внутреннего пространства важным является и организация наружной группы, так как для того, чтобы сформировать у потребителя заинтересованность в данном магазине, необходимо создать образ, который бы привлекал внимание.

Следующий этап предполагал решение задач, связанных с логистикой, а именно: определение маршрутов, оптимального размещения на складских площадях, выявление принципов рационального использования пространства и оптимального размещения товаров в торговом помещении. При этом следует учитывать, что содержанием логистики как науки является установление причинно-следственных связей и закономерностей, присущих процессу товародвижения в целях определения и реализации на практике эффективных организационных форм и методов управления материальными и информационными потоками.

Одной из важных составляющих концепции магазина является технологическая планировка, суть которой заключается в определенной взаимосвязи всех помещений для рациональной организации оперативных процессов. Задача подобного метода заключается в том, чтобы заставить работать каждый квадратный метр площади с наибольшей отдачей. И поэтому основой успеха магазина считается зонирование – грамотное разделение торговой площади по зонам. Для правильного зонирования необходимо определить, какую группу товаров будет рекламировать данный магазин. Магазин мебели «Бобры» ориентирован на презентацию мебели и различных материалов из дерева.

Перед началом работы стояла сложная задача из вытянутого помещения со сложными конструктивными решениями и маленькой площадью получить необычный и ненавязчивый интерьер, который бы соединял в себе несколько интерьерных стилей, был многофункциональным магазином отделочных материалов и мебели.

Помимо установки проблем и постановки задач необходимо было провести исследование, опрос, собрать аналоговый материал для определения актуальности подобных вопросов. В связи с этим следовало рассмотреть, какие дизайнеры занимались подобными вопросами, как им удалось решить те или иные задачи.

На сегодняшний день магазины «шоурумы» не редкость, их организация предполагает наличие довольно нестандартного, нового решения, в пространстве которого соединяется сразу несколько зон, которые гармонично работают

между собой. Как пример хорошей работы «шоурума» можно представить работу «офиса и шоурума студии дизайна Сергея Махно». Задача подобного интерьера заключалась в проектировании пространства, которое станет вторым домом для сотрудников архитектурной мастерской, с максимальной реализацией в интерьере тех принципов дизайна и материалов, которые вдохновляют сотрудников и клиентов.

Главная особенность данного интерьера – сочетание сразу нескольких материалов, которые дают определенную динамику, использование декоративного освещения, высоких потолков, большой площади, авторских предметов, соединение нескольких зон в минималистичном интерьере с использованием "лофта" создают нужную рабочую атмосферу [1].

Подобные шоурумы есть и в городе Краснодаре, но на сегодняшний день их не так много, как в западных странах.

В наши дни организация пространства по типу шоурума является неплохим решением даже для маленьких помещений, в котором можно соединить сразу несколько функциональных зон и оставить интерьер целостным.

Именно поэтому в проектируемом нами интерьере было решено организовать пространство по типу шоурума, в сочетании дерева с различными фактурами, глянцевыми и матовыми поверхностями, а также световым зонированием. Благодаря данному решению проблему, связанную с недостатком площади, удалось нейтрализовать. Разделение торгового зала на функциональные зоны с использованием подиума позволило задействовать каждую единицу площади и показать как можно больше товаров. Небольшая высота потолков в торговом зале потребовала деликатного отношения к выбору типа освещения, поэтому в проекте интерьера магазина была реализована концепция освещения с выделением, главным образом, линеек оборудования и дополнительными световыми акцентами на фоне мягкого заполняющего света. Так как магазин должен представлять не только различные изделия, но и то, как они будут гармонизировать между собой, интерьер включал в себя несколько стилей, чтобы по возможности показать как можно больше деревянной мебели, различных изделий и отделки.

«Шоурум» предполагает демонстрацию различных материалов таким образом, чтобы человек ощутил, как тот или иной объект соединяется с определенным интерьером. Данный зал разбит по зонам, и, каждая зона отражает определенное настроение и стиль. И, конечно же, зоны отличаются цветовой гаммой, планировочными решениями, декором, освещением и прочими дизайнерскими приемами (рис.1).

Данный шоурум был спроектирован для расположения в городе Краснодаре, если будет реализован, то непременно получит успех не только благодаря внешним качествам и мультибрендовости, но также благодаря новизне, так как подобных магазинов в нашем городе достаточно мало, учитывая планировочное решение помещения. Дизайн-проект внутреннего интерьера торгового зала и входной зоны готов к реализации.

Рис. 1. Интерьер магазина мебели

В процессе дизайн-проектирования были использованы такие методы исследования, как:

- беседа с заказчиком;
- знакомство с предметом проектирования (магазин мебели);
- выявление особенностей объемно-планировочного решения интерьера, функциональные предпочтения заказчиков и потребности покупателей;
- изучение специальной литературы;
- сбор социологических данных о потребителе (целевой группе);
- изучение аналогового материала.

Были изучены методология и принципы проектирования, произведен анализ аналогов, в ходе которого были выявлены некоторые особенности. Например: чтобы выделяться среди конкурентов, нужно быть узнаваемым, интересным, ярким и отражать суть деятельности магазина. Эти выводы помогли нам в создании собственного дизайн-проекта.

В результате проведенного исследования были установлены некоторые особенности дизайн-проектирования интерьера мебельного магазина. Были выявлены особенности работы с деревом, зонирования и освещенности помещения, в котором представляется продукция из различных пород дерева, а также выявлена специфика применения некоторых законов композиций и цвета. В итоге интерьер получился целостным, геометричным и запоминающимся, выдержан в едином стиле и отражает суть деятельности данного магазина. Использование выявленных принципов дизайн-проектирования интерьера шоурума в ходе профессиональной подготовки будущих дизайнеров в вузах будет способствовать развитию способностей обучающихся к дизайнерской деятельности [2; 3; 4].

Список используемых источников:

1. Келли Хоппен, Винсент Кнапп. Золотые правила дизайна. Стил Келли Хоппен. Арт-Родник, 2012.
2. Марченко М.Н, Селищева Ю.В. Дизайн-проект специализированного экспозентра для крупногабаритных экспонатов // Наука, образование, общество. №1 (1).

URL: <http://ucom.ru/doc/no.2014.01.100.pdf>. Тамбов. 2014. С. 100-109

3. Марченко М.Н., Чаецкая Е.В. Международный журнал экспериментального образования. № 12. Ч. 2. М., 2015. С. 238-239.

4. Марченко М.Н., Федосеева А.А. Особенности коммуникации дизайнера с потребителями его услуг. Международный журнал экспериментального образования. №12. Ч. 2. М., 2015. С. 235-236.

© 2016, Ажгихин С.Г., Бычкова В.В.

Дизайн-проектирование интерьера магазина
мебели «Бобры»

© 2016, Azhgikhin S.G., Bychkova V.V.

Design engineering the interior of the furniture shop
«Beavers»