

UTILAJUL COMERCIAL, SCHEMELE DE AMPLASARE ÎN SPAȚIILE EXPOZIȚIONALE. SALOANE, MAGAZINE DE GIUVAIERERGIE *Commercial furniture, layout schemes in exhibition spaces. Salons, jewelry stores*

Inga MAȚCAN-LÎSENCO

Doctorand, Școala doctorală,

Universitatea Liberă Internațională din Moldova

Ph.D student, International Free University of Moldova

Lector asistent, Universitatea Tehnică a Moldovei

assistant lecturer Technical University of Moldova

E-mail: inga.matcan@udu.utm.md

CZU:67/68:725.91:739.1/.2

10.5281/zenodo.7129196

Summary. Irregularities at the arrangement stage can lead to an inefficient operation of the exploited space. Modern design in the area of commercialization, redevelopment and the most contemporary equipment will not have a value in increasing the efficiency of the store / salon in case of lack of well thought-out concept and a clear working scheme of commercial and technological processes.

Therefore, the correct organization of the exhibition space is one of the substantial points with a significant importance for retail business activities, which contributes to the increase of commercial turnover. The purpose of this work is – the analysis of the rational organization of a jewelry salon / store, the classification furniture and the placement schemes in the interior space for the trade of jewelry.

Keywords: equipment, jewelry stores, organization of exhibition space, furniture for jewelry, Furniture design, commercial furniture

În prezent succesul afacerii cu amănuntul domeniul giuvaiererie este o combinație a unui număr de factori și circumstanțe. Poziționarea reușită, sortimentul, conlucrarea competentă cu beneficiarii, politica de prețuri etc., joacă un rol major în dezvoltarea pozitivă a salonului/magazinului.

Un segment aparte îl ocupă *designul interior al spațiului expozițional* din magazin. Acest lucru este de înțeles, deoarece cele mai bune *echipamente pentru o unitate comercială* necesită nu numai o cunoaștere aprofundată a tehnologiilor contemporane de vânzare cu amănuntul și a principiilor de comercializare, ci și abordarea creativă a creării unui interior estetic și integrat.

Scopul spațiului bine amenajat este asigurarea comercializării articolelor de giuvaiererie în care *designul salonului/magazinului* este „fața” acestuia fiind un mijloc de „comunicare” cu cumpărătorul, un instrument de gestionare a stării de spirit și a dorințelor beneficiarilor în scopul achiziționării unor bijuterii¹.

Planificarea tehnologică rațională reușită al spațiului expozițional prezintă în sine un ansamblu de întinderi verticale și orizontale într-o corelație bine determinată ce permit organizarea logică și rațională a proceselor operaționale preconizate. Planificarea formează căile, traiectoriile de deplasare a clienților. Preferențial sunt spații cu suprafața mai mare de 20-25 m.p.

¹ J. Christopher, *Furniture design*, Hoboken, N.J.: John Wiley&Sons, 2007, 366p.; J. Gura, *Design After Modernism: Furniture and Interiors 1970–2010*, New York. W.W. Norton & Company, 2012, 208 p.; *Macel Otakar Chairs: the Delft collection*, Rotterdam: 010 Publishers, 2008, 271 p.; С. Александров, Инструкция, как стать асом мебельных продаж, Литагент Ридеро, 2015, 94 p.; С. Александров, *18 этапов создания продающей мебельной экспозиции*, Практическое руководство, <https://club.mmkc.su/file/1681-fragment-knigi-18-etapov-sozdaniya-prodayuschey-mebelnoy-ekspozicii/> (consultat 10.07.2022).



Fig. 1. Magazinul GraffDiamonds în sala de bijuterii Harrods Fine Jewellery (<https://www.pinterest.ru/pin/graffdiamonds-on-twitter--258957047298247059/>)

Fig. 2. Interiorul mărcii GODSFORGE (<https://ru.pinterest.com/pin/551198441875705109/>)

La proiectarea magazinului de bijuterii în zona de deservire a beneficiarilor se va ține cont de următoarele aspecte: • amenajarea spațiului interior trebuie să creeze condiții optime pentru selectarea liberă a bunurilor în termeni scurți de timp; • asigură utilizarea optimă a spațiului; • planificarea trebuie să asigure vizibilitatea maximă a sortimentului și a articolelor expuse, stimularea achiziției impulsive; • minimalizarea timpului de căutare a articolelor potrivite dar și distanța parcursă. Proiectarea unui salon sau magazin de bijuterii care include amenajarea și repartizarea spațiului prezintă în sine o parte integră a organizării procesului de traversare, ce formează mediul funcțional. Principii de design al unității de comercializare cu amănuntul al articolelor de bijuterii: • crearea unor condiții favorabile pentru ușurarea întreținerii sanitare; • crearea unui interior atractiv al unei unități de vânzare prin dotarea acestuia cu mobilier potrivit, echipament comercial, selectarea unei game cromatice, iluminatul.

Elaborarea *conceptului designului interior și a echipamentului comercial* pentru saloane, magazine, buticuri de bijuterii are specificul său, implică o abordare constructivă proprie și de abordare industrială.

Pentru cumpărătorii bijuteriilor sunt un simbol al splendoarei, astfel interiorul spațiului unității comerciale, echipamentele de vânzare, vitrinele, ghișeele pentru articole de bijuterii trebuie să mențină conexiunea cumpărătorului cu frumosul. Important este ca toate componentele designului de interior al salonului de bijuterii și *utilajul expozițional* din cadrul acestuia să corespundă conceptului general al spațiului și realizarea acestuia în aceeași stilistică.

În procesul proiectării unității comerciale se va ține cont de specificul lucrului cu bijuteriile unde *mobilierul trebuie să fie în armonie cu articolele expuse*. La selectarea gamei cromatice a instalațiilor comerciale ghișeele și vitrinele trebuie să faciliteze produsele din metale și pietre scumpe (Fig. 1, 2).



Fig. 3. Proiectare lineară (<https://ru.pinterest.com/pin/632192866457800029/>)

Fig. 4. Proiectare laterală (<https://ru.pinterest.com/pin/752382681512549522/>)

Fig. 5. Proiectare liberă (<https://lesliemcgwire.com/project/belle-jewelers/>)

Atmosfera confortabilă din spațiul interior al unității comerciale cu amănuntul se va obține prin utilizarea verde și albastru deschis, gri argintiu. Tipuri de proiectare a unităților de vânzare în funcție de parametri și configurația spațiului de traversare pot fi: • *lineară* – amplasarea articolelor și a trecerilor pentru cumpărători sub formă de linii paralele de echipament comercial, perpendicular pe linia nodului de calcul (Fig. 3). Poate fi trasversală, longitudinală sau mixtă; • *laterală* – sala de comerț este delimitată pe secții izolate unele de altele. Utilizate cu vânzarea la ghișeu (Fig. 4); • *mixt* – aranjarea echipamentului în magazine utilizând combinații de mixare lineară și laterală; • *liberă* – aranjarea echipamentelor fără un sistem geometric specific în conformitate cu configurația încăperii (Fig. 5); • *regula triunghiului de aur* (intrarea în spațiu, zona cu interes sporit și casa de marcat).

La etapa amplasării secțiilor unității de comercializare cu amănuntul se vor lua în considerare următorii factorii: • configurația spațiilor • dimensiunile spațiului • caracteristicile specifice ale contingentului clienților • specificul sortimentului • numărul de nivele al clădirii etc.

Toate utilajele comerciale din cadrul spațiului vor fi supuse unei exploatare zilnice active ceea ce înseamnă că pe lângă ergonomie și estetică este necesar să se ia în calcul durabilitatea tuturor elementelor. *La etapa de proiectare al spațiului expozițional* din cadrul unității comerciale obligatoriu îl ocupă siguranța articolelor expuse, necesare vor fi: • safeurile, • încuitorile fiabile, • sistemul de alarmă și cel de supraveghere video încorporate în piesele de mobilier. Din motive de securitate din echipamentul existent pe larg se utilizează teșghelele amplasarea acestora se efectuează pe o singură linie de-a lungul pereților unității comerciale pentru deplasarea comodă a cumpărătorilor la examinarea tuturor grupurilor de articole. Separat vor fi expuse articolele exclusiviste pentru accentuarea individualității acestora.

Selectarea utilajului comercial în spațiile expoziționale al unității de comerț cu amănuntul necesar depinde de:

- *categoria de preț* al salonului de bijuterii: lux, standard, econom;
- *poziționarea* magazinului – un salon ca parte componentă a unei clădiri sau a unui centru comercial, o zonă insulară pe culuar în galeria centrului comercial sau drept clădire separată;
- *condițiile tehnice* pe zone separate, de amplasarea zonei de intrare, interior, de înălțimea tavanelor, precum și prezența geamurilor și a vitrinelor.

În echipamentul spațiului expozițional intră: • *vitrinele*; • *standurile*; • *dulapurile*; • *ghișeele*; • *cuburile* etc. (Fig. 6-8).

În organizarea procesului tehnologic al magazinului la poziționarea echipamentului trebuie să se ia în calcul amplasarea și expunerea articolelor, distribuția optima a suprafețelor expoziționale între tipurile individuale de mărfuri. Amplasarea articolelor se va efectua luându-se în considerare unii factori individuali: • *frecvența cererii*; • *dimensiunile articolelor*; •



Fig. 6. Vitrină (<https://ru.pinterest.com/pin/360921357638429127/>)

Fig. 7. Stand (<https://letsqoshop.ru/shopping/Magazin-Interer-Chasy-Raboty.html>)

Fig. 8. Cuburi (<https://www.pinterest.com/pin/316166836341086238/>)

extinderea asortimentului în grupul articolelor; • psihologia beneficiarului; • timpul acordat la selecția articolelor de bijuterii.

Principiile fundamentale de amplasare a articolelor de bijuterii: • disponibilitatea; • buna vizualizare; • acuratețea; • repartizarea corectă a locurilor prioritare; • stabilirea locurilor permanente pentru mărfuri etc.

Pentru expunerea corespunzătoare a articolelor de podoabă se va ține cont de utilizarea cât mai corectă a zonei de expunere a magazinului, astfel încât fiecare m.p. de spațiu expozițional pentru vânzare să ofere un venit corespunzător.

Astfel, cercetarea de față va contribui la suplینirea materialului existent din domeniul designului interior compartimentul spații expoziționale/unitate comercială cu amănuntul (salon modern de bijuterii) care trebuie să întrunească anumite criterii să fie elegant, practic și discret în același timp. Discuțiile privind poziționarea corect schematic al echipamentelor din cadrul spațiului expozițional al unităților comerciale cu amănuntul (pentru bijuterii) sunt și vor fi actuale în rândul arhitecților și designerilor fiindcă reflecta pe deplin toată frumusețea și și originalitatea articolelor expuse care se îmbogățeste treptat prin apariția unor piese și categorii suplimentare. Optimal toate elementele ar trebui să creeze o atmosferă de confort astfel sporind selectarea și procurarea articolelor expuse din cadrul magazinelor, saloanelor și a buticurilor specializate de articole. Designul interior accelerează foarte rapid, materia primă utilizată la amenajarea spațiilor și la utilajul comercial din cadrul spațiilor expoziționale duce la schimbări majore de interpretare inovațională proprie și lasă loc în unele dintre ele soluții de realizarea creativă astfel îmbogățind patrimonial material.