

4. วิจัยและพัฒนา

บริษัทฯ ได้เล็งเห็นและให้ความสำคัญในด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยมีการศึกษาเพื่อพัฒนาและปรับปรุงสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง บริษัทได้ทำการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ มาอย่างต่อเนื่องโดยมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรสชาติดี มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคใน กลุ่มเป้าหมายของบริษัท โดยที่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแบรนด์

การวิจัยและพัฒนาเป็นหนึ่งในวัฒนธรรมองค์กรที่สำคัญที่มีส่วนช่วยสร้างเสริมศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของบริษัท เนื่องจากเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้บริษัทสามารถมีต้นทุนที่แข่งขันได้ การคิดค้นกระบวนการผลิตแบบใหม่ ๆ ที่เพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและลดต้นทุนการผลิตได้อย่างต่อเนื่องตลอดมา ทั้งนี้บริษัทได้สนับสนุนให้บุคลากรทุกระดับมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม

ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มภายใต้สิทธิแฟรนไชส์

ลักษณะการดำเนินธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มภายใต้สิทธิแฟรนไชส์นั้น มีการควบคุมมาตรฐานโดยบริษัทผู้ให้สิทธิแฟรนไชส์อย่างใกล้ชิด โดยบริษัทผู้เป็นเจ้าของสิทธิแฟรนไชส์ได้ให้สิทธิแก่บริษัทผู้ได้รับสิทธิแฟรนไชส์ในการคิดค้น พัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละประเทศ (Localization) และอนุญาตให้ผู้ได้รับสิทธิแฟรนไชส์ในแต่ละประเทศได้คิดค้นเมนูใหม่ ๆ โดยบริษัทมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มภายใต้สิทธิแฟรนไชส์อย่างต่อเนื่อง และสามารถคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ บริษัทยังได้แบ่งปันความรู้และแนวคิดในเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้แก่ผู้ได้รับสิทธิแฟรนไชส์อื่นในต่างประเทศจนได้รับรางวัล “Excellence in Trade Certificate Outstanding Partner” จาก Dunkin’ Donuts ประเทศสหรัฐอเมริกา เจ้าของแฟรนไชส์, “Au Bon Pain the bakery Café Franchise of the Year ABP Thailand 2015” จาก ABP Corporation ประเทศสหรัฐอเมริกา เจ้าของแฟรนไชส์, “Innovation Excellence 2015” จาก Baskin Robbins Franchising LLC (ประเทศสหรัฐอเมริกา) จากผู้ให้สิทธิแฟรนไชส์

การวิจัยและพัฒนาของบริษัทอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบและความร่วมมือกันระหว่างฝ่ายงานครัวที่มีความรู้ในด้านการผลิต ฝ่ายการตลาดซึ่งเป็นส่วนงานที่มีการศึกษาและสำรวจความต้องการของตลาดเป็นอย่างดี และฝ่ายการเงินที่ทำหน้าที่ในการควบคุมงบประมาณ โดยแต่ละส่วนงานมีความมุ่งเน้นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่กำหนดโดยเจ้าของสิทธิแฟรนไชส์และมีรสชาติและหน้าตาที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ แต่ละเมนูที่อยู่ระหว่างการวิจัยและพัฒนาจะต้องผ่านการทดสอบและการอนุมัติจากทางทีมผู้บริหารของบริษัทก่อนที่จะวางขาย โดยเมนูใหม่ ๆ ที่มีการคิดค้นโดยทีมงานของบริษัทได้แก่ ชาร์โคลโดนัท โดนัทโรสเบอร์รี่ ชาปีอปปิ่งที่ สตูว์ชนิดต่างไม่ว่าจะเป็นสตูว์เปิด ไก่ หมู เมนู Cod Fillet ภายใต้คอนเซ็ปต์ “Eat Fit Eat Fresh” เค้กไอศกรีมหน้าต่าง ๆ จาก Baskin Robbins เป็นต้น



ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มภายใต้แบรนด์ของตัวเอง

การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มภายใต้แบรนด์ของตัวเองเป็นส่วนหนึ่งในขั้นตอนการผลิตของบริษัทที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ โดยในทุกเทศกาลที่สำคัญบริษัทจะออกเมนูตามเทศกาล (Festive Menu) ให้สอดคล้องกับเทศกาลนั้น ๆ อาทิ เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลปีใหม่ เทศกาลวันวาเลนไทน์ เป็นต้นเพื่อที่จะกระตุ้นยอดขาย และสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า

การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มจะอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบและการร่วมมือกันระหว่าง ส่วนปฏิบัติการครัว ฝ่ายงานจัดซื้อ ฝ่ายสร้างสรรค์ ฝ่ายการตลาด ในการคิดค้นเมนูใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง กล่าวคือในทุก 2 ปี บริษัทจะพัฒนาและทบทวนสูตรอาหารใหม่ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และมีการวางแผนการคิดค้นเมนูใหม่ ๆ ตามเทศกาล 4-5 ครั้งต่อปี โดยมีการวางแผนก่อนเป็นเวลา 3 เดือนล่วงหน้าก่อนเริ่มขายในร้านอาหาร โดยกระบวนการคิดค้นเมนูใหม่เริ่มจาก

- ฝ่ายการตลาดที่ทำหน้าที่ศึกษาและวิจัยความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย
- ฝ่ายการตลาดร่วมกับฝ่ายสร้างสรรค์และฝ่ายงานครัว ร่วมกันวางแผนคิดและคอนเซ็ปต์ของรสชาติและหน้าตาของอาหาร สำหรับการคิดค้นเมนูใหม่
- ฝ่ายจัดซื้อจะให้ความช่วยเหลือในการคัดสรรวัตถุดิบที่ได้มาตรฐานและอยู่ในงบประมาณที่กำหนด
- ทีมงานทั้งหมดที่มีส่วนร่วมจะทำการชิมและทดสอบเมนูอาหารใหม่ ๆ เพื่อทำการพัฒนาและปรับปรุงต่อไปจนสามารถวางขายหน้าร้านได้ โดยก่อนการวางขายบริษัทจะทำการฝึกอบรมฝ่ายปฏิบัติการครัวและพนักงานเสิร์ฟของทุกสาขา จนมั่นใจว่าคุณภาพบริการและรสชาติอาหารอยู่ในมาตรฐานเดียวกันและผ่านมาตรฐานของร้านอาหาร

นอกจากนี้ บริษัทยังมีนโยบายในการเก็บข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าในเมนูอาหารตามเทศกาล เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณาปรับเปลี่ยนเมนูอาหารประจำปีหากเมนูอาหารนั้น ๆ ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากก็มีความเป็นไปได้ที่บริษัทจะนำเมนูอาหารนั้นมาเป็นส่วนหนึ่งของเมนูประจำของทางร้าน อาทิ เมนูอาหารภายใต้คอนเซ็ปต์สิงห์เหนือเสื่อใต้ เมนูอาหารช่วงเทศกาลฮาโลวีน เมนูขนมช่วงเทศกาลคริสมาสต์ เมนูอาหารพิเศษภายใต้ชื่อ "Eat Your Art Out" เป็นต้น

