

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»**

**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ
ВИДАВНИЧО-ПОЛІГРАФІЧНИЙ ІНСТИТУТ**

**ГО «НАУКОВО-ТЕХНІЧНЕ ОБ'ЄДНАННЯ
ПОЛІГРАФІСТІВ»**

*Героям України
присвячується*

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

**23-Ї МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
СТУДЕНТІВ І АСПІРАНТІВ
«ДРУКАРСТВО МОЛОДЕ»**



**КИЇВ
2023**

Організаційний комітет

Голова — Петро Киричок, д-р техн. наук, проф.,
директор НН ВПІ КПІ ім. Ігоря Сікорського
Тетяна Киричок — д-р техн. наук, проф.,
зав. кафедри ТПВ, НН ВПІ КПІ ім. Ігоря Сікорського
Володимир Олійник — канд. техн. наук, доц.,
НН ВПІ КПІ ім. Ігоря Сікорського
Світлана Оляніна — д-р мистецтвознав., проф.,
зав. кафедри графіки НН ВПІ КПІ ім. Ігоря Сікорського
Олександр Палюх — д-р техн. наук, проф.,
в. о. зав. кафедри репрографії НН ВПІ КПІ ім. Ігоря Сікорського
Тетяна Роїк, — д-р техн. наук, проф.,
НН ВПІ КПІ ім. Ігоря Сікорського
Ольга Тріщук — д-р наук із соц. ком., проф.,
зав. кафедри видавничої справи
і редагування НН ВПІ КПІ ім. Ігоря Сікорського
Олег Білецький — начальник навчально-організаційного
управління, КПІ ім. Ігоря Сікорського
Георгій Васильєв — Голова Ради молодих вчених,
д-р техн. наук, доц., КПІ ім. Ігоря Сікорського
Світлана Гавенко — д-р техн. наук, проф.,
зав. кафедри, Українська академія друкарства
Іван Регей — д-р техн. наук, проф., зав. кафедри,
Українська академія друкарства
Жанна Дейнеко — канд. техн. наук, доц., зав. кафедри,
Харківський національний університет радіоелектроніки
Олександр Дуболазов — д-р фіз.-мат. наук, проф.,
Чернівецький національний університет
Леонід Козлов — д-р техн. наук, проф., зав. кафедри,
Вінницький національний технічний університет
Георгій Петріашвілі — д-р техн. наук, проф.,
директор Інституту Поліграфії Варшавської політехніки
Світлана Хаджинова — канд. техн. наук, доц.,
Centre of Papermaking and Printing, Lodz University of Technology

Секретаріат:

Оксана Зоренко — голова, канд. техн. наук, доц.
Василь Скиба — вчений секретар, канд. техн. наук, доц.
Яна Супрун, Катерина Данько

Навчально-науковий видавничо-поліграфічний інститут
КПІ ім. Ігоря Сікорського,
тел. 380 (44) 204-83-61, 204-84-23,
електронна адреса: druk.molode.vpi.kpi.ua@gmail.com
сайт: <http://dm-conf.vpi.kpi.ua/>

Видання здійснено за сприяння та спонсорської допомоги
Громадської організації «Науково-технічне об'єднання
поліграфістів»

Шановні молоді науковці!

Шановні колеги!

Повномасштабне вторгнення росії в Україну призвело до тяжких наслідків для науки та освіти в Україні. Щоденні людські втрати та руйнування інфраструктури, яких зазнають також і учасники освітнього процесу, вимагають постійно долати непрості виклики триваючої війни: вимушені перерви у навчанні, перехід на дистанційну або змішану форму навчання, повітряні тривоги та відключення електроенергії. Та, незважаючи на важкі виклики часу, наука є рушійною силою прогресу людства, а результати новітніх досліджень засвідчують суттєвий вплив на розвиток різних галузей промисловості: економічну, екологічну, соціальну та освітню сфери.

Нині у світі відбувається технологічна революція, пов'язана з переходом до цифрової економіки, розробкою та впровадженням інформаційних та цифрових технологій, які сприяють майбутньому розвитку промисловості, зокрема, і освітнього процесу та науки в цілому.

Високий рівень сучасних технічних засобів та інформаційних технологій дозволили багатьом молодим науковцям як в Україні, так і закордоном представити свої інноваційні теоретико-практичні розробки на 23-й міжнародній науково-технічній конференції студентів і аспірантів «Друкарство молоде» Навчально-наукового видавничо-поліграфічного інституту КПІ ім. Ігоря Сікорського. Вражає різноманітність тематики тез доповідей, що містить як технічні напрями досліджень класичних технологій виготовлення друкованих видань, пакувань, захищеної поліграфічної продукції, спеціальних та цифрових методів друку, можливостей використання штучного інтелекту у друкарстві, так і унаочнення проблематики редагування видань, зокрема у контексті сучасної російської пропаганди; тенденції інтерактивних методів створення та графічного оформлення поліграфічної продукції.

Організаційний комітет вітає учасників конференції «Друкарство молоде», бажає міцного здоров'я та наснаги! Незламна Віра в Перемогу України над російським агресором спонукає до нових наукових звершень!

Щиро Ваш
Голова організаційного
комітету,
Петро Киричок



UDC 006:658.8

© **Veronika Ippolitova**, 2nd year student, KNURE, Kharkiv, Ukraine, 2023 y.

Supervisor: D. Bilets, PhD, Associate Professor, KNURE

THE EFFECT OF COLOR REPRODUCTION OF PACKAGING FOR A BOARD GAME ON CONSUMER CHOICE

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 analysis of color solution the proposed board game was carried out.

Keywords: color solution; packaging; consumer; influencing factors; color perception; board games.

У статті розглянуто один з головних чинників, що впливають на рішення покупця придбати настільну гру, а саме колірну гамму. Також проведено аналіз колірного рішення запропонованої настільної гри.

Ключові слова: колірне рішення; пакування; споживач; чинники впливу; сприйняття кольору; настільні ігри.



Today, consumers are becoming more and more demanding about the quality and packaging of goods, and the board game industry is no exception. Therefore, to stand out among competitors, you should have an interesting special design and high-quality polygraphic setting. This can be achieved by various methods, but the basis is a correctly selected color scheme. Buyers, who buy this kind of entertainment, expect future pleasure from such pastimes already during the inspection of only the packaging. One of the few factors, that arise when solving the problem of buying a product, namely a board game, is the use of an appropriate color scheme for the packaging of the board game. To create such packaging, which ensures the interest of its buyer in the product, it is necessary to understand the semiotics of color, understand the impact on a certain segment of the buyer, and also know the associations of buyers, that are caused by a particular color [1–3].

This is explained not only by the specifics of the perception of colors by different national and age groups, but also by the fact that once the chosen color scheme can become an integral part of the product's advertising image, its business card, for many years. Therefore, the color combination used in the packaging of the game should remain as simple as possible, but at the same time intriguing.

The colors of the game packaging can appeal to emotions, contain hidden meaning, attract and retain attention, facilitate the perception of information or, on the contrary, complicate it [4]. As for the color scheme presented on the packaging of the board game 'Knights and Ghosts' (fig.) developed by our, it has a bright contrasting triadic combination, the main colors are red-brown, green and white, in addition, the contrasting white text is matched to everything.

From the point of view of color psychology, it is no coincidence, that red-brown was chosen as the main color, because it is a leader in marketing and is associated with strength, will, activity, dynamics and, accordingly, causes a heightened emotional response, all of which corresponds to the mood of the game. That is, the red-brown color makes a person determined: for example, to defeat ghosts, which will not be a problem for brave knights. Green is associated with nature, which was a characteristic feature of the age of chivalry, because robbers lived in dense forests. White, in this case, is associated with the lightness of ghosts living in ancient castles, it allows you to emphasize their cleanliness

and neatness. Ghosts are dreamy and exalted, wanting to leave the real world and plunge into the world of illusions. They are so smart, that to defeat them in this game you need to think ahead, as in any strategy game. The chosen colors are suitable for a wide target audience, because



Color solution of the board game
'Knights and Ghosts'

they are bright and have a contrasting combination, and this packaging will attract the attention of children and teenagers as well as adults.

References:

1. Burmistenko, O. I., Deineko, Zh. V., & Bokarieva, Yu. S. (3 November 2020). Vplyv kolirnykh rishen pry stvorenni dyzainu spozhyvchoho pakovannia [The influence of color solutions in the creation of consumer packaging design]. *Polihrafichni, multymediini ta web-tekhnologii: materialy Molodizhnoi shkoly-seminaru V Mizhnarodnoi naukovo-tekhnichnoi konferentsii*, Vol. 2, 112–115 [in Ukrainian].

2. Burachek, I. V., Verstova, V. Ya., & Yarmoliuk, D. I. (2020). Psykholohiia koloru z pohliadu marketynhu [Psychology of color from the point of view of marketing]. *Biznes-navihator*, Issue 1, 85–90 [in Ukrainian].

3. Makhnusha, S. M., & Kosolap, N. Ye. (2011). Analiz brend-kolorystyky yak instrumentu vplyvu na tsilovu audytoriiu brenda [Analysis of brand coloristics as a tool of influence on the target audience of the brand]. *Marketynh i menedzhment innovatsii*, 2, 95–104 [in Ukrainian].

4. Shypova, M. K., & Vovk, O. V. (3 November 2020). Psykhoemotsiynyi vplyv koloru [Psychoemotional influence of color]. *Polihrafichni, multymediini ta web-tekhnologii: materialy Molodizhnoi shkoly-seminaru V Mizhnarodnoi naukovo-tekhnichnoi konferentsii*, Vol. 2, 11–13 [in Ukrainian].



Література:

1. Бурмістенко О. І. Вплив колірних рішень при створенні дизайну споживчого пакування / О. І. Бурмістенко, Ж. В. Дейнеко, Ю. С. Бокарева // Поліграфічні, мультимедійні та веб-технології: матеріали Молодіжної школи-семінару V Міжнародної науково-технічної конференції, 3 листопада 2020 р. Харків: ХНУРЕ, 2020. Т. 2. С. 112–115.

2. Бурачек І. В. Психологія кольору з погляду маркетингу / І. В. Бурачек, В. Я. Верстова, Д. І. Ярмолюк // Бізнес-навігатор. 2020. Вип. 1. С. 85–90.

3. Махнуша С. М. Аналіз бренд-колористики як інструменту впливу на цільову аудиторію бренду / С. М. Махнуша, Н. Є. Косолап // Маркетинг і менеджмент інновацій. 2011. № 2. С. 95–104.

4. Шипова М. К. Психоемоційний вплив кольору / М. К. Шипова, О. В. Вовк // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології: матеріали Молодіжної школи-семінару V Міжнародної науково-технічної конференції (3 листопада 2020, м. Харків). 2020. Т. 2. С. 11–13.

UDC 006:658.8

© **Viktoriia Zadorozhna**, 2nd year student, KNURE, Kharkiv, Ukraine, 2023 y.

Supervisor: D. Bilets, PhD, Associate Professor, KNURE

THE EFFECT OF COLOR REPRODUCTION OF PACKAGING FOR GOODS FOR CHILDREN ON CONSUMER CHOICE



An overview of the definition of the effect of the color of the product for children on the consumer's choice is given. The characteristics of the most common influencing factors are given and the effect of color on a person is considered.

Keywords: color solution; packaging; consumer; influencing factors; color perception; goods for children.

Подано огляд щодо визначення впливу кольору товару для дітей на вибір споживача. Дано характеристику найпоширеніших чинників впливу та розглянуто вплив кольору на людину.

Ключові слова: колірне рішення; пакування; споживач; чинники впливу; сприйняття кольору; товари для дітей.

Each person reacts to certain colors differently, depending on their temperament and state of health. There are colors that we instinctively avoid — they irritate us, cause discomfort and restlessness. Psychologists, on the basis of preference (perception) or love for a certain color, determine the character of a person, his inclinations, the composition of the mind, the psyche. The main difference between colors is warm and cold colors. On the color wheel, warm colors are located from red-violet to yellow, and the rest are cold. It is important to note that color psychology is not uni-