

ภาคผนวก ผ 3.4

รายงานการประชุมกลุ่มย่อยเฉพาะเรื่อง
“การวิจัยช่วยพัฒนาบริษัทได้อย่างไร”

รายงานการประชุมกลุ่มย่อยเฉพาะเรื่อง “การวิจัยช่วยพัฒนาบริษัทได้อย่างไร”

วันอังคารที่ 19 มกราคม พ.ศ. 2559 เวลา 13.00-16.00 น.

ณ ห้อง YT720 ชั้น 7 อาคาร สวทช. กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ถนนพระรามหก กรุงเทพฯ

ผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อย

วิทยากรนำ

- | | |
|------------------------------|---------------------------------------|
| 1. คุณบำรุง เจษฎาพงศ์ไพบูลย์ | บริษัท เอ็ม.บี.เจ อินเตอร์ไพร์ส จำกัด |
|------------------------------|---------------------------------------|

ผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อย

- | | |
|---------------------------------|---|
| 1. คุณบุญหาญ อู่อุดมยิ่ง | ประธานกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง
สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย |
| 2. คุณสุดาร์ตน์ ดิลกโกมล | บริษัท สหบุญทองกรุ๊ป จำกัด |
| 3. คุณเมธา ปณิธานศิริกุล | บริษัท สหบุญทองกรุ๊ป จำกัด |
| 4. คุณเพชร พงศ์ประกอบ | บริษัท เอ็มดีอาร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด |
| 5. คุณพูนลาภ เงินมณีรัตน์ | บริษัท คูปองท์ (ประเทศไทย) จำกัด |
| 6. คุณอิทธิชัย ปัทมสิริวัฒน์ | สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) |
| 7. คุณอรัญญา จันทรมหานะ | สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) |
| 8. คุณอริศรา สีนอุดม | สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) |
| 9. ดร.กฤษฎา สุชีวะ | ศูนย์วิจัยเทคโนโลยียาง คณะวิทยาศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล |
| 10. รศ.ดร.สมบัติ ธนะวันต์ | ศูนย์วิจัยเทคโนโลยียาง คณะวิทยาศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล |
| 11. คุณดารณี เจริญสุข | ศูนย์วิจัยเทคโนโลยียาง คณะวิทยาศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล |
| 12. คุณชินรัตน์ ลาภพูลธนะอนันต์ | ศูนย์วิจัยเทคโนโลยียาง คณะวิทยาศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล |
| 13. คุณอุบล โพธิ์อำพร | ศูนย์วิจัยเทคโนโลยียาง คณะวิทยาศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล |
| 14. คุณชญาภา นิยมสุวรรณ | ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ |

วัตถุประสงค์

เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และข้อคิดเห็นในการนำเอาการวิจัยและพัฒนามาประยุกต์ใช้ในบริษัท และกระตุ้นให้บริษัทที่ยังไม่ได้ทำวิจัยหันมาสนใจการทำวิจัยมากขึ้น อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมยางของประเทศ

สรุปการประชุมกลุ่มย่อย

- บริษัท เอ็ม.พี.เจ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด เดิมโตมาจากบริษัทที่ทำกิจการค้าขาย (Trading company) นำเข้าสารเคมี สี มาสเตอร์แบตช์จากต่างประเทศมาขายในประเทศไทย เมื่อเริ่มเข้ามาดำเนินธุรกิจนี้ก็มองเห็นว่าธุรกิจยังไม่มั่นคง ควรจะต้องมีการวิจัยและพัฒนาสินค้าเป็นของตนเอง จึงได้เริ่มทำวิจัยโดยเริ่มจากการแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าที่อยู่ภายใต้การดูแลของบริษัท ซึ่งเป็นเข้าไปให้บริการที่โรงงานของลูกค้าและ/หรือนำโจทย์จากลูกค้ามาพัฒนาต่อที่ห้องปฏิบัติการของทางบริษัทเอง จนกระทั่งเมื่อประมาณ 5 ปีที่แล้วได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ในโครงการสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมไทย (ITAP) และโครงการเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ (CD) ทำให้บริษัทสามารถจัดหาเครื่องมือทดสอบได้ จึงได้เริ่มทำวิจัยและพัฒนาพอลิเมอร์อย่างจริงจัง ปัจจุบันได้มีการตั้งบริษัทใหม่ขึ้นมาชื่อว่า บริษัทวิจัยและพัฒนาพอลิเมอร์ จำกัด โดยหวังว่าจะได้ knowhow และข้อมูลวิจัยที่สามารถป้อนให้กับอุตสาหกรรมได้ บริษัทดังกล่าวซึ่งดำเนินการมาแล้ว 5 ปี และเริ่มที่จะมีผลงานวิจัยในเชิงพาณิชย์
- ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการนำการวิจัยเข้ามาช่วยพัฒนาบริษัท ได้แก่
 1. ทักษะ (attitude) ของผู้บริหารที่มองว่าองค์กรจะเติบโตได้อย่างยั่งยืนต้องมีเทคโนโลยีเป็นของตัวเอง โดยอาศัยการวิจัยพัฒนา ถ้าบริษัทอยู่เฉยๆ ไม่ดำเนินการอะไร ต่อไปธุรกิจก็อาจจะถึงยุคของการเสื่อมถอย เช่น ค่าแรงงานที่สูงขึ้น ก็จะไม่มีความรู้ใหม่เข้ามาทดแทน นอกจากนั้น ทุกงานวิจัยก็จะมีส่วนที่ดีของมันแม้ว่างานวิจัยชิ้นนั้นจะไม่สำเร็จก็ตาม แต่ความรู้และประสบการณ์ที่ได้ในระหว่างการทำวิจัยนั้น สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวิจัยและพัฒนางานอื่นได้
 2. ตลาด บริษัทต้องศึกษาวิเคราะห์แนวโน้มตลาดที่จะเป็นไปในลักษณะใด และบริษัทยังขาดงานวิจัยอะไรบ้างที่จะช่วยให้ประสบความสำเร็จไปจนถึงจุดที่มุ่งหวัง
 3. ความมีใจสู้ ไม่ยอมแพ้ต่ออุปสรรคที่ไม่เป็นไปตามความคาดหวังระหว่างการวิจัยและพัฒนา รวมไปถึงการปรับตัวเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้
 4. การบริหารงานบุคคล ให้เกิดแรงจูงใจในการทำงาน เป็นเรื่องสำคัญ บริษัทส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานของบริษัทได้มีโอกาสเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เช่น การส่งไปฝึกอบรม การให้ทุนการศึกษาต่อในระดับสูงขึ้น ในด้านต่างๆ ทั้งเทคโนโลยีและการตลาด รวมไปถึงการให้รางวัลอย่างเหมาะสมเพื่อเป็นขวัญและกำลังใจกับพนักงาน

- อุปสรรคสำคัญในการดำเนินการวิจัยและพัฒนา ได้แก่
 1. นักวิจัยไม่รู้ว่าตลาดต้องการอะไร ทำให้การวิจัยและพัฒนาไม่ตรงตามความต้องการของตลาด ผลงานวิจัยจึงไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ หรือผลิตภัณฑ์ที่วิจัยได้แล้วจะนำไปผลิตเป็นสินค้าจริงจะอย่างไร การตลาดที่ดีจึงเป็นเรื่องสำคัญสำหรับความสำเร็จของงานวิจัยและพัฒนา
 2. สถานการณ์ในประเทศไทยปัจจุบันอาจยังไม่เหมาะกับการพัฒนาสินค้านวัตกรรมที่มีความพิเศษมากและมีมูลค่าสูง เพราะตลาดในประเทศไม่ใหญ่พอ แต่สำหรับประเทศจีนที่มีตลาดใหญ่มาก แม้สินค้าเหล่านี้จะขายได้เพียง 1% ก็สามารถสร้างรายได้ได้มาก ทำให้ธุรกิจพัฒนาไปได้
 3. เงินทุนมีความสำคัญ สำหรับการวิจัยต้องใช้เวลามากกว่าจะเห็นผล (อาจถึง 4-5 ปี) ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าวยังไม่สามารถผลิตสินค้าขายได้ แต่ต้องมีการลงทุนทั้งสถานที่ เครื่องจักรผลิต แรงงาน ฯลฯ ถ้าไม่ใช่บริษัทใหญ่ที่มีเงินทุนเพียงพอก็จะไม่สามารถดำเนินการได้ เพราะการสนับสนุนเงินทุนวิจัยที่ได้รับจากภาครัฐนั้นส่วนใหญ่มักจะเป็นแค่เฉพาะค่าที่ปรึกษา ไม่รวมถึงเงินทุนอื่นๆ ที่ต้องใช้ในการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้บริษัทใหญ่ยังได้เปรียบในเรื่องของช่องทางการขาย การมีเครือข่ายเชื่อมโยง (networking) ต่างๆ ซึ่งบริษัทเล็กๆ ไม่สามารถทำได้
 4. บุคลากร การที่จะทำให้ทุกคนในองค์กรรู้เรื่องเกี่ยวกับนวัตกรรมที่บริษัทดำเนินการนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย ต้องให้การศึกษาแก่บุคลากรด้วย
- สิ่งที่ประเทศไทยควรดำเนินการ คือ ลดการนำเข้าและดำเนินการทำเลียนแบบและพัฒนา (copy and development) เพราะการทำเลียนแบบและพัฒนาต่อยอดในสินค้าเดิมที่มีอยู่ให้ดีขึ้นนั้น ค่าดำเนินการไม่สูงเท่าค่าดำเนินการวิจัยและพัฒนาของที่ใหม่ ผู้ผลิตก็ไม่ต้องซื้อเครื่องจักรใหม่ เทคโนโลยีใหม่มาทำ ก็ลดต้นทุนได้พอสมควร สิ่งเหล่านี้ช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้าได้ อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยจะต้องพัฒนาสินค้านวัตกรรมด้วยเพื่อให้แข่งขันได้ แต่อาจมีความจำเป็นในอนาคตเช่นในอีก 5 ปีข้างหน้าโดยที่จะต้องให้ความสำคัญกับตลาดด้วยจึงจะประสบความสำเร็จ
- นอกจากการวิจัยและพัฒนาแล้ว หน่วยงานราชการต่างๆ ก็จำเป็นต้องให้การสนับสนุนและทำงานร่วมกันแบบบูรณาการ เช่น กระทรวงพาณิชย์ โดยทูตพาณิชย์ในแต่ละประเทศอาจจะช่วยหาตลาดให้ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ช่วยในเรื่องการวิจัยและพัฒนา กระทรวงอุตสาหกรรม ช่วยในเรื่องการผลิตในภาคอุตสาหกรรม และกระทรวงอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สำหรับการดูแลยางพาราในส่วนของการขึ้นน้ำ กลางน้ำ เป็นต้น
- การให้ทุนสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาควรแบ่งเป็น 2 ระดับ ได้แก่ การวิจัยและพัฒนาในระดับต้นแบบกับการสนับสนุนให้เกิดการนำต้นแบบไปผลิตจริงในอุตสาหกรรมด้วย ซึ่งปัจจุบันการให้ทุนวิจัยของภาครัฐส่วนใหญ่จะสิ้นสุดแค่ในระดับต้นแบบ ภาครัฐควรให้การสนับสนุนต่อการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการไปสู่การผลิตจริงในอุตสาหกรรม ซึ่งอาจต้องช่วยในการลงทุนซื้อเครื่องมือและเครื่องจักรผลิตด้วย เนื่องจากผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตขนาดกลางหรือขนาดเล็ก ซึ่งจะขาดเงินลงทุนในการดำเนินการ

- นักวิจัยกับผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมมีมุมมองและประสบการณ์ที่แตกต่างกัน กล่าวคือ นักวิจัยคิดค้นวิจัยเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ต้นแบบ แต่เมื่อดำเนินการสำเร็จแล้วก็ไม่รู้ว่าจะนำไปต่อยอดให้เกิดการผลิตจริงในอุตสาหกรรมเพื่อขายได้อย่างไร ในขณะที่ผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจ และอยากจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ แต่ก็ไม่ทราบว่าจะเริ่มต้นอย่างไร อย่างไรก็ตาม แม้ว่าปัจจุบันจะมีหน่วยงานวิจัยและหน่วยงานที่ให้ทุนสนับสนุนการวิจัยในภาครัฐได้จัดตั้งฝ่ายการตลาดเข้ามาเพื่อดูแลผลิตภัณฑ์หลังวิจัยสำเร็จเพื่อต่อยอดให้สามารถนำไปผลิตในอุตสาหกรรมได้ แต่ก็ยังไม่ประสบความสำเร็จเนื่องจากงานวิจัยในภาครัฐนั้นหลากหลาย จนเราไม่สามารถจะมีฝ่ายการตลาดที่เชี่ยวชาญให้ครอบคลุมทุกผลิตภัณฑ์ได้ นอกจากนั้น ฝ่ายการตลาดก็อาจขาดความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอย่างใกล้ชิดอีกด้วย เปรียบเทียบกับบริษัทใหญ่ๆ เช่น Du Pont, SCG, PTT ซึ่งบริษัทเหล่านี้จะมีนักวิจัยและฝ่ายการตลาดพร้อมอยู่ในบริษัทเดียวกัน การทำงานก็จะเน้นเฉพาะ รายผลิตภัณฑ์ ทำให้สามารถดำเนินการพัฒนาควบคู่ไปกับการหาตลาดได้ จึงประสบความสำเร็จได้มากกว่า
- แนวความคิดเรื่องการรักษาผลประโยชน์ของนักวิจัยและผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน คือ นักวิจัยยังเกรงที่จะสูญเสียผลประโยชน์ บางครั้งจึงไม่ได้ใช้ความรู้อย่างเต็มที่ในการทำงานวิจัย ซึ่งอาจทำให้การทำงานวิจัยสำเร็จได้ยาก นอกจากนั้นยังคิดถึงค่าตอบแทนเป็นลำดับแรกทั้งที่ยังไม่รู้ว่าจะทำวิจัยได้สำเร็จหรือไม่ ส่วนผู้ประกอบการบางรายก็เอาเปรียบนักวิจัยโดยพยายามสอบถามนักวิจัยเพื่อให้ได้ความรู้หรือเทคโนโลยีที่ต้องการ โดยไม่ได้ให้ค่าตอบแทนนักวิจัย เหมือนเป็นการเอาเปรียบนักวิจัย จึงเกิดความไม่ไว้วางใจกัน และไม่สามารถทำงานด้วยกันได้ ดังนั้นควรมีหน่วยประสานงานหรือผู้ประสานงาน มาเป็นตัวกลางในการดูแลผลประโยชน์ของนักวิจัยและผู้ประกอบการให้เกิดความยุติธรรมทั้งสองฝ่าย
- แนวความคิดเรื่องวาระแห่งชาติ เนื่องจากปัจจุบันอุตสาหกรรมในประเทศไทยไม่ได้แข่งขันกันเอง แต่ต้องแข่งขันกับต่างประเทศ ดังนั้นจึงเสนอให้มีการร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการ โดยใช้ความสามารถของแต่ละโรงงานมารวมกันเพื่อทำธุรกิจกับต่างประเทศ แทนที่จะมาแข่งขันเอง รับคำสั่งซื้อจากต่างประเทศเข้ามาสู่ประเทศไทยแล้วแจกจ่ายให้แต่ละโรงงานไปผลิตในส่วนที่ตัวเองถนัดแล้วจึงนำมารวมกันเป็นผลิตภัณฑ์สุดท้ายเพื่อส่งขายต่อไป นอกจากนั้น ยังอยากให้มีหน่วยงานที่เป็นศูนย์กลางในการรับเรื่องความต้องการจากภาคเอกชน แล้วประสานจัดหานักวิจัยมาร่วมดำเนินการ จัดหา supplier รวมไปถึงการจัดหาตลาดด้วย
- จุดอ่อนที่สำคัญของอุตสาหกรรมยางไทย คือ การขาดบุคลากร ซึ่งทางบริษัท MBI ก็มีแนวความคิดที่จะพัฒนาบุคลากรเองโดยการจัดตั้งโรงเรียนยางผลิติดูแลระดับ ปวช. ปวส. เพื่อทำงานกับบริษัทเองหรืออาจทำงานที่อื่นด้วยก็ได้ ปัจจุบันบริษัทก็ได้ให้การสนับสนุนการสร้างบุคลากรด้านยางของประเทศ โดยการรับนักศึกษาฝึกงาน เป็นต้น