

**Білодідова Н.М., студ. 4-го курсу напряму підготовки 6.030507**

**"Маркетинг", к.е.н., доц. Скригун Н.П.**

*Національний університет харчових технологій, м. Київ*

## **ВИКОРИСТАННЯ КОЛІРНОГО ТЕСТУ М. ЛЮШЕРА ДЛЯ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВАЧІВ**

Сприймати колір як рушійну силу впливу на поведінку споживачів, та і взагалі брати його здатність керувати емоціями, настроєм, вподобаннями людей, почали відносно недавно, на початку XIX століття. З того часу з'явилося багато напрацювань у сфері дослідження психології кольору, адже він зберігає багато секретів і може багато розповісти про людину, яка надає перевагу тому, чи іншому відтінку. Тому тема дослідження споживачів за допомогою саме колірних тестів набуває більшої актуальності в наш час, коли потреби людей, тим паче приховані, на підсвідомому рівні, важко виявити та задовольнити.

У середині XIX століття вчений Макс Люшер створив так званий колірний тест М. Люшера, що набув досить широкого поширення, його використовують у багатьох сферах, він допомагає визначити вподобання людини, стресостійкість, активність та комунікативні здібності. Колірний тест побудований на розробленій професором Люшером функціональній психології [3]. Піддослідна особистість обирає колір в послідовності від найбільш приємних до найбільш неприємних. Колір, який подобається їй найбільше, стоїть на першому місці. До кольору, який вона обирає останнім, і який стоїть на восьмому місці, вона відчуває найбільше неприйняття чи найменшу схильність. Розрядне положення, яке колір посідає в ряду, називається «функцією».

Дослідник поділив кольори на 4 основних (синій, зелений, червоний, жовтий), і 4 модифікованих (фіолетовий, коричневий, чорний, сірий). Чотири основних кольори є найбільш важливими та можуть дуже багато сказати про так званого піддослідного, значення їх наведено у табл. 1 [2].

Значення основних кольорів в колірному тесті М.Люшера

| № | Колір    | Спеціальне значення                                                                                                                                              |
|---|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Синій    | «Емоційна глибина»<br>є концентричним, гетерономним, об'єднуючим, чутливим, задумливим, що з'єднує, спокій, задоволення, ніжність, любов і схильність.           |
| 2 | Зелений  | «Вольове зусилля»<br>є концентричним, автономним, оборонним, запобіжним; володіє наполегливістю, з'єднує самоствердження, самовпевненість, терпіння, самооцінку. |
| 3 | Червоний | «Ударна сила волі»<br>є ексцентричним, автономним, наступальним, моторним, завойовницьким, що впливає, на бажання, збудження.                                    |
| 4 | Жовтий   | «Жвавість почуттів»<br>є ексцентричним, гетерономним, є кольором очікування, він сприяє розквіту, означає надію, пошук, бажання змін.                            |

Для кращого розуміння значень кольорів даному тесті, прийнято користуватися такими узагальненнями: синій – потреба в спокої, зелений – потреба в самоствердженні, червоний – потреба в цілеспрямованій активності, жовтий – потреба в спонтанній активності, фіолетовий – переможний червоного і капітуляцію синього, коричневий – чуттєву основу відчуттів, орний – заперечення фарб життя і самого буття, сірий – укриття від зовнішніх впливів, звільнення від зобов'язань, відгородження [1].

Для обробки даних тесту його розробник так трактував отримані позиції: перша позиція відображає засоби досягнення мети (наприклад, вибір синього кольору говорить про намір діяти спокійно, без зайвої напруги); друга – показує мету, до якої прагне піддослідний; 3-тя і 4-а позиції характеризують перевагу кольору і відображають відчуття піддослідного, справжню ситуацію, в якій він знаходиться, або ж образ дій, який йому підказує ситуація; 5-а і 6-а позиції характеризують байдужість до кольору, нейтральне до нього ставлення. Однак в певній ситуації ця позиція може містити резервне трактування кольору, наприклад, синій колір (колір спокою) відкладається тимчасово як невідповідний у даній ситуації; 7-а і 8-а позиції характеризують негативне ставлення до кольору, прагнення придушити будь-яку потребу, мотив, настрій, що відображаються даним кольором [2].

Перевагами використання даного методу досліджень поведінки споживачів є те, що він дає змогу визначити навіть приховані потреби людей, їхні прагнення, вподобання. Часто, при проведенні досліджень, анкетувань, піддослідні можуть давати хибну інформацію, або нав'язу суспільною думкою, даний же метод виключає подібні моменти, так як люди, що проходять тестування, не можуть передбачити його результатів чи якимось навмисно їх підробити, наприклад сказавши не ті орієнтири і мету, якої прагнуть. Також даний тест та обробка даних займає небагато часу. До недоліків слід віднести те, що результати сильно піддаються впливу психологічного стану в якому піддослідний знаходиться на момент проходження тесту, тому для достовірності отриманих даних важливо, аби на момент проходження тесту всі люди були врівноваженими та спокійними. Також потрібна достатньо велика кількість людей для тестування, що відповідно вимагає затрати коштів та часу.

Отже, незважаючи на недоліки у проведенні досліджень споживачів та основної цільової аудиторії, використання колірного тесту М.Люшера дає змогу оцінити вподобання основної цільової аудиторії та приховані і явні потреби. Відповідно до цього розробляти подальші стратегії для їх задоволення, що дозволить здобути прихильність та розширити коло споживачів.

## **ЛІТЕРАТУРА**

1. Восьмицветный тест Люшера (тест цветовых выборов Люшера). Интерпретация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vashpsixolog.ru/index.php/psychodiagnostic-school-psychologist/123-projective-tests-of-personality-research/718-the-eight-luscher-test-the-test-color-elections-lusher>
2. Оценка личности посредством выбора цвета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aquarun.ru/psih/ct/ct5.html>
3. Тест Люшера – описание и интерпретация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://psyfactor.org/lib/lusher.htm>