

4. การวิจัยและพัฒนา

บริษัทให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้ลิขสิทธิ์ตราสินค้าของบริษัท ทั้งนี้เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย และมีรูปแบบที่ทันสมัย และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลง ค่านิยมอยู่ตลอดเวลา โดยบริษัทได้จัดตั้งแผนกพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมาโดยเฉพาะ ซึ่งแผนกนี้จะทำหน้าที่ในการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย และเก็บรวบรวมข้อมูลความรู้ในด้านต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาและคิดค้นนวัตกรรมใหม่ สำหรับวงการผู้ออกแบบและตกแต่งภายใน บริษัทไม่ได้มีการกำหนดงบประมาณการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับแต่ละปี ทั้งนี้บริษัทมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในช่วง 3 ปีย้อนหลัง นับตั้งแต่ปี 2547-2549 และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับปี 2550 (ม.ค.-ก.ย.) ดังนี้

รายการ	ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (บาท)			
	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550 (ม.ค.-ก.ย. 50)
ค่าวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์	0.00	0.00	88,851.98	629,752.69
รวม	0.00	0.00	88,851.98	629,752.69

หมายเหตุ : ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์OLUMI นีเยมต่างๆ ภายใต้ลิขสิทธิ์เครื่องหมายการค้า ALLOY

นอกจากด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์แล้ว บริษัทยังมุ่งมั่นวางรากฐานในการพัฒนาระบบขนส่งและโลจิสติกส์ เพื่อให้สามารถจัดส่งสินค้าได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยบริษัทมีโครงการที่จะเปิดศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการแก่ลูกค้าในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร และเขตจังหวัดปริมณฑลรอบนอก อาทิ จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดนนทบุรี จังหวัดนครปฐม เป็นต้น ประมาณปีละ 1-2 แห่ง เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบการจัดส่งผลิตภัณฑ์และระบบโลจิสติกส์