

**تصميم التغليف الحسي باستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة لتعزيز الميزة التنافسية**

أ.د/ نجوى يحيى العدوي

أستاذ التصميم بقسم الاعلان - كلية فنون تطبيقية - جامعة حلوان، مصر.

[nagwaeladawy@gmail.com](mailto:nagwaeladawy@gmail.com)

أ.م.د/ مى على ندا

أستاذ مساعد بقسم الاعلان كلية فنون تطبيقية - جامعة حلوان، مصر، ومدير البرنامج بكلية الفنون والتصميم جامعة الملك سلمان الدولية.

[mai.nada@ksiu.edu.eg](mailto:mai.nada@ksiu.edu.eg)

م/ منال محمد محمد صلاح عبد الهادي

معيدة بكلية الفنون التطبيقية - جامعة بدر بالقاهرة، مصر.

[manal.mohamed@buc.edu.eg](mailto:manal.mohamed@buc.edu.eg)**المخلص:**

يدور مستقبل تصميم التغليف حول تقديم المنتجات ذات الأغلفة الحسية المميزة، وخلق شعور بالعلامة التجارية وتحديد الاتجاهات الحديثة فى تصميم التغليف. وبجانب وظائف التغليف كالحماية والسلامة للمنتج وكونه صديق للبيئة وتحقيقه الراحة للمستهلك، يتمتع كل من تصميم الأغلفة و"فتح العبوة" بأهمية كبيرة لتأكيد المنتج فى السوق التنافسى. لذا يقدم البحث ملخص حول كيفية تحقيق التكامل بين وسائل التكنولوجيا وذلك من خلال استخدام أكثر من تقنية فعالة لتحقيق الأهداف الاتصالية للغلاف حيث تعتبر الجوانب المرئية لتصميم الأغلفة عوامل رئيسية لنجاح أو فشل العديد من المنتجات على أرفف السوبر ماركت. وعلى الرغم من أهمية معنى وتأثير لون الغلاف وشكله الخارجى، إلا أن السمات اللمسية والسمعية والشمية لتصميم الاغلفة قد حظيت الآن باهتمام الكثير من الباحثين وذلك مع ظهور التكنولوجيا الحديثة المستخدمة. كما تم توضيح تأثير استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة على تصميم التغليف الحسى وما له من تقييمات وتصورات على المنتجات والعلامات التجارية تجاه المستهلكين. مع التركيز على مساهمات الحواس المختلفة في تجربة المستهلك الشاملة للمنتج ذى الطابع الحسى. ونظراً لانخفاض تكاليف الإنتاج والتطوير إلى جانب الوعي المتزايد بأهمية تكنولوجيا التغليف الحسى، فمن المرجح أن يزداد الاهتمام بالسمات الحسية لتغليف المنتج في السنوات القادمة.

وأخيراً يتضح أن التكنولوجيا الحديثة وسيلة تعتمد على استبدال النماذج التقليدية للتغليف بأخرى ذات تقنيات أكثر ملائمة لطبيعة المنتج وأكثر جذباً للمستهلكين، وذلك باعتبار التغليف هو التفاعل الأول الذي يحصل عليه المستهلكين مع المنتج، فهو ملموس ويروي قصة ويحدد النغمة ويوفر تجربة ملموسة للمستهلكين، كما يؤكد العلامة التجارية وهويتها الفريدة. ويتضمن هذه التكنولوجيا في عملية تصميم الأغلفة الحسية فإنها تثير اهتمام المستهلكين وتحفزهم على الشراء مما يزيد من الميزة التنافسية للمنتجات.

**الكلمات المفتاحية:**

تصميم التغليف، التغليف الحسى، التكنولوجيا الحديثة، الميزة التنافسية