

عنوان مقاله:

نقش اطلاع رسانی بر واکنش مصرف کنندگان به تکنولوژی جدید بسته بندی تحت خلا

محل انتشار:

نخستین همایش بین المللی صنایع غذایی ایران (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسنده:

فروغ السادات طیب لقمانی - دانشجوی دکتری تکنولوژی مواد غذایی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه فردوسی مشهد

خلاصه مقاله:

بسته بندی بخشی از بازاریابی است و باید در ابتدای هر برنامه بازاریابی مورد بررسی قرار گیرد. بسته بندی نوین غذا و فرآوری نوین، برای تولید مواد غذایی با کیفیت بالا، سهولت و ایمنی مناسب که امروزه مورد تقاضای زیاد می باشند، با یکدیگر ترکیب می شوند. اجزای بحرانی زمان نگه داری طولانی و حداقل زمان تهیه در محصولاتی با قابلیت حمل بالا و طراحی های جدید باعث پیشرفت بازاریابی می گردد. پذیرش مصرف کننده از تکنولوژی جدید بسته بندی فقط به مشخصات تکنیکی آن بستگی نداشته بلکه به کارایی اطلاع رسانی در مورد آن وابسته است. یک نوآوری ممکن است در جلب خواسته های مصرف کنندگان شکست بخورد. حتی وقتی سازندگان از ارزش آن مطمئن باشند، نگرش های منفی در مورد تکنولوژی های نوین بسته بندی غذا و درک خطرات مربوطه ممکن است جلوی پذیرش گسترده نوآوری را گرفته و منجر به رد آن بشود. اگر اطلاعات ضعیفی به مصرف کنندگان داده شود، استنباط آن ها در مورد صفات محصول از ارزیابی ناقص و غلط تاثیر می پذیرد. در اینجا نقش مهم اطلاع رسانی در افزایش معنی دار پذیرش بسته بندی تحت خلا فرآورده های گوشتی در مقایسه با بسته بندی معمول مورد بررسی قرار می گیرد.

کلمات کلیدی:

بسته بندی نوین غذا، اطلاع رسانی، پذیرش مصرف کننده، بسته بندی تحت خلا

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/479921>

