

**การประยุกต์ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้นในการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งร้านขายกรงนกเขาชวา
กรณีศึกษา จังหวัดสงขลา**

**Applying the hierarchical analysis method to decide on the location for a Javanese dove
cage shop in Songkhla Province.**

**กัณฑ์ธมน สุขกระจ่าง¹, ธนะรัตน์ รัตนกุล², อรสา แนนไส³, สุกานดา จันทวิ⁴
มาลีถิ ถั่วดี⁵, พชรดนัย ทับยัง⁶**

คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา^{1,2,3,5,6}

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา⁴

kantamon.su@skru.ac.th¹

บทคัดย่อ

การประยุกต์ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้นในการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งร้านขายกรงนกเขาชวา กรณีศึกษา จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยและวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งร้านขายกรงนกเขาชวาในพื้นที่จังหวัดสงขลา โดยประยุกต์ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (Analytic Hierarchy Process: AHP) ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านขายกรงนกเขาชวาในพื้นที่จังหวัดสงขลา จำนวน 10 ราย ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง ปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ 1) สิ่งอำนวยความสะดวก 2) แรงงาน 3) ที่ดิน 4) ต้นทุนรวม 5) นโยบายท้องถิ่น 6) ความพร้อมด้านสาธารณูปโภค และ 7) การขนส่ง ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าน้ำหนักความสำคัญสูงสุด (0.327) รองลงมาคือปัจจัยด้านแรงงาน (0.175) และปัจจัยด้านที่ดิน (0.121) ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านต้นทุนรวม (0.113) นโยบายท้องถิ่น (0.100) ความพร้อมด้านสาธารณูปโภค (0.084) และการขนส่ง (0.082) มีความสำคัญรองลงมาตามลำดับ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับความพร้อมของพื้นที่และแรงงานฝีมือซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการคงความได้เปรียบทางการแข่งขัน ข้อมูลนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการในการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งได้อย่างเป็นระบบ และเป็นข้อมูลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนกรงนกในพื้นที่ให้ยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ: การวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น การตัดสินใจ กรงนกเขาชวา ทำเลที่ตั้ง

Abstract

The objective of this research is to examine the factors and analyze their respective weights of importance influencing the location selection for Zebra Dove cage shops in Songkhla Province. By applying the Analytic Hierarchy Process (AHP), the researcher collected data through purposive sampling from 10 specialized Zebra Dove cage entrepreneurs in the area. The analysis framework incorporates seven key factors: 1) Facilities, 2) Labor, 3) Land, 4) Total Costs, 5) Local Policies, 6) Infrastructure Readiness, and 7) Transportation.

The results of the study reveal that the facilities factor carries the highest weight of importance at 0.327, followed by labor at 0.175, and land at 0.121. Other factors, including total costs (0.113), local policies (0.100), infrastructure readiness (0.084), and transportation (0.082), were found to be of secondary importance, respectively. These findings indicate that entrepreneurs prioritize site readiness and access to skilled labor as the primary drivers for maintaining a competitive advantage. This research serves as a systematic guideline for entrepreneurs in site selection and provides strategic data for relevant agencies to further promote and sustain birdcage community enterprises in the region.

Keywords: Analytic Hierarchy Process, Decision Making, Javanese Dove Cage, Location Selection

บทนำ

ประเทศไทยเป็นดินแดนที่เปี่ยมไปด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) ซึ่งเกิดจากการสั่งสมองค์ความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ของประชาชนที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนานผ่านกระบวนการเรียนรู้ การสังเกต และการคิดวิเคราะห์เพื่อปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและการดำรงชีวิต ภูมิปัญญาเหล่านี้มิได้เป็นเพียงความรู้ที่หยุดนิ่ง แต่เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่ตกผลึกเป็นแนวทางปฏิบัติที่มีคุณค่าและเป็นประโยชน์ต่อการดำรงชีพของคนในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Warren D. M. Warren ที่ระบุว่าองค์ความรู้ท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Warren, 1991) ทั้งในระดับชาติที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของความเป็นไทย และในระดับท้องถิ่นที่แสดงถึงความสามารถเฉพาะตัวของคนในพื้นที่ในการแก้ปัญหาและสร้างสรรค์สิ่งอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน การนำภูมิปัญญาเหล่านี้มาประยุกต์ใช้ร่วมกับความคิดสร้างสรรค์ได้นำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและการพัฒนาที่ยั่งยืนในหลายพื้นที่ทั่วประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย ซึ่งในเชิงทฤษฎีสอดคล้องกับแนวคิดคลัสเตอร์ของ Michael E. Porter ที่อธิบายว่าการ

รวมตัวของผู้ผลิตในพื้นที่เดียวกันช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและเพิ่มประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจของชุมชน (Porter, 1998) ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงโดดเด่นและเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางคือ การทำกรงนก ซึ่งมีความเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมการเลี้ยงนกของชาวปักษ์ใต้

อย่างไรก็ตาม เมื่อการทำกรงนกขยายตัวจากการผลิตเชิงหัตถกรรมในครัวเรือนไปสู่ระบบธุรกิจการค้าที่เต็มรูปแบบมากขึ้น ผู้ประกอบการจึงต้องเผชิญกับการแข่งขันที่สูงขึ้นในตลาด การบริหารจัดการธุรกิจให้ประสบความสำเร็จจำเป็นต้องอาศัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ โดยเฉพาะการเลือกทำเลที่ตั้ง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ในบริบทของการตัดสินใจดังกล่าว แนวคิดของ Thomas L. Saaty ผู้พัฒนา Analytic Hierarchy Process (AHP) ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในการแก้ปัญหาการตัดสินใจแบบหลายเกณฑ์ โดยวิธีการนี้ช่วยให้สามารถเปรียบเทียบปัจจัยต่าง ๆ อย่างเป็นระบบและกำหนดค่าน้ำหนักความสำคัญได้อย่างชัดเจน (Saaty, 1980) นอกจากนี้ งานวิจัยของ Zare และคณะ ยังได้แสดงให้เห็นว่าการประยุกต์ใช้ AHP มาเป็นส่วนสนับสนุนการเลือกทำเลที่ตั้งสามารถช่วยลดความคลาดเคลื่อนในการตัดสินใจและเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลลัพธ์ได้อย่างมีนัยสำคัญ (Zare et al., 2025)

แม้ว่าจะมีงานวิจัยเกี่ยวกับการเลือกทำเลที่ตั้งในหลาย ธุรกิจแต่ยังไม่พบการประยุกต์ใช้ AHP กับธุรกิจร้านขายกรงนกเขาขาวในจังหวัดสงขลา

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้ง
2. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้ง

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตเนื้อหา คือ การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการประยุกต์ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้นในการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งร้านขายกรงนกเขาขาว
2. ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง คือ ร้านขายกรงนกเขาขาวในจังหวัดสงขลา 10 ร้าน ด้วยวิธีการเจาะจง
3. ขอบเขตด้านตัวแปร คือ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวก แรงงาน ที่ดิน ต้นทุนรวม นโยบายท้องถิ่น ความพร้อมด้านสาธารณูปโภค และการขนส่ง
4. ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้วิจัยทำการศึกษาทำเลที่ตั้งร้านขายกรงนกเขาขาวใน จังหวัดสงขลา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการเลือกทำเลที่ตั้ง โดยอาศัยวิธีการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (AHP) ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการเลือกทำเลที่ตั้งร้านขายกรงนกเขาชวาในพื้นที่ จังหวัดสงขลา
2. ช่วยอนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาการทำกรงนกของชุมชนบ้านนา อำเภोजังหวัดสงขลา ให้คงอยู่และสามารถถ่ายทอดต่อไปสู่คนรุ่นใหม่ รวมทั้งเป็นแนวทางในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเชิงกลยุทธ์และการพัฒนาสังคม

1. ช่วยเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของธุรกิจกรงนกเขาชวาในระดับท้องถิ่นและระดับภูมิภาค โดยผู้ประกอบการสามารถใช้ข้อมูลเชิงกลยุทธ์จากการวิเคราะห์ AHP เพื่อวางแผนเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ลดความเสี่ยงในการลงทุน และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน
2. สนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน ผ่านการสร้างงาน สร้างรายได้ และกระจายโอกาสทางเศรษฐกิจให้แก่ช่างฝีมือ ผู้ผลิตวัสดุ และผู้ประกอบการในพื้นที่ อันนำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดสงขลา
3. ส่งเสริมการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและสร้างความเข้มแข็งทางสังคม โดยการพัฒนาธุรกิจกรงนกเขาชวาให้สามารถดำรงอยู่ควบคู่กับวัฒนธรรมท้องถิ่น ช่วยให้เห็นคุณค่าและมีส่วนร่วมในการสืบสานอาชีพดั้งเดิมของชุมชนอย่างต่อเนื่อง

แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น (Analytic Hierarchy Process: AHP)

กระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น เป็นวิธีการหนึ่งที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (Best Alternatives) พัฒนาขึ้นโดย Saaty (Saaty, T.L., 1980) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจ มีหลักการ 4 ขั้นตอน คือ การกำหนดเป้าหมาย กำหนดเกณฑ์ เกณฑ์ย่อย และทางเลือก ตามลำดับ แล้วจึงวิเคราะห์หาทางเลือกที่ดีที่สุด โดยการเปรียบเทียบการคัดเลือกทางเลือกทีละคู่ ว่าเกณฑ์ไหนสำคัญกว่ากัน โดยการให้คะแนนตามความสำคัญหรือความชอบจนครบทุกเกณฑ์ และจะสามารถหาทางเลือกที่ดีที่สุดได้ ปัจจุบัน AHP มีผู้นิยมใช้กันมากขึ้น (Laguna, E. H., Sanchez-Toribio, M. I., Diaz, L. R. and A. Leon., 1999) โดยมีการพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อช่วยให้การวิเคราะห์ตัดสินใจทำได้ง่ายและสะดวกขึ้น จุดเด่นที่สำคัญของกระบวนการ AHP (วิฑูรย์ ตันศิริคงคล, 2557) คือ เป็นการเปรียบเทียบปัจจัยการตัดสินใจทีละคู่ เพื่อลดความสับสนของผู้ตอบแบบสอบถาม และมีการตรวจสอบความสอดคล้องของข้อมูลตลอดการ

วิเคราะห์ป้องกันความผิดพลาด วิทอร์ย ดันศิริคงคล (2557) ได้กล่าวว่า กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (Analytic Hierarchy Process: AHP) ได้ถูกคิดค้นโดย Dr. Thomas Saaty (โทมัส ซาตตี้) ผู้ซึ่งได้รับปริญญาเอกทางด้านคณิตศาสตร์จากมหาวิทยาลัยเยล (Yale University) โดยมหาวิทยาลัยเยลนี้เป็น มหาวิทยาลัยที่ก่อตั้งใน ค.ศ. 1701 ตั้งอยู่ที่นิวเฮเวน รัฐคอนเนตทิคัต ประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อ ประมาณ 20 ปีก่อน Dr. Thomas Saaty เป็นอาจารย์สอนอยู่ที่มหาวิทยาลัยเพนซิลเวเนีย (University of Pennsylvania) ซึ่งมหาวิทยาลัยแห่งนี้เป็นมหาวิทยาลัยเอกชนชั้นนำ ก่อตั้งในปี ค.ศ. 1740 สถานที่ตั้งอยู่ที่เมือง ฟิลาเดลเฟีย ในรัฐเพนซิลเวเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา ในขณะเดียวกัน Dr. Thomas Saaty สอนหนังสือที่มหาวิทยาลัยเพนซิลเวเนียก็ได้พัฒนากระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ขึ้นมา Saaty (1980) ได้กล่าวว่า กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่ใช้ สำหรับการแก้ไขปัญหาแบบมีเกณฑ์หลายเกณฑ์เพื่อหาทางเลือกการตัดสินใจที่เหมาะสม และที่สำคัญคือเป็นกระบวนการอย่างมีประสิทธิภาพและมีความสามารถในการจัดเรียงระดับความสำคัญได้ดีในการคัดเลือก

ลำดับชั้นในการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (AHP) มีขั้นตอน ดังนี้

1. กำหนดปัญหาและแยกองค์ประกอบของปัญหา
2. สร้างแผนภูมิลำดับชั้น หลังจากแยกย่อยองค์ประกอบของปัญหาทั้งหมดแล้วจึงจัดระบบใหม่ให้องค์ประกอบเหล่านั้นอยู่ในรูปของแผนภูมิลำดับชั้น ซึ่งลักษณะของแผนภูมิจะแสดงถึงความสัมพันธ์และความเชื่อมโยงกันของปัจจัยต่าง ๆ
3. การวินิจฉัยหาลำดับความสำคัญ เป็นการวินิจฉัยเปรียบเทียบปัจจัยต่าง ๆ เป็นคู่ ๆ ภายใต้เกณฑ์การตัดสินใจแต่ละเกณฑ์ (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 มาตรฐานในการวินิจฉัยเปรียบเทียบคู่

ระดับความเข้มข้น ของความสำคัญ	ความหมาย	คำอธิบาย
1	สำคัญเท่ากัน	ทั้งสองปัจจัยส่งผลกระทบต่อวัตถุประสงค์เท่า ๆ กัน
3	สำคัญกว่าปานกลาง	ประสบการณ์และการวินิจฉัยแสดงถึงความพึงพอใจในปัจจัยหนึ่งมากกว่าอีกปัจจัยหนึ่งปานกลาง
5	สำคัญกว่ามาก	ประสบการณ์และการวินิจฉัยแสดงถึงความพึงพอใจในปัจจัยหนึ่งมากกว่าอีกปัจจัยหนึ่งมาก

ระดับความเข้มข้น ของความสำคัญ	ความหมาย	คำอธิบาย
7	สำคัญกว่ามากที่สุด	ปัจจัยหนึ่งได้รับความพึงพอใจมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับอีกปัจจัยหนึ่ง ในทางปฏิบัติปัจจัยนั้นได้มีอิทธิพลเหนือกว่าอย่างเห็นได้ชัด
9	สำคัญกว่าสูงสุด	มีหลักฐานยืนยันความพึงพอใจในปัจจัยหนึ่งมากกว่าอีกปัจจัยหนึ่งในระดับที่สูงสุดเท่าที่จะเป็นไปได้
2,4,6,8	สำหรับในกรณี ประนีประนอมเพื่อลด ช่องว่างระหว่างระดับ ความรู้สึ	บางครั้งผู้ทำการตัดสินใจต้องการวินิจฉัยในลักษณะที่กำกวมและไม่สามารถอธิบายด้วยคำพูดที่เหมาะสมได้
1.1-1.9	ปัจจัยที่เสมอกัน	เมื่อปัจจัยถูกเลือกขึ้นมานั้นมีความสำคัญใกล้เคียงกันและเกือบหาความแตกต่างไม่ได้เลย 1.3 คือระดับกลางๆ 1.9 คือระดับสูงสุด

ที่มา Saaty TL. (1980)

จากแนวคิดดัง AHP จึงเป็นเครื่องมือที่เหมาะสมในการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งที่มีหลายปัจจัยเกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รัตนดิยากร มีรัตน์ และ บุญทรัพย์ พานิชการ (2567) ศึกษาการหาตำแหน่งที่ตั้งที่เหมาะสมสำหรับศูนย์กระจายสินค้าผักและผลไม้ในจังหวัดอุดรดิคต์ โดยใช้แบบจำลองทางคณิตศาสตร์ร่วมกับโปรแกรม Excel Solver เพื่อหาค่าคำตอบที่ดีที่สุด (Optimization) ในการลดต้นทุนรวมและระยะเวลาการขนส่ง ปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์ประกอบด้วย ต้นทุนการจัดตั้งและการขนส่ง ปริมาณความจุ ผลผลิต ระยะทาง และเวลา ผลการศึกษาพบว่า พื้นที่ที่เหมาะสมที่สุดเมื่อพิจารณาทั้งด้านต้นทุนและระยะเวลาควบคู่กันประกอบด้วย 5 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง ท่าปลา น้ำปาด บ้านโคกและลับแล โดยมีต้นทุนรวมต่ำสุดที่ 46,066,154 บาทต่อปี และระยะเวลารวมน้อยที่สุด 45,344 นาทีต่อปี

สุรพงศ์ อินทรภักดี และคณะ (2566) วิจัยการเลือกทำเลที่ตั้งและวิเคราะห์รูปแบบการขนส่งสินค้าเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดอุดรธานี โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพกับกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวน 20 กลุ่ม จากประชากรทั้งหมด 2,717 กลุ่ม วิเคราะห์ตำแหน่งที่ตั้งด้วยวิธีจุดศูนย์กลางแรงโน้มถ่วง (Center of Gravity) ผลการวิจัยระบุว่า ตำบลหนองนาคำ อำเภอเมือง จังหวัด

อุดรธานี เป็นทำเลที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า โดยการปรับรูปแบบการขนส่งเป็นแบบ Direct Shipment สามารถลดระยะทางได้ร้อยละ 0.67 และลดต้นทุนรวมได้ร้อยละ 3.60 ข้อมูลดังกล่าวสามารถใช้สนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ในการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าเพื่อส่งเสริมระบบการค้าและวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ได้อย่างเป็นรูปธรรม

วิธีการดำเนินงาน

1. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ โดยทำการศึกษาจากเอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งร้านขายกรงนกเขาขาวและทำการเก็บรวบรวมปัจจัยที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ใช้กับการตัดสินใจเลือกแหล่งเลือกทำเลที่ตั้งร้านขายกรงนกเขาขาว โดยได้ปัจจัย ดังนี้

1.1 การขนส่ง (ปริฉัตร วงศ์ปัจฉิม, 2560; กันต์ธมน สุขกระจ่าง, 2560; มาตรฐาน แจ่มจัน และอภิชาติ โสภางค์, 2558; สุรพงศ์ อินทรภักดี และคณะ, 2566; กริชชัย ขาวจ้อย, 2561; Kellner, 2021; Tate et al., 2014; Roh et al., 2013)

1.2 สิ่งอำนวยความสะดวก (มาตรฐาน แจ่มจัน และอภิชาติ โสภางค์, 2558; กริชชัย ขาวจ้อย, 2561; Kellner, 2021; Tate et al., 2014; Roh et al., 2013)

1.3 แรงงาน (ปริฉัตร วงศ์ปัจฉิม, 2560; กันต์ธมน สุขกระจ่างสาธัญปโลก, 2560; มาตรฐาน แจ่มจัน และอภิชาติ โสภางค์, 2558; กริชชัย ขาวจ้อย, 2561; Roh et al., 2013)

1.4 ต้นทุนรวม (กันต์ธมน สุขกระจ่าง, 2560; มาตรฐาน แจ่มจัน และอภิชาติ โสภางค์, 2558)

1.5 ความพร้อมด้านสาธารณูปโภค (กันต์ธมน สุขกระจ่าง, 2560; มาตรฐาน แจ่มจัน และอภิชาติ โสภางค์, 2558)

1.6 ที่ดิน (กันต์ธมน สุขกระจ่าง, 2560; มาตรฐาน แจ่มจัน และอภิชาติ โสภางค์, 2558; กริชชัย ขาวจ้อย, 2561)

1.7 นโยบายท้องถิ่น (ปริฉัตร วงศ์ปัจฉิม, 2560; Tate et al., 2014; Roh et al., 2013)

2. การสร้างเครื่องมือ โดยมีขั้นตอน ดังนี้

2.1 ศึกษาเอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการประยุกต์ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงลำดับขั้นในการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งร้านขายกรงนกเขาขาว จังหวัดสงขลา และเอกสารรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องมาจัดทำโครงสร้างแบบสัมภาษณ์

2.2 สร้างแบบสัมภาษณ์โดยเปรียบเทียบรายคู่ตามวิธีการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น 9

ระดับ ดังรูปที่ 1

คู่ที่	ปัจจัยแรก	ปัจจัยหลัง	ปัจจัยแรกมีความสำคัญมากกว่าปัจจัยแรก									เท่ากัน	ปัจจัยหลังมีความสำคัญมากกว่าปัจจัยหลัก								
1	การขนส่ง	สิ่งอำนวยความสะดวก	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
2	การขนส่ง	ด้านแรงงาน	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
3	การขนส่ง	ต้นทุนรวม	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
4	การขนส่ง	ความพร้อมด้านสาธารณูปโภค	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
5	การขนส่ง	ที่ดิน	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
6	การขนส่ง	นโยบายของรัฐท้องถิ่น	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
7	สิ่งอำนวยความสะดวก	ด้านแรงงาน	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
8	สิ่งอำนวยความสะดวก	ด้านแรงงาน	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
9	สิ่งอำนวยความสะดวก	ความพร้อมด้านสาธารณูปโภค	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
10	สิ่งอำนวยความสะดวก	ที่ดิน	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
11	สิ่งอำนวยความสะดวก	นโยบายของรัฐท้องถิ่น	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
12	ด้านแรงงาน	ต้นทุนรวม	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
13	ด้านแรงงาน	ความพร้อมด้านสาธารณูปโภค	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
14	ด้านแรงงาน	ที่ดิน	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
15	ด้านแรงงาน	นโยบายของรัฐท้องถิ่น	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		

รูปที่ 1 ตัวอย่างแบบสัมภาษณ์

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 กำหนดเกณฑ์และตัวเลือก โดยระบุปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจ

3.2 เปรียบเทียบแบบคู่ โดยการรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ (รูปที่ 1) และนำไปสร้างเมทริกซ์เปรียบเทียบปัจจัย (ตารางที่ 1)

3.3 คำนวณน้ำหนัก โดยใช้สูตรทางคณิตศาสตร์เพื่อหาน้ำหนักความสำคัญของแต่ละเกณฑ์

จัดลำดับตัวเลือก โดยการนำผลค่าน้ำหนักของเกณฑ์มาคำนวณเพื่อหาตัวเลือกที่ดีที่สุด

3.4 สรุปผลการวิเคราะห์ จะได้ค่าน้ำหนักเพื่อจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยแต่ละปัจจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การประยุกต์ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้นในการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งร้านขายกรงนกเขาชวา จังหวัดสงขลา กรณีศึกษา จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยและวิเคราะห์ค่าน้ำหนักปัจจัยในการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งร้านขายกรงนกเขาชวา ด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น ผู้ร้านกรงนกเขาชวา ในพื้นที่ จังหวัดสงขลา จำนวน 10 ร้าน ด้วยวิธีการเจาะจง ประกอบด้วย 7 ปัจจัย ได้ค่าน้ำหนักดังแสดงในตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ค่าน้ำหนักของปัจจัย

ปัจจัย	ค่าน้ำหนัก	ลำดับ
สิ่งอำนวยความสะดวก	0.327	1
แรงงาน	0.175	2
ที่ดิน	0.121	3
ต้นทุนรวม	0.113	4
นโยบายท้องถิ่น	0.100	5
ความพร้อมด้านสาธารณูปโภค	0.084	6
การขนส่ง	0.082	7

จากตารางที่ 2 ค่าน้ำหนักด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่ามากที่สุด เท่ากับ 0.327 รองลงมา คือ ด้านแรงงานเท่ากับ 0.175 และด้านที่ดิน เท่ากับ 0.121 ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ด้วยกระบวนการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (Analytic Hierarchy Process: AHP) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.327 หรือคิดเป็นร้อยละ 32.70 ของความสำคัญทั้งหมด แสดงให้เห็นว่า การเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ระบบไฟฟ้า น้ำประปา แหล่งบริการ และความสะดวกในการดำเนินกิจกรรม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำเลหรือดำเนินงานมากที่สุด ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของการวิเคราะห์ AHP ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่สามารถสนับสนุนประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวม

รองลงมา คือ ด้านแรงงาน มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.175 สะท้อนให้เห็นว่า ความพร้อมของแรงงาน ทั้งในด้านจำนวน ทักษะ และค่าแรง เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการดำเนินงานและต้นทุนการผลิต เนื่องจากแรงงานถือเป็นทรัพยากรหลักในการขับเคลื่อนกิจกรรมทางธุรกิจและอุตสาหกรรม

อันดับที่ 3 คือ ด้านที่ดิน มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.121 แสดงให้เห็นว่า ราคาที่ดิน ความเหมาะสมของพื้นที่ และศักยภาพในการขยายกิจการ เป็นองค์ประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจใน

ระดับค่อนข้างสูง ขณะที่ ด้านต้นทุนรวม มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.113 ซึ่งสะท้อนถึงความสำคัญของการควบคุมค่าใช้จ่ายโดยรวมในการดำเนินงาน

สำหรับ ด้านนโยบายท้องถิ่น มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.100 แสดงให้เห็นว่า การสนับสนุนจากภาครัฐ กฎระเบียบ และมาตรการส่งเสริมการลงทุน มีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง ส่วนด้านความพร้อมด้านสาธารณูปโภค และ ด้านการขนส่ง มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.084 และ 0.082 ตามลำดับ แม้จะมีค่าน้ำหนักน้อยกว่าองค์ประกอบอื่น แต่ยังถือเป็นปัจจัยสนับสนุนที่มีความจำเป็นต่อประสิทธิภาพของการดำเนินงานโดยรวม

การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

อภิปรายผล

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งสูงสุดคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (0.327) ซึ่งสะท้อนว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจและการเข้าถึงของลูกค้ามากกว่าปัจจัยด้านราคาเพียงอย่างเดียว สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ ที่ระบุว่าลักษณะทางกายภาพและสิ่งอำนวยความสะดวก (Physical Evidence/Facilities) เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและดึงดูดใจผู้บริโภคในธุรกิจค้าปลีก

ปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นลำดับที่ 2 คือ ด้านแรงงาน (0.175) เนื่องจากการผลิตกรงนกเขาชวาเป็นงานหัตถกรรมประณีตที่ต้องใช้ทักษะฝีมือเฉพาะด้าน (Skilled Labor) ซึ่งจังหวัดสงขลาเป็นแหล่งรวมช่างฝีมือที่มีชื่อเสียง สอดคล้องกับ ทฤษฎีทำเลที่ตั้งของ Weber (Weber's Location Theory) ที่อธิบายว่าอุตสาหกรรมที่ต้องใช้ทักษะเฉพาะจะเลือกตั้งอยู่ในแหล่งที่มีแรงงานฝีมือหนาแน่นเพื่อรักษาคุณภาพการผลิต

สำหรับปัจจัย ด้านที่ดิน (0.121) และ ด้านต้นทุนรวม (0.113) มีความสำคัญในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมองว่าความเหมาะสมเชิงพื้นที่และโอกาสทางการตลาดมีความสำคัญเหนือกว่าการลดต้นทุนในระยะสั้น ด้านการขนส่ง (0.082) มีความสำคัญน้อยที่สุด ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ Key et al. (2000) ที่มักเน้นว่าต้นทุนธุรกรรมและการขนส่งเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจ แต่ในกรณีนี้อาจเป็นเพราะโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่ศึกษาไม่มาตรฐานใกล้เคียงกัน หรือสินค้ากรงนกมีลักษณะเป็นสินค้าเฉพาะกลุ่มที่ลูกค้าตั้งใจเดินทางมาซื้อโดยตรง ทำให้ระยะทางไม่ใช่ข้อจำกัดหลัก

โดยสรุป การใช้เทคนิค AHP ช่วยให้เห็นภาพรวมว่าผู้ประกอบการให้ค่าความสำคัญกับ "ความพร้อมของพื้นที่และแรงงานฝีมือ" เป็นหัวใจสำคัญในการคงความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับการจัดลำดับความสำคัญในงานวิจัยเชิงกลยุทธ์ที่ผ่านมา (วิฑูรย์ ตันศิริคงคล, 2557)

ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า เทคนิค AHP สามารถช่วยสนับสนุนการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งธุรกิจชุมชนได้อย่างเป็นระบบ และสามารถประยุกต์ใช้กับธุรกิจท้องถิ่นประเภทอื่นได้ในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งร้านขายกรงนกเขาชวาในจังหวัดสงขลาด้วยเทคนิค AHP พบว่าผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการพัฒนา สิ่งอำนวยความสะดวก เป็นอันดับแรกเนื่องจากมีค่าน้ำหนักความสำคัญสูงสุดที่ 0.327 โดยการปรับปรุงหน้าร้านให้มีความพร้อมในการต้อนรับลูกค้าและแสดงสินค้าหัตถกรรมได้อย่างโดดเด่น ในขณะเดียวกันควรมีกลยุทธ์การบริหารจัดการ แรงงาน (0.175) เพื่อรักษาช่างฝีมือในท้องถิ่นซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนสำคัญลำดับที่สอง สำหรับการเลือก ที่ดิน (0.121) ควรพิจารณาเชิงยุทธศาสตร์ที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจมากกว่าการคำนึงถึง ต้นทุนรวม (0.113) เพียงอย่างเดียว

ในส่วนของภาคเอกชนและหน่วยงานท้องถิ่น ควรส่งเสริม นโยบายท้องถิ่น (0.100) และสาธารณูปโภค (0.084) ที่ช่วยอำนวยความสะดวกแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกรงนกให้มีความแข็งแกร่ง แม้ว่าปัจจัยด้าน การขนส่ง (0.082) จะมีความสำคัญน้อยที่สุดในมุมมองของผู้ประกอบการ แต่ภาครัฐยังคงต้องรักษามาตรฐาน โครงสร้างพื้นฐานเพื่อให้การเข้าถึงแหล่งผลิตเป็นไปได้สะดวก สำหรับการศึกษาวิจัยในอนาคต ควรมีการสำรวจเพิ่มเติมในพื้นที่อื่นหรือเปรียบเทียบกับโมเดลธุรกิจออนไลน์ เพื่อตรวจสอบว่าน้ำหนักของปัจจัยเหล่านี้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยและเทคโนโลยีหรือไม่ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนเชิงพื้นที่และการพัฒนาธุรกิจกรงนกเขาชวาให้ยั่งยืนต่อไป

บทสรุป

การประยุกต์ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้นในการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งร้านขายกรงนกเขาชวา ของ กรณีศึกษา จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมารวบรวมได้ 7 ปัจจัย ดังนี้ สิ่งอำนวยความสะดวก แรงงาน ที่ดิน ต้นทุนรวม นโยบายท้องถิ่น ความพร้อมด้านสาธารณูปโภคการขนส่ง ผลการศึกษา พบว่า ค่าน้ำหนักของปัจจัย สิ่งอำนวยความสะดวก มีค่ามากที่สุด 0.327 รองลงมาคือ แรงงาน 0.175 และที่ดิน 0.121 ตามลำดับ

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณข้อมูลจากเจ้าของร้านขายกรงนกเขาชวา ในพื้นที่ จังหวัดสงขลา จำนวน 10 ร้าน ที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูล และขอขอบคุณอาจารย์คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมที่คอยให้คำแนะนำในการเขียนบทความฉบับนี้

บรรณานุกรม

- กริชชัย ขาวจ้อย. (2561). ศึกษาการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านการเลือกทำเลที่ตั้งของตลาดสดไทยพัฒนาท่าพล ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเพชรบูรณ์ กรณีศึกษาตลาดสดเทศบาล 2 และตลาดเทศบาล 3. *มังรายสาร วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 6(2), 37-52.
- กันต์ธมน สุขกระจ่าง. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจในการเลือกทำเลที่ตั้งของร้านขายแก๊ส โดยวิธี AHP. *วารสารวิชาการคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี*, 10(1), 1-11.
- ปริญธร วงศ์ปัจฉิม. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกทำเลที่ตั้งตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการผลิตขนาดกลางในจังหวัดหนองคาย. *วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม*, 7(2), 10-18.
- มาธุสร แฉ่งขัน และ อภิชาติ โสภางแดง. (2558). การคัดเลือกทำเลที่ตั้งคลังเก็บดอกหญ้าจังหวัดเชียงราย โดยใช้หลักการตัดสินใจแบบหลายหลักเกณฑ์. *วารสารไทยการวิจัยดำเนินงาน*, 3(2), 1-8.
- รัตนดิยากร มิรัตน์ และ บุญทรัพย์ พานิชการ. (2567). การหาคำตอบที่ดีที่สุดของที่ตั้งศูนย์กระจายสินค้าผักและผลไม้จังหวัดอุดรดิตถ์ด้วยแบบจำลองทางคณิตศาสตร์. *วารสารวิชาการนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางอุตสาหกรรม*, 6(1), 110-124.
- วิฑูรย์ ต้นศิริคงคล. (2557). *AHP การตัดสินใจขั้นสูงเพื่อความก้าวหน้าขององค์กรและความอยู่ดีมีสุขของมหาชน*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์, สุกร เสรีรัตน์, และ งามอาจ ปทะวานิช. (2560). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ไคมอนด์ อิน บิสิเนส เวิลด์.
- สุรพงษ์ อินทรภักดี, ภิรายุ แสนบุคดา, และ นภัสวรรณ คุ่มครอง. (2566). การเลือกทำเลที่ตั้งเพื่อจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าการเกษตรกรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดอุดรธานี. *วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 6(2), 153-162.
- Kellner, F. (2021). Exploring the impact of urbanization on consumer goods distribution networks. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 28(2), 101-120.
- Key, N., Sadoulet, E., & Janvry, A. D. (2000). Transactions costs and agricultural household supply response. *American Journal of Agricultural Economics*, 82(2), 245-259.
- Laguna, E. H., Sanchez-Toribio, M. I., Diaz, L. R., & Leon, A. (1999). Multiple criteria decision making (MCDM), Applied to the Modernization Plan of the traditional Irrigation of Mula, Spain. *ICID Journal*, 48(3), 47-58.
- Porter, M. E. (1998). *Clusters and the New Economics of Competition*. Harvard Business Review.

- Roh, S. Y., Jang, H. M., & Han, C. H. (2013). Warehouse location decision factors in humanitarian relief logistics. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 29(1), 103-120.
- Saaty, T. L. (1980). *The Analytic Hierarchy Process: Planning, Priority Setting, Resource Allocation*. New York: McGraw-Hill.
- Tate, W. L., Ellram, L. M., Schoenherr, T., & Petersen, K. J. (2014). Global competitive conditions driving the manufacturing location decision. *Business Horizons*, 57(3), 381-390.
- Warren, D. M. (1991). *Using Indigenous Knowledge in Agricultural Development*. World Bank.
- Zare, Z., Ashrafzadeh, M., & Karatas, M. (2025). A Hybrid Fuzzy AHP and TOPSIS Approach for Warehouse Location Selection. *Computer and Decision Making: An International Journal*, 2, 613-632.