



УДК 72.012.1:72.012.8+684.446:687.12

ТЕНДЕНЦІЇ В ДИЗАЙНІ ІНТЕР'ЄРУ СУЧАСНИХ БРЕНДОВИХ БУТИКІВ ЖІНОЧОГО ОДЯГУ

ШМЕЛЬОВА-НЕСТЕРЕНКО Олександра, ВОЙЧЕНКО Анастасія
Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна
voichenko.av1908@gmail.com

Стаття присвячена аналізу тенденцій в дизайні інтер'єрів сучасних брендкових бутиків жіночого одягу. Зазначається, що незважаючи на розповсюдження онлайн-продажів, бутики з концептуальним дизайном залишаються популярними завдяки можливості споживачам відчутти якість та статус бренду. Стаття наводить результати аналізу досвіду проєктування магазинів брендкового жіночого одягу. Виявлено особливості дизайну інтер'єру приміщень такого типу, зокрема, необхідність враховувати функціональні зони, розташування обладнання, освітлення, підбір кольорів і якісних матеріалів.

***Ключові слова:** дизайн інтер'єру, брендкові магазини, жіночий одяг, концептуальний дизайн, український виробник.*

ВСТУП

В умовах сьогодення більшість сучасних магазинів одягу презентують свою продукцію онлайн на різноманітних платформах. Причиною зміни концепції продажу у світі моди стали насамперед глобальна пандемія та комфорт, який полягає у відсутності необхідності відвідування магазинів. Варто зазначити, що такий формат не виправданий на 100%, бо часто споживачі не мають змоги правильно підібрати розмір або побачити матеріал на власні очі, тому шоу-руми та бутики з концептуальним дизайном досі популярні, а відповідні споживачі готові сплачувати більше за якість, яка також визначається статусністю бренду і дизайном інтер'єру самого магазину.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою цього дослідження є аналіз сучасних дизайнерських рішень в інтер'єрі брендкових бутиків жіночого одягу на території України. Дослідження спрямоване на визначення особливостей формування інтер'єрних концепцій та тенденцій, які сприяють розвитку відповідного бізнесу і задоволенню потреб сучасних споживачів..

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Під час розробки дизайн-проєкту магазину жіночого одягу, з метою створення практичного та естетичного інтер'єру, необхідно враховувати наступні аспекти: коректний розподіл функціональних зон; правильне розташування обладнання та елементів інтер'єру; забезпечення професійного освітлення; підбір гармонійних кольорів та високоякісних матеріалів для меблів



та фурнітури. Дизайн інтер'єру бутику/шоу-руму повинен, не тільки, повністю відповідати концепції бренду, але доповнювати її, створюючи цілісний продукт.

“CHER'17” [1] – це український бренд жіночого одягу, цільова аудиторія споживачів – це молоді жінки віком 20-30 років, у магазинах представлений молодіжний одяг, що завжди слідує трендам та постійно оновлюється. До оформлення простору головного магазину, що знаходиться у центрі Києва, дизайнери підійшли нестандартно, влаштувавши його у форматі ідеальних «Instagram» апартаментів. Спершу гість потрапляє в символічну вітальню з футуристичними меблями з металевими елементами. Наступна зона – це ванна кімната-гардеробна з розкішними дзеркалами, облаштованою під світлою для ідеальних «селфі» та є столиком для макіяжу. Головним акцентом у цьому просторі є фонтан з шампанським, також, безпосередньо у центрі торговельного залу, у досить незвичній манері, дизайнерами облаштовано раковину. Всі зони магазину поділено по кольорам, що є вдалим рішенням, оскільки відвідувачі легко запам'ятають де знаходиться потрібна зона, до того ж це виглядає дуже стильно. На вітринах при вході, як у кожному магазині, можна побачити манекени з найбільш трендовими позиціями відповідного сезону. В приміщенні присутня велика зона очікування, а також розміщено великий екран, що постійно транслює маркетингові відео з одягом самого бренду, таким чином можна прослідкувати тенденцію цілісності концепції бренду, не тільки на прикладі дизайну інтер'єру, але також у відеоматеріалах та мерчандайзингу.

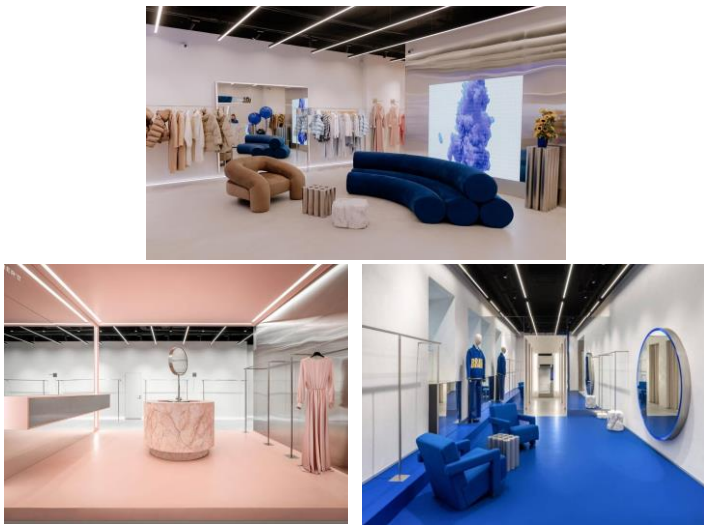


Рис. 1. Інтер'єри магазину жіночого одягу бренду “CHER'17”



Наступним українським брендом жіночого одягу та аксесуарів є «COOSH» [2]. Шоу-руми бренду є в Києві, Тернополі та Львові. Головний магазин знаходиться у Києві, інтер'єр виконаний у мінімалістичному стилі та у світлих відтінках. Зони розміщені за всіма правилами торговельних приміщень даного типу, присутні акцентні меблі для очікування та великі дзеркала, у вітринах розташовані манекени. Особливістю цієї мережі шоу-румів є те, що дизайн приміщень виконаний у базових світлих тонах, що повністю відображає основну ідею та асортимент бренду – базовий одяг на кожен день.

Всі магазин розташовані у приміщеннях з високими стелями, що дозволяє приділити їм окрему увагу. Стеля може бути оздоблена каменем, зістареною цегляною плиткою або зістареною штукатуркою, також можна зустріти бетонні перекриття без оздоблення, або з нанесенням фарби світлих відтінків. Каменю, кам'яної кладки або цегли багато не тільки на стелі, але і по всій території магазину. Дзеркала наявні не тільки в примірочних, багато дзеркал різного розміру і формфактору розміщені по всьому торговельному залу кожного магазину. Шоу-рум у Львові є справжнім витвором мистецтва, оскільки будівля, у якій було розміщено магазин, є архітектурною спадщиною, були наявні певні обмеження щодо оздоблення та планування, тому до наявних старовинних стін дизайнери додали сучасні елементи, виконані у загальній стилістиці бренду.



Рис. 2. Інтер'єри шоу-руму жіночого одягу бренду «COOSH»

Ще одним прикладом дизайну інтер'єру закладів такого типу є бутик жіночого одягу «BAZHANE BTQ» [3] розташований в Києві. Цільова аудиторія бренду – жінки віком від 20-30 років. Інтер'єр головного приміщення відповідає сучасним трендам та оформлений у світлих відтінках з додаванням акцентів у вигляді чорного та рожевого кольорів. В оздобленні бутики використані якісні матеріали преміум-класу такі як: велюр, оксамит, замша, керамограніт, якісні декоративні штукатурки та інтер'єрні фарби тощо. Деякі зони обшиті м'якими велюровими стіновими панелями. Вбиральня для відвідувачів та персоналу не поступається решті приміщень у виборі матеріалів та підході до дизайну, і також оформлена в стилістиці усього магазину.



Рис. 3. Інтер'єри бутика жіночого одягу бренду "BAZHANE BTQ"

ВИСНОВКИ

Дизайн інтер'єру має велике значення для брендівих бутиків жіночого одягу. Він допомагає залучати клієнтів, підкреслювати статус бренду та створювати комфортну та елегантну атмосферу. Успішні брендіві бутики враховують функціональність, естетику, освітлення, використання кольорів та якісних матеріалів, надаючи особливу увагу деталям, які вирізняють їх від конкурентів. Дослідження та аналіз цих тенденцій допоможуть дизайнерам створити вражаючі інтер'єри брендівих бутиків жіночого одягу, які будуть відповідати сучасним потребам та привертати увагу споживачів.

ЛІТЕРАТУРА

1. CHER`17. Офіційний сайт. URL: <https://cher17.com/>.
2. COOSH. Офіційний сайт. URL: <https://cooshwear.com/>.
3. BAZHANE BTQ. Офіційний сайт. URL: <https://www.bazhane.com/>.

SHMELOVA-NESTERENKO O., VOICHENKO A.

TRENDS IN THE INTERIOR DESIGN OF CONTEMPORARY WOMEN'S CLOTHING BOUTIQUES

The article is dedicated to analyzing the trends in interior design of modern branded women's clothing boutiques. It states that despite the prevalence of online sales, boutiques with conceptual design remain popular due to the opportunity for consumers to experience the quality and status of the brand. The article presents the results of an analysis of the design experience of branded women's clothing stores. The peculiarities of interior design in such establishments are identified, including the need to consider functional zones, equipment placement, lighting, color selection, and quality materials.

Key words: interior design, branded stores, women's clothing, conceptual design, Ukrainian manufacturer.