

นโยบายการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม
(Innovation Research & Development Policy)



บริษัท ร็อคเทค โกลบอล จำกัด (มหาชน)

11 กุมภาพันธ์ 2568

1. บทนำ

ในยุคที่เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและพฤติกรรมผู้บริโภคมีความซับซ้อนขึ้น บริษัท ร็อคเทค โกลบอล จำกัด (มหาชน) ตระหนักดีว่า "นวัตกรรม" คือหัวใจสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน การเติบโตอย่างยั่งยืน และการส่งมอบคุณค่าสูงสุดให้แก่ลูกค้าของเรา เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ในการเป็นผู้นำด้านสื่อโฆษณา ระบบเน็ตเวิร์ค และการสื่อสาร บริษัทจึงได้กำหนดนโยบายการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมฉบับนี้ขึ้น เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการส่งเสริมและผลักดันให้เกิดการสร้างสรรคสิ่งใหม่ๆ ทุกทั้งองค์กร

2. วัตถุประสงค์

- 2.1. เพื่อส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดกว้างต่อความคิดสร้างสรรค์ และสนับสนุนให้พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมในการพัฒนานวัตกรรม
- 2.2. เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการทำงานใหม่ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดและลูกค้าได้อย่างเหนือความคาดหมาย
- 2.3. เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัทในระยะยาว ผ่านการใช้เทคโนโลยีล้ำสมัยและโมเดลธุรกิจรูปแบบใหม่
- 2.4. เพื่อสร้างและบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ของบริษัทให้เกิดประโยชน์สูงสุด
- 2.5. เพื่อจัดสรรทรัพยากรและงบประมาณสำหรับการวิจัยและพัฒนาอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ

3. ขอบเขตของนโยบาย

นโยบายนี้ครอบคลุมพนักงานทุกคนของบริษัท ร็อคเทค โกลบอล จำกัด (มหาชน) รวมถึงกิจกรรม โครงการ และกระบวนการทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย การพัฒนา การสร้างสรรค์ และการนำนวัตกรรมไปใช้ให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์

4. ขอบเขตการวิจัยและพัฒนาที่มุ่งเน้น (Key Focus Areas)

บริษัทจะมุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนาใน 3 กลุ่มหลักที่สอดคล้องกับธุรกิจของเรา ดังนี้

4.1. ด้านสื่อโฆษณา (Advertising Media Innovation)

- 4.1.1 **Data-Driven Advertising:** การใช้ Big Data และ AI เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค และสร้างแคมเปญโฆษณาที่เฉพาะเจาะจง (Personalized Ads) และวัดผลได้แม่นยำ
- 4.1.2 **Interactive & Immersive Experience:** การพัฒนาสื่อโฆษณานอกบ้าน (OOH) และสื่อดิจิทัลเชิงโต้ตอบ เช่น การใช้เทคโนโลยี AR/VR, Gamification, และจอภาพอัจฉริยะ (Smart Displays)
- 4.1.3 **Content Innovation:** การวิจัยและสร้างสรรค์รูปแบบเนื้อหาใหม่ๆ ที่สามารถดึงดูดความสนใจและสร้างการมีส่วนร่วมได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 4.1.4 **AdTech & MarTech:** การพัฒนาหรือนำเทคโนโลยีด้านการโฆษณาและการตลาดใหม่ๆ มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการซื้อขายสื่อโฆษณา

4.2. ด้านระบบเน็ตเวิร์ค (Network System Innovation)

- 4.2.1 **Next-Generation Connectivity:** การวิจัยและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเครือข่ายความเร็วสูง เช่น 5G, Wi-Fi 6/7 เพื่อรองรับการส่งข้อมูลมัลติมีเดียขนาดใหญ่
- 4.2.2 **Network Security:** การพัฒนาระบบป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์สำหรับเครือข่ายการสื่อสารและสื่อโฆษณาโดยเฉพาะ
- 4.2.3 **IoT for Media:** การพัฒนาระบบ IoT เพื่อเชื่อมโยงอุปกรณ์สื่อโฆษณาให้เป็นเครือข่ายอัจฉริยะ สามารถบริหารจัดการและเก็บข้อมูลได้จากส่วนกลาง
- 4.2.4 **Cloud & Edge Computing:** การใช้เทคโนโลยีคลาวด์และ Edge Computing เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการประมวลผลและนำส่งเนื้อหา (Content Delivery)

4.3. ด้านการสื่อสาร (Communication Innovation)

- 4.3.1 **Unified Communications:** การพัฒนาแพลตฟอร์มที่สามารถหลอมรวมช่องทางการสื่อสารต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ไร้รอยต่อให้แก่ผู้ใช้งาน
- 4.3.2 **Cross-Platform Technology:** การสร้างเทคโนโลยีที่ทำให้เนื้อหาและโฆษณาสามารถแสดงผลได้อย่างเหมาะสมบนทุกอุปกรณ์ (Desktop, Mobile, Smart TV)

- 4.3.3 **Real-time Communication:** การพัฒนาระบบสื่อสารแบบเรียลไทม์เพื่อรองรับการโฆษณาเชิงโต้ตอบและการถ่ายทอดสด

5. กระบวนการดำเนินงานด้านนวัตกรรม

บริษัทจะจัดให้มีกระบวนการจัดการนวัตกรรมที่เป็นระบบ ตั้งแต่การรวบรวมแนวคิดไปจนถึงการนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์

- 5.1 **การเสนอแนวคิด (Ideation):** เปิดโอกาสให้พนักงานเสนอแนวคิดโครงการนวัตกรรมผ่านช่องทางที่กำหนด
- 5.2 **การประเมินและคัดเลือก (Evaluation & Selection):** จัดตั้งคณะกรรมการเพื่อประเมินความเป็นไปได้ ศักยภาพเชิงพาณิชย์ และความสอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัท
- 5.3 **การพัฒนาและทดสอบ (Development & Testing):** โครงการที่ได้รับอนุมัติจะเข้าสู่กระบวนการพัฒนา สร้างต้นแบบ (Prototype) และทดสอบในสภาพแวดล้อมจริงหรือกับกลุ่มเป้าหมาย
- 5.4 **การนำไปใช้เชิงพาณิชย์ (Commercialization):** วางแผนการตลาด การขาย และการนำผลิตภัณฑ์/บริการใหม่ออกสู่ตลาด
- 5.5 **การวัดผลและปรับปรุง (Measurement & Improvement):** ติดตามผลการดำเนินงานและรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาต่อยอด

6. ทรัพย์สินทางปัญญา

ทรัพย์สินทางปัญญาทั้งหมดที่เกิดขึ้นจากการวิจัยและพัฒนาโดยใช้ทรัพยากรของบริษัท หรือเกิดขึ้นในระหว่างการจ้างงาน ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัท ร็อคเทค โกลบอล จำกัด (มหาชน) แต่เพียงผู้เดียว บริษัทจะดำเนินการจดสิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า หรือลิขสิทธิ์ตามความเหมาะสม เพื่อปกป้องสิทธิอันชอบธรรมของบริษัท

7. การวัดผลและดัชนีชี้วัด (KPIs)

ความสำเร็จของนโยบายนี้จะถูกวัดผลผ่านดัชนีชี้วัดต่างๆ เช่น:

- 7.1 จำนวนโครงการนวัตกรรมที่ถูกเสนอและได้รับการอนุมัติ
- 7.2 รายได้หรือผลกำไรที่มาจากผลิตภัณฑ์/บริการใหม่
- 7.3 จำนวนสิทธิบัตรหรือทรัพย์สินทางปัญญาที่ได้รับการจดทะเบียน
- 7.4 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์/บริการใหม่
- 7.5 การลดต้นทุนหรือการเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการทำงาน

8. วันบังคับใช้

นโยบายฉบับนี้ให้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2568 เป็นต้นไป