

دراسة جماليات اغلفة المنتجات التجارية وأثرها على المستهلك

Study on Aesthetic Values of Product Design Packaging's and its Effect on the Consumer

م/ ندى مبارك فهد الفهيدى الدوسري

محاضر بكلية التربية - جامعة الملك فيصل / الاحساء - المملكة العربية السعودية

المخلص

التغليف هو نظام عالمي متبع لحماية المنتج من المؤثرات الخارجية بدأ من بداية التغليف الي المستهلك، وتحتل صناعة التغليف للمواد التجارية سواء من مواد غذائية، ومواد تجميل، ومكملات حياتية.....الخ، مكانة كبيرة في الصناعات التجارية. ومن هنا تكمن مشكلة البحث في إيجاد تصاميم مبتكرة حديثة قادرة على جذب المشاهد وإثارة حواسه واستهداف مشاعره الوجدانية والنفوذ لذات المستهلك لإشباع رغباته الداخلية، وذلك من خلال افتراض دراسة القيم التشكيلية والجمالية لأغلفة المنتجات التجارية يمكن التوصل الي معايير تصميمية تبرز القيم الجمالية للتصميم الخارجي لأغلفة المنتج التجاري. وتهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن القيم الجمالية في تصاميم أغلفة المنتجات التجارية، ودراسة مدى تأثيرها على المستهلك عن طريق تحليل وعرض لبعض النماذج لتصاميم أغلفة المنتجات التجارية الموجودة بالأسواق المحلية والخروج بتصاميم مقترحة لهذه الاغلفة، وقد توصل الي البحث أنه من خلال الاهتمام بدراسة مقومات التصميم الناجح لأغلفة المنتج التجاري يمكن التوصل الي أساليب تصميمية حديثة تتلاءم مع طبيعة المنتج وبيئة المستهلك ، وهناك علاقة بين تصميم الأغلفة والتقنيات الحديثة وأنواع المنتجات التي تواجه المستهلك ، مع التأكيد على دور القيم الجمالية في نجاح المنتج ، وتحديد معايير ومواصفات لتصميم المغلفات في السوق المحلية من قبل الهيئات المختصة .

الكلمات المفتاحية

القيم الجمالية – المنتج – الأغلفة – التصميم – بيئة المستهلك