

УДК 159.937.51:659.126

ВПЛИВ КОЛЬОРОВИХ РІШЕНЬ ПАКУВАННЯ НАСТІЛЬНИХ ІГОР НА СПОЖИВЧИЙ ВИБІР

Іпполітова В.Є.

Науковий керівник – к.т.н., доц. Білець Д.Ю.

Харківський національний університет радіоелектроніки, каф. МСТ
м. Харків, Україна

тел.: +38(095) 134-29-88, e-mail: veronika.ippolitova@nure.ua

In the article, one of the main factors that influence the buyer's decision to purchase a board game has been considered, namely color scheme. Also, the color analysis of the proposed board game was carried out.

На сьогоднішній день, споживачі стають все більш вибагливими до якості та пакування товару, не виключенням є індустрія настільних ігор. Тому, щоб виділитися серед конкурентів, слід мати цікавий особливий дизайн та якісне поліграфічне оформлення. Цього можна досягти різними методами, проте основою є правильно підібрана кольорова гама. Покупці, які купують такий різновид розваг, вже під час огляду лише тільки пакування очікують майбутнє задоволення від такого проведення вільного часу. Гарний та унікальний дизайн пакування буде мотивувати покупців щодо купівлі, задовго до того, як грою можна бути скористуватися.

Одним з найважливіших факторів, що безпосередньо впливає на рішення покупця купити товар, а саме настільну гру, є використання відповідної кольорової гама пакування настільної гри. Для створення такого пакування, яке забезпечить зацікавленість покупця в товарі, необхідно розумітися на семіотиці кольору, розуміти його вплив на певний сегмент покупця, а також знати асоціації покупців, що викликаються тим чи іншим кольором. Аналіз існуючих ігор-стратегій виявив ряд особливостей, на які особливо варто звернути увагу при розробці дизайну та графіки гри, що розроблюється: це необхідність вироблення єдиної стилістики, яка простежуватиметься у всіх складових гри, гармонійне поєднання кольорів для створення контрастності та єдності всіх символічних елементів, відмова від похмурого, пригнічуючого поєднання кольорів. Працюючи з кольором, потрібно виявляти особливу обережність. Це пояснюється не лише специфікою сприйняття кольорів різними національними і віковими групами, а й тим, що одного разу обрана кольорова гама може на довгі роки стати невід'ємною частиною рекламного образу товару, його візитівкою. Тому колірна комбінація, що використовується в пакуванні гри, повинна залишатися наскільки можна простою, але при цьому інтригуючою. Кольори пакування гри можуть апелювати до емоцій, містити прихований зміст, привертати та утримувати увагу, полегшити сприйняття інформації або, навпаки, ускладнити його [1, 2]. Щодо кольорової гама представленої на пакуванні розробленою мною

настільної гри «Лицарі та привиди» (рис. 1), то вона має яскраве контрастне тріадне поєднання, основними кольорами є червоно-коричневий, зелений та білий, крім того до всього ж підібраний контрастний білий текст. З точки зору психології кольору, не випадково було обрано головним червоно-коричневий колір, бо він являється лідером у маркетингу та асоціюється із силою, волею, активністю, динамікою та, відповідно, викликає підвищену емоційну реакцію, це все відповідає настрою гри. Тобто червоно-коричневий колір налаштовує людину на рішучість: наприклад, перемогти привидів, що не буде проблемою для сміливих лицарів. Зелений асоціюється з природою, яка була характерною рисою лицарської доби, бо в густих лісах водилися розбійники. Білий, у даному випадку асоціюється з легкістю привидів, що мешкають у старовинних замках, він дозволяє підкреслити їх чистоту та акуратність. Привиди – мрійливі та екзальтовані, бажають піти з реального світу і поринути у світ ілюзій. Вони є настільки розумними, тому, щоб перемогти їх у цій грі треба продумувати кроки наперед, як і в будь-якій грі-стратегії. Обрані кольори підходять широкої цільової аудиторії, бо вони яскраві та мають контрастне поєднання, і ця упаковка приверне увагу як дітей і підлітків, так і дорослих.

Таким чином, колірні рішення пакування напряму впливають на вибір потенційного покупця. Під час вибору колірної рішення необхідно використовувати правила колірної комбінаторики для того, щоб пакування було сприйнятим аудиторією. Непродумане поєднання кольорів може викликати неприйняття гри покупцями. Також, слід враховувати колірні переваги цільової аудиторії, на яку проєктується гра. Взаємопов'язаний комплекс цих процедур дозволить створити ефективний товар.



Рисунок 1 – Колірне рішення настільної гри «Привиди та лицарі»

Список використаних джерел:

1. Шипова, М.К., & Вовк, О.В. (2020). Психоемоційний вплив кольору. PRINT, MULTIMEDIA & WEB: матеріали Молодіжної школи-семінару, Т. 2, 11-13.

2. Deineko, Zh., & et al.. (2021). Color space image as a factor in the choice of its processing technology. Abstracts of I International scientific-practical conference «Problems of modern science and practice» (September 21-24, 2021). Boston, USA, pp. 389-394.