

Хрунович Світлана
канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу
Мазур Олександр
аспірант
Західноукраїнський національний університет

НЕЙРОМАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ КОЛЬОРУ ПРИ ВИБОРІ ЖИТЛА

Значне місце в нейромаркетингу відведене дослідженню кольору. Він не тільки впливає на атмосферу в домі, але й може довгостроково позначатись на людських думках та настрої. Сприйнятий колір базується на активності гангліованих клітин. Центри їх рецептивного поля отримують вхідні дані від червоного, зеленого та синього кольору. Виявилось, що гангліонові клітини також беруть участь у порівнянні трьох протилежних процесів у просторі: світлий проти темного, червоний проти зеленого та голубий проти жовтого [1].

Сприйняття кольору в інтер'єрі змінюється з року в рік. Найкращим підходом для підбору кольору для житла буде його вибір за яскравістю, а не властивостями сприйняття. Світлі кольори поводяться як стимули і є більш пізнаваними, оскільки мозку легше запам'ятати речі, які одразу впадають в око. Якщо кольори використовувати правильно в житлових просторах, то вони можуть посилювати позиції на ментальних картах та стимулювати пам'ять. Однак, ці стимули не є бажаними для всіх функцій. Наприклад, якщо використовувати яскраві кольори, там де не бажано привертати увагу, вона буде накопичуватись в неправильних місцях. В таких випадках найкраще використовувати нейтральні кольори з меншим контрастом та яскраві кольори для освітлення. Знову ж таки, підбір кольорів в інтер'єрі - це дуже індивідуальна річ та, в першу чергу, потрібно звертати увагу на та побажання споживача. Молодим людям подобаються більш насичені та однотонні кольори, коли люди старшого віку надають перевагу більш пастельним та нейтральним відтінкам. Така сама логіка існує для екстравертів та інтровертів [2].

Думаємо, ще багато можна розповідати про різнобічний вплив кольору на людину, але зараз варто зосередити увагу на окремих, найбільш популярних кольорах та які емоції вони викликають в різних споживачів при виборі житла.

Червоний колір.

Ефект: захоплюючий, стимулюючий.

Характер: найбільш домінуючий і динамічний колір. Око має регулювати фокус до кольору, оскільки природній фокус червоного кольору лежить за сітківкою. Отже, червоний колір виглядає ближче, ніж він є:

- стеля: тривожна, важка;
- стіни: агресивні, наступаючі;
- підлога: свідомо, насторожена.

Сірий колір.

Ефект: від нейтрального до заспокійливого

Характер: не має психотерапевтичного застосування, таким чином сучасна мода його використання з різними акцентними стінами не піддається логіці:

- стеля: тіньова;
- стіни: від нейтральних до нудних;
- підлога: нейтральна.

Блакитний колір.

Ефект: звільнення, розслаблення

Характер: виглядає прозорим, мокрим, холодним та розслаблюючим. На відміну від червоного, блакитний знижує в людини артеріальний тиск та пульс:

- стеля: небесний, прохолодний, відступаючий;
- стіни: прохолодні та віддалені
- підлога: надихає на відчуття безсильного руху.

Зелений колір.

Ефект: звільнення, розслаблення

Характер: на відміну від червоного, при погляді на зелений, око зосереджується саме на сітківці, що робить зелений найспокійнішим кольором для очей. Може символізувати природу, але також цвіль і хворобу:

- стеля: захисна, відображення на шкірі може бути непривабливим;
- стіни: прохолодні, безпечні, спокійні, надійні, пасивні та дратівливі, якщо яскраво (електричний зелений).
- підлога: натуральна (якщо не надто насичена, м'яка, розслабляюче відчуття безсильного руху).

Кольори поверхонь (стелі, стін, підлоги) поглинають і відбивають певну кількість світла. Нейромаркетингові вимірювання кольорів також називають значеннями відбиття світла. За міжнародною нормою коефіцієнт відбиття світла у просторі: 3–1. Це говорить про те, що підлоги повинні відображати приблизно 20%, меблі 25–40%, стіни 40–60%. Позначення 3–1 означає, що найсвіжіший колір (60%), поділений на найтемніший (20%), є співвідношенням 3–1 [3]. Ці позначення, здебільшого, маркують на фарбах як LR або LRV. Це допомагає підібрати відтінки оптимальні для поверхонь, на які вони будуть наноситись.

Список використаних джерел:

1. The Integration of Interior Design and Neuroscience: Towards a Methodology to Apply Neuroscience in Interior Spaces: https://mjaf.journals.ekb.eg/article_25813_847c7398a5a2866b5b81ce46f587b8c8.pdf
2. Kayan, Cagil. Neuro-architecture: Enriching healthcare environments for children: https://issuu.com/cagil/docs/20110609_thesis-neuroarchitecture_cagil_part_2_a3.
3. Visual Ergonomics and Color: <https://medium.com/studiotmd/the-perception-of-color-in-architecture-cf360676776c>.