

أثر الصورة الرقمية على أغلفة المنتجات في تحفيز القرار الشرائي

للمستهلك الأردني

إعداد

محمد عيسى محمد ادعيس

المشرف

الدكتور علي "محمد علي" القضاة

المشرف المشارك

الدكتور باسم عباس العبيدي

جامعة الزيتونة الأردنية، 2024

الملخص

الغلاف يعد وسيلة فعّالة للربط بين المنتج والمستهلك، والصورة المرئية في الغلاف تلعب دوراً حاسماً في التعرف على المنتج وتسويقه، ويتم التركيز على تصميم الغلاف باستخدام الصور الرقمية والألوان واسم العلامة التجارية، مستهدفين الخصائص السلوكية للمستهلك، ويتأثر قرار الشراء وتكرار عملية الشراء بشكل كبير بتصميم الغلاف وجودة المنتج، وتلعب الصور الرقمية دوراً مهماً في جذب انتباه المستهلك وتحفيز دوافعه الشرائية، وتعتبر عنصراً قوياً في تصميم الغلاف.

تهدف الدراسة الى معرفة أثر الصورة الرقمية على أغلفة المنتجات في تحفيز القرار الشرائي للمستهلك الأردني، حيث اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي وقام بتحليل مجموعة من عينات المنتجات الغذائية من خلال استمارة تحليل تم عرضها على مجموعة من الخبراء، وكان من أهم النتائج أن استخدام الصورة التي تظهر السلعة جاهزة للإستخدام كانت من أكثر الأساليب التي لجأ اليها مصممين التعبئة والتغليف وهي من أكثر الأساليب تأثيراً على سلوك المستهلك، واختتمت الرسالة بتوصيات كان أبرزها الإهتمام بالصورة الرقمية من حيث الأسلوب بما يتناسب مع طبيعة المنتج والغلاف من خامة وشكل وعناصر تصميمية للتأثير على القرار الشرائي .

الكلمات المفتاحية: التغليف، الصورة الرقمية، القرار الشرائي، المستهلك الاردني، سلوك المستهلك.