

ชื่อการศึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งอุตสาหกรรมเชิงพฤติกรรม :
กรณีศึกษา โรงงานอุตสาหกรรม เชรามิก ในจังหวัด เชียงใหม่
ผู้เขียน นายวัลลภ ทองอ่อน
วิทยาศาสตร์ สาขาวิชาภูมิศาสตร์
วิทยาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการตรวจสอบการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ :
อาจารย์ ดร.เสน่ห์ ญาณสาร ประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์ ประหยัด ปานดี กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.มนัส สุวรรณ กรรมการ

บทคัดย่อ

การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งอุตสาหกรรมเชิงพฤติกรรม: กรณีศึกษา โรงงานอุตสาหกรรม เชรามิก ในจังหวัด เชียงใหม่ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ 1) ศึกษาพัฒนาการและรูปแบบ การกระจายทางพื้นที่ของอุตสาหกรรม เชรามิก 2) ศึกษาพฤติกรรม การตัดสินใจ เลือกทำเลที่ตั้ง และ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เลือกทำเลที่ตั้งอุตสาหกรรม และ 3) ศึกษาพฤติกรรม การตอบสนอง ความเสี่ยงและความไม่แน่นอน

การศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาผู้ประกอบการ โรงงานอุตสาหกรรม เชรามิกทั้งหมดในจังหวัด เชียงใหม่ จำนวน 25 โรง ได้มุ่งเข้าถึงปัญหาโดยใช้ทั้งด้านเชิงพฤติกรรมและเชิงประวัติศาสตร์ โดยใช้วิธีการศึกษาอัน ได้แก่ การสัมภาษณ์ การสำรวจ และการใช้สถิติวิเคราะห์ ซึ่งมุ่ง ทดสอบพฤติกรรมผู้ประกอบการ โดยใช้สถิตินอนพาราเมตริก The Mann-Whitney U Test และทดสอบการรวมกลุ่มเชิงพื้นที่โดยใช้การวิเคราะห์ดัชนีความใกล้เคียง

ผลการศึกษาพบว่าอุตสาหกรรม เชรามิกมีพัฒนาการมาจากอุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผา ในท้องถิ่นที่ทำการผลิตเฉพาะเครื่องใช้ในครัว เรือนต่อมาพัฒนาเข้าสู่การผลิตในระบบอุตสาหกรรม เพื่อทำการผลิต เชรามิกประเภทอุปกรณ์ก่อสร้าง เครื่องใช้ในครัวเรือน เครื่องประดับตกแต่ง

และของชำร่วย ซึ่งผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนจากในท้องถิ่นสู่นักท่องเที่ยวและส่วนภูมิภาค ซึ่งบ่งชี้ว่าพัฒนาการดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับบทบาทหน้าที่ของ เมือง เชียงใหม่ที่ได้รับการพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวและแหล่งผลิตสินค้าหัตถกรรม และการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคของเมือง ในด้านรูปแบบการกระจายของพื้นที่โรงงานจะกระจายภายในเขตเมืองและโรงงานจะรวมกลุ่มนอกเขตเมือง โดยจะรวมกลุ่มตามถนนสายหลักของเมืองที่ได้รับการพัฒนา โรงงานจะตั้งอยู่เฉพาะอำเภอเมืองและอำเภอที่มีเขตติดต่อกับอำเภอเมืองซึ่งไม่ไกลจากตัวเมืองมากนัก

ปัจจัยที่ผู้ประกอบการพิจารณาในการดำเนินกิจกรรมอุตสาหกรรมเซรามิกได้แก่ ปัจจัยด้านตลาด แรงงาน วัตถุดิบ ทุน การเข้าถึงและราคาที่ดินส่วนปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งโรงงาน ได้แก่ การพึ่งพาตลาด ราคาที่ดิน แรงงาน ความต้องการพื้นที่ที่กว้างขวาง ความใกล้เมือง ความใกล้เส้นทางคมนาคม การเชื่อมโยงและสิ่งบริการในเมือง และระบบสาธารณูปโภค ส่วนปัจจัยที่ไม่เกี่ยวข้องกับทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ ปัจจัยเชิงประวัติศาสตร์ แหล่งที่อยู่อาศัย ความชอบและความพอใจและการสนับสนุนของรัฐ จากการศึกษาพบว่าปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อโรงงานแตกต่างกันไปตามขนาดโรงงาน อายุโรงงาน ทำเลที่ตั้งและประเภทการผลิต

การตอบสนองความเสี่ยงและความไม่แน่นอนของโรงงานเซรามิกปรากฏได้ใน 2 ลักษณะอันได้แก่ 1) การจัดสภาพแวดล้อมภายใน เช่นการลดกระบวนการผลิต การเปลี่ยนแปลงวัตถุดิบ การดำเนินกิจการที่ส่งเสริมการผลิตอันได้แก่การขนส่ง และการบรรจุหีบห่อ 2) การจัดสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การเลือกทำเลที่ตั้งโรงงานให้ใกล้เมืองใกล้แหล่งบริการและใกล้เส้นทางคมนาคมสายหลัก เป็นต้น

Independent Study Title : Industrial Location Analysis - A
Behavioural Approach : A Case Study of
Ceramic Factories in Chiang Mai Province

Author Mr. Wallop Thong-on

M.S. (Geography) Master of Science in Geography

Examining Committee :

Lecturer Dr.Sanay Yarnasarn	Chairman
Assoc. Prof. Prayad Pandee	Member
Assoc. Prof. Dr.Manat Suwan	Member

Abstract

The objectives of this study, "Industrial Location Analysis A Behavioural Approach: A Case Study of Ceramic Factories in Chiang Mai Province" are: 1) to study the development and spatial pattern of ceramic factories; 2) to study and analyze location decision and factors influencing decision-making; and 3) to study decision-making behavior under risk and uncertainties.

The study of all 25 ceramic factories in Chiang Mai emphasizes on problem in behavioural and historical approaches. Methods of studying are interview, field survey and statistical technique, which show entrepreneurs behaviour by The Mann-Whitney U test. Nearest Neighbour Index is used for testing spatial agglomeration of ceramic factories.

The findings show that ceramic factories developed from producing pottery for domestic use and to producing in industrial

system. They make construction materials, kitchenwares, gifts and decorative ornaments. These products are made in response not only to local demand but also to those of tourists and other regions. This indicates that ceramic industrial development is related to Chiang Mai urban function which has been continuously promoted to be a center of tourism and handicraft industry in the upper north. The spatial pattern of the factories is that they are dispersed in urban areas and clustered along major radial roads in the suburbs that are not far from the city.

The ceramic entrepreneurs take into consideration marketing, labour availability, raw materials, capital, accessibility and land value factors when undertaking ceramic industrial activity. Factors influencing location decision-making are divided into 2 groups : 1) economic factors, namely marketing consideration, land value, labour availability, linkage and service areas, and infrastructure 2) non-economic factors, namely historical factors, desire to remain in a hometown, government support, preference and satisfaction. All of these factors influencing location decision-making depend on the size, age, location and site, and type of production of the factories.

The responses to risk and uncertainties include 1) improvement of organization management such as reducing producing process, material substitution, improvement of transportation and packing 2) selecting favorable environment, for example choosing factory location near urban areas or near major radial roads.