

[illegible]

5. Phát triển khái niệm và đặc tính kỹ thuật sản phẩm thực phẩm

- Phát triển khái niệm ý tưởng sản phẩm
- Phát triển đặc tính kỹ thuật sản phẩm
- Nhóm sản phẩm rau củ

5.1 Phát triển khái niệm ý tưởng sản phẩm

- Trên cơ sở những thông tin thu thập từ người tiêu dùng, từ thị trường, ... đề từ đó đề xuất các mô tả chi tiết về ý tưởng sản phẩm



Tìm kiếm phát kiến về sản phẩm mới

- Xuất phát từ hoạt động của bộ phận nghiên cứu, phát triển
- Sáng kiến từ nhà nghiên cứu, cán bộ khoa học, nhân viên xưởng sản xuất, nhân viên kinh doanh
- Dựa trên những thành tựu, ưu thế về công nghệ, khoa học kỹ thuật.



Tìm kiếm phát kiến về sản phẩm mới

- Nghiên cứu sự thay đổi về nhu cầu của khách hàng, thị trường để đáp ứng tốt hơn nhu cầu (mới) của khách hàng.
- Doanh nghiệp có càng nhiều ý tưởng thì khả năng chọn được ý tưởng tốt càng cao.
- Các nguồn của ý tưởng có thể nằm trong nội bộ doanh nghiệp, từ các nhân viên, nhà quản lý.



Tìm kiếm phát kiến về sản phẩm mới

nguồn quan trọng khác từ bên ngoài:

- Nhượng quyền kinh doanh,
- Mua lại tổ chức tạo ra sản phẩm mới,
- Khách hàng,
- Đối thủ cạnh tranh
- Trường, viện nghiên cứu.



Sàng lọc những phát kiến

- Sàng lọc lấy phát kiến hay
- Ý tưởng được chọn nên tương hợp với nguồn lực doanh nghiệp
- Ý tưởng táo bạo cần nhiều thời gian và công sức để nghiên cứu và triển khai.



Sàng lọc những phát kiến

- Sau khi sàng lọc được những ý tưởng, tổ chức một ban phản biện các ý tưởng,
- Ban phản biện nên có nhiều thành phần để có được nhiều cách đánh giá và phản biện cho ý tưởng.

5.1 Phát triển khái niệm ý tưởng sản phẩm

- Xem xét những lợi ích mà người tiêu dùng mong muốn từ sản phẩm
- Lợi ích cơ bản của sản phẩm (đặc tính cảm quan, dinh dưỡng, an toàn)
- Lợi ích bao gói (bảo quản)
- Lợi ích tiêu dùng (di chuyển, phân phối)
- Lợi ích tâm lý (thân thiện, thẩm mỹ,..)

5.2 Phát triển đặc tính kỹ thuật sản phẩm

- Thiết lập thông số kỹ thuật của sản phẩm
- Nguyên vật liệu đầu vào
- Định mức chế biến, sản xuất
- Kỹ thuật chế biến



Phát thảo ý đồ về sản phẩm và thử nghiệm

- Một phát kiến hay cần được phát thảo thành một ý đồ cụ thể về sản phẩm.
- Phát thảo sản phẩm cần được thăm dò với khách hàng để thu lại những ý kiến phản hồi nhằm cải tiến cho phù hợp với ý muốn của khách hàng.



Phát thảo ý đồ về sản phẩm và thử nghiệm

- Tư duy và phân tích ý tưởng dưới nhiều góc cạnh (khía cạnh tiếp thị, nhân lực, nguồn vốn, thời gian, phản ứng của đối tượng liên quan, ...)



Phát thảo ý đồ về sản phẩm và thử nghiệm

- Ý tưởng được mổ xẻ nhiều góc cạnh
- Ý tưởng đó được rõ ràng, cụ thể
- Hạn chế được những thử nghiệm không cần thiết
- Tránh những sai phạm không đáng có



Phát thảo ý đồ về sản phẩm và thử nghiệm

- Ý tưởng về sản phẩm mới đầy đủ về các yếu tố như tính năng chính, cách thức thiết kế, giá trị gia tăng
- Xác định được vai trò, ý nghĩa và mục đích muốn nhắm tới khi phát triển sản phẩm.



Phát triển sản phẩm mới

- Bộ phận (R&D) nghiên cứu những ý đồ phát thảo để thiết kế sản phẩm cụ thể đạt được những yêu cầu về tính năng, nhu cầu của người tiêu dùng, liên quan đến phát triển mặt vật lý, kỹ thuật, hoặc thành phẩm cụ thể.
- Doanh nghiệp cần làm mẫu, đầu tư chế tạo thử nghiệm







Thảo luận 5



5.3 Nhóm sản phẩm rau củ



Kiểm tra 5
