

4. การวิจัยและพัฒนา

การวิจัยและพัฒนาของบริษัทจะเน้นเรื่องการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก รวมทั้งการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าเพื่อสร้างความประทับใจ เพิ่มความพึงพอใจ และความจงรักภักดี โดยในช่วงปีที่ผ่านมา บริษัทได้มีการศึกษา วิเคราะห์ และปรับปรุงกระบวนการต่างๆ ที่จะนำไปสู่การพัฒนาและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งผ่านกระบวนการในด้านต่างๆ อาทิเช่น

ก. **โครงการวิจัยเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Improvement)** โดยว่าจ้างบริษัทภายนอกทำการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าด้านต่างๆ และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ แลกเปลี่ยนถ่ายทอด เพื่อปรับปรุงและพัฒนาสินค้าบริการและการจัดรูปแบบของร้านให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

ข. **โครงการพัฒนาสินค้าคุณภาพ** ซึ่งได้แก่ การจัดให้มีกระบวนการพัฒนาสินค้า (Team Merchandising) ซึ่งมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นหลักและมุ่งเน้นการควบคุมสินค้าที่ถูกสุขอนามัย (Hygiene Products) โดยยึดหลักที่ว่านอกจากสินค้าจะมีรสชาติที่ถูกปากและถูกใจแล้ว จะต้องได้คุณภาพที่มีประโยชน์และปลอดภัยด้วย ทั้งนี้ ได้มีการพัฒนาทางด้านการวิจัย เพื่อเน้นย้ำถึงการตรวจสอบสินค้าตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต การจัดส่ง และการเก็บรักษา ให้ได้ตามมาตรฐานสากล เกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติที่ดีในการผลิตอาหาร (GMP-Good Manufacturing Practice) และ ระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤติที่ต้องควบคุม (Hazard Analysis Critical Control Point – HACCP)

ค. **โครงการวิจัยและพัฒนากระบวนการจัดการที่ร้านสาขา** ภายใต้แนวคิด เซฟ-คิว (SAVE-Q) ซึ่งหมายถึงปัจจัยหลักที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของลูกค้า ซึ่งก็คือ การบริการ (Service), การคัดสรร (Assortment), คุณภาพ (Value), สิ่งแวดล้อม (Environment), และคุณภาพ (Quality) โดยการศึกษา วิจัย และพัฒนากระบวนการรับรู้ความต้องการของลูกค้าผ่านช่องทางต่างๆ เช่น จัดทำโครงการบริหารจัดการสินค้า (Retailer Initiative) โดยให้แต่ละร้านสาขาสามารถพัฒนาการบริหาร และเตรียมสินค้าให้พร้อมขายโดยร้านสามารถคัดเลือก สั่ง จัดเรียงสินค้าตามความต้องการของลูกค้าในแต่ละสาขา ซึ่งช่วยลดปัญหาสินค้าขาดได้ นอกจากนี้โครงการบริการลูกค้าด้วยรอยยิ้ม อัธยาศัยไมตรี หัวใจเสมือนเป็นคนสำคัญในครอบครัว (Friendly Service) เป็นอีกโครงการหนึ่งที่จะสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งจะส่งผลต่อการเพิ่มความจงรักภักดีและความพอใจของลูกค้า ในส่วนของการพัฒนาองค์กร บริษัทเน้นการพัฒนาบุคลากรให้มีความพร้อมโดยการฝึกอบรม พัฒนาความรู้ความสามารถและสร้างจิตสำนึกให้กับพนักงานในทุกระดับอย่างต่อเนื่อง เช่น โครงการพัฒนาระบบการฝึกอบรมภายในผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Computer Based Training) และโครงการฝึกอบรมเกี่ยวกับการพัฒนาองค์กรโดยรวม

เพื่อมุ่งไปสู่องค์กรแห่งคุณภาพ (Total Quality Management) เป็นต้น เพื่อให้พนักงานมีความพร้อม รู้จักคิด และเรียนรู้อย่างเป็นระบบ โดยสามารถนำมาใช้ทั้งด้านการทำงาน และการแก้ไขปัญหาซึ่งจะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา (2545-2547) บริษัทมีค่าใช้จ่ายด้านการวิจัย และพัฒนาเป็นจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 370 ล้านบาท