

УДК 159.937.51:339.176-035.27(043.2)

## ПСИХОЛОГІЯ КОЛЬОРУ ТА СВІТЛА В ОФОРМЛЕННІ КВІТКОВОГО МАГАЗИНУ

**Вікторія Каменська**

*Державний університет «Київський авіаційний інститут», Київ*

*Науковий керівник – Поліна Зємцова*

Ключові слова: колір, освітлення, психологія, квітковий магазин, дизайн

У сучасному дизайні комерційних просторів велика увага приділяється використанню кольору та світла як ключових елементів впливу на споживача. Дослідження показують, що правильне поєднання кольорової гами та освітлення сприяє створенню приємної атмосфери, що позитивно впливає на емоційний стан покупців і їхнє рішення про покупку [6]. Квіткові магазини є особливими комерційними просторами, де важливо не лише презентувати продукцію, але й створити естетично привабливе середовище, що сприяє гармонійному сприйняттю товарів. [4]

Метою дослідження є аналіз психологічного впливу кольору та світла в оформленні квітового магазину та розробка рекомендацій щодо їх ефективного використання для створення комфортного середовища та підвищення продажів.

Дослідження базується на аналізі наукових праць у сфері кольорознавства, ергономіки та маркетингового дизайну. Використані методи включають порівняльний аналіз кольорових схем у квіткових магазинах, оцінку впливу різних видів освітлення (теплого, холодного, природного) та експериментальний підхід до визначення сприйняття атмосфери покупцями.

Приклад, що описується в дослідженні оформлення квітового магазину показаний на рис.1.



Рис.1. Візуалізація квітового магазину

У оформленні квіткового магазину використовуються природні відтінки, що підкреслюють свіжість і натуральність продукції, рис1. Найбільш ефективними є відтінки зеленого, білого та пастельні кольори, що асоціюються з гармонією та спокоєм. Додаткові акценти у вигляді теплих кольорів (жовтого, оранжевого, червоного) стимулюють емоційну активність покупців [2].

Використання теплого білого світла створює затишну атмосферу та підкреслює природну красу квітів. Локальне підсвічування певних зон магазину (вітрин, стелажів) допомагає спрямовувати увагу покупців на конкретні композиції. Поєднання природного та штучного світла сприяє створенню оптимального освітлення у різний час доби. [1]

Правильне поєднання кольору та світла впливає на емоційний стан покупців, формує відчуття довіри, комфорту та естетичного задоволення. Приглушене світло та холодні відтінки можуть зменшувати активність покупців, тоді як м'яке розсіяне світло і теплі кольори стимулюють перебування у магазині та підвищують ймовірність покупки. [3,5]

### **Висновок**

Результати дослідження показують, що гармонійне поєднання кольорової палітри та освітлення є важливим фактором у створенні привабливого інтер'єру квіткового магазину. Використання природних відтінків та теплого освітлення сприяє позитивному сприйняттю простору, підвищує комфорт відвідувачів і стимулює купівельну активність. Отримані результати можуть бути застосовані у практиці дизайну інтер'єру квіткових магазинів для покращення їхнього візуального та емоційного впливу.

### **Список використаних джерел:**

1. Екотренд у сфері світлодизайну : навчальний посібник / Овчарек В та ін. Київ : КНУТД, 2021. 3 с.
2. Ломовський А. І. Принципи використання кольору в дизайні інтер'єрів : навчальний посібник. Київ : ВМУРоЛ "Україна", 2011. 9 с.
3. Маслова С.А., Чабала В.В. Колір в інтер'єрі : навчальний посібник. Полтава : ПолтНТУ, 2018. 86 с.
4. Організація робочого місця флориста [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: URL: <https://studfile.net>.
5. Основи теорії кольору. навчальний посібник / Веретільник Т.І. та ін. Черкаси : ЧДТУ, 2020. 130 с.
6. Психофізіологічний вплив кольору на людину [Електронний ресурс] // [koloristika.in.ua](http://koloristika.in.ua) – Режим доступу до ресурсу: URL: <http://surl.li/hpmot>.