

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 1) แนวคิดเกี่ยวกับ คลัสเตอร์
 - ความหมายของคลัสเตอร์
 - ลักษณะของคลัสเตอร์
 - กระบวนการพัฒนาคลัสเตอร์
 - ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการพัฒนาคลัสเตอร์
- 2) ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับ คลัสเตอร์

2.1.1 ความหมายของคลัสเตอร์

คลัสเตอร์ เป็น กลุ่มของธุรกิจและสถาบันที่เกี่ยวข้อง มารวมตัวดำเนินกิจการอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน มีความร่วมมือ เกื้อหนุน เชื่อมโยงและส่งเสริมกิจการซึ่งกันและกันอย่างครบวงจร ทั้งในแนวตั้งและแนวนอน โดยความเชื่อมโยงในแนวตั้ง เป็นความเชื่อมโยงของผู้ประกอบการธุรกิจ ตั้งแต่ธุรกิจต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ และความเชื่อมโยงแนวนอน เป็นความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมสนับสนุนต่างๆ รวมทั้งธุรกิจให้บริการ สมาคมการค้า สถาบันการศึกษาและฝึกอบรม สถาบันวิจัยและพัฒนา ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน คือ การเพิ่มผลิตภาพ ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยหลักในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน (ไมเคิล อี พอร์เตอร์)

คลัสเตอร์ หมายถึง ความร่วมมือกันและการเชื่อมต่อกันตลอดเวลาของกลุ่มของอุตสาหกรรมซึ่งอาจเป็นอุตสาหกรรมเดียวกันหรือต่างอุตสาหกรรมกัน รวมถึงอุตสาหกรรมต่อเนื่อง หน่วยงานหรือสถาบันต่างๆที่เกี่ยวข้องและกลุ่มบุคลากรที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในธุรกิจหรืออุตสาหกรรมนั้นๆ ที่รวมตัวกันอยู่ในพื้นที่ภูมิศาสตร์หนึ่ง โดยมีการกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ร่วมกันในการพัฒนา และขณะเดียวกันก็มีการแข่งขันซึ่งกันและกัน โดยมีภาครัฐเป็นผู้สนับสนุนและจัดหาสาธารณูปโภคที่จำเป็นให้ (ธีระ อชกุล, 2545)

คลัสเตอร์อุตสาหกรรม เรียกอีกอย่างว่า ตำบลอุตสาหกรรม เป็นการรวมกลุ่มกันของอุตสาหกรรมที่มีความร่วมมือกันอย่างเป็นรูปธรรมมากกว่าการเป็นเครือข่ายตามปกติ โดยที่การดำเนินกิจกรรมของทุกกิจการต้องเป็นไปตามกลยุทธ์ร่วมกันของคลัสเตอร์ (Industrial Cluster; World Bank Institute, 2003)

2.1.2 ลักษณะของคลัสเตอร์

คลัสเตอร์ที่เจริญสมบูรณ์แล้วมีลักษณะที่สำคัญ 6 ประการ (สุธรรม วาณิชเสณี, 2545) ได้แก่

1. การรวมกลุ่มอย่างหนาแน่น (Concentration) การรวมกลุ่มเป็นลักษณะพื้นฐานประการแรกของคลัสเตอร์ การรวมกลุ่มดังกล่าวจำเป็นต้องได้ขนาดใหญ่พอที่จะส่งผลให้คุณลักษณะเฉพาะอื่นๆ เกิดผลต่อการพัฒนาของคลัสเตอร์ได้

2. การเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน (Connectivity) การเชื่อมโยงดังกล่าวถือได้ว่าเป็นคุณลักษณะเฉพาะที่สำคัญของคลัสเตอร์ จากการเชื่อมโยงดังกล่าวนี้เองที่ทำให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ทั้งที่เป็นความรู้ที่บันทึกได้ และความรู้ที่บันทึกและสื่อโดยตรงได้ยาก กิจกรรมที่เกิดขึ้นก็คือ การเรียนรู้แบบที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ผลที่ตามมานอกเหนือจากการถ่ายทอดข้อมูล สารสนเทศ และความรู้ในระหว่างกันแล้ว ความคิดใหม่ก็อาจจะนำไปสู่ความรู้ใหม่ การเชื่อมโยงนี้ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะภายในกลุ่มผู้ประกอบการเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการเชื่อมโยงกับซัพพลายเออร์ ลูกค้า ตลอดจนสถาบันวิจัยและองค์กรอื่นๆที่เกี่ยวข้อง การเชื่อมโยงจะเป็นไปทั้งในแนวดิ่งและแนวนอน

3. ความร่วมมือ (Collaboration) สมาชิกในคลัสเตอร์จะมีความร่วมมือกันในหลายๆด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านที่เป็นประโยชน์ร่วมกันหรือโดยรวม จากการอยู่ร่วมกันในคลัสเตอร์ที่มีความร่วมมือและพึ่งพาซึ่งกันและกันจะนำไปสู่ความไว้วางใจซึ่งจะเป็นทุนทางสังคมที่สำคัญ ความสัมพันธ์ระหว่างหมู่สมาชิกทั้งหลายทั้งที่เป็นบริษัทผู้ประกอบการและสถาบันที่เกี่ยวข้องเป็นส่วนสำคัญของการเชื่อมโยง ลักษณะความสัมพันธ์จะบ่งบอกกลไกของการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของคลัสเตอร์

4. การเรียนรู้ร่วมกัน (Collective Learning) ความร่วมมือระหว่างสมาชิกและการเชื่อมโยงอย่างพึ่งพาซึ่งกันและกันจะนำไปสู่การแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น ความรู้ และประสบการณ์ อันนำไปสู่การยกระดับความรู้ในกลุ่มคลัสเตอร์

5. การแข่งขัน (Competition) คลัสเตอร์ไม่ใช่ Cartel ที่มุ่งกำหนดกลไกราคาหรือ ปริมาณสินค้าเพื่อผลประโยชน์ร่วมกันในบรรดาหมู่สมาชิก คลัสเตอร์เป็นความร่วมมือที่อยู่บนพื้นฐานของการแข่งขัน

6. ประสิทธิภาพโดยรวม (Collective Efficiency) ในภาพรวม ความร่วมมือในท่ามกลางการแข่งขันพร้อมกับการเชื่อมโยงที่เป็นระบบ การถ่ายทอดข้อมูล ความรู้ ตลอดจนทรัพยากรมนุษย์ จะทำให้คลัสเตอร์มีประสิทธิภาพโดยรวมที่ดีกว่าผู้ประกอบการที่ไม่มีการรวมตัวหรือมีการรวมตัวเฉพาะในด้านธุรกรรมทางการค้าเพียงอย่างเดียว

คลัสเตอร์ที่เพิ่งก่อตัวจะมีคุณลักษณะเฉพาะ ไม่ครบถ้วน ดังเช่นคลัสเตอร์ที่สมบูรณ์แล้ว หรืออาจมีคุณลักษณะที่อยู่ระหว่างการเปลี่ยนแปลงพัฒนา

2.1.3 กระบวนการพัฒนาคลัสเตอร์

กระบวนการพัฒนาคลัสเตอร์ (The Cluster Development Process) จำแนกเป็น 4 ระยะ (Carmen Gray , 2545) ดังนี้

1. ระยะเริ่มต้น (Initiation)
2. ระยะบ่มเพาะ (Incubation)
3. ระยะการสร้างคลัสเตอร์ (Implementation)
4. ระยะการพัฒนาปรับปรุงคลัสเตอร์ (Improvement)

ระยะเริ่มต้น

ขั้นตอนที่สำคัญในระยะเริ่มต้น เกี่ยวข้องกับ

การกำหนดขอบเขต (Scoping) ระบุส่วนอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ การสร้างองค์ประกอบ(Building constituency) ระหว่างบริษัทในกลุ่มที่มีศักยภาพ กระตุ้นผู้ประกอบการที่เป็นผู้นำธุรกิจ เต็มใจที่รับหน้าที่รับผิดชอบใหม่ให้กับท้องถิ่น สร้างความน่าสนใจและความมีส่วนร่วมในสถาบันวิจัยและมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวข้อง จัดการประชุมอย่างไม่เป็นทางการระหว่างกลุ่มบริษัทที่ผ่านการคัดเลือกในเบื้องต้น

การรวบรวมข้อมูล (Gathering data) ประกอบการวิเคราะห์เชิงปริมาณเช่น การวิเคราะห์ส่วนแบ่งการจ้างงานในท้องถิ่น ผลผลิตกัมมันต์ในพื้นที่ เปรียบเทียบกับความหนาแน่นของอุตสาหกรรมในพื้นที่นั้นเทียบกับพื้นที่อื่นๆและทั่วทั้งประเทศ การตรวจสอบรายรับ ทั้งในประเทศและตลาดส่งออก และการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักๆ ประธานบริหารบริษัท หรือผู้มีอำนาจตัดสินใจในอุตสาหกรรม สถาบันการศึกษา สถาบันวิจัยและสถาบันต่างๆ สมาคมของซัพพลายเออร์ รวมทั้งเครือข่ายอื่นๆ ที่มีส่วนในการระบุ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคที่อุตสาหกรรมกำลังเผชิญ

การวิเคราะห์คลัสเตอร์(Cluster analysis) ระบุการสร้าง ความแตกต่างเฉพาะเจาะจง พัฒนาห่วงโซ่คุณค่าหรือแผนที่คลัสเตอร์ (Cluster map) ที่มีการระบุความเชี่ยวชาญเฉพาะ ระบุ ประเด็น จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคของการเติบโตของ คลัสเตอร์

การรวมตัวและสร้างการผูกพันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Mobilising and engaging stakeholders) จัดให้มีการประชุมที่เกี่ยวข้องกับ การตรวจวัดและผลป้อนกลับประเด็นที่มีศักยภาพ โอกาส ทำการระดมสมองเชิงกลยุทธ์ เพื่อจัดลำดับความสำคัญของโอกาสหลัก และอุปสรรคที่กีดขวางการเติบโตของอุตสาหกรรม จัดทำข้อตกลงเพื่อเริ่มวาระความร่วมมือ

ระยะบ่มเพาะ

ขั้นตอนที่สำคัญในระยะบ่มเพาะ เกี่ยวข้องกับ

การสร้างความต่อเนื่องในการรวมตัวและสร้างภาวะความผูกพันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในวาระเชิงกลยุทธ์ที่ปรากฏและกระตุ้นให้สมาชิกทำงานและเรียนรู้ร่วมกันในด้านปัญหาและวิธีการแก้ปัญหา ในระยะนี้จุดสำคัญอยู่ที่การสร้างให้เกิดความไว้วางใจ และกระบวนการทำงานร่วมกันเพื่อผูกมัดคัลลัสเตอร์

การสร้างให้เกิดความเชื่อใจและสร้างชื่อเสียง (Building trust and identity) เลือกตั้งประธานร่วม ที่ทำงานในที่ประชุมและประสานงานกับคัลลัสเตอร์อื่นๆ สร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับคัลลัสเตอร์ เช่น ในด้านการระบุในรายละเอียดเกี่ยวกับความสามารถของคัลลัสเตอร์ที่ทำได้ และที่เป็นไปได้ เริ่มสร้างชื่อเสียง แบนด์ และกลไกการสื่อสาร แสดงให้เห็นและบอกเล่าให้สมาชิกฟัง เกี่ยวกับความสามารถและกลยุทธ์ธุรกิจของบริษัทที่เป็นต้นแบบ

จัดโครงสร้างองค์กร กำหนดคณะทำงาน โครงสร้างของสมาชิกที่เป็นทางการซึ่งอาจพัฒนาไปเป็นรูปแบบทางการที่มีผลทางกฎหมาย หรือเป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับในสังคม และจะเป็นรูปแบบที่จำเป็นในการจัดทำสัญญา หรือการเจรจาต่อรอง พัฒนาความไว้วางใจเชื่อใจและรูปแบบการเชื่อมโยงอย่างต่อเนื่อง

การพัฒนาความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ (Developing strategic agenda) พัฒนาวิสัยทัศน์ร่วมและวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ โดยใช้ประเด็นและแนวคิดที่รวบรวมได้ในระยะเริ่มต้น จัดลำดับความสำคัญและข้อตกลงเกี่ยวกับวาระการปฏิบัติในการสร้างคัลลัสเตอร์และการเอาชนะอุปสรรค ตัดสินใจเลือกการเข้าถึงโอกาสทางการค้าที่เหมาะสม

กำหนดแผนปฏิบัติการ (Action planning) ริเริ่มโครงการ พัฒนาชื่อเสียงของคัลลัสเตอร์ การสร้างแบนด์ จัดลำดับความสำคัญของตลาดเฉพาะ สร้างความสัมพันธ์กับเครือข่ายการส่งออก และเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับภาครัฐ ระบุความสามารถที่ต้องการในการเข้าถึงตลาดเป้าหมาย ระบุกลยุทธ์ความร่วมมือทางการตลาด พัฒนาเว็บไซต์และสื่อ กำหนดโครงการที่มีโอกาสทั้งภายในคัลลัสเตอร์และระหว่างคัลลัสเตอร์

ระยะการสร้างคัลลัสเตอร์

ระยะการสร้างคัลลัสเตอร์มีขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

การพัฒนาความสามารถในการให้บริการในตลาดใหม่ (Developing market opportunity)
ระบุช่องว่างความสามารถ การบริการ เพื่อสร้างความมั่นใจว่าคัลลัสเตอร์ที่มีสามารถให้บริการตลาดเป้าหมายได้อย่างสมบูรณ์

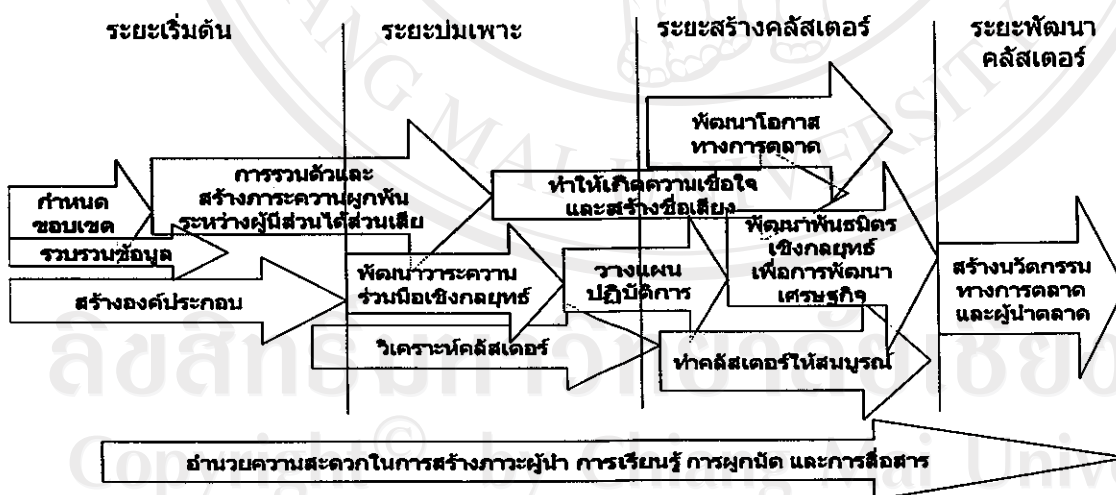
เติมเต็มคลัสเตอร์ให้สมบูรณ์ (Completing cluster project) เพิ่มกิจกรรมและความเข้มข้นของกิจกรรมการถ่ายโอนความรู้ ทั้งภายในและระหว่างคลัสเตอร์ กระตุ้นให้มีบริษัทที่มีความชำนาญเฉพาะทางใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นในคลัสเตอร์

พัฒนาพันธมิตรเชิงกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ (Developing a strategic partnership for economic development process) สร้างความสัมพันธ์แบบหุ้นส่วนทั้งกับภาครัฐและเอกชนให้ขยายวงกว้างขึ้นเพื่อสนับสนุนคลัสเตอร์ที่เริ่มเกิดขึ้น

ระยะการพัฒนาปรับปรุงคลัสเตอร์

ระยะการพัฒนาปรับปรุงคลัสเตอร์มีขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

การสร้างนวัตกรรมทางการตลาดและผู้นำตลาด (Building market innovation and market leadership) การนำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆ มาพัฒนาให้เกิดผลในเชิงพาณิชย์ การลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนาเพื่อขับเคลื่อนและรักษาระดับนวัตกรรม การทำให้ตลาดเป้าหมายรับรู้ถึงความแข็งแกร่งของแบรนด์ เพิ่มความซับซ้อนด้วยการตลาดอัจฉริยะ (Market intelligence) เพื่อปรับระดับคลัสเตอร์ให้เหมาะสม และเพิ่มความลึกของคลัสเตอร์ ตรวจสอบการเติบโตของตลาด บริหารจัดการทรัพยากร คน และความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ เพิ่มระดับการเทียบเคียงและการประเมินคลัสเตอร์ให้สูงขึ้น ปรับกลยุทธ์การพัฒนาแรงงานเพื่อความมั่นใจในแรงงานฝีมือ พัฒนาทุนสังคม เพื่อสนับสนุนคลัสเตอร์



2.1.4 ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการพัฒนาคลัสเตอร์

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จในการพัฒนาคลัสเตอร์ จากกรณีศึกษาในต่างประเทศ พบว่าปัจจัยแห่งความสำเร็จในการพัฒนา คลัสเตอร์ ที่สำคัญสรุปได้ ดังนี้

- 1) การมีความเข้าใจร่วมมือกันในทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic direction) ของผู้ที่เกี่ยวข้องในคลัสเตอร์ รวมทั้งการร่วมกันกำหนดและการยอมรับในกลยุทธ์ร่วมเพื่อที่จะสร้างเสริมความสามารถในการแข่งขันของคลัสเตอร์โดยรวม
- 2) การมีกลุ่มธุรกิจหลักที่เป็นผู้นำในการรวมกลุ่มของคลัสเตอร์
- 3) การมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างแน่นแฟ้นและยั่งยืนระหว่างธุรกิจและผู้ที่เกี่ยวข้องในคลัสเตอร์ ในการแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งการติดตามความก้าวหน้าของการดำเนินการพัฒนาคลัสเตอร์
- 4) การมีผู้ประสานความร่วมมือและบริหารจัดการความสัมพันธ์ของผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่อยู่ในคลัสเตอร์
- 5) การมีที่ปรึกษาหรือผู้ที่ทำหน้าที่อำนวยความสะดวก (Advisor/ Facilitator) ในการรวมกลุ่มและการพัฒนาคลัสเตอร์
- 6) การแสดงบทบาทที่เหมาะสมของผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายในคลัสเตอร์ โดยภาครัฐทำหน้าที่เป็นผู้ให้การสนับสนุนเงิน โยบาย และ โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เพื่อสร้างบรรยากาศการแข่งขันที่ดีของภาคเอกชน ในขณะที่ภาคเอกชนจะต้องมีบทบาทในการผลักดันคลัสเตอร์ ไปสู่เป้าหมายร่วมที่กำหนด ส่วนสถาบันการศึกษา สถาบันวิจัยและพัฒนา และสถาบันเฉพาะทางจะต้องเป็นแกนหลักในการพัฒนาเทคโนโลยี นวัตกรรม และทักษะความรู้ของบุคลากรให้สนับสนุนการเติบโตของคลัสเตอร์

2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ธนิยา วงศ์ไผ่ (2544) แนวทางการบริหารเครือข่าย กรณีศึกษา เครือข่ายหน่วยงานบริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคเหนือ ซึ่งเป็นการดำเนินงานในรูปแบบของเครือข่ายเป็นการประสานงานระหว่างองค์กรที่มีทรัพยากร ความสามารถและความชำนาญที่แตกต่างกันออกไป แต่มีเป้าหมายเดียวกัน โดยมี การแลกเปลี่ยนความคิด ประสบการณ์ ความรู้หรือข้อมูลข่าวสารกันเพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงและความคล่องตัวในการดำเนินงานให้สามารถตอบสนองความต้องการกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากการศึกษาวิธีการบริหารและปัญหา อุปสรรคที่เกิดขึ้นในการบริหารเครือข่าย พบว่า

1. การดำเนินการก่อตั้งเครือข่ายในช่วงเริ่มต้นรวดเร็ว และรวบรัด มีเวลาจำกัด ทำให้องค์กรสมาชิกขาดความรู้ และความเข้าใจต่อการทำงานร่วมกันในรูปแบบของเครือข่าย ประกอบกับองค์กรสมาชิกขาดความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในการทำงานร่วมกับองค์กรอื่นๆ ส่งผลให้เครือข่ายไม่พัฒนา

2. เครือข่ายขาดการคัดสรรองค์กรที่จะเข้าร่วมในเครือข่าย ดังนั้นองค์กรที่เข้าร่วมจึงมีจุดประสงค์ในการเข้าร่วมเครือข่ายแตกต่างกัน มีผลต่อการดำเนินงานในรูปแบบเครือข่าย เนื่องจากลักษณะของการประสานงานแบบเครือข่ายควรเป็นรูปแบบได้ประโยชน์ทั้งสองฝ่าย

3. ทักษะของผู้บริหารในแต่ละองค์กรสมาชิกที่มีต่อการประสานงานเครือข่ายมีผลต่อการเข้าร่วมดำเนินงานภายในเครือข่าย ถ้าผู้บริหารไม่เข้าใจ ไม่สนับสนุนการประสานงานแบบเครือข่าย เจ้าหน้าที่ของแต่ละองค์กรย่อมไม่สามารถปฏิบัติการได้เต็มที่

4. เครือข่ายไม่สามารถประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย (SMEs) ที่มีต่อการบริการของเครือข่ายได้ เนื่องจากไม่ทราบความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมายและไม่มีการติดตามประเมินผลการบริการที่ให้ไป