

**4. การวิจัยและพัฒนา**

บุคลากรของบริษัท ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีส่วนในการขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางธุรกิจ สำหรับรองรับการแข่งขันที่รุนแรงที่จะเกิดขึ้นจากการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี 2558

ด้วยวิสัยทัศน์ของผู้บริหารที่เล็งเห็นถึงความสำคัญของการจัดฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในทุกฝ่ายงาน เพื่อให้บุคลากรขององค์กรมีความสามารถและประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มขึ้น ปัจจุบันบริษัทจึงได้กำหนดแผนงานการฝึกอบรม รวมถึงจัดตารางการฝึกอบรมสำหรับปี 2555 และปี 2556 เพื่อยึดเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพในการทำงานของพนักงานทุกฝ่ายงาน อันจะนำมาซึ่งการพัฒนาคุณภาพการทำงานให้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ สามารถสรุปค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรของบริษัทได้ ดังนี้

(หน่วย : บาท)

รายการ	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554	ช่วง 9 เดือนแรก ปี 2555
ค่าฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร	11,400.00	6,627.00	51,722.00	90,922.40
ค่าฝึกอบรมต่างประเทศ	-	-	-	-
<b>รวม</b>	<b>11,400.00</b>	<b>6,627.00</b>	<b>51,722.00</b>	<b>90,922.40</b>

นอกจากนี้ จากผลของการแข่งขันในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ที่มีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้น การทำการตลาดเพื่อขยายและรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัท จำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ของผู้ซื้อ ควบคู่ไปกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่ทันสมัยตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งสำหรับกลุ่มลูกค้าประเภทร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Modern Trade) การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีดีไซน์ที่ทันสมัยถือเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างแรงจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้าของบริษัท ทั้งนี้ หากพิจารณาถึงการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ของผู้ซื้อไม่ว่าจะเป็นผู้ซื้อในประเทศหรือต่างประเทศ บริษัทไม่เพียงแต่จะต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านการใช้งานเท่านั้น แต่ยังคงคำนึงถึงดีไซน์ และความสวยงามของเฟอร์นิเจอร์ด้วย เนื่องจากเฟอร์นิเจอร์เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้สำหรับตกแต่งที่อยู่อาศัยหรืออาคารสำนักงานให้เกิดความสวยงาม รื่นรมย์กับผู้ใช้งาน ดังนั้นบริษัทจึงให้ความสำคัญกับการติดตามการเปลี่ยนแปลงความนิยมของลูกค้า โดยบริษัทให้ความสำคัญเป็นอย่างมากกับการเข้าชมงานแสดงสินค้าที่จัดในต่างประเทศ อาทิ ประเทศอิตาลี สิงคโปร์ และตุรกี เพื่อให้ทราบถึงกระแสความนิยม รูปแบบเฟอร์นิเจอร์ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปในแต่ละช่วงเวลา เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีรูปแบบ และการใช้งานที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อทั้งในการใช้งาน และรูปลักษณะที่ทันสมัย สวยงาม คงทน และสอดคล้องกับตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย