

4) การวิจัยและพัฒนา

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการวิจัยและพัฒนาว่าเป็นส่วนหนึ่งของการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน โดยบริษัทได้มีการจัดตั้งฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์และขายอุตสาหกรรมขึ้นมา มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะศึกษาแนวทางและวิธีการพัฒนาสินค้าเคมีเกษตรภัณฑ์ที่ใช้ในบ้านเรือนและในอุตสาหกรรมให้มีทั้งความหลากหลายและมีประสิทธิภาพสูงสุด สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เริ่มต้นจากการรับทราบความต้องการทางการตลาดจากฝ่ายขาย รวมทั้งการรับฟังความคิดเห็นของผู้บริโภคจากช่องทางกำหนำต่างๆ เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการวิจัยและพัฒนาซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

4.1 การปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิม

เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เดิมมีคุณภาพและ/หรือประโยชน์ในการใช้งานที่ดีขึ้น โดยการกำหนดวัตถุประสงค์และแนวทางในการปรับปรุงซึ่งเน้นตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ การปรับปรุงส่วนใหญ่เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ทั้งด้านเพิ่มประสิทธิภาพ ความปลอดภัยในการใช้งาน และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ตัวอย่างคือการปรับปรุงขนาดท่อฉีดของเซนไดร์ท์ 1 สเปรย์ให้มีขนาดท่อใหญ่และยาวขึ้นสามารถฉีดได้ไกลขึ้นและเป็นการลดปัญหาการอุดตัน นอกจากนี้ ที่ผ่านมามีบริษัทยังมีการพัฒนาสูตรผสมของวัตถุเคลือบให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นโดยคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นหลัก เช่น บริษัทได้เริ่มเปลี่ยนแปลงสารออกฤทธิ์บางส่วนในผลิตภัณฑ์เซนไดร์ท์ 1 สเปรย์ (สีส้ม) เป็นสารไพรีโตรอยด์ (Pyrethroid) ที่สกัดมาจากดอกทานตะวันและดอกเก๊กฮวย ซึ่งเป็นสารฆ่าแมลงที่มาจากธรรมชาติมีความปลอดภัยต่อมนุษย์และสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมสูง

4.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

ด้วยการใช้เทคโนโลยีทั้งที่พัฒนาขึ้นเองและจากแหล่งอื่นๆที่เหมาะสม บริษัทได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และขยายฐานธุรกิจของบริษัทเป็นสำคัญ ให้มีสินค้าที่มีความหลากหลาย และเพิ่มทางเลือกใหม่แก่ผู้บริโภค เช่น ผลิตภัณฑ์สีข้อมไม้ “เซนไดร์ท์” ที่มีคุณสมบัติพิเศษที่ให้ความเงางามและป้องกันแมลงทำลายไม้ สเปรย์กำจัดยุงและแมลงภายในบ้านทั้งสูตรน้ำมันและสูตรน้ำที่มีประสิทธิภาพสูงแต่มีความปลอดภัยต่อผู้ใช้ และผลิตภัณฑ์ในกลุ่มที่ใช้ทำความสะอาดและดูแลรักษารถยนต์ เป็นต้น ทั้งนี้ทุกผลิตภัณฑ์จะได้รับการดูแลตรวจสอบประสิทธิภาพ ทดสอบความปลอดภัย และขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์จากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง

บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์รวม 4 ล้านบาทในช่วง 2544-2546 ซึ่งค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็นค่าเครื่องมือและการทดสอบประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์กับหน่วยงานราชการ บริษัทมีขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังต่อไปนี้

