

4. การวิจัยและพัฒนา

ปัจจุบันงานวิจัยและพัฒนาของบริษัทดำเนินการโดยทีมงานของแต่ละสายผลิตภัณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการคือการสำรวจตลาดเพื่อติดตามความพึงพอใจและความเห็นของลูกค้าต่อสินค้าและบริการของบริษัท และอีกประการหนึ่งเป็นการคิดค้นและพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ออกสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ ภายใต้ชื่อสินค้าในกลุ่มโออิชิ เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของกลุ่มผู้บริโภคและรักษาสถานะลูกค้าของบริษัทอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการศึกษาและพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตใหม่ๆ ที่ช่วยในการรักษาคุณภาพของสินค้าให้มีอายุมากขึ้นโดยไม่ต้องใส่วัตถุกันเสีย อย่างไรก็ตามบริษัทมีแผนงานที่จะรวมทีมงานวิจัยและพัฒนาของแต่ละสายผลิตภัณฑ์เป็นหน่วยงานกลางระดับฝ่าย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคให้ดียิ่งขึ้น

สำหรับการทำวิจัยตลาดเครื่องดื่มชาเขียวนั้น บริษัท ได้ใช้ข้อมูลผลการศึกษารวบรวมข้อมูลของบริษัท เอ ซี นีล เสิ่น (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อประกอบการประเมินสถานการณ์ตลาดสินค้าของบริษัท และเพื่อการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลาย ทั้งรสชาติ และขนาดบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งเพื่อการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

การจัดหาผลิตภัณฑ์อื่นภายใต้ชื่อ “โออิชิ” เพื่อจำหน่าย กลุ่มบริษัท คัดเลือกผลิตภัณฑ์โดยศึกษาจากพัฒนาการทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหารญี่ปุ่นในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น และไต้หวัน และนำมาวิเคราะห์/วิจัยว่า ตลาดของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีศักยภาพที่จะเติบโตในประเทศไทยหรือไม่ โดยปัจจัยสำคัญนำมาพิจารณา คือ 1) ความเกี่ยวข้องของผลิตภัณฑ์กับตราสินค้า “โออิชิ” ที่มุ่งเน้นผลิตภัณฑ์สไตล์ญี่ปุ่นเพื่อสุขภาพ 2) มูลค่าตลาดรวมภายในประเทศของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ต้องมากกว่า 100 ล้านบาท โดยกลุ่มบริษัท กำหนดเป้าหมายส่วนแบ่งตลาดของแต่ละผลิตภัณฑ์ไว้ที่ประมาณร้อยละ 3 ของมูลค่าตลาดโดยรวม 3) ความรุนแรงของภาวะการแข่งขันและจำนวนคู่แข่งในตลาด และในการผลิตสินค้าภายใต้ชื่อ “โออิชิ” กลุ่มบริษัท จะดำเนินการว่าจ้างผู้ผลิตที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตผลิตภัณฑ์นั้นๆ ให้เป็นผู้ผลิต โดยกลุ่มบริษัท จะเป็นผู้คัดเลือกวัตถุดิบที่ใช้สำหรับทุกขั้นตอนการผลิต ดังนั้น ในการควบคุมคุณภาพการผลิต กลุ่มบริษัท จะดำเนินการคัดเลือกบริษัทผู้ผลิตและแหล่งวัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมามีคุณภาพมาตรฐาน

ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา บริษัท ไม่ได้แยกหน่วยงานวิจัยและพัฒนาออกมาเป็นหน่วยงานเฉพาะ จึงไม่ได้แยกค่าใช้จ่ายดังกล่าวออกจากค่าใช้จ่ายปกติ โดยในปี 2547 บริษัท คาดว่าจะดำเนินการแยกหน่วยงานวิจัยและพัฒนาออกเป็นอีกหน่วยงานหนึ่ง