

عنوان مقاله:

برچسب مواد غذایی: مفاهیم، کارکردها و دلایل استفاده یا عدم استفاده از آن

محل انتشار:

فصلنامه علوم و فنون بسته بندی، دوره 8، شماره 31 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

ابوالقاسم ابراهیمی - دانشیار بخش مدیریت، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز

مریم نکویی زاده - استادیار بخش مدیریت، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز

زهرا خدابخشی سورشجانی - لیسانس مترجمی زبان انگلیسی و دانشجوی فوق لیسانس مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، دانشگاه شیراز

خلاصه مقاله:

امروزه تصمیمات خرید به طور عمده در درون فروشگاه اتفاق می افتد و بسته بندی محصول به منظور محدود کردن نیاز به نیروی فروش در لحظه خرید طراحی شده است. از این رو، برچسب مواد غذایی احتمالا به مهم ترین و اثرگذارترین عامل در تصمیم گیری خرید مشتری تبدیل شده است، چرا که اکثر اطلاعات مورد نیاز مشتری از جمله نام تجاری و ترکیبات محصول روی برچسب چاپ می شوند. هدف از این مقاله، ایجاد آگاهی در خصوص اهمیت برچسب مواد غذایی در انتخاب محصولات غذایی است. بدین منظور، در این مطالعه سعی شده است تا با نگاهی جامع پیرامون برچسب مواد غذایی؛ مفاهیم، اهمیت، انواع اطلاعات، الزامات قانونی، کارکردها و همچنین دلایل استفاده یا عدم استفاده از آن مورد بررسی قرار گیرد.

کلمات کلیدی:

بسته بندی، برچسب، مواد غذایی، نقطه خرید

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/928614>

