

МАТЕРИАЛИ И ДОПЪЛНЕНИЯ В ИНТЕРИОРНИЯ ДИЗАЙН НА МЯСТОТО НА ПРОДАЖБА
И МЪРЧЪНДАЙЗИНГА

Проф. д-р Невяна Кръстева

Преподавател:

Три фактора за избор на материали и мазилки

- Имидж, който се създава;
- Практически съображения;
- Цена;

ИМИДЖ

Примитивность



Еlegantность



Практически съображения

- Достъпност;
- Трайност;
- Устойчивост на огън;
- Възможност за заместване;

Цена

- Отчитане на първоначална цена и последващи разходи;
- Отчитане на наличието или отсъствието на резултат, цена и поддръжка;

Подове

Изборът на под допринася много за определяне на визуалните особености на един магазин. Различните подови настилки създават различна атмосфера, зони, алеи и дори отделения. Такова разнообразие едновременно ограничава и допринася за гъвкавостта.



Особености при избор на подова настилка

- Подът трябва да е неутрален – той е пасивен елемент, чийто цвят не доминира на фона на целия интериор.
- Особенности на подовата настилка – шум, трайност, безопасност, взаимодействие с другите материали.
- В по-големите магазини, дизайнерът може да използва по-голяма гама от подови настилки.

Най-разпространени настилки



- Килими – удобни; намаляват шума; голям избор на цветове, шарки и материи; изграждане на идентичност на магазина.
- Дървен под – издръжлив; различни шарки; чувство за старинност; изисква поддържане; може да се комбинира.



Настилки от

- Мрамор;

“негъвкави”
• Подова мозайка;

материали

- Керамични плочки;

Имат широко приложение в

търговията на дребно;

- Бетон;

Изключително трайни и лесни за

- Полиран бетон.

почистване

това, че са твърди за краката и
създават много шум.



Всички негъвкави

подови настилки са:

- изключително трайни
- лесни за почистване
- твърди за краката
- създават много шум.

“Гъвкави” ПОВЪРХНОСТИ

Винил/линолеум



- Съществуват в много разцветки, включително и като имитации на дърво, мрамор или теракота.
- Цветовете служат за подсилване на идентичността на магазина или за очертаване на маршрути.
- Традиционна, евтина и хомогенна подова настилка, подходяща за мокри помещения, складове и други подобни.

Стените в интериора

- концентрацията на вниманието е насочена върху това, което се случва в центъра, а не в периферията.



Използвани материали

- Боя
- Гипс
- тухлите,
- мрамора,
- бетона,
- дървото,
- пластмасовите ламинати,
- огледалото,
- тъканите,
- хартията и много други

Тавани

- Ако не е подходящо аранжиран, таванът може да се превърне във визуален елемент от интериора на магазина, който отвлича вниманието на купувачите от стоките.



Видове тавани

- с видима конструкция
- със скрити шпонкови канали
- отварящи се тавани

Монтаж и оборудване

Дърво в комбинация с хром,
закалена стомана и месинг;

Обгорени и пластмасови
облицовки

- Мото:
”Уникалност и
експериментаторски дух,
съчетани с практичност,
добра цена и качество.”

Витрината като театрална сцена

