

4. การวิจัยและพัฒนา

บริษัทมุ่งเน้นตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจสูงสุด อันจะนำไปสู่ความประทับใจ และ จงรักภักดี การวิจัยและพัฒนาสินค้าและบริการของบริษัทเป็นกระบวนการสำคัญที่บริษัทได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อค้นหาความต้องการของลูกค้า สร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการ ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้า การรักษาลูกค้าไว้ และการได้มาซึ่งลูกค้าใหม่ รวมทั้งการขยายตัวทางธุรกิจ

ในปีที่ผ่านมาบริษัทได้มีการจัดทำโครงการวิจัยและพัฒนาในด้านต่างๆ อาทิเช่น

ก. การเรียนรู้ความต้องการของลูกค้า

- บริษัทได้กำหนดช่องทางในการรับฟังและเรียนรู้ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าไว้อย่างหลากหลาย เช่น ผ่านทางพนักงานร้าน พนักงานที่ปรึกษาร้าน ศูนย์รับข้อร้องเรียน (Call Center) เว็บไซต์ การทำวิจัยตลาด ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ข้อมูลการขาย ข้อมูลจากผู้ผลิตสินค้า ข้อมูลตามสื่อต่างๆ รวมทั้งข้อมูลจากเครือข่าย 7-Eleven ทั่วโลก โดยช่องทางเหล่านี้ ช่วยให้บริษัทติดตามความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนไปได้ตลอดเวลา ทำให้บริษัทมีข้อมูลที่จะนำไปใช้วางแผนกลยุทธ์ รวมทั้ง กำหนดแนวทางปฏิบัติได้อย่างทันเหตุการณ์ และทันกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น
- โครงการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า เป็นโครงการวิจัยอีกโครงการหนึ่งที่บริษัทได้จัดทำขึ้นเป็นประจำทุกปี โดยว่าจ้างบริษัทวิจัยภายนอกทำการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าในด้านต่างๆ รวมทั้งศึกษาถึงปัจจัยสำคัญสำหรับผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านสะดวกซื้อ เพื่อนำมาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน และ โอกาสในการปรับปรุง พัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด และเพื่อใช้ในการวางกลยุทธ์ที่จะรักษาลูกค้าไว้ และ การได้มาซึ่งลูกค้าใหม่ในอนาคต

ข. การพัฒนาสินค้าและบริการ

- บริษัทได้จัดให้มีกระบวนการพัฒนาสินค้า (Team Merchandising) เพื่อค้นหาและคัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพ แตกต่างจากคู่แข่ง และ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในกลุ่มต่างๆ รวมทั้งมุ่งเน้นการควบคุมคุณภาพสินค้าให้ถูกสุขอนามัย เพื่อความปลอดภัยของลูกค้า โดยมีการตรวจสอบสินค้าตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต การจัดส่ง และการเก็บรักษา ให้ได้ตามมาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการปฏิบัติที่ดีในการผลิตอาหาร (GMP – Good Manufacturing Practice) และระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤติที่ต้องควบคุม (HACCP - Hazard Analysis Critical Control Point)
- นอกจากนี้ บริษัทยังได้มีกระบวนการพัฒนาห่วงโซ่อุปทาน และ ยกย่องผู้ผลิตที่ป้อนสินค้าให้กับบริษัท โดยบริษัทได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนากระบวนการผลิต ยกย่องมาตรฐานโรงงานทั้งในด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย รวมทั้งกระบวนการควบคุมคุณภาพสินค้า ให้กับผู้ผลิตต่างๆ โดยเฉพาะผู้ผลิตรายย่อย ทั้งนี้เพื่อให้สินค้าที่ผลิตและส่งมอบให้กับบริษัท มีคุณภาพและความปลอดภัยสูงสุด
- การพัฒนาทางด้านการบริการเป็นหัวใจสำคัญอีกประการหนึ่งในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า บริษัทจึงได้มีการจัดทำโครงการวิจัยที่เรียกว่า **Mystery Shopper** (ลูกค้าไม่เปิดเผยตัว) โดยการคัดเลือกลูกค้าจริงของร้าน 7-Eleven ให้เข้าไปซื้อสินค้าและใช้บริการจริงในร้านสาขาต่างๆ กระจายไป

ในแต่ละช่วงเวลา โดยที่พนักงานร้านไม่ทราบ เพื่อเป็นการสำรวจระดับการให้บริการจริง ณ สาขาต่าง ๆ ว่าสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีมากน้อยเพียงไร ผลที่ได้จากการสำรวจ จะถูกนำมาวิเคราะห์ เพื่อหาจุดอ่อนจุดแข็ง รวมทั้งโอกาสในการพัฒนากระบวนการให้บริการลูกค้า ณ ร้านสาขา รวมทั้งกระบวนการสนับสนุนจากสำนักงานใหญ่ ทั้งนี้เพื่อจุดมุ่งหมายที่จะให้บริษัทเป็นองค์กรที่มีความเป็นเลิศด้านการให้บริการแก่ลูกค้า

- นอกเหนือจากลูกค้า และ ผู้ผลิตแล้ว บริษัทเล็งเห็นว่าร้านแฟรนไชส์และผู้รับอนุญาต (Franchisee) เป็นผู้มีส่วนสำคัญอย่างมาก การพัฒนาความสัมพันธ์กับผู้รับอนุญาตเป็นสิ่งที่บริษัทได้ให้ความสำคัญและจัดทำอย่างต่อเนื่อง บริษัทจึงได้มีการจัดทำโครงการวิจัย เพื่อสำรวจความพึงพอใจและค้นหาความต้องการของผู้รับอนุญาตเป็นประจำทุกปี เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนากระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้รับอนุญาตให้มีความยั่งยืน อันจะนำไปสู่การให้บริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า

ค. การพัฒนาองค์กรและบุคลากร

- บริษัทได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากร และความผาสุกของพนักงาน โครงการวิจัยอีกโครงการหนึ่งที่บริษัทได้จัดทำเป็นประจำทุกปี คือ การสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน โดยเปิดโอกาสให้พนักงานทุกระดับ แสดงความคิดเห็นผ่านทางแบบสำรวจ เพื่อประเมินความพึงพอใจของตนต่อบริษัทในด้านต่าง ๆ รวมทั้งประเมินปัจจัยสำคัญที่จะเป็นแรงจูงใจในการทำงานในบริษัท ข้อมูลเหล่านี้มีความสำคัญอย่างยิ่งในการวางแผนกลยุทธ์ด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคลของบริษัท เพื่อให้พนักงานมีความสุขในการทำงาน และเต็มใจให้บริการกับลูกค้า