РАЗДЕЛ IX. СТРОИТЕЛЬСТВО

Баширова С.Р.

Особенности пространственной организации интерьера бутика

ВолГТУ

(Россия, Волгоград)

doi: 10.18411/trnio-01-2022-31

Аннотация

Статья посвящена анализу особенностей пространственной организации интерьеров бутиков. Рассмотрены варианты интерьеров различных функциональных зон бутиков. Выявлены приемы организации пространства рассматриваемых помещений бутиков.

Ключевые слова: бутик, организация пространства, интерьер.

Abstract

The article is devoted to the analysis of the features of the spatial organization of boutique interiors. Variants of interiors of various functional zones of boutiques are considered. The methods of organizing the space of the considered boutique premises are revealed.

Keywords: boutique, organization of space, interior.

На сегодняшний день, разработка дизайна различных бутиков является целым искусством. Дизайнерский бутик - это «лицо» фирмы. При проектировании интерьера бутика стоит задача выделиться среди подобных объектов, создать неповторимый запоминающийся облик, выявить концепцию бренда. Исследования показывают, что правильное оформление интерьера бутика, приводит к росту продаж на 15-20%. Оригинальный дизайн привлекает посетителей и удерживает их. Продажа модных коллекций одежды требует соответствующего оформления того пространства, в котором она представлена. Одной из важнейших задач проектирования интерьера бутика является создание эмоциональной атмосферы среды, а также воздействие на эмоциональное состояние потребителя для побуждения его интереса к товарам и к совершению покупки. В то же время, дизайнерское решение и обустроенное пространство не должно отвлекать покупателя от представленных в нем коллекций одежды и аксессуаров. И в этом случае для дизайнера важно не переусердствовать с большим количеством авторских находок, чрезмерной пластикой декора или эффектным колористическим решением. Интерьер бутика проектируется как целостное пространство и в конечном итоге должен иметь свой особый неповторимый характер, выявляющий торжественную атмосферу бутика.

При проектировании интерьера бутика дизайнеры учитывают целевую аудиторию бренда, специфику стильного магазина, площадь помещения и архитектуру здания. Важным аспектом в проектировании бутика является и корпоративный стиль модного бренда, для дизайна которого используются фирменная цветовая гамма, логотипы.

Современные бутики объединяют в себе сразу несколько функциональных зон:

- торговый зал;
- наружные витрины;
- зона декомпрессии (первые 1–4 м после входа);
- зона примерочных;
- кассовая зона;
- зона отдыха или мини кафе.

По способам организации оборудования и траекторий движения различают следующие схемы.

Свободная организация пространства. Стойки и витрины располагаются асимметрично, в индивидуально разработанном порядке. Перемещаясь по продуманному «коридору», покупатель имеет возможность рассмотреть в подробностях максимальное количество товара. Кроме того, использование декоративных элементов, осветительного оборудования, цветовых акцентов позволяет направлять взгляд посетителя в нужном направлении (рис.1).

Рисунок 1. Схема свободной организации пространства бутика

Круговая организация пространства. Товар размещается по периметру, что позволяет покупателю видеть практически весь ассортимент и при этом обходить помещение в удобном направлении. На стенах можно расположить любые виды торгового оборудования — полки, вешала. Применяется для зонирования в отдельных секциях торговых пространств (рис.2).

Рисунок 2. Схема круговой организации пространства бутика

В чистом виде круговая планировка оставляет довольно много пустот, поэтому в помещениях среднего размера эту схему обычно комбинируют с другими. Например, центральную часть торговой площади заполняют «лабиринтом» из стоек с одеждой либо «решеткой» из столов или витрин.

Предметом исследования данной статьи является зарубежный и отечественный опыт по пространственной организации бутиков.

Флагманский бутик Dolce & Gabbana, г. Сеул.

Интерьер бутика выстраивается вокруг широкой винтовой лестницы, облицованная мраморной мозаикой из сорта Nero Marquina. Она плавно соединяет 4 уровня, предлагая посетителям познакомиться с коллекциями бренда, переходя от этажа к этажу. Для демонстрации коллекций дизайнеры использовали модульные элементы, к которым прикреплены полки и штанги на разной высоте, тем самым достигается ритмичность пространства. «Таким образом дизайнерам удалось достичь эффекта водоворота, который затягивает гостей» .[2]. Ниши, спроектированные внутри черных гранитных объемов,

предлагают дополнительные пространства для демонстрации продуктов. Искусно интегрированные в конструкции помещения, точечные светильники завершают дизайнерскую концепцию. На крыше находится открытая терраса, увенчанная большим полукруглым навесом, который является своеобразным продолжением винтовой лестницы. Здесь разместилась изогнутая гранитная барная стойка, элегантные черные стулья из металла. Глянцевое черное стекло, серый бетон и черный анодированный алюминий взаимодействуют с теплыми и изысканными оттенками мангового дерева, создавая уютную и изысканную атмосферу. Легкая прозрачность стекла и насыщенный черный цвет, символ абсолютной элегантности, созданию положительного впечатления от сдержанной изысканности

Рисунок 3. Бутик Dolce & Gabbana, торговый зал

Бутик Louis Vuitton, г. Лондон.

Трехэтажный бутик представляет собой воздушное и светлое пространство с высокими потолками и стеклянной крышей. Нестандартным решением дизайна бутика, является экспонирование работ современных художников в торговом зале. «На первом и втором этажах расположена мужская линия от Вирджила Абло и женские коллекции одежды и аксессуаров. В центре помещения расположена спиральная лестница из массива дуба, во внутреннюю полость которой помещены три высокие стойки бетонных, дубовых, акриловых и латунных дисков со светодиодами, созданные дизайнером Мэттом Ганьоном [3].

Рисунок 4. Бутик Louis Vuitton, торговый зал

Зону со вторым светом занимают предметы из линии домашнего декора и мебели Object Nomades во главе с креслами «Cocoon» по проекту братьев Кампана, которые свисают на первый этаж прямо с потолка (рис.5).

Рисунок 5. Бутик Louis Vuitton, торговый зал с атриумом

Интерьер решен в пастельных, бежевых тонах. Яркость в дизайн интерьера приносят красочные сферические скульптуры и предметы мебели. Бутик украсили старинные браслеты африканских племен, датская мебель 1950-х годов, шкафы Жана Туре (Jean Touret). В отделе мужской обуви представлен стол «Wom» со вставками из красного дерева и кедра от итальянского дизайнера Мартино Гампера. В интерьере применяются самые современные технологии, включая экраны-плазмы, разнообразное, в том числе и светодиодное освещение.

Рисунок 6. Бутик Louis Vuitton, зона отдыха

Проектное решение данного бутика отличается сдержанностью форм, определенным набором используемых цветов и материалов, мягким и приятным для глаза освещением, а также использованием инноваций в декоре, грамотностью в построении освещения и, естественно, эксклюзивностью всего интерьера, в целом.

Флагманский бутик Miu Miu, г. Токио.

Двухъярусный интерьер бутика состоит из контрастных пластов. Медные панели, которыми облицованы стены внутри магазина, работают на контраст с отделанными узорной парчой диванами, креслами и нишами, похожими на театральные ложи (рис. 7). В качестве оборудования здесь используются металлические вешала цвета меди, которые не выделяются на фоне стены, тем самым не утяжеляя интерьер. В интерьере прослеживается использование круглых зеркал.

Рисунок 7. Флагманский бутик Miu Miu, торговая зона

Заходя, на первый уровень магазина создается атмосфера просторного жилого помещения, что создает дополнительное ощущение комфорта для клиента [4]. Бутик включает в себя торговую, кассовую зоны, зону примерочных, а также предусматривает зону отдыха.

С помощью освещения удалось создавать акценты на определенной функциональной зоне. Общий свет приглушается, а полки, манекены и стойки подсвечиваются сверху или снизу. Чтобы достичь нужного эффекта, используют металлогалогенные лампы направленного света, дающие мощный и презентабельный световой поток.

Бутик Bosco Pi, г.Москва

Американский дизайнер - Карим Рашид создал футуристическое пространство для данного бренда на стыке моды, дизайна и стиля жизни, в котором присутствует энергия цвета, динамика формы, ноу-хау современных материалов. Для данного бутика был разработан уникальный дизайн мебели, торгового оборудования и светильников.

Пространство бутика занимает один уровень. Торговый зал визуально разделяется модульным оборудованием на две зоны, в которых представлена мужская и женская линейки одежды и аксессуаров. В центральной части торгового зала размещена зона отдыха и мини кафе (рис.8).

Рисунок 8. Бутик Bosco Pi, мини кафе

Цвет в общественном интерьере имеет мощную акцентирующую роль. С помощью цвета дизайнер подчеркивает функциональные зоны и задает направление движения в пространстве. Дизайнер использовал яркие, кислотные оттенки – салатный, оранжевый, розовый и бирюзовый. В отделке стен применяется поп-арт-орнамент (рис. 9).

Рисунок 9. Бутик Bosco Pi, торговая зона

Особенностью бутика является также наличие инфраструктуры в виде диджейского пульта, плазменными экранами и профессиональным аудио-оборудованием, которая способствует привлечению внимания клиентов к бренду.

Стремление сформировать пространство, которое принесло бы новые впечатления от покупки товаров данного бренда, стало результатом создания живого и подвижного пространства, яркого, эмоционального и ассоциативного дизайна бутика.

Бутик HERMÈS, г. Москва.

Бутик занимает один уровень торгового центра «Времена года». Он был спроектирован парижским архитектурным бюро «RDAI». Интерьер выполнен в розовых, бежевых и коричневых тонах. [5]. Гладкие лакированные поверхности эффектно сочетаются с грубоватыми текстурами, контраст между рельефным деревом и современным тканым металлом создают идеальный визуальный баланс. На полу применяется фирменный орнамент бренда в светло-бежевых и розовых тонах (рис.10). С обеих сторон в передней части бутика выставлены ювелирные украшения и часы, а также коллекция мебели и объектов для дома, которые придают уют пространству.

Рисунок 10. Оформление торгового пространства бутика

Задняя часть бутика — более камерная и «домашняя». В этой части также расположена зона отдыха. Пол покрыт коврами розового, бежевого и коричневого цветов, а потолок украшен светильниками с греческим орнаментом (рис.11).

Рисунок 11. Зона отдыха

Комиссионный бутик Recycle de Lux, г. Санкт-Петербург.

Дизайн интерьера комиссионного бутика люксовых брендов Recycle de Lux разработан дизайнерами из студии Art Spice. Настольные лампы Globo, дизайн Джонатана Адлера, появились на стойке и послужили источником вдохновения для оформления всего интерьера.[6]. Игра света и цвета в радужных стеклянных шарах ассоциируется с изменчивостью и беспечностью моды.

В интерьере применяется сочетание ярких зеленых и розовых тонов на контрасте с черной графикой (рис.12).

Рисунок 12. Бутик Recycle de Lux, кассовая зона

Геометрический орнамент на полу можно менять. Это аппликация, расположение которой задает ритм всему пространству бутика. Бутик расположен в здании старого фонда и поделен на два основных зала. Зона примерочных, санузел и складское помещение находятся на уровень выше, чем торговый зал и зона отдыха. Дизайнеры обыгрывают существующие ступени жесткой графикой, которые работают на контраст с изящным орнаментом обоев от «Osborne & Little». Главным акцентом второго зала стала „люстра-пончик“ под названием „Пандора“ от петербургского производителя Bezhko lighting (рис.13).

Рисунок 13. Бутик Resycle de Lux, интерьер торгового зала

Легкость интерьера складывается за счет гармоничного сочетания цвета, пластики форм элементов торгового оборудования. Интерьер получился ярким, контрастным и при этом функциональным, что отражает саму идею комиссионного бутика: повторное использование вещей как спасение от захламленности. Пространство наполнено авторскими деталями. Графичное металлическое оборудование, мягкая мебель и фирменный стиль были разработаны дизайнерами специально для данного fashion – бренда.

Заключение

Следует отметить, что в бутике человек должен чувствовать себя комфортно, дизайн бутика должен настраивать клиента на доброжелательность и вызывать интерес к бренду, выпускающей коллекции одежды, аксессуаров и обуви. Дизайнерский бутик - это «лицо» фирмы. Продажа модных коллекций одежды требует соответствующего оформления того пространства, в котором она представлена. Посетитель дома моды находится под впечатлением от атмосферы помещения, в котором он знакомится с коллекциями одежды. Торговая зона воспринимается покупателем ярко, играет большое значение в выборе и приобретении того или иного товара, а также является стимулом вернуться с целью совершить покупки при необходимости.

Дизайн бутика должен соответствовать актуальным тенденциям современности, учитывать эргономические требования при проектировании, грамотность в построении освещения и подчеркивать эксклюзивность бренда. В заключение следует отметить, что правильно организованное торговое пространство оказывает позитивное влияние на психофизиологическое состояние посетителя и способствует привлечению новых клиентов.

1. Петров, Л.В. Мода как общественное явление. [Электронный ресурс] : / Л. В. Петров / - Л. : о-во "Знание" РСФСР, Ленингр. организация, 1974. - 32 с.
2. Elledecoration.ru. — Текст : электронный // Officenext : [сайт]. — URL: <https://www.elledecoration.ru/interior/offices-boutiques/flagman-dolce-and-gabbana-v-seule/> (дата обращения: 17.12.2021).
3. Elledecoration.ru. — Текст : электронный // Officenext : [сайт]. — URL: <https://www.elledecoration.ru/interior/hotels-restaurants/butik-id6843462/> (дата обращения: 17.12.2021).
4. Admagazine.ru. — Текст : электронный // Officenext : [сайт]. — URL: <https://www.admagazine.ru/interior/flagmanskij-butik-miu-miu-v-tokio-po-proektu-herzog-de-meuron/> (дата обращения: 17.12.2021).
5. Elledecoration.ru. — Текст : электронный // Officenext : [сайт]. — URL: <https://www.elledecoration.ru/interior/offices-boutiques/novyi-butik-hermes-v-tc-vremena-goda/> (дата обращения: 17.12.2021).

6. Elledcoration.ru. — Текст : электронный // Officenext : [сайт]. — URL: <https://www.elledcoration.ru/interior/offices-boutiques/komissionnyi-butik-recycle-de-lux-v-sankt-peterburge//> (дата обращения: 17.12.2021).
7. Матовников, С.А. Отражение философии бренда через дизайн интерьера офисных пространств. Брендинг интерьера / А.А. Тисленко, Н.М. Шаповалова, Матовников С.А. // Вестник Волгоградского государственного архитектурно-строительного университета. Сер.: Строительство и архитектура. - 2020. - № 1 (78). - С. 311-321.
8. Матовников, С.А. Отделочные материалы и конструкции в дизайне интерьера [Электронный ресурс]: учеб. пособие / С.А. Матовников, Н.Г. Матовникова; Волгогр. гос. техн. ун-т. - Волгоград, 2017. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - 113 с.
9. Матовников, С.А. Дизайн интерьера. Оборудование в интерьере [Электронный ресурс]: учеб. пособие / С.А. Матовников, Н.Г. Матовникова, П.В. Самойленко; Волгогр. гос. техн. ун-т. - Волгоград, 2018 с.

Будаченкова Е.А.

Безбарьерная среда для маломобильных групп населения

*Государственный архитектурно-строительный университет
(Россия, Санкт-Петербург)*

doi: 10.18411/trnio-01-2022-32

Аннотация

В современном мире особую актуальность приобретает создание комфортных условий для всех категорий граждан, в том числе, для лиц с ОВЗ. Безбарьерная среда состоит из множества элементов, которые обеспечивают беспрепятственное передвижение и доступное использование инфраструктуры людьми с различными видами ограничений (физическими, сенсорными, интеллектуальными и др.). Функционирование в таких условиях позволяет маломобильным группам населения вести независимую жизнедеятельность. Следовательно, доступная среда — это привычная среда, которая оборудована с учетом индивидуальных потребностей. До недавнего времени в практике градостроительства, реконструкции и организации пространства не учитывали повышенные потребности некоторых групп общества. В настоящее время ситуация кардинально изменилась. Формирование безбарьерной среды – важнейшая стратегическая задача современных государств.

Ключевые слова: безбарьерная среда, городское пространство, доступная среда, МГН, ОВЗ, инфраструктура, архитектура, особые потребности, универсальная среда.

Abstract

In the modern world, the creation of comfortable conditions for all categories of citizens, including those with disabilities, is of particular relevance. A barrier-free environment consists of many elements that ensure unhindered movement and accessible use of infrastructure by people with various types of restrictions (physical, sensory, intellectual, etc.). Functioning in such conditions allows low-mobility groups of the population to lead independent life. Therefore, an accessible environment is a familiar environment that is equipped to meet individual needs. Until recently, the practice of urban planning, reconstruction and organization of space did not take into account the special needs of some groups of society. Currently, the situation has changed dramatically. The formation of a barrier-free environment is the most important strategic task of modern states.

Keywords: barrier-free environment, urban space, accessible environment, MGN, HIA, infrastructure, architecture, special needs, universal environment

К семидесятым годам прошлого столетия во многих странах мира начался пересмотр качества городской среды, уже спустя несколько лет главный акцент обустройства улиц был перенесен с автомобилистов на пешеходов. В рамках этой концепции возрос приоритет человека как субъекта городской жизни: главными целевыми группами стали пешеходы и