

4. การวิจัยและพัฒนา

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนา ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน และเป็นฐานข้อมูลที่สำคัญให้กับบริษัทฯ ใช้ในการปรับกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อรองรับการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นในอนาคต โดยบริษัทฯ มีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจโดยเฉพาะคือ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ (Business Development) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการวิเคราะห์ข้อมูลความเป็นไปได้ในการขยายธุรกิจที่เกี่ยวข้อง, พิจารณาเทคโนโลยีใหม่ๆ รวมทั้งการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคและการทำ Focus Group เพื่อทดสอบความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายก่อนที่จะเริ่มลงทุนในโครงการต่างๆ เป็นต้น

นอกจากหน่วยงานดังกล่าวแล้วบริษัทฯ ยังมีฝ่ายการตลาดที่ติดตามข้อมูลทางการตลาดและคู่แข่งอย่างใกล้ชิด โดยเฉพาะข้อมูลการจำหน่ายหนังสือในเครือของบริษัทฯ เปรียบเทียบกับคู่แข่ง โดยรายงานให้ฝ่ายบริหารที่เกี่ยวข้องทราบอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นข้อมูลในการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมตรงกับความต้องการของลูกค้า

พร้อมกันนี้ บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการจัดหาเนื้อหา (Content) ที่น่าสนใจและเหมาะสมกับตลาดเมืองไทย และได้ส่งพนักงานของบริษัทฯ ไปร่วมงาน Book Fair ที่สำคัญต่างๆ ทั่วโลก เพื่อเป็นช่องทางในการสรรหาเนื้อหาที่มีคุณภาพมาผลิตและจัดจำหน่ายในประเทศไทยอย่างสม่ำเสมอ

ทั้งนี้ บริษัทฯ ไม่มีการใช้เงินทุนอย่างมีนัยสำคัญในการวิจัยและพัฒนา