

4. การวิจัยและพัฒนา

บริษัทฯ มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องในการหาทางเลือกที่ดีกว่าในการพัฒนามาตรฐานของการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทยให้ดีขึ้น บริษัทฯ ได้มีการเลือกสรรอย่างต่อเนื่องสำหรับวัสดุ อุปกรณ์การก่อสร้างใหม่ที่มีอยู่ในตลาด บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงการออกแบบอาคารภายนอกและการออกแบบห้องชุดภายใน ซึ่งเป็นอันดับแรกของบริษัทฯ ให้มีความสำคัญในการวิจัยและพัฒนาของบริษัทฯ และกลายเป็นจุดขายที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับกลุ่มลูกค้าระดับไฮเอนด์ บริษัทฯ ยังได้มีการว่าจ้างบริษัทวิจัยทางการตลาดเพื่อทำการศึกษาถึงภาวะความต้องการของตลาดทั้งในด้านอุปสงค์และอุปทานของโครงการคอนโดมิเนียมในพื้นที่ที่บริษัทฯ จะเข้าไปลงทุน ตลอดจนการศึกษาความต้องการของกลุ่มลูกค้าเพื่อให้ทราบถึงลักษณะ รูปแบบ และปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกซื้อโครงการอย่างสม่ำเสมอ โดยบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาในปี 2548-2549 รวมเป็นจำนวนเงินทั้งหมด 4.92 ล้านบาท สำหรับงวด 6 เดือนปี 2550 บริษัทฯ ไม่มีค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา

นอกจากนั้น บริษัทฯ มีการจัดทำแบบสอบถาม (Questionnaire) กับลูกค้าที่เข้ามาเยี่ยมชมโครงการของบริษัทฯ และช่วงระหว่างการส่งมอบห้องชุด เพื่อให้ทราบถึงความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าก่อนและหลังซื้อห้องชุด ซึ่งบริษัทฯ จะได้นำเอาผลลัพธ์ที่ได้จากแบบสอบถามมาประยุกต์ใช้กับข้อมูลที่ได้จากการวิจัย (Research Paper) บริษัทฯ ยังมีการสำรวจโครงการของคู่แข่งและเข้าร่วมนิทรรศการ งานแสดงสินค้าในต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับวัสดุก่อสร้างและการตกแต่งเสมอทั้งนี้เพื่อเปรียบเทียบจุดดีจุดด้อยเพื่อพัฒนาโครงการของบริษัทฯ เอง