

در قالب یک پژوهش بررسی شد: از ایده پردازی تا معرفی یک محصول جدید خوراکی به بازار



یک محقق حوزه صنایع غذایی در پژوهشی فرآیند ساخت یک محصول جدید خوراکی را تشریح و در یک مطالعه موردی ساخت بستنی غنی‌شده با روغن امگا-۳ ماهی را بررسی کرده است.

به گزارش ایسنا، صنایع غذایی به دلیل افزایش رقابت در بازار برای بقای خود نیازمند تغییر در فرآورده‌های موجود و یا ساخت فرآورده‌های جدید است. تغییر در ذائقه و خواسته‌های حسی و تقاضا برای مواد خوراکی فرصت‌های جدیدی را برای تولیدکنندگان مواد غذایی برای معرفی محصولات جدید ایجاد کرده است. یک محقق در پژوهشی با عنوان “رویکرد کاربردی بر فرآیند ساخت فرآورده‌های خوراکی‌های جدید از ایده پردازی تا معرفی به بازار - مطالعه موردی: ساخت بستنی غنی‌شده با روغن امگا ۳ ماهی” این موضوع را بررسی کرده است.

در این پژوهش که توسط امیررضا شویکلو، استادیار پژوهشی و رئیس بخش فرآوری تولیدات دامی موسسه تحقیقات علوم دامی کشور انجام شده، آمده است: «ساخت محصول جدید عبارت است از مجموعه فعالیت‌هایی که با درک فرصت بازار و ایده پردازی آغاز و با نمونه‌سازی، ساخت، فروش و ارائه محصول به بازار پایان می‌یابد. ساخت محصول جدید بخشی

از چرخه زندگی محصول است. بر این پایه، هر محصولی مانند یک موجود زنده به دنیا می‌آید، رشد و تکامل پیدا می‌کند، به دوران بلوغ و سپس به دوران کهولت و پیری می‌رسد و در پایان می‌میرد.»

شریک‌لو در ادامه این پژوهش، چرخه‌ی زندگی محصول را بیان می‌کند و در توضیح فرآیند ساخت فرآورده‌های خوراکی می‌گوید: «در صنایع غذایی ساخت محصول جدید بسیار پراهمیت است و شرکت‌هایی که چنین رویکردی را ندارند به دلیل تغییر در ذائقه و خواسته‌های مشتریان، ورود فناوری‌های جدید و نیز افزایش رقابت بین شرکت‌ها با مشکلات زیادی روبه‌رو می‌شوند. با این حال، ساخت محصول جدید یک کار پرخطر بوده و احتمال شکست آن به دلایلی همچون سوء مدیریت، نبود ایده مناسب، کوچکی بازار، بازاریابی نامناسب، هزینه بالای تولید محصول، رقابت شدید در بازار، کمبود نقدینگی و نادیده گرفته شدن قوانین و مقررات بهداشتی زیاد است.»

بر اساس آن چه در این مقاله آمده، فرآیند ساخت محصول خوراکی جدید شامل چهار بخش اصلی به شرح زیر است: ایده‌زایی و انتخاب بهترین ایده، نمونه‌سازی محصول و بهینه‌سازی فرمولاسیون، ارزیابی مصرف‌کنندگان و بازار مصرف، افزایش مقیاس تولید.

مطالعه موردی این پژوهش، ساخت بستنی غنی‌شده با روغن امگا-۳ ماهی است که در توضیح آن آمده است: «روغن ماهی به عنوان یک افزودنی شیلاتی فراسودمند، غنی از اسیدهای چرب امگا-۳ بوده و می‌تواند در غنی‌سازی مواد خوراکی مورد استفاده قرار گیرد. در غنی‌سازی مواد خوراکی با افزودنی‌های شیلاتی دو موضوع مهم را باید در نظر گرفت؛ یکی مقدار این افزودنی در فرمولاسیون و دیگری فاصله بین مدت زمان تولید تا عرضه محصول، هر چه که این دو مولفه بیشتر افزایش یابند، مقدار و شدت تغییرات حسی نیز افزایش بیشتری را نشان می‌دهند.»

این پژوهشگر پس از تهیه بستنی غنی‌شده با روغن امگا-۳ ماهی به ارزیابی ویژگی‌های آن پرداخته است. بر اساس آن چه در این پژوهش آمده است، ۳۰۰ کودک و نوجوان از سن ۷-۱۷ سالگی در ارزیابی مصرف‌کنندگان شرکت داشتند. برای این کار با توجه به کار پژوهشی پیشین، پرسشنامه و مقیاس هفت نقطه‌ای خوشاییش تهیه شد. در بخش نخست این پرسشنامه از آنان خواسته شده بود پس از خوردن بستنی بیان کنند که چه قدر از آن خوششان آمده است و نظر خود را با علامت‌گذاری در کنار واژه‌های بسیار خوب، خوب، کمی خوب، نه خوب و نه بد، کمی بد، بد و بسیار بد اعلام کنند.

در بخش دوم پرسشنامه، پرسشهای مربوط به جنس، سن و تناوب مصرف بستنی گنجانده شد. نمونه‌ها در لیوان‌های پلاستیکی ۵۰ گرمی و با کدهای سه رقمی تصادفی در اختیار ارزیابان قرار گرفت. اطلاعات مربوط به فرمولاسیون بستنی از آنان مخفی نگهداشته شد.

این محقق می‌گوید: «برای ساخت فرآورده‌ی موردنظر از روش‌های علمی استفاده شد. این فرآیند در مجموع در ۲۷۰ روز کاری انجام شد و در آن ۶۵ نفر شرکت داشتند. بیشترین زمان و منابع مصرف شده در ساخت این فرآورده مربوط به مرحله‌ی ساخت و بهینه‌سازی فرمولاسیون محصول بوده است. هر دو شاخص تجاری‌سازی شامل TRL (سطح آمادگی فناوری) و MRL (سطح آمادگی بازار) برای این فناوری بالا ارزیابی شده و در نتیجه محصول ساخته شده برای ورود به بازار آمادگی لازم را دارد.»

این پژوهش در شماره‌ی ۹۶ شانزدهمین دوره‌ی نشریه علوم و صنایع غذایی ایران منتشر شده است.

سرویس خبری: صنعت غذا