

Internet of Food – új lehetőség az élelmiszerfogyasztói tudatosság építésére

Internet of Food – a new opportunity to build food consumer awareness

FEHÉR ANDRÁS

PhD, Debreceni Egyetem, feher.andras@econ.unideb.hu

BERENCSI ALEXA

mester hallgató, Debreceni Egyetem, alexa.berencsi@gmail.com

KISS MARIETTA

PhD, Debreceni Egyetem, kiss.marietta@econ.unideb.hu

KONTOR ENIKŐ

PhD, Debreceni Egyetem, kontor.eniko@econ.unideb.hu

Absztrakt

A fogyasztók élelmiszerekhez való viszonya egyre összetettebb, a kereslet az élelmiszerek jellemzőinek több dimenzióját is figyelembe veszi, és az önérdék érvényesítése (biztonság, minőség, egészség) mellett figyelmet fordít a társadalmi, környezeti, illetve a fogyasztás etikai vonatkozásaira. Így az élelmiszerlánc tagjai egyre nagyobb erőfeszítéseket tesznek a fogyasztók információigényének kielégítésére, ami az átláthatóság biztosítása mellett a tudatosság növelését is szolgálja. A közösségi hálózati technológiák és az intelligens élelmiszer-technológiák kapcsolatának eredményeként létrejövő interakciók erősítik az átláthatóságot, és egyfajta kollektív élelmiszer-tudatosságot tesznek lehetővé a fogyasztók számára. Az egészséges életmóddal kapcsolatos információk kollektív kezelése és az élelmiszertudomány területén elért technológiai fejlődés ily módon hozzájárul az élelmiszerpiacot meghatározó információs aszimmetria felszámolásához. Ennek a folyamatnak szerves részét képezi az Internet of Food, amely többek között az Internet of Things koncepció segítségével segíti a fogyasztókat az optimális táplálkozás elérésében és a fenntarthatósági célok elérésében. A kollektív élelmiszerismeret-tudatosság előmozdítását szolgálják azok az újgenerációs platformok (pl. Food Information Empowerment Network), melyek az intelligens élelmiszer-technológiákban rejlő lehetőségek kiaknázásával az élelmiszerbiztonsági és minőségi kérdések mellett a környezeti, társadalmi és etikai aspektusokat is figyelembe veszik.

Kulcsszavak: fogyasztói tudatosság, kollektív élelmiszer-tudatosság, okos/intelligens élelmiszer-tudatosság, Internet of Food

Abstract

Consumers' relationship with food is becoming more and more complex, demand takes into account several dimensions of the characteristics of food and, in addition to asserting self-interest (safety, quality, healthfulness), it also pays attention to the social, environmental and ethical aspects of consumption. Thus, the members of the food chain make more and more efforts to satisfy the consumers' need for information, which, in addition to ensuring transparency, also serves to increase awareness. The interactions created as a result of the connection between social network technologies and smart food technologies strengthen transparency and enable a kind of collective food awareness for consumers. The collective

management of information related to a healthy lifestyle and the technological progress achieved in the field of food science in this way contributes to the elimination of the information asymmetry that defines the food market. The Internet of Food is an integral part of this process, which, among other things, helps consumers achieve optimal nutrition and achieve sustainability goals with the help of the Internet of Things concept. New-generation platforms (e.g. Food Information Empowerment Network) serve to promote collective food knowledge awareness, which take environmental, social and ethical aspects into account in addition to food safety and quality issues by exploiting the potential inherent in intelligent food technologies.

Keywords: consumer awareness, collective food awareness, clever(intelligent) food awareness, Internet of Food