

DOI: 10.18372/2415-8151.24.16295

УДК 7.022

## ФОРМУВАННЯ ЗМІННОГО ВНУТРІШНОГО СЕРЕДОВИЩА ТОРГІВЕЛЬНОГО ЗАКЛАДУ СІЛЬПО З УРАХУВАННЯМ КОРПОРАТИВНОЇ ЕСТЕТИКИ

Малік Тетяна Вячеславівна<sup>1</sup>, Шкляр Ольга Анатоліївна<sup>2</sup>

<sup>1</sup>професор Київської державної академії декоративно-прикладного мистецтва та дизайну імені Михайла Бойчука, місто Київ, Україна  
e-mail: 3t@ukr.net, orcid: 0000-0001-7986-3957

<sup>2</sup>кафедра дизайну середовища Київської державної академії декоративно-прикладного мистецтва та дизайну імені Михайла Бойчука, м. Київ, Україна  
e-mail: shkliar.o.a.1998@gmail.com, orcid: 0000-0001-7356-9327

**Анотація.** У даній статті розглянуто поняття внутрішнього середовища компанії, торгівельний заклад, корпоративна естетика (бренд-бук), формування середовища торгівельного закладу на прикладі магазину Сільпо у тематичному вишуканому форматі, це новий формат організації інтер'єру магазину. На сьогоднішній час це актуальний напрямок розвитку дизайну в галузі торгівлі, адже він по статистиці впливає на кількість продажів товару. Це новий та постійно зростаючий напрямок у формуванні внутрішнього середовища, він не має кордонів, обмежень творчого й креативного потенціалу, розвиток напрямку в створенні магазину-трансформеру.

**Мета:** визначити вплив дизайну магазину на його взаємодію з покупцем та вплив на продажі, ефективність розвитку в напрямку трансформації інтер'єрного простору.

**Методика.** Встановлено методом аналогій та порівняння, а саме аналіз минулих років та сьогодення, вітчизняного та зарубіжного досвіду.

**Результати.** З'ясовано ефективність дизайнерських магазинів у зацікавленні аудиторії й приваблення нових покупців. В статі наведено приклади успішного використання дизайну в торгівельних закладах й результат підвищення продажів.

**Наукова новизна.** Вперше було розглянуто можливість створення магазину з змінним дизайном за рахунок сучасних технологій й з мінімальною участю людини. Дизайн магазину побудований на основі театральних декорацій і змінного середовища 2 або 3 рази на рік.

**Практична значущість.** Отримані результати дають новий напрямок розвитку дизайну магазинів та створення магазинів трансформерів зі змінним внутрішнім середовищем впродовж року. Розвиток сучасного «розумного» дизайну торгівельних закладів.

**Ключові слова:** внутрішнє середовище; торгівельний заклад; бренд-бук; Сільпо; тематичні магазини; трансформація середовища; модульні меблі; формування магазину; автоматизація; інновації; технології; стилістика.

## ВСТУП

Незаперечним є той факт, що від того, яке враження залишиться у покупця від відвідування магазину, залежить, чи стане дана особа постійним гостем. Постає актуальне питання: чим же можна привабити покупця крім проведення рекламних кампаній та надання знижок? Безумовно, оригінальним дизайном інтер'єру і зручною системою експонування товару. Крім незабутнього образу, інтер'єр магазину створює комфортну атмосферу, необхідну для успішної взаємодії з покупцем. Вплив інтер'єру на покупця очевидний, це і зростаюча конкуренція серед магазинів і торгових центрів, і значна роль оформлення магазину у формуванні іміджу компанії. А найголовніше, як показують дослідження, кількість відвідувачів магазинів швидко збільшується. Це означає, що імідж і неповторний стиль магазину грають дедалі більшу роль в залученні нових клієнтів і підвищенні лояльності існуючих.

Декоративне оформлення сучасних магазинів дуже різноманітне — від простого, стриманого стилю до використання найрізноманітніших декоративних матеріалів і прикрас. Декоративне оформлення може відображати чи підкреслювати перевагу тих чи інших товарів у асортименті [9].

**Актуальність:** формування внутрішнього середовища торговельного закладу на прикладі магазину Сільпо у тематичному вишуканому форматі, це новий формат організації інтер'єру магазину. На сьогоднішній час це актуальний напрямок розвитку дизайну в галузі торгівлі, адже він по статистиці впливає на кількість продажів товару. Це новий та постійно зростаючий напрямок у формуванні внутрішнього середовища, він не має кордонів, обмежень творчого й креативного потенціалу.

## АНАЛІЗ ПОПЕРЕДНІХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Торговельними об'єктами є магазин, який може бути: за товарною спеціалізацією — продовольчим, непродовольчим, змішаним; за товарним асортиментом — універсальним, спеціалізованим, вузькоспеціалізованим, комбінованим; за методом продажу товарів — з індивідуальним обслуговуванням, самообслуговуванням, торгівлею за зразками або через торговельні автомати [14].

Магазин (крамниця) — торговельний об'єкт у роздрібній торгівлі, призначений для організації продажу товарів кінцевим споживачам і надання їм торговельних послуг.

Вбудовано-прибудований магазин (крамниця) — магазин (крамниця), приміщення якого розташовуються в габаритах житлового будинку і в об'ємах, винесених за габарити житлового будинку більше ніж на 1,5 м з боку поздовжнього фасаду і більше ніж на 6 м - з боку торців (у разі влаштування критих завантажувальних приміщень).

Гіпермаркет — магазин (крамниця) самообслуговування торговельною площею понад 2500 м<sup>2</sup> з асортиментом продовольчих та непродовольчих товарів понад 15 тисяч асортиментних позицій [8].

Брендбук (англ. Brand book) — офіційний документ компанії, в якому описується концепція бренду, атрибути бренду, цільова аудиторія, позиціонування компанії та інші дані, якими керується відділ маркетингу та керівники бізнесу для побудови комунікації зі споживачами та розвитку компанії в цілому. Крім цього, брендбук містить повне керівництво по фірмовому стилю, яке включає в себе докладний опис використання кожного фірмового елемента на різних носіях, як рекламних, так і корпоративних. [2].

Будь-яке оформлення торгових приміщень, в тому числі і дизайн магазину продуктів, повинні викликати тільки найпозитивніші емоції. І це не дивно, адже дана вимога визначає, чи буде залучати людей торговий простір, і, якщо буде, то як висока стане його популярність для різних груп населення. Особливо це актуально для продовольчих магазинів, у яких конкуренція набагато вище, ніж у будь-яких інших брендових павільйонів. Сьогодні ми звернемося саме до одного невеликого продуктового магазинчика, виконаного в традиціях класичного німецького дизайну.

Гастроном Ebrosia представляє унікальний строгий дизайн, який залишає у покупців і клієнтів магазину тільки найприємніші емоції. Пропонуємо вам поглянути на внутрішнє оздоблення німецького гастроному, який незважаючи на всю свою сучасність і відповідність вимогам часу, являє собою подобу сільськогосподарської лавки, яка наповнена сільськими продуктами, що відрізняються екологічною чистотою і особливими смаковими якостями [12].

Api (+) — сучасний продуктовий магазин в місті Тампа, Флорида. Він виник разом з McCaffrey's Food Markets в рамках реалізації проекту Simply Fresh. Simply Fresh - це справжня знахідка для будь-якого гурмана. По-справжньому грандіозні торгові площі справді вражають. Цікаво те, що цей красивий, сучасний магазин знаходиться у відреставрованому будинку 1928

року. Ось так, в невеликому містечку в штаті Пенсільванія зустрілися минуле і майбутнє.

Дизайн магазину покликаний передати особливу атмосферу навколо. Крім того, за задумом декораторів у будівлі залишилася недоторканою первісна фактура і деякі класичні елементи [13].

## МЕТА

На даний час дизайнерських магазинів стає все більше, дизайн розробляється з найрізноманітніших ідей таких, як історична цінність, підкреслення товару, популяризація вітчизняної творчості, використання яскравої тематики, й багато іншого. В даній статті буде розглянуто та порівняно вітчизняні сучасні магазини й зарубіжні, з метою встановлення спільних критеріїв формування внутрішнього середовища й ідея впровадження нового напрямку в дизайні магазину.

## РЕЗУЛЬТАТИ ТА ОБГОВОРЕННЯ

Торгівельний заклад на прикладі компанії ТОВ Сільпо-ФУД, тематичні магазини та супермаркети компанії. Сільпо (укр. Сільпо) — українська мережа магазинів самообслуговування. Заснована в 1998 році.

Супермаркети «Сільпо» — це магазини самообслуговування, асортимент яких налічує до 20 тис. Найменувань продуктів харчування і супутніх товарів залежно від величини торгової площі об'єкта. На Україні «Сільпо» є однією з найбільш великих торгових мереж. 14 лютого відкрився 238-й супермаркет мережі. Вони є в кожній області України. Мережа супермаркетів «Сільпо» входить в торгово-промислову групу компанії України — «Fozzy Group».

Середня площа магазину становить 1200 м<sup>2</sup>. Асортимент орієнтований в основному на продукти харчування, хоча у великих магазинах є також багато допоміжних товарів — побутова хімія, іграшки, а також дрібна побутова техніка [4].

«Сільпо» — один із небагатьох у світі великих мережевих продуктових ритейлерів, який створює індивідуальний тематичний дизайн для кожного магазину. У 2017, 2018, 2019, 2020 супермаркети увійшли до списку найінноваційніших магазинів Європи Europe's Finest Store видання European Supermarket Magazine (ESM) [6].

«Сільпо» у Щасливому (сел. Щасливе, шосе Харківське, 1В) — це подорож станціями всесвіту Маленького принца (рис.1). Тут є всі планети, на яких побував знайомий з ди-

тинства герой. Одна з планет, як і має бути, обертається навколо своєї осі. Під зоряним склепінням магазину парить величезний літак, пілота якого Маленький принц зустрів на Землі. У магазині можна відшукати троянду, що надійно зберігається у колбі, — саме так, як вигадав дбати про неї герой Екзюпері [5].

Сільпо «Атмосферні явища» (м. Київ, Столичне шосе, 103) На вході тут кожного дня дощитиме, проте кінетичний дощ лише танцює для Гостей, а от промокнути під ним неможливо. Поряд із веселкою — сніг, а північне сяйво виникає неподалік від грозової блискавки — водночас таке зустріти можна лише в цьому атмосферному «Сільпо». Попри велику кількість опадів, втілених в артшешнях, цей магазин — найсвітліший у мережі (Рис.2) [1].

«Сільпо» у найбільшому ТРЦ України Blockbuster Mall — це справжній Всесвіт Мавки посеред гучного мегаполіса. Героїня, мабуть, найочікуванішого українського мультфільму перетворила супермаркет на прадавній Ліс, в якому одразу поселилися магичні істоти. Новий найбільший дизайнерський «Сільпо», оформлений у стилі Всесвіту анімаційного фільму «Мавка. Лісова пісня» — це результат творчої колаборації двох великих національних брендів: мережі супермаркетів «Сільпо» й української студії Animagrad (FILM.UA Group). Простір та інтер'єр магазину наповнений реалістичною й українською автентикою майбутнього анімаційного фільму, який поки що на стадії виробництва [7].

Сучасний розвиток і досягнення науки і техніки засвідчують про великі можливості зміни предметно-просторового середовища інтер'єру певних приміщень, тобто об'ємів. Коротко розглянемо сучасні інноваційні засоби трансформації предметно-просторового середовища. На сьогоднішній день існують фірми, які спеціалізуються на створенні автоматичних систем і статичних предметів інтер'єру із скла, алюмінію і нержавіючої сталі для тих, хто любить використовувати модні новинки та інновації в оформленні інтер'єру, що поєднують в собі зручність, практичність, ексклюзивний дизайн і бездоганну якість.

А сама трансформація простору, на нашу думку, може передбачати використання:

1. Автоматичних зсувних скляних перегородок, шумо-ізолюючих зсувних перегородок для кабінетів, робочих і громадських приміщень. Естетичний дизайн і непомітна елегантність легко поєднуються з вибором матеріалу і кольору дизайнером. Престиж плюс можливість гнучкої трансформації простору.

2. Елементів декору, світильників, люстр, бра, панно створених по ескізах відомих сучасних дизайнерів, як динамічних об'єктів інтер'єру. Це може бути і арт декор замовника або рішення фірми по ескізах замовника і доповнене динамічним сценарієм.

3. Світлодіодів в дизайні інтер'єрів, яке набуває сьогодні великої популярності. Компактність, ефективність, надійність, низьке енергоспоживання, а також великий термін служби — відмітні характеристики світлодіодної продукції. Світлодіодне освітлення для інтер'єру дозволить вам додати інноваційні можливості в області дизайну вашого будинку.

4. Подіумів, що обертаються, сцен, п'єдесталів як елементів трансформації інтер'єру.

5. Певних ексклюзивних дизайнерських меблів із скла і металу, які оснащені електроприводами. Столів, шаф, як елементів реалізації ідеї «меблі-трансформери».

6. Скла змінної прозорості (електро-хромоване) для зимових садів і переговорних кімнат (матове-прозоре). Така система допоможе користувачам уберегти свої приміщення від сліпучого світла, а також значно знизити тепловий ефект сонячних променів. Або, як приклад — використання скла і стіна кімнати стає прозорою.

7. Сюрреалістичних інновацій у формуванні комфортного інтер'єрного середовища, які забезпечать домашній затишок і високий рівень комфорту [10].



Рис. 1 Сільпо Маленький принц. Джерело: <https://allretail.ua/ru/news/70148-vselennaya-malenkogo-princa-v-novom-silpo-v-schastlivom>. [5].



Рис. 2 Вхідна зона Сільпо. Атмосферні явища

Джерело: <https://rau.ua/ru/experience/pochitat-na-vykhodnykh/silpo-v-trts-atmosfera/>. [1]



Рис. 3 Вхід у Сільпо Мавка. Джерело: <https://www.google.com/search?> [11].

## ВИСНОВКИ

Отже, можна стверджувати наступне. Інновації у дизайні інтер'єрів приміщень у більшій мірі стосуються широкого використання властивостей скла, сучасної техніки (плазмових панелей, LCD телевізорів і т.д.), автоматичних систем, механізмів для обертання певних елементів (подіумів і т.д.) а також світлодіодного освітлення. Тобто мова йде про створення так званого „динамічного « інтер'єру певного примі-

щення, як об'єкту з максимальним комфортом для користувача, що може змінюватись і трансформуватись [10].

Дизайнерські магазини яскраві, вишукані. Напрямок компанії ТОВ-Сільпо-ФУД робити магазини атракціонні й на даному етапі достатньо яскравого та вишуканого дизайну. А що буде з часом?

Люди сформовані таким чином, що нам входить у звичку щось бачити постійно й воно

більше не дивує та й не захоплює так як було на відкритті.

Наступним логічним кроком є розвиток та вдосконалення існуючого досвіду, адже можна ще багато відкрити магазинів яскравих та оригінальних в своєму стилі, та такого результату вже не буде. Інший же варіант це знову зробити щось оригінальне та нове, наприклад магазин-трансформер, який буде змінювати свій дизайн інтер'єру два рази на рік, завдяки новим та сучасним технологіям розробити мобільний дизайн, який не набридне одноманітністю покупцям й робітникам.

## ЛІТЕРАТУРА

- [1] Атмосферные явления: как выглядит новый дизайнерский Сильпо в ТРЦ Атмосфера (фотообзор) <https://rau.ua/ru/experience/pochitat-na-vykhodnykh/silpo-v-trts-atmosfera/>.
- [2] Вікіпедія/ визначення поняття/ Бренд-бук. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Брендбук>.
- [3] Вікіпедія/ визначення поняття/ Сильпо. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Сильпо>.
- [4] Вікіпедія/ визначення поняття/ Сильпо торгова мережа. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Сильпо\\_\(торгова\\_мережа\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Сильпо_(торгова_мережа)).
- [5] Всесвіт Маленького принца в новому Сильпо в Щасливому. URL: <https://allretail.ua/ru/news/70148-vselennaya-malenkogo-princa-v-novom-silpo-v-schastlivom>.
- [6] Головна сторінка Сильпо/ Дизайнерські супермаркети. URL: <https://silpo.ua/about/additional/dyzainerski-supermarkety>
- [7] Головна сторінка Сильпо/ Дизайнерські супермаркети / Всесвіт мавки. URL: <https://silpo.ua/about/press-center/press-releases/u-kiyevi-vidkrivsyana-jbilshij-silpo-u-stili-vsesvitu-animacijnogo-filmu-mavka-lisova-pisnya>.
- [8] ДЕРЖАВНІ БУДІВЕЛЬНІ НОРМИ УКРАЇНИ Будинки і споруди ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ ДБН В.2.2-23:2009 2009. С. 6
- [9] Інтер'єр магазину як складова успіху організації торговельного процесу. - [http://www.rusnauka.com/33\\_OINXXI\\_2014/Economics/6\\_179280.doc.htm](http://www.rusnauka.com/33_OINXXI_2014/Economics/6_179280.doc.htm).
- [10] Інновації у сучасному дизайні предметно-просторового інтер'єру. <http://investycii.org/investuvanya/konferentsiji/problemy-formuvanya-ta-rozvytku-inovatsijnoji-infrastruktury/inovatsiji-u-suchasnomu-dyzajni-predmetno-prostorovoho-seredovyscha-inter-jeru.html>.
- [11] Найбільший «Сильпо» стилізований артом зі Всесвіту Мавки. URL: <https://www.google.com/search?Mavka%20Сильпо>.
- [12] Прагматичний дизайн магазину продуктів Ebrosia Німеччина. URL: <https://storeinteriors.ru/gastronom-ebrosia/>
- [13] Современный интерьер продуктового магазина: богатство выбора в уютной обстановке. URL: <https://storeinteriors.ru/sovremennyy-produktovyy-magazin-api/>
- [14] Урядовий портал України URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/39919996>.

Наприклад Сильпо «Пісня льоду й полум'я», й відповідно до зміни температури розроблений декор який легко змінити без ремонту або зупинки роботи магазину. Буде не звичним й неочікуваним сюрпризом відвідувати магазин який буде повністю перевдягатися за ніч. Сьогодні прийшов у холодний зимовий супермаркет з тематикою «Сніжної королеви», а завтра опинився на «Тропічному острові» у новому та яскравому просторі.

Такої трансформації можна досягти мобільністю декору, меблів, матеріалів оформлення інтер'єру.

## REFERENCES

- [1] Atmospheric phenomena: what does the new designer Silpo look like in the Atmosphere shopping mall (photo review) / Images (Fig. 2). — <https://rau.ua/ru/experience/pochitat-na-vykhodnykh/silpo-v-trts-atmosfera/>.
- [2] Wikipedia / definition / Brand Book. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Брендбук>.
- [3] Wikipedia / definition / Silpo. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Сильпо>.
- [4] Wikipedia / definition / Silpo trade network. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Сильпо\\_\(торгова\\_мережа\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Сильпо_(торгова_мережа)).
- [5] The universe of the Little Prince to the new Silpo in Happy / Image (Fig. 1). URL: <https://allretail.ua/ru/news/70148-vselennaya-malenkogo-princa-v-novom-silpo-v-schastlivom>.
- [6] Home Silpo / Designer supermarkets. <https://silpo.ua/about/additional/dyzainerski-supermarkety>
- [7] Home Silpo / Designer supermarkets / Universe of the moth. URL: <https://silpo.ua/about/press-center/press-releases/u-kiyevi-vidkrivsyana-jbilshij-silpo-u-stili-vsesvitu-animacijnogo-filmu-mavka-lisova-pisnya>.
- [8] STATE BUILDING STANDARDS OF UKRAINE Buildings and structures of TRADE ENTERPRISES DBN В.2.2-23: 2009 2009. P. 6
- [9] The interior of the store as part of the success of the trade process. — [http://www.rusnauka.com/33\\_OINXXI\\_2014/Economics/6\\_179280.doc.htm](http://www.rusnauka.com/33_OINXXI_2014/Economics/6_179280.doc.htm).
- [10] Innovations in modern subject-spatial interior design. URL: <http://investycii.org/investuvanya/konferentsiji/problemy-formuvanya-ta-rozvytku-inovatsijnoji-infrastruktury/inovatsiji-u-suchasnomu-dyzajni-predmetno-prostorovoho-seredovyscha-inter-jeru.html>.
- [11] The largest "Silpo" is stylized with art from the Universe of Mavka / Image (Fig. 3). — <https://www.google.com/search?Mavka%20Silpo>.
- [12] Pragmatic design of Ebrosia Germany grocery store. URL: <https://storeinteriors.ru/gastronom-ebrosia/>
- [13] Modern interior of a grocery store: a wealth of choice in a cozy atmosphere. URL: <https://storeinteriors.ru/sovremennyy-produktovyy-magazin-api/>
- [14] Government portal of Ukraine. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/39919996>.

**АННОТАЦИЯ**

**Малик Т. В., Шкляр О. А. Формирование переменной внутренней среды торгового заведения стильно с учетом корпоративной эстетики.** В данной статье рассмотрено понятие внутренней среды компании, торговое заведение, корпоративная эстетика (бренд-бук), формирование среды торгового заведения на примере магазина Сильпо в тематическом изысканном формате, это новый формат организации интерьера магазина. На сегодняшний день это актуальное направление развития дизайна в области торговли, ведь он по статистике влияет на количество продаж товара. Это новое и растущее направление в формировании внутренней среды, оно не имеет границ, ограничений творческого и креативного потенциала, развитие направления в создании магазина-трансформера.

**Цель:** определить влияние дизайна магазина на его взаимодействие с покупателем и влияние на продажи, эффективность развития в направлении трансформации интерьерного пространства.

**Методика.** Установлено методом аналогий и сравнений, а именно анализ прошлых лет и настоящего, отечественного и зарубежного опыта.

**Результаты.** Выяснено эффективность дизайнерских магазинов в интересе аудитории и привлечения новых покупателей. В статье приведены примеры успешного использования дизайна в торговых заведениях и результат повышения продаж.

**Научная новизна.** Впервые была рассмотрена возможность создания магазина с переменным дизайном за счет современных технологий и с минимальным участием человека. Дизайн магазина будет построен на основе театральных декораций и изменяющейся среде 2 или 3 раза в год.

**Практическая значимость.** Полученные результаты дают новое направление развития дизайна магазинов и создание магазинов трансформеров с переменной внутренней средой в течение года. Развитие современного «умного» дизайна торговых заведений.

**Ключевые слова:** внутренняя среда; торговое заведение; бренд-бук; стильно; тематические магазины; трансформация среды; модульная мебель; формирование магазина; автоматизация; инновации; технологии; стилистика.

**AUTHOR`S NOTE:**

**Malik Tetyana**, professor at the Kyiv State Academy decorative and applied art and design named after Mykhailo Boychuk, Kiev, Ukraine. Email: 3t@ukr.net, orcid: 0000-0001-7986-3957

**ABSTRACT**

**Malik T. V., Shklyar O. A. Formation of the variable internal environment of the silpo trade institution taking into account corporate aesthetics.**

This article discusses the concept of the internal environment of the company, a commercial institution, corporate aesthetics (brand book), the formation of the environment of a commercial institution on the example of the Silpo store in a thematic refined format, this is a new format of the store interior. Today it is an important area of design development in the field of trade, because it statistically affects the number of sales of goods. This is a new and constantly growing direction in the formation of the internal environment, it has no boundaries, limitations of creative and creative potential, the development of the direction in the creation of a store-transformer.

**Purpose:** to determine the impact of store design on its interaction with the customer and the impact on sales, the effectiveness of development in the direction of transformation of the interior space.

**Methodology.** Established by the method of analogies and comparisons, namely the analysis of past years and present, domestic and foreign experience.

**Results.** The effectiveness of designer stores in attracting the audience and attracting new customers has been found out. The article gives examples of successful use of design in commercial establishments and the result of increased sales.

**Scientific novelty.** For the first time, the possibility of creating a store with a changeable design due to modern technologies and with minimal human participation was considered. The design of the store is based on theatrical scenery and a changing environment 2 or 3 times a year.

**Practical significance.** The obtained results give a new direction in the development of store design and the creation of transformer stores with a changing internal environment during the year. Development of modern «smart» design of trade establishments.

**Keywords:** internal environment; trade establishment; brand beech; Silpo; themed shops; transformation of the environment; modular furniture; formation of the store; automation; innovations; technologies; stylistics.

**Shklyar Olga**, Department of Environmental Design, Kyiv State Academy of Decorative and Applied Arts and Design named after Mykhailo Boichuk, Kiev, Ukraine. Email: shklyar.o.a.1998@gmail.com, orcid: 0000-0001-7356-9327

Стаття подана до редакції 20.09.2021 р.  
Стаття прийнята до друку 01.10.2021 р.