

4. การวิจัยและพัฒนา

บริษัทเล็งเห็นความสำคัญของการวิจัยและพัฒนาอย่างมาก เนื่องจากในภาวะที่มีการแข่งขันในอุตสาหกรรมสูงและเป็นตลาดของผู้บริโภคที่สามารถเลือกซื้อที่อยู่อาศัยที่ตรงกับความต้องการของตนเองมากที่สุด บริษัทจึงเน้นการพิจารณาออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัยและตอบรับกับความต้องการของผู้บริโภคอยู่เสมอ ผลิตภัณฑ์แต่ละโครงการจะมีความแตกต่างกัน บริษัทมีหน่วยงานด้านการตลาดที่จะทำหน้าที่ในการสำรวจวิจัยความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาสินค้าของบริษัท นอกจากนี้ การสำรวจความต้องการของผู้บริโภคผ่านแบบสอบถามจากลูกค้าที่เข้าเยี่ยมชมโครงการหรือลูกค้าเก่าของบริษัท ทำให้บริษัทสามารถรวบรวมข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ เช่น นำข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามมาพัฒนาการออกแบบเพื่อให้พื้นที่ใช้สอย รูปแบบ จำนวนห้อง รวมถึงการเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมกับการใช้งานและตรงกับความต้องการของลูกค้า เป็นต้น ในอนาคตบริษัทมีแผนในการว่าจ้างบริษัทสำรวจตลาดอิสระเพื่อเสริมงานวิจัยและพัฒนาที่บริษัททำอยู่ เนื่องจากปัจจุบันมีการแข่งขันกันระหว่างผู้ประกอบการมากขึ้น การใช้บริษัทสำรวจตลาดอิสระจะช่วยเสริมการวิจัยและพัฒนาของบริษัทให้ได้ข้อมูลในตลาดมากยิ่งขึ้น

ที่ผ่านมาบริษัทไม่มีค่าใช้จ่ายสำหรับการวิจัยและพัฒนา เนื่องจากการสำรวจวิจัยความต้องการของผู้บริโภค นั้น บริษัทมีหน่วยงานด้านการตลาดซึ่งเป็นพนักงานของบริษัทเอง ทำหน้าที่สำรวจความต้องการผ่านแบบสอบถามดังกล่าว