

# การจัดการโซ่อุปทานและความสามารถทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อ ความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน ในประเทศไทย\*

## MANAGEMENT SUPPLY CHAIN AND COMPETITIVENESS INFLUENCING SUCCESS OF INDUSTRY MATTRESS IN THAILAND

อรรถวิทย์ เวียงอินทร์<sup>1</sup>, สุชาติ ปรัชทายานนท์<sup>2</sup>, บุรพร กำบุญ<sup>3</sup> และ ทิพย์ลาวัลย์ แก้วนิล<sup>4</sup>  
Autthawit Waieng-in<sup>1</sup>, Suchart Prakhayanon<sup>2</sup>, Burtaporn Kumboon<sup>3</sup> and Tiplawan Kawenin<sup>4</sup>

<sup>1-4</sup>มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

<sup>1-4</sup>Bangkokthonburi University, Thailand

Corresponding Author's Email: Autthawit-k@hotmail.com

วันที่รับบทความ : 21 มีนาคม 2568; วันแก้ไขบทความ 23 มีนาคม 2568; วันตอบรับบทความ : 25 มีนาคม 2568

Received 21 March 2025; Revised 23 March 2025; Accepted 25 March 2025

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1. เพื่อศึกษาการจัดการโซ่อุปทานและความสามารถทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน ในประเทศไทย 2. เพื่อวิเคราะห์การจัดการโซ่อุปทานและความสามารถทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน ในประเทศไทย 3. เพื่อสร้างโมเดลการจัดการโซ่อุปทานและความสามารถทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอนในประเทศไทย การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบเชิงผสมผสาน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์ของแฮร์ และคณะ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

Citation:



\* อรรถวิทย์ เวียงอินทร์, สุชาติ ปรัชทายานนท์, บุรพร กำบุญ และ ทิพย์ลาวัลย์ แก้วนิล. (2568). การจัดการโซ่อุปทานและความสามารถทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน ในประเทศไทย.

วารสารสหศาสตร์การพัฒนาสังคม, 3(2), 345-359.

Autthawit Waieng-in, Suchart Prakhayanon, Burtaporn Kumboon, Tiplawan Kawenin. (2025). Management Supply Chain And Competitiveness Influencing Success Of Industry Mattress In Thailand. Journal of Interdisciplinary Social Development, 3(2), 345-359.;

DOI: <https://doi.org/10.>

Website: <https://so12.tci-thaijo.org/index.php/JISDIADP/>

### ผลการวิจัยพบว่า

1. การจัดการโซ่อุปทานและความสามารถทางการแข่งขัน มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน ในประเทศไทย ซึ่งค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องของโมเดลจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสมกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์  $\chi^2 = 358.34$ ,  $p\text{-value} > .001$ ,  $\chi^2/df = 1.675$ ,  $RMSEA = .042$ ,  $RMR = .009$ ,  $GFI = .93$ ,  $AGFI = .90$ ,  $NNFI = .98$ ,  $CFI = .98$

2. การจัดการโซ่อุปทานและความสามารถทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน ในประเทศไทย ได้แก่ 1. เส้นอิทธิพลทางตรงที่ส่งผลไปยังตัวแปรการจัดการโซ่อุปทาน มี 2 เส้น 2. เส้นอิทธิพลทางตรงที่ส่งผลไปยังตัวแปรความสำเร็จของอุตสาหกรรม มี 2 เส้น 3. เส้นอิทธิพลทางตรงที่ส่งผลไปยังตัวแปรความสามารถทางการแข่งขัน มี 3 เส้น 4. ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อตัวแปรความสำเร็จของอุตสาหกรรม โดยส่งอิทธิพลทางอ้อมผ่านการจัดการโซ่อุปทาน มี 2 เส้น 5. ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถทางการแข่งขัน มี 3 เส้น

3. ความสามารถทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน ในประเทศไทย มีความเชื่อมโยงซึ่งกันและกันกับความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน แรงขับเคลื่อนภายนอก แรงขับเคลื่อนภายในการจัดการโซ่อุปทาน และความสามารถทางการแข่งขัน

**คำสำคัญ:** การจัดการโซ่อุปทาน, ความสามารถทางการแข่งขัน, ความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน

### Abstract

The objectives of this research are 1. to study supply chain management and technical capabilities; Competition that influences the success of the mattress industry in Thailand 2 . To analyze supply chain management and competitiveness that influence the success of the mattress product industry in Thailand. 3.To create a model of supply chain management and competitiveness that influence the success of the product industry. Mattresses in Thailand

The research results found that:

1. Supply chain management and competitiveness have a direct influence on the success of the mattress industry in Thailand, and the structural equation model fit index is consistent with the empirical data  $\chi^2 = 358.34$ ,  $p\text{-value} > .001$ ,  $\chi^2/df = 1.675$ ,  $RMSEA = .042$ ,  $RMR = .009$ ,  $GFI = .93$ ,  $AGFI = .90$ ,  $NNFI = .98$ ,  $CFI = .98$

2. Supply chain management and competitiveness that influence the success of the mattress industry in Thailand are as follows: 1. Direct influence lines affecting supply chain management variables, there are 2 lines. 2. Direct influence lines affecting industry success variables, there are 2 lines. 3. Direct influence lines affecting competitiveness variables, there are 3 lines. 4. Variables that indirectly influence industry success variables by indirectly influencing through supply chain management, there are 2 lines. 5. Variables that indirectly influence competitiveness, there are 3 lines.

3. The competitive ability that influences the success of the mattress product industry in Thailand is interconnected with the success of the mattress product industry, external driving force internal driving force supply chain management and competitive ability

**Keywords:** Supply chain management, Competitive ability, Success of the mattress industry

## บทนำ

ในปัจจุบันตลาดที่นอนภายในประเทศนั้น มีอัตราการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องมา โดยตลอดและมีมูลค่าของตลาดอยู่ในระดับ 6-7 พันล้านบาท โดยในปี พ.ศ. 2565 ตลาดรวมที่นอนมีมูลค่าอยู่ที่ประมาณ 6.5 พันล้านบาท และมีอัตราเติบโตที่ 10% อย่างต่อเนื่อง (สำนักงานสถิติ ฝ่ายสถิติและข้อมูลสารสนเทศ ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2566) โดยตลาดที่นอนแบ่งเป็นตลาดระดับกลาง-ล่าง (ราคาต่ำกว่า 10,000 บาท) ประมาณร้อยละ 50 และตลาดระดับกลาง-บน (ราคาสูงกว่า 10,000 บาท) ประมาณร้อยละ 50 สำหรับตลาดที่นอนระดับล่างมีสินค้าอยู่ในตลาดนับร้อยยี่ห้อ และมีการแข่งขันกันด้านราคาเป็นหลัก ซึ่งมีช่องทาง

การจำหน่ายผ่านร้านค้าทั่วไป สำหรับตลาดที่นอนระดับบนมีช่องทางการจำหน่ายหลักผ่านทางห้างสรรพสินค้าและร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่มีแนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง สาเหตุหลักเกิดจากการขยายตัวของอสังหาริมทรัพย์ที่มีราคาอยู่ระดับกลางถึงระดับสูงมีมากขึ้น ส่งผลให้ร้านค้าอุปกรณ์ตกแต่งบ้านมีการขยายตัวและเพิ่มสาขามากขึ้น ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ทำให้ที่นอนกลายเป็นอีกสินค้าที่ได้รับอานิสงส์นี้และทำให้ตลาดที่นอนมีการแข่งขันที่รุนแรงตามไปด้วย อันจะเห็นได้จากช่องทางการจำหน่ายสินค้าประเภทที่นอนได้รับการพัฒนาไปอย่างมาก จากการที่มีการเปิดโชว์รูมที่นอนที่มีดีไซน์แปลกใหม่เพิ่มขึ้นมาเป็นจำนวนมาก ทำให้ตลาดที่นอนระดับกลาง-บน มีการแข่งขันที่สูงมาก โดยแบรนด์ที่นอนระดับนี้นั้นในปัจจุบันมีอยู่ประมาณ 20 แบรนด์ (สุภัทรา ปานสุวรรณจิตร, 2554) ซึ่งหากเป็นตลาดระดับกลางและระดับบนที่ครองส่วนแบ่งหลักอยู่ในตลาดของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอนนั้น มีการแข่งขันกันสูงมาก ทำให้ผู้ประกอบการที่มีอยู่เดิมหรือผู้ประกอบการที่จะเข้าสู่ตลาดนี้นั้น มีความจำเป็นต้องมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้และต้องมีการพัฒนาศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง มิเช่นนั้นจะไม่สามารถแข่งขันหรือสามารถคงอยู่ในตลาดที่มีการแข่งขันสูงเช่นนี้ได้

ดังนั้นแนวคิดในการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ที่นอนนั้นจึงมีความสำคัญมากในอุตสาหกรรมที่นอนและตลาดที่นอน ซึ่งเป็นตลาดที่มีการแข่งขันกันสูง ทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ แต่การที่จะสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น ข้อมูลทางด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคต้องการเป็นสิ่งจำเป็นอันดับแรกที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงผู้ประกอบการมีหน้าที่ต้องค้นหาความต้องการของผู้บริโภคก่อนนำแนวคิดที่ได้มาพัฒนาผลิตภัณฑ์ในส่วนของการผลิต เพราะตามแนวคิดการตลาดสมัยใหม่นั้นผู้ประกอบการควรผลิตผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของผู้บริโภค (Market-Driven Approach) มากกว่าใช้การผลิตเป็นตัวนำในการทำการตลาด (Product-Driven Approach) ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดภายใต้เงื่อนไขทางการตลาดที่กำหนดไว้ต่อไป การที่ผู้ผลิตต้องการผลิตผลิตภัณฑ์ที่นอนที่มีคุณภาพ ที่ผู้บริโภคต้องการนั้น จะช่วยสร้างความมั่นใจว่าผู้ผลิตเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคดีเพียงพอและสามารถทำนายได้ว่าผลิตภัณฑ์นั้นจะมีตลาดรองรับ

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้จะให้ประโยชน์กับผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน ทั้งในส่วนของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายที่จะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ทั้งในการใช้เป็นข้อมูลช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่นอนให้ตรงกับ

ความต้องการของผู้บริโภคและการจัดการโซ่อุปทาน การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการโซ่อุปทานและความสามารถทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน ในประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์การจัดการโซ่อุปทานและความสามารถทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน ในประเทศไทย
3. เพื่อสร้างโมเดลการจัดการโซ่อุปทานและความสามารถทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน ในประเทศไทย

### สมมติฐานของการวิจัย

1. สมมติฐานที่ 1 แรงขับเคลื่อนภายนอก มีอิทธิพลต่อการจัดการโซ่อุปทาน
2. สมมติฐานที่ 2 แรงขับเคลื่อนภายใน มีอิทธิพลต่อการจัดการโซ่อุปทาน
3. สมมติฐานที่ 3 แรงขับเคลื่อนภายใน มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน
4. สมมติฐานที่ 4 การจัดการโซ่อุปทาน มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน
5. สมมติฐานที่ 5 แรงขับเคลื่อนภายนอก มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางการแข่งขัน
6. สมมติฐานที่ 6 การจัดการโซ่อุปทาน มีอิทธิพลทางต่อความสามารถทางการแข่งขัน
7. สมมติฐานที่ 7 ความสามารถทางการแข่งขัน มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน
8. สมมติฐานที่ 8 แรงขับเคลื่อนภายใน มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน
9. สมมติฐานที่ 9 แรงขับเคลื่อนภายนอก มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสำเร็จของ

### อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน

10. สมมติฐานที่ 10 แรงขับเคลื่อนภายนอก มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถทางการแข่งขัน โดยส่งผ่านความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน

11. สมมติฐานที่ 11 การจัดการโซ่อุปทาน มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถทางการแข่งขัน โดยส่งผ่านความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน

12. สมมติฐานที่ 12 แรงขับเคลื่อนภายใน มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถทางการแข่งขัน โดยส่งผ่านการจัดการโซ่อุปทาน และความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีกำหนดวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

#### 1. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการ ผู้บริหาร ที่จดทะเบียนนิติบุคคล ดำเนินกิจการการอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน ในประเทศไทย จำนวน 12,525 กิจการ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2566) โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างโดยการใช้จำนวนตัวแปรสังเกตได้มาพิจารณา ซึ่งตัวแปรสังเกตได้ 1 ตัวแปรควรมีตัวอย่างอย่างน้อย 10-20 คน (Schumacher & Iomax, 2010) เมื่อเลือกใช้อัตราส่วน 20:1 จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น แบ่งออกเป็น กรุงเทพมหานคร ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้

#### 2. เครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

ใช้การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling, SEM) เพื่อ ศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ เป็นการบูรณาการระหว่างการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) กับการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อทดสอบความสอดคล้องของตัวแบบที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และตรวจสอบความตรงของตัวแบบ (Validation of the เป็นภาพรวมทั้งตัวแบบ ด้วยโปรแกรม LISREL โดยการประมาณค่าพารามิเตอร์หลายๆ ค่าพร้อมกัน ด้วยวิธีความควรจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood) (มิญช์มันัส วรรณมทินทร์, 2544 : 9)

ผลการตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน พบว่า ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง 0.20 ถึง 1.00 มีค่าดัชนีความสอดคล้องโดยเฉลี่ยทั้งฉบับเท่ากับ 0.98 ซึ่งมากกว่า 0.50 จึงถือว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย และมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Kline, 2011, ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2556) โดยผู้วิจัยทำการปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องต่ำกว่า 0.50 ตาม ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญก่อนนำไปทดลองใช้ (Try Out) โดยสามารถแสดงค่า ดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถามได้

### 3. วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

หลังจากที่ได้ดำเนินการพัฒนาแบบสอบถามแบบแล้ว เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ในตัวแปรความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน ในประเทศไทยดำเนินการเก็บข้อมูลใน 4 ประเด็น ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และเติบโต หลังจากนั้นดำเนินการตรวจสอบการตอบแบบสอบถามแต่ละฉบับแล้ว คัดเลือกแบบสอบถามที่ตอบทุกข้อ และวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของการตอบแบบสอบถาม

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติดังนี้ การหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) การตรวจสอบค่าเฉลี่ย (Means) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างโดยโปรแกรมลิสมเรล

## ผลการวิจัย

### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.75 และเป็นเพศหญิง จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25 โดยส่วนใหญ่มีอายุ ระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 รองลงมา อายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 และมีอายุ 21 – 30 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 ระดับการศึกษาสูงสุดคือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.75 รองลงมา ได้แก่ ระดับการศึกษาปริญญาโท

จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ปริญญาเอก จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 และระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 ส่วนใหญ่มีตำแหน่งเจ้าของกิจการ/ประธาน/รองประธาน จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.25 รองลงมา ได้แก่ กรรมการผู้จัดการ/ผู้ช่วย จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 ผู้จัดการ/รองผู้จัดการฝ่าย จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 และอื่นๆ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ขนาดของสถานประกอบการ 200 – 500 คน จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 รองลงมา 50 – 199 คน จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 ขนาดของสถานประกอบการ 501 – 1,000 คน จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 น้อยกว่า 50 คน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 และตั้งแต่ 1,001 คนขึ้นไป จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ส่วนใหญ่ 6 – 10 ปี จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50 รองลงมา ได้แก่ 11 – 15 ปี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 3 – 5 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 16 ปีขึ้นไป จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 และน้อยกว่า 3 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 ตามลำดับ

## 2. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน

2.1 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงขับเคลื่อนภายนอก ด้านการตลาด มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.972$ , S.D. = 0.700) ด้านสังคม มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.815$ , S.D. = 0.712) และด้านกฎหมาย มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.586$ , S.D. = 0.694)

2.2 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงขับเคลื่อนภายใน ด้านแรงจูงใจของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.199$ , S.D. = 0.797) ด้านวัฒนธรรมขององค์กร มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.921$ , S.D. = 0.857) และด้านผู้บริหารระดับสูง มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.703$ , S.D. = 0.931)

2.3 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการโซ่อุปทาน ด้านการจัดการลูกค้า มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.400$ , S.D. = 0.398) ด้านการจัดการซัพพลายเออร์ มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.237$ , S.D. = 0.402) และด้านการจัดการการผลิต มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.703$ , S.D. = 0.389)

2.4 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถทางการแข่งขัน ด้านการตลาด มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.282$ , S.D. = 0.557) ด้านตลาดเฉพาะกลุ่ม มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.069$ , S.D. = 0.564) และด้านการสร้างความแตกต่าง มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.005$ , S.D. = 0.555)

2.5 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จของอุตสาหกรรม ด้านกระบวนการภายใน มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.185$ , S.D. = 0.4748) ด้านลูกค้า มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.047$ , S.D. =

0432) ด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.019$ , S.D. = 0.458) และด้านการการเรียนรู้และเติบโต มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.959$ , S.D. = 0.529)

### 3. สรุปผลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่กำหนดเป็นเส้นอิทธิพลของโมเดลตามสมมติฐานการวิจัย มีดังนี้

1. เส้นอิทธิพลทางตรงที่ส่งผลไปยังตัวแปรการจัดการโซ่อุปทาน มี 2 เส้น คือ
  - 1.1 เส้นอิทธิพลจากตัวแปรแรงขับเคลื่อนภายนอก ไปยังตัวแปรการจัดการโซ่อุปทาน มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .78 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
  - 1.2 เส้นอิทธิพลจากตัวแปรแรงขับเคลื่อนภายใน ไปยังตัวแปรการจัดการโซ่อุปทาน มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .01
2. เส้นอิทธิพลทางตรงที่ส่งผลไปยังตัวแปรความสำเร็จของอุตสาหกรรม มี 2 เส้น คือ
  - 2.1 เส้นอิทธิพลจากตัวแปรแรงขับเคลื่อนภายใน ไปยังตัวแปรความสำเร็จของอุตสาหกรรม มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .87 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
  - 2.2 เส้นอิทธิพลจากตัวแปรการจัดการโซ่อุปทาน ไปยังตัวแปรความสำเร็จของอุตสาหกรรม มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .01
3. เส้นอิทธิพลทางตรงที่ส่งผลไปยังตัวแปรความสามารถทางการแข่งขัน มี 3 เส้น คือ
  - 3.1 เส้นอิทธิพลจากตัวแปรภายนอก ไปยังตัวแปรความสามารถทางการแข่งขัน มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .41
  - 3.2 เส้นอิทธิพลจากตัวแปรการจัดการโซ่อุปทาน ไปยังตัวแปรความสามารถทางการแข่งขัน มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .31
  - 3.3 เส้นอิทธิพลจากตัวแปรความสามารถทางการแข่งขัน ไปยังตัวแปรความสำเร็จของอุตสาหกรรม มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .01
4. ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อตัวแปรความสำเร็จของอุตสาหกรรม โดยส่งอิทธิพลทางอ้อมผ่านการจัดการโซ่อุปทาน มี 2 เส้น คือ
  - 4.1 ตัวแปรแรงขับเคลื่อนภายใน มีอิทธิพลทางอ้อมต่อตัวแปรความสำเร็จของอุตสาหกรรม ด้วยค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .01
  - 4.2 ตัวแปรแรงขับเคลื่อนภายนอก มีอิทธิพลทางอ้อมต่อตัวแปรความสำเร็จของอุตสาหกรรม ด้วยค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .01
5. ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถทางการแข่งขัน มี 3 เส้น คือ

5.1 ตัวแปรแรงขับเคลื่อนภายนอก มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถทางการแข่งขัน ด้วยค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .14 แข่งขัน โดยส่งอิทธิพลทางอ้อมผ่านความสำเร็จของอุตสาหกรรม

5.2 ตัวแปรการจัดการโซ่อุปทาน มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถทางการแข่งขัน ด้วยค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .08 แข่งขัน โดยส่งอิทธิพลทางอ้อมผ่านความสำเร็จของอุตสาหกรรม

5.3 ตัวแปรแรงขับเคลื่อนภายใน มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถทางการแข่งขัน ด้วยค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .01 โดยส่งอิทธิพลทางอ้อมผ่านการจัดการโซ่อุปทาน และความสำเร็จของอุตสาหกรรม ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 แรงขับเคลื่อนภายนอก มีอิทธิพลต่อการจัดการโซ่อุปทาน	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 2 แรงขับเคลื่อนภายใน มีอิทธิพลต่อการจัดการโซ่อุปทาน	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 3 แรงขับเคลื่อนภายใน มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 4 การจัดการโซ่อุปทาน มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 5 แรงขับเคลื่อนภายนอก มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางการแข่งขัน	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 6 การจัดการโซ่อุปทาน มีอิทธิพลทางต่อความสามารถทางการแข่งขัน	สนับสนุน

### ตารางที่ 1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 7 ความสามารถทางการแข่งขัน มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 8 แรงขับเคลื่อนภายใน มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 9 แรงขับเคลื่อนภายนอก มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 10 แรงขับเคลื่อนภายนอก มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถทางการแข่งขัน โดยส่งผ่านความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 11 การจัดการโซ่อุปทาน มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถทางการแข่งขัน โดยส่งผ่านความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 12 แรงขับเคลื่อนภายใน มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถทางการแข่งขัน โดยส่งผ่านการจัดการโซ่อุปทาน และความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน	สนับสนุน

### อภิปรายผล

1. การศึกษาการจัดการโซ่อุปทานและความสามารถทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอนในประเทศไทย

จากผลการวิจัย พบว่าการจัดการโซ่อุปทานมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอนในประเทศไทย โดยเฉพาะการบริหารสินค้าคงคลัง การขนส่ง และการบริหารความสัมพันธ์กับคู่ค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Chopra และ Meindl (2019) ที่ระบุว่าโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพสามารถลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต นอกจากนี้ พบว่าความสามารถทางการแข่งขัน เช่น การบริหารต้นทุน นวัตกรรม และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร ซึ่งตรงกับผลการศึกษาของ Porter (1985) ที่ชี้ให้เห็นว่าความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจ

2. การวิเคราะห์การจัดการโซ่อุปทานและความสามารถทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอนในประเทศไทย

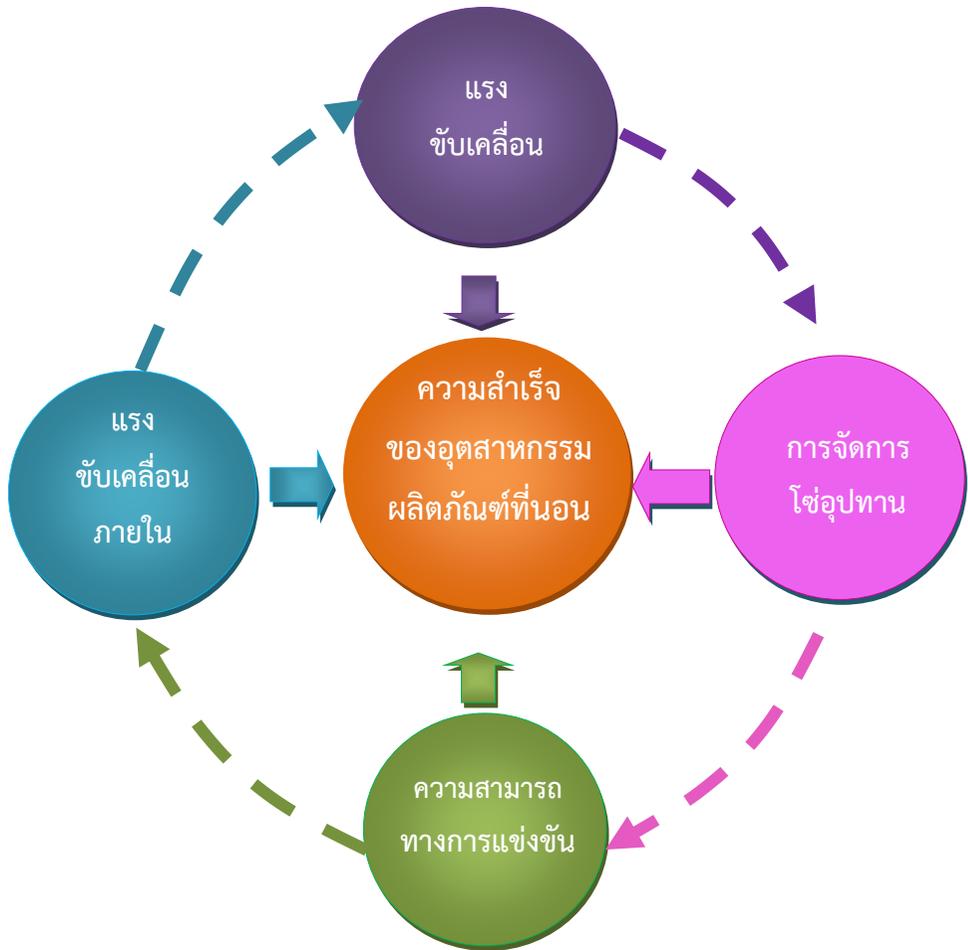
ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่าองค์ประกอบหลักของการจัดการโซ่อุปทาน ได้แก่ การวางแผนเชิงกลยุทธ์ การประสานงานระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล มีผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน (Christopher, 2016) ด้านความสามารถทางการแข่งขัน พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดคือคุณภาพของผลิตภัณฑ์และความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Barney (1991) ที่อธิบายว่าองค์กรที่มีทรัพยากรและความสามารถที่โดดเด่นจะสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนได้

3. การสร้างโมเดลการจัดการโซ่อุปทานและความสามารถทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอนในประเทศไทย

จากผลการวิจัย ได้นำเสนอโมเดลที่รวมปัจจัยด้านการจัดการโซ่อุปทานและความสามารถทางการแข่งขันที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ โดยโมเดลนี้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างการจัดการโซ่อุปทานและความสามารถทางการแข่งขันกับผลการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งคล้ายคลึงกับโมเดลของ Li et al. (2006) ที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์โซ่อุปทานและผลลัพธ์ของธุรกิจ โดยเฉพาะการเพิ่มประสิทธิภาพและการลดต้นทุน ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในเชิงนโยบายและกลยุทธ์ของภาคอุตสาหกรรมเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันและการเติบโตในระยะยาว

## องค์ความรู้ใหม่

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ผู้วิจัยค้นพบว่า ควรมีการให้ความรู้และส่งเสริมให้พนักงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ทราบและตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการโซ่อุปทาน โดยการจัดทำเป็นหัวข้อในการอบรม สัมมนา หรือให้ความรู้แก่พนักงาน โดยให้พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียมีส่วนร่วมในการออกแบบโซ่อุปทานให้เกิดความยั่งยืน เพื่อจูงใจให้พนักงานเกิดความตระหนักว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของโซ่อุปทานที่ทำให้องค์กรหรือบริษัทเกิดความยั่งยืนสืบไป ดังแสดงให้เห็นถึงผลการวิจัยที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน ในประเทศไทย ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงการประยุกต์ใช้การจัดการโซ่อุปทานและความสามารถทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน ในประเทศไทย

### สรุป/ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้สรุปได้ว่า ควรมีความสามารถทางการแข่งขันในการจัดการโซ่อุปทาน เนื่องจาก เป็นแผนการดำเนินงานในระยะยาว และควรเริ่มจากภายในองค์กร เป็นแรงขับเคลื่อนภายในเพื่อทำให้ทุกภาคส่วนภายในองค์กรเห็นความสำคัญ และผลกระทบของการจัดการโซ่อุปทานให้เกิดความยั่งยืน ซึ่งในปัจจุบันมีการออกกฎระเบียบ ข้อบังคับเช่น กฎหมาย และข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการส่งสินค้าภายในประเทศ และการส่งออกจึงอยากให้ภาครัฐสนับสนุน ให้ภาคธุรกิจมีบทบาท และมีส่วนร่วมในการวางกรอบนโยบายเพื่อให้สามารถ

แก้ปัญหาได้อย่างตรงจุด ส่วนข้อเสนอแนะในการวิจัย ประกอบด้วย 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ ประกอบด้วย 1.1 ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรเพื่อตอบสนองความต้องการอุตสาหกรรม จัดทำเป็นหลักสูตรการพัฒนาโซ่อุปทาน โดยภาครัฐและภาคเอกชนควรร่วมมือกันพัฒนาฝีมือแรงงานให้ตรงตามความต้องการของสถานประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน 2.2 การจัดอบรมในลักษณะ On the job Training Group ช่วยให้บุคลากรและผู้ประกอบการมีความรู้ทางด้านธุรกิจ การตลาดและการมีทัศนคติที่ถูกต้องต่อการดำเนินงาน เพื่อความสำเร็จของธุรกิจ 2.3 สามารถแข่งขันในตลาด ในการนำเสนอตัวแบบการจัดการโซ่อุปทานและความสามารถทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน ในประเทศไทย เพื่อให้ผู้ประกอบการได้นำตัวแบบดังกล่าวไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานเพื่อความสำเร็จของธุรกิจ 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ประกอบด้วย 2.1 พัฒนาและสร้างองค์ความรู้ใหม่ด้านประสิทธิภาพการจัดการโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนเนื่องจากการมีศึกษาในวงจำกัด และสามารถนำแนวคิดไปต่อยอดในการทำวิจัยในมิติที่คล้ายคลึงกัน เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ ในอุตสาหกรรมอื่น ๆ 2.2 นำเสนอกลยุทธ์ และแนวคิดทางด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานไปพัฒนาต่อยอดในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่นอน หรือศึกษาผลการดำเนินงานด้านการจัดการโซ่อุปทาน ในบริบทของอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมการเกษตร โดยทำการปรับปรุงตัวอย่างและรูปแบบการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น (Multi level, SEM) ในด้านตัวแปรอื่น ๆ ต่อไป 2.3 ควรทำการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมหรือทางการศึกษาเชิงลึก โดยอาจนำเอาผลการวิจัยนี้เป็นแนวทางเพื่อพัฒนาต่อยอด เช่น การพัฒนาในปัจจัยที่พบว่า มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริหารโรงเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ หรือการพัฒนาปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อม ในระดับสูง เป็นต้น

## เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2566). ระบบคลังข้อมูลธุรกิจ. เรียกใช้เมื่อ 19 มีนาคม 2568 จาก <http://datawarehouse.dbd.go.th/bdw/search/search2.html>
- มิญช์มนัส วรรณมหินทร์. (2544). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทยของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 สังกัดสำนักงานประถมศึกษาจังหวัด

- ร้อยเอ็ด. ใน วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาการวัดผลการศึกษา.  
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุภัทรา ปานสุวรรณจิตร. (2554). การศึกษาปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาโครงการสห  
กิจศึกษาสาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัย  
เทคโนโลยีราชมงคลล้านนา. ใน รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล  
ล้านนา
- ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2556
- สำนักงานสถิติ ฝ่ายสถิติและข้อมูลสารสนเทศ ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2566). รายงาน  
ประจำปีธนาคารแห่งประเทศไทย. เรียกใช้เมื่อ 12 มีนาคม 2567 จาก  
[https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/reports/annual-  
report/Report2023.html](https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/reports/annual-report/Report2023.html)
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal  
of Management*, 17(1), 99-120.
- Chopra, S., & Meindl, P. (2019). *Supply Chain Management: Strategy, Planning,  
and Operation*. Pearson.
- Christopher, M. (2016). *Logistics & Supply Chain Management*. Pearson UK.
- Li, S., Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan, T. S., & Rao, S. S. (2006). The impact of  
supply chain management practices on competitive advantage and  
organizational performance. *Omega*, 34(2), 107-124.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior  
Performance*. The Free Press.
- Principles and practice of structural equation modeling*. (3rd ed.). New York: The  
Guilford Press.
- Schumacher, R. E., & Lomax, R. G. (2010). *A Beginners Guide to Structural  
Equation Modelling* (3rd ed.). New York, NY: Taylor & Francis.