

# วิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยทุนมนุษย์ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานสมดุลของผู้ขายสินค้าออนไลน์ จังหวัดนครราชสีมา

## Human Capital Factors Affecting Nakhon Ratchasima Online Sellers' Balanced Scorecard Performance

จอมภัก จันทะคัต<sup>1</sup>, เยาวเรศ จันทะคัต<sup>2</sup>, อัจฉราพรรณ ตั้งจาตุรโสภณ<sup>3</sup>  
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล<sup>1</sup>, คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน<sup>2</sup>, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล<sup>3</sup>  
Chomphak Jantakat<sup>1</sup>, Yaowaret Jantakat<sup>2</sup>,  
Ajcharapan Tangiaturasopon<sup>3</sup>  
Vongchavalitkul University<sup>1</sup>, Rajamangala University of Technology Isan<sup>2</sup>,  
Vongchavalitkul University<sup>3</sup>  
Email: chomphak\_jan@vu.ac.th<sup>1,2,3</sup>

*Received: May 29, 2020; Revised: August 31, 2020; Accepted: September 22, 2020*

### บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ 1) วิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยทุนมนุษย์ของผู้ขายสินค้าออนไลน์ และ 2) ศึกษาปัจจัยทุนมนุษย์ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานสมดุลของผู้ขายสินค้าออนไลน์ ในจังหวัดนครราชสีมา กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือผู้ขายสินค้าออนไลน์ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 250 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา วิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยทุนมนุษย์ มีค่า KMO เท่ากับ 0.869 และ ค่า Bartlett's Test แบบ Chi-Square เท่ากับ 772.107 และค่า Sig เท่ากับ 0.000 น้อยกว่า 0.05 สามารถนำไปวิเคราะห์ปัจจัยได้ หมุนแกนด้วยวิธี Varimax มีค่าความแปรปรวนสะสมเท่ากับร้อยละ 68.25 จัดกลุ่มปัจจัยองค์ประกอบได้ 3 กลุ่ม ได้แก่ ความรู้ของผู้ขายสินค้าออนไลน์ (Knowledge) ทักษะของผู้ขายสินค้าออนไลน์ (Skill) และ ความสามารถของผู้ขายสินค้าออนไลน์ (Abilities) โดยที่ปัจจัยทุนมนุษย์ทั้ง 3 องค์ประกอบมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานสมดุลของผู้ขายสินค้าออนไลน์ ในจังหวัดนครราชสีมา

**คำสำคัญ :** ทุนมนุษย์ ผู้ขายสินค้าออนไลน์ ผลการดำเนินงานสมดุล

### ABSTRACT

The research aimed to study the human capital factors affecting balanced scorecard performance of online sellers in Nakhon Ratchasima Province. The research sample included 250 online sellers. The research tool was a questionnaire. Data analysis consisted of

descriptive statistics, factor analysis and multiple regression analysis. The analysis revealed that the factor 'human capital' had the KMO value of 0.869, Bartlett's Test with Chi-Square 772.107 and Sig. at 0.000 less than 0.05. Thus, it could be used to analyze factors by using the Rotation axis of varimax method. The cumulative variance explained 68.2 percent. The elements were divided into three groups, Knowledge, Skill and Abilities. All three elements influenced the online seller's balanced scorecard performance in Nakhon Ratchasima Province.

**KEYWORDS:** Human Capital, Online Seller, Balanced Scorecard Performance

## บทนำ

ข้อมูลผลการสำรวจมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ของประเทศไทยพบว่าเติบโตอย่างต่อเนื่องระหว่างร้อยละ 8-10 ต่อปี เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาพบว่า จากปี พ.ศ. 2551 มีจำนวน 9.3 ล้านคน และปี พ.ศ. 2561 มีคนใช้อินเทอร์เน็ตมากถึงจำนวน 45 ล้านคน หรือประมาณร้อยละ 70 ของจำนวนประชากรทั้งหมด ในปี พ.ศ. 2562 กิจกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตนิยมมากที่สุดคือ Social Network เช่น Facebook, Line, Instagram (รวมร้อยละ 91.2) รองลงมาคือกิจกรรมดูหนังฟังเพลง (ร้อยละ 71.2) การค้นหาข้อมูลออนไลน์ (ร้อยละ 70.7) การรับส่งอีเมล (ร้อยละ 62.5) และการชำระสินค้าและบริการทางออนไลน์ (ร้อยละ 60.6) โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2562 เป็นปีแรกที่กิจกรรมการชำระเงินติดอันดับ 1 ใน 5 ของกิจกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2562)

การเติบโตของการใช้อินเทอร์เน็ตมาจากสาเหตุสำคัญคือความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของ Online Payment Services พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัย การพัฒนาของเครื่องมือสื่อสารและบริการมีราคาที่ถูกลง ทำให้คนไทยเข้าใช้อินเทอร์เน็ตได้มากขึ้น ส่งผลให้ตลาดออนไลน์ของประเทศไทยเติบโต ทั้งจำนวนผู้ซื้อและจำนวนผู้ขายเพิ่มมากขึ้นสอดคล้องกับจำนวนแพลตฟอร์ม (Platform) ของผู้ประกอบการใน

ประเทศไทยและต่างประเทศที่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมากเช่นกัน

ช่องทางที่ผู้ซื้อสินค้าออนไลน์นิยมมากที่สุดคือ e-Marketplace ได้แก่ Shopee (ร้อยละ 75.6) รองลงมาคือ Lazada (ร้อยละ 65.5) และ Social Network ได้แก่ Facebook (ร้อยละ 47.5) และ Line (ร้อยละ 38.9) แตกต่างจากช่องทางที่ผู้ขายสินค้าออนไลน์นิยมใช้ คือ Facebook (ร้อยละ 64.0) รองลงมาคือ Shopee (ร้อยละ 43.1) และ Line (ร้อยละ 39.5) และคนไทยส่วนใหญ่นิยมใช้ Line เพื่อติดต่อสื่อสารถึงร้อยละ 98.5 รองลงมาคือ Messenger, FaceTime และ WhatsApp ตามลำดับ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2562)

เมื่อพิจารณาในมุมมองด้านธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ของประเทศไทยพบว่า ติดลำดับท็อป (Top) 5 ในกลุ่มประเทศอาเซียน (ASEAN) ในประเทศไทย พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) มีอัตราการเติบโตจากปี 2561 ถึง 2562 ในอัตราร้อยละ 14.04 จำแนกตามกลุ่มผู้ขายสินค้าพบว่า กลุ่มธุรกิจ B2B (Business to Business) มีอัตราการเติบโตร้อยละ 13.55 กลุ่ม B2C (Business to Customer) มีอัตราการเติบโตร้อยละ 14.04 และกลุ่ม B2G (Business to Government) มีอัตราการเติบโตร้อยละ 15.50 อัตราการเติบโตนี้สาเหตุส่วนหนึ่งมาจากนโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ ได้แก่ ระบบการชำระเงินระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อที่มีหลากหลายวิธีมากขึ้น เช่น

การใช้ Internet Banking, QR Payment และ Cash on Delivery เป็นต้น การใช้ข้อมูล Big Data สำหรับวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค และการเพิ่มขึ้นของระบบ Logistic และ Supply chain (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2561)

จากข้อมูลข้างต้น แสดงให้เห็นว่าธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) มีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้น รวมทั้งรูปแบบของ Social Media Platform เข้ามามีบทบาทการเป็นเครื่องมือในการขายสินค้า จากแนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตที่มีมากขึ้น เป็นโอกาสให้ผู้ขายสินค้าออนไลน์สามารถสร้างรายได้ และควบคุมรายจ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (โพธิ์ชันนิง, 2563) สอดคล้องกับข้อมูลสถิติของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2562) ที่กล่าวว่ากลุ่มธุรกิจ B2B และ B2C มีแนวโน้มอัตราการเติบโตสูงขึ้น รวมทั้งข้อมูลในภาพรวมธุรกิจของ Lazada ยืนยันเพิ่มเติมว่าในช่วงครึ่งปีแรกของปี พ.ศ. 2562 มีกลุ่มผู้ขายสินค้าออนไลน์ (Sellers) เติบโตขึ้นกว่าร้อยละ 68.3 เป็นตัวเลขที่สูงมาก

หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มธุรกิจ B2B กับ B2C พบว่า รูปแบบธุรกิจ B2C สามารถดำเนินงานได้ง่ายมีความซับซ้อนน้อยกว่า และการตัดสินใจซื้อจากลูกค้ามีเพียงหนึ่งคนเท่านั้น ทั้งนี้มีแนวโน้มการเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการแบบ B2B เป็น B2C เพิ่มขึ้น จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย (2562) พบว่าในปี พ.ศ. 2560 และ 2561 กลุ่มธุรกิจแบบ B2C มีมูลค่า 7.6 แสนล้านบาท หรือประมาณสัดส่วนร้อยละ 4.9 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) มีอัตราการเติบโตแบบก้าวกระโดดเฉลี่ยถึงร้อยละ 17 ต่อปี และในปี พ.ศ. 2561 มีมูลค่า 865 แสนล้านบาท นับว่ามีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นจากปี พ.ศ. 2560 สาเหตุสำคัญมาจากนโยบายส่งเสริมสังคมไร้เงินสด (Cashless Society)

จากการเติบโตของตลาดและจำนวนของผู้ขายสินค้าออนไลน์ ส่งผลให้มีแนวโน้มการแข่งขันรุนแรงมากขึ้น โดยผู้ขายสินค้ารายใหม่สามารถเข้าสู่ตลาดออนไลน์ได้ง่าย เนื่องจากใช้เงินลงทุนเริ่มต้นที่

ไม่สูงมาก โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ B2C ที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ดึงดูดให้ผู้ขายสินค้าออนไลน์รายใหม่เข้ามา ทำให้การแข่งขันในตลาดมีความเข้มข้นมากขึ้น

เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ ผู้ขายสินค้าออนไลน์แต่ละรายต้องพัฒนาและปรับตัว เพื่อสร้างรายได้ในการขาย จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ปัจจุบันการบริหารจัดการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีข้อจำกัดหรืออุปสรรคหลายประการ ส่วนใหญ่เป็นเรื่องของการขาดความรู้ความสามารถของผู้ขายสินค้าออนไลน์ เช่น ปัญหาในการออกแบบหน้าร้านออนไลน์ ปัญหาในการทำการซื้อขายสินค้าออนไลน์ ปัญหาในการประชาสัมพันธ์ร้านค้าออนไลน์ ปัญหาวิธีการชำระเงิน ปัญหาความไม่พอใจของลูกค้าในการได้รับสินค้าไม่ตรงกับรูปในร้านค้าออนไลน์ หรือการได้รับสินค้าล่าช้ากว่ากำหนด ปัญหาเหล่านี้ส่งผลต่อรายได้ของผู้ขายสินค้าออนไลน์ทั้งสิ้น (สุนีย์ วรรณโกมล และอดิศักดิ์ วรรณวุฒิ, 2559) สอดคล้องกับผลวิจัยของธนาคารทหารไทย ที่ศึกษาปัญหาของร้านค้าออนไลน์ พบปัญหา 5 ประเด็น สำคัญ คือ 1) ปัญหาการขายสินค้าให้แตก ต่างจากคู่แข่ง 2) ปัญหาการบริหารคลังสินค้า 3) ปัญหาการจัดส่งสินค้า 4) ปัญหาการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ และ 5) ปัญหาการบริหารการเงิน (ธนาคารทหารไทย, 2563)

ธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ในสถานการณ์การแข่งขันที่มีความรุนแรง ทรัพยากรด้านทุนทางกายภาพ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่ตั้ง อาจไม่ก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ทรัพยากรที่ทำให้เกิดการแข่งขันได้ควรมีลักษณะ มีคุณค่า หาได้ยาก เลียนแบบได้ยาก และทดแทนไม่ได้ นั่นคือ ทรัพยากรมนุษย์ที่เรียกว่าทุนมนุษย์ (Human Capital) (นิสตาร์ก เวชยานนท์, 2559) ทั้งนี้ ระดับการศึกษาของบุคคลสะท้อนถึงความรู้ ความสามารถทักษะในการดำเนินงานตามเป้าหมาย (ธนพร เทียนประเสริฐ, 2560) ทุนมนุษย์ในตัวบุคคลที่มีการลงทุนในการศึกษา ฝึกอบรม เพื่อให้บุคคลนั้นมี

ความรู้ ความสามารถ ทักษะ สามารถอธิบายความแตกต่างของรายได้ เงินเดือนของบุคคลได้ (Schultz, 1961) ทั้งนี้ การวัดหรือประเมินผลการดำเนินงานของธุรกิจในด้านรายได้เพียงปัจจัยเดียวไม่สามารถวัดหรือประเมินผลการดำเนินงานของธุรกิจได้ชัดเจน ควรต้องมีการประเมินในหลาย ๆ ด้าน จากเหตุผลดังกล่าว Kaplan and Norton (1996) นำเสนอเครื่องมือในการวัดหรือประเมินผลการดำเนินงานของธุรกิจที่สามารถวัดได้หลากหลายมุมมอง เรียกว่า วิธีสมดุล (Balanced Scorecard) ด้วยเหตุผลข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาปัจจัยทุนมนุษย์มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานสมดุล (Balanced Scorecard Performance) ของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในรูปแบบ B2C ในจังหวัดนครราชสีมา

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) พบว่างานวิจัยส่วนใหญ่ในประเทศไทยมุ่งเน้นศึกษาในมุมมองของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ เช่น พฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ การไว้วางใจในการซื้อสินค้าออนไลน์ เป็นต้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรมีการศึกษาในมุมมองของผู้ขายสินค้าออนไลน์ โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจแบบ B2C เนื่องจากเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีแนวโน้มสร้างมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และควรศึกษาในด้านพัฒนาศักยภาพของผู้ขายสินค้าออนไลน์ เพื่อเพิ่มความรู้ความสามารถ และทักษะ สามารถนำมาลดปัญหา และสามารถสร้างผลการดำเนินงานในสถานะที่มีการแข่งขันสูง โดยการนำแนวคิดทุนมนุษย์ และการวัดผลการดำเนินงานสมดุล (Balanced Scorecard) มาพัฒนาสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย โดยมีคำถามการวิจัยว่าการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยทุนมนุษย์สามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบปัจจัยได้กี่กลุ่มปัจจัย และปัจจัยทุนมนุษย์ ที่ได้จากการจัดองค์ประกอบมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานสมดุลของผู้ขายสินค้าออนไลน์หรือไม่ งานวิจัยนี้ทำการศึกษาในเขตจังหวัดนครราชสีมา เนื่องจากจังหวัดนครราชสีมามีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว ผลสำรวจพบว่าในปี พ.ศ. 2562 จังหวัดนครราชสีมา มีจำนวนประชากร 2,648,927 คน

เป็นอันดับ 2 รองจากกรุงเทพฯ (สำนักบริหารการทะเบียน, 2562)

ทั้งนี้ ผลของการศึกษาในงานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ขายสินค้าออนไลน์ เนื่องจากประเทศไทยกำลังก้าวสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economic) ที่มีการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยด้วยการนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตมวลรวมของประเทศ (สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2558)

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยทุนมนุษย์ของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในจังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทุนมนุษย์ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานสมดุลของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในจังหวัดนครราชสีมา

### ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตเนื้อหา: งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาปัจจัยทุนมนุษย์ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานสมดุลของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในจังหวัดนครราชสีมา
2. ขอบเขตพื้นที่: จังหวัดนครราชสีมา
3. ขอบเขตด้านเวลา: ระยะเวลาในการวิจัย ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2562 ถึง เดือน มีนาคม พ.ศ. 2563 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 6 เดือน

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงองค์ประกอบปัจจัยทุนมนุษย์ของผู้ขายสินค้าออนไลน์ ในจังหวัดนครราชสีมา
2. ทราบถึงปัจจัยทุนมนุษย์ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานสมดุลของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในจังหวัดนครราชสีมา
3. ผลการวิจัยนี้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไป

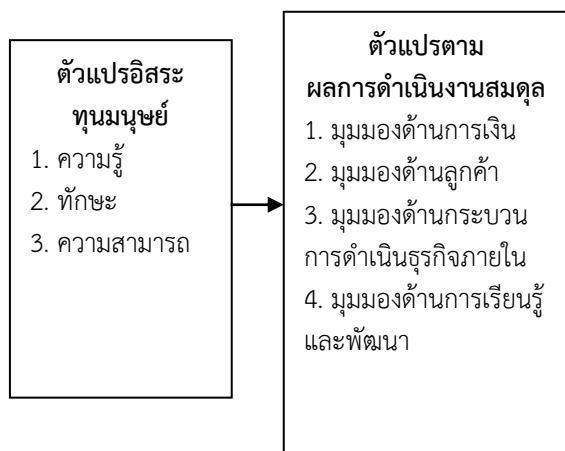
ประยุกต์ใช้ในการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ขายสินค้าออนไลน์

### สมมติฐานการวิจัย

1. องค์ประกอบปัจจัยทุนมนุษย์ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานสมดุของพ่อค้าขายสินค้าออนไลน์ในจังหวัดนครราชสีมา มีมากกว่า 1 องค์ประกอบ
2. ปัจจัยทุนมนุษย์ที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัย ได้แก่ ความรู้ ทักษะ และความสามารถมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานสมดุของพ่อค้าขายสินค้าออนไลน์ในจังหวัดนครราชสีมา

### กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมสร้างเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ประกอบด้วยตัวแปรอิสระที่ร่วมทำนายตัวแปรตาม ดังนี้



### ทบทวนวรรณกรรม

#### ทุนมนุษย์ (Human Capital)

ทฤษฎีทุนมนุษย์ (Human Capital) ถูกกล่าวถึงโดยนักเศรษฐศาสตร์ที่มีชื่อเสียง เช่น Schultz (1961) กล่าวว่าทุนมนุษย์หมายถึงสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้มีค่ามากกว่าสินทรัพย์ที่จับต้องได้และทุนมนุษย์สามารถอธิบายความแตกต่างของรายได้ของบุคคลที่มีอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ที่ต่างกัน Becker (1975) กล่าว

เพิ่มเติมว่าทุนมนุษย์หมายถึงทุนในรูปแบบหนึ่งเหมือนกับทุนทางกายภาพและทุนทางการเงิน เมื่อมีการลงทุนในทุนมนุษย์จะมีการคาดหวังผลตอบแทนการลงทุนในทุนมนุษย์จะเกี่ยวข้องกับการพัฒนา ระดับการศึกษา การฝึกอบรม เป็นต้น Dess and Pickon (1999) กล่าวว่าทุนมนุษย์หมายถึงความรู้ ความสามารถ ทักษะ และประสบการณ์ทำงานของตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน Crook, Combs, Todd, Woehr, and Ketchen (2011) ให้ความหมายทุนมนุษย์ว่าหมายถึงความรู้ ทักษะ ความสามารถที่สะสมในตัวบุคคลผ่านการศึกษ การฝึกอบรม และประสบการณ์ นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการในประเทศไทยที่ศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีทุนมนุษย์ เช่น นิสตารค์ เวชยานนท์ (2559) กล่าวว่าทุนมนุษย์หมายถึงทักษะ ความรู้ที่มีในตัวบุคคลสะท้อนถึงความสามารถของบุคคล โดยผ่านการศึกษา การอบรมพัฒนาในรูปแบบต่าง ๆ หากมีทุนมนุษย์ในระดับเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้ผลผลิตหรือผลงานมีคุณภาพเพิ่มสูงขึ้น และธนพร เทียนประเสริฐ (2560) ให้ความหมายเพิ่มเติมว่าทุนมนุษย์หมายถึงระดับการศึกษาที่สะท้อนถึงความรู้ และทักษะในการปฏิบัติงาน

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น สรุปความหมายของทุนมนุษย์ (Human Capital) ว่าหมายถึงสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ในรูปแบบของตัวบุคคล โดยสามารถวัดทุนมนุษย์ได้จากความรู้ ทักษะ ความสามารถที่ถูกสะสมในตัวบุคคลผ่านกระบวนการศึกษา ฝึกอบรมเพื่อพัฒนา และประสบการณ์ต่าง ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีผลต่อความสำเร็จตามเป้าหมายของบุคคลและเป้าหมายขององค์กร

หลักการของทุนมนุษย์เพื่ออธิบายการสะสมความรู้ ความสามารถ ทักษะในตัวบุคคลและทุนมนุษย์นี้สามารถเพิ่มผลผลิตให้กับบุคคลนั้นได้ (นิสตารค์ เวชยานนท์, 2559) ทุนมนุษย์สามารถอธิบายถึงรายได้หรือผลตอบแทนของบุคคลที่มีอายุ อาชีพ การศึกษาที่แตกต่างกันได้ (Schultz, 1961) มีงานวิจัยที่นำเสนอผลว่าตัวแปรทุนมนุษย์ของบุคคลมี

อิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กร (Marimuthu, Arokiasamy and Ismail, 2009) จากข้อมูลข้างต้น สรุปได้ว่า หลักการทุนมนุษย์คือการลงทุนในตัวบุคคลโดยให้มีการศึกษาในระดับสูงขึ้น หรือการอบรมพัฒนาเพื่อให้เกิดความรู้ ทักษะ ความสามารถที่สูงขึ้น ผลลัพธ์ที่คาดหวังคือ ผลตอบแทนที่เพิ่มมากขึ้น เช่น ผลลัพธ์ทางการเงิน ความสามารถทำกำไร ความสามารถการผลิต มูลค่าตลาด (Ghosh and Mondal, 2009; Hsu, Lin, Lawler and Wu, 2007)

ดังนั้น องค์ประกอบการวัดทุนมนุษย์ ประกอบด้วย ความรู้ ทักษะ และความสามารถ โดยความรู้ (Knowledge) หมายถึงความรู้สติปัญญา พื้นฐานของตัวบุคคลสามารถนำมาใช้ทำงานในอาชีพได้ เช่น ความรู้หลักในการทำงาน (Core Knowledge) และความรู้อื่น ๆ ที่ช่วยสนับสนุนการทำงาน ทักษะ (Skills) หมายถึงความเชี่ยวชาญความคล่องแคล่วในการทำงาน (นิสตาเรก เวชานานนท์, 2559) และความสามารถ (Abilities) หมายถึงความสามารถทางสติปัญญาของบุคคลถูกสร้างมาเพื่อกระทำเกี่ยวกับงานให้สำเร็จ เช่น การอ่าน ความสามารถในการวิเคราะห์เหตุผลเพื่อการตัดสินใจ เป็นต้น (Robbins, 2003)

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจนำปัจจัยทุนมนุษย์เป็นตัวแปรในการสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย โดยนำข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับงานในอาชีพผู้ขายสินค้าออนไลน์ จากเว็บไซต์กระทรวงแรงงานของประเทศสหรัฐอเมริกา (O\*NET Online, 2019) มาพัฒนาข้อคำถามได้จำนวน 16 ข้อคำถาม เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)

### ผลการดำเนินงานสมดุล (Balanced Scorecard Performance)

Kaplan and Norton (1996) พัฒนาเครื่องมือในการวัดหรือประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจที่สามารถวัดได้หลากหลายมุมมอง เรียกว่า วิธีสมดุล (Balanced Scorecard) โดยทั้ง 4

หลักการประกอบด้วย 4 มุมมอง (พสุ เดชะรินทร์, 2546) ได้แก่ ด้านการเงิน (Finance Perspective) ด้านลูกค้า (Customer Perspective) ด้านกระบวนการดำเนินงานธุรกิจภายใน (Internal Business Perspective) และด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Development Perspective) จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรม พบว่ามีงานวิจัยได้นำแนวคิดการวัดผลการดำเนินงานสมดุล (Balance Scorecard) มาเป็นตัวแปรในการวัดผลการดำเนินงานขององค์กร เช่น งานวิจัยของ มุกดาวรรณ สมจันทร์มะวงศ์ (2561) ศึกษาประสิทธิผลการบริหารจัดการองค์กร และศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของสถานีรถไฟท่านาแล้ง โดยใช้หลักการ Balanced Scorecard ประกอบด้วยด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา และการศึกษาของกนกกร สุตประไพ (2560) พบว่า ประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยวัดจาก Balance Scorecard มีความสัมพันธ์ระดับสูงในทิศทางเดียวกันกับคุณภาพการให้บริการของพนักงาน

สรุปความหมายของผลการดำเนินงานสมดุล (Balanced Scorecard Performance) หมายถึง เครื่องมือประเมินผลการดำเนินงานสมดุลของผู้ขายสินค้าออนไลน์แบบ B2C ในสี่มุมมอง คือ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการดำเนินงานธุรกิจภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา ผู้วิจัยจึงให้ความหมายของผลการดำเนินงานสมดุล ดังนี้ (1) ด้านการเงินหมายถึง การบรรลุเป้าหมายด้านยอดขายหรือกำไรที่ผู้ขายสินค้าออนไลน์ต้องการ (2) ด้านลูกค้าหมายถึงความพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพสินค้าหรือการบริการการขายของผู้ขายสินค้าออนไลน์ (3) ด้านกระบวนการดำเนินงานธุรกิจภายในหมายถึงกระบวนการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ เช่น ระยะเวลาในการส่งมอบสินค้า การแนะนำสินค้าใหม่ เป็นต้น และ (4) ด้านการเรียนรู้และพัฒนาหมายถึง การพัฒนาและปรับปรุงการขายของผู้ขายสินค้าออนไลน์ทำให้มียอดขายหรือผลกำไรตามเป้าหมาย จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยสนใจนำแนวคิดการประเมินผลการ

ดำเนินงานสมดุมาสร้างแบบสอบถามเพื่อประเมินผล  
การดำเนินงานของผู้ขายสินค้าออนไลน์

### **ผู้ขายสินค้าออนไลน์ (Online Seller) แบบ B2C (Business to Consumer)**

ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) หมายถึง ธุรกิจที่มีการขายสินค้าหรือบริการให้ลูกค้าผ่านอินเทอร์เน็ต หรือมีการให้ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต สามารถชำระเงินและจัดส่งสินค้าผ่านทางใดก็ได้ โดยผู้ขายสินค้าออนไลน์สามารถแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงข้อมูลสินค้าได้ตลอดเวลา มีความสะดวก รวดเร็ว และลงทุนไม่สูงมาก ไม่ว่าจะเป็นการเขียนข้อความหรือเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ผู้ขายสินค้าต้องการให้ลูกค้ารับทราบ ในส่วนช่องทางออนไลน์เป็นที่นิยมของผู้ซื้อและผู้ขายในยุค 2020 ได้แก่ Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, TikTok เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการซื้อขายสินค้าในช่องทางเว็บไซต์ต่าง ๆ เช่น amazon.com, ebay.com, Trade.com เป็นต้น (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2562)

ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) สามารถแบ่งตามประเภทการดำเนินธุรกิจได้ 4 รูปแบบ คือ (1) แบบ B2B (business to business) หมายถึง การค้าระหว่างภาคเอกชนกับภาคเอกชน มีเจตนาในการทำธุรกิจซื้อขายสินค้าและให้บริการระหว่างกัน (2) แบบ B2C (business to consumer) หมายถึง การทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างภาคเอกชน/ภาคประชาชนกับภาคเอกชน ซึ่งภาคเอกชนหมายถึงผู้ขายสินค้าออนไลน์ที่เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล ที่มีเจตนาในการทำธุรกิจซื้อขายสินค้าระหว่างกัน เช่น การขายสินค้าอุปโภคบริโภค เป็นต้น (3) แบบ B2G (business to government) หมายถึง การทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระหว่างภาคธุรกิจกับหน่วยงานภาครัฐ และ (4) แบบ C2C (consumer to consumer) หมายถึง การทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น การซื้อขายของมือสอง เป็นต้น (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2561)

งานวิจัยนี้ สนใจทำการศึกษากับกลุ่มผู้ขายสินค้าออนไลน์หรือกลุ่มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) แบบ B2C เนื่องจากเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีแนวโน้มสร้างมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงให้ความหมายของคำว่า ผู้ขายสินค้าออนไลน์ (Online Seller) ว่าหมายถึง ผู้ขายสินค้าที่ดำเนินกิจกรรมตามกระบวนการการซื้อขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ โดยขายสินค้าให้กับผู้ซื้อโดยตรงไม่ผ่านคนกลาง นำสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ มาประกาศขายผ่านช่องทางออนไลน์ที่นิยม เช่น Facebook Marketplace, Instagram, Twitter, YouTube, TikTok, alibaba.com, amazon.com, ebay.com, Trade.com เป็นต้น

### **งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

งานวิจัยนี้ได้ทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งงานวิจัยในประเทศไทยและต่างประเทศ ดังนี้

วริวรรณ เจริญรูป, พวงทอง วัชรราชูร์ และ นภาพรณ ทรัพย์กุลมงคล (2560) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างทุนมนุษย์กับผลการดำเนินงานของกิจการ ผลการศึกษาพบว่าทุนมนุษย์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานในเชิงปริมาณของบริษัทจดทะเบียนตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

อรวรรณ ไพโรจน์วุฒิมงคล, ราณี อธิชัยกุล, กิ่งพร ทองใบ และมนตรี พิริยะกุล (2560) ศึกษาอิทธิพลของการจัดการทุนมนุษย์ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าการจัดการทุนมนุษย์เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลเชิงบวกเป็นตัวแปรคั่นกลางเชื่อมโยงระหว่างการจัดการความรู้และผลการดำเนินงานขององค์กร

กนกกร สุตประไพ (2560) ศึกษาประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยวัดจาก Balance Scorecard พบว่า ประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจของบริษัทการบินไทยมีความสัมพันธ์ระดับสูงในทิศทางเดียวกันกับคุณภาพการให้บริการของพนักงาน

กัลย์ ปิ่นเกษร, เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิณ และจิรวรรณ คงคล้าย (2560) ศึกษาตัวชี้วัดทุนมนุษย์ระดับองค์กร ผลการศึกษาพบว่าทักษะของพนักงานในด้านสังคมหรืออารมณ์ (Soft Skill) และทักษะในการทำงาน (Hard Skill) ทั้งสองด้านเป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากการลงทุนในการพัฒนาทุนมนุษย์ขององค์กร

เกศราภรณ์ พลสีลา, รัตพงษ์ สอนสุภาพ และจิรัชมา วิเชียรปัญญา (2558) ศึกษาตัวแบบของทุนมนุษย์ของโรงพยาบาลชุมชนที่ผ่านการตรวจคุณภาพ ผลการศึกษาพบว่า ตัวแบบของทุนมนุษย์ของโรงพยาบาลชุมชนที่ผ่านการรับรองคุณภาพโรงพยาบาล ได้แก่ ความรู้ของบุคคลเป็นองค์ประกอบหนึ่งของทุนมนุษย์มีส่วนสำคัญให้งานประสบความสำเร็จ และความสามารถในการเรียนรู้หรือความสามารถค้นหาคำตอบจากการตั้งคำถามในข้อสงสัยต่าง ๆ เป็นประโยชน์ต่อการทำงาน

Najib, Shuangjie, Muhammad, and Zia (2019) ศึกษาทุนมนุษย์ที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศปากีสถาน พบว่าตัวแปรทุนมนุษย์ ได้แก่ ทักษะที่เกิดจากการศึกษาด้านเทคนิคและประสบการณ์ด้านการค้ามีอิทธิพลเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน

Felicio and Couto (2014) ศึกษา Human Capital, Social Capital and Organization Performance ผลการศึกษาพบว่า ความรู้เป็นองค์ประกอบของทุนมนุษย์ของพนักงานในกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) โดยความรู้ของพนักงานถือว่าเป็นตัวชี้วัดความสามารถในการทำกำไรขององค์กร

## วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการศึกษาคือ ผู้ขายสินค้าออนไลน์แบบ B2C ในจังหวัดนครราชสีมา โดยไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน กลุ่มตัวอย่างคือตัวแทนของผู้ขายสินค้าออนไลน์แบบ B2C ในจังหวัด

นครราชสีมา โดยผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมสำหรับการกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัย (Factor Analysis) และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบ ควรมีขนาดตัวอย่างเท่ากับ 5-10 เท่าของจำนวนข้อคำถามหรือจำนวนตัวแปร (Field, 2005) สอดคล้องกับ Hair, Black, Babin and Anderson(2014) กล่าวว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบควรมีขนาดตัวอย่าง 5 เท่าของจำนวนตัวแปร โดยงานวิจัยนี้มีข้อคำถามเพื่อจัดองค์ประกอบเชิงสำรวจจำนวน 16 ข้อ คำนวณได้ดังนี้ 16 คูณ 10 เท่ากับ 160 หน่วย ส่วนการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ขนาดของกลุ่มตัวอย่างไม่ควรน้อยกว่า 50 หน่วย(Hair et al., 2014) งานวิจัยนี้ใช้ขนาดตัวอย่างจำนวน 250 ตัวอย่างในการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัย (Factor Analysis) และวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis: MRA) ถือว่ามีความเหมาะสมตามอ้างอิง และการเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) แบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกเฉพาะผู้ตอบที่เป็นผู้ขายสินค้าออนไลน์แบบ B2C

**เครื่องมือการวิจัย** คือ แบบสอบถามที่สร้างจากทฤษฎีทุนมนุษย์ (Human Capital) และผลการดำเนินงานสมดุล (Balance Scorecard Performance) ของผู้ขายสินค้าออนไลน์ (แบบ B2C) ในจังหวัดนครราชสีมาโดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ วุฒิการศึกษาสูงสุด รูปแบบธุรกิจ (B2B/B2C/B2G/C2C) ประสบการณ์เป็นผู้ขายสินค้าออนไลน์ (ระยะเวลา) ประเภทสินค้าที่ขายออนไลน์

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามวัดทุนมนุษย์ (Human Capital) จำนวน 16 ข้อคำถาม แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert



Scale) โดยคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 4.50 หมายถึงทุนมนุษย์ระดับสูงที่สุด คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49 หมายถึงทุนมนุษย์ระดับสูง คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.5-3.49 หมายถึงทุนมนุษย์ระดับปานกลาง คะแนนเฉลี่ยต่ำกว่า 1.50 หมายถึงทุนมนุษย์ระดับต่ำที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามวัดผลการดำเนินงานสมดุล (Balanced Scorecard Performance) ประกอบด้วย 4 ตัวแปร รวมจำนวน 16 ข้อคำถาม ได้แก่ ปัจจัยด้านการเงิน จำนวน 4 ข้อ ปัจจัยด้านลูกค้า จำนวน 4 ข้อ ปัจจัยด้านกระบวนการภายใน จำนวน 4 ข้อ และปัจจัยด้านการเรียนรู้และพัฒนา จำนวน 4 ข้อ แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 4.50 หมายถึง ผลการดำเนินงานสมดุลระดับสูงที่สุด คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49 หมายถึง ผลการดำเนินงานสมดุลระดับสูง คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.5-3.49 หมายถึง ผลการดำเนินงานสมดุลระดับปานกลาง คะแนนเฉลี่ยต่ำกว่า 1.50 หมายถึง ผลการดำเนินงานสมดุลระดับต่ำที่สุด

### การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในจังหวัดอื่น ๆ เพื่อตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม จำนวน 30 ชุด จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้กลับมาทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach's Alpha ได้ผลการทดสอบของแบบสอบถามส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 มีค่า Cronbach's Alpha มากกว่า 0.7 ถือว่าแบบสอบถามมีความเหมาะสมและน่าเชื่อถือ (ประสพชัย พสุนนท์, 2557) รายละเอียดดังนี้

- แบบสอบถามส่วนที่ 2 จำนวนรวม 16 ข้อคำถาม ได้ค่า Cronbach's Alpha รวม 16 ข้อคำถามเท่ากับ 0.876 มีค่าเข้าใกล้ 1 ถือว่ามีความน่าเชื่อถือ

- แบบสอบถามส่วนที่ 3 จำนวนรวม 16 ข้อคำถาม ได้ค่า Cronbach's Alpha รวมทั้ง 16

ข้อเท่ากับ 0.879 โดยที่ปัจจัยด้านการเงิน จำนวน 4 ข้อ มีค่า 0.826 ปัจจัยด้านลูกค้า จำนวน 4 ข้อ มีค่า 0.841 ปัจจัยด้านกระบวนการภายใน จำนวน 4 ข้อ มีค่า 0.829 และปัจจัยด้านการเรียนรู้และพัฒนา จำนวน 4 ข้อ มีค่า 0.876 มีค่าเข้าใกล้ 1 ถือว่ามีความน่าเชื่อถือ

### สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยนี้ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Description Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัย (Factor Analysis) ของตัวแปรทุนมนุษย์ เพื่อลดจำนวนตัวแปรและสร้างปัจจัยขึ้นมาใหม่ เป็นประเภทการวิเคราะห์ประกอบหลัก (Principle Component Analysis : PCA) หมุนแกนปัจจัย (Factor Rotation) ด้วยวิธี Varimax จากนั้นนำปัจจัยใหม่ที่ได้ไปทำการวิเคราะห์เพื่อทดสอบอิทธิพลด้วยสถิติการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis: MRA) ด้วยวิธีเลือกตัวแปรอิสระแบบ Enter ระดับนัยสำคัญ 0.05

### ผลการวิจัยและอภิปรายผล

#### ผลการวิจัย

1. ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 65) สถานภาพโสด (ร้อยละ 52) วุฒิการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี (ร้อยละ 81) มีอายุเฉลี่ย 33.5 ปี มีประสบการณ์ขายสินค้าออนไลน์เฉลี่ย 3 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจากการขายสินค้าออนไลน์ 15,500 บาท สินค้าส่วนใหญ่ที่ขายออนไลน์คือ สินค้าประเภทเสื้อผ้าแฟชั่น

2. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยทุนมนุษย์ พบว่า ข้อคำถามจำนวนทั้งหมด 16 ข้อคำถาม ถูกตัดไป 5 ข้อที่ไม่มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบ เหลือคำถาม 11 ข้อ โดยมีค่า KMO เข้าใกล้ 1 เท่ากับ 0.869 และค่า Bartlett's Test

ที่มีการแจกแจงโดยประมาณแบบ Chi-Square เท่ากับ 772.107 และค่า Sig เท่ากับ 0.000 น้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า ตัวแปร (ข้อความ) ทั้ง 11 ตัวมีความสัมพันธ์กัน สามารถนำไปวิเคราะห์ปัจจัยได้ และทำการหมุนแกนปัจจัย (Factor Rotation) ด้วยวิธี Varimax สามารถจัดกลุ่มปัจจัยได้เป็น 3 องค์ประกอบ มีค่าร้อยละความแปรปรวนสะสม (Cumulative%) เท่ากับ 68.25 โดยที่แต่ละตัวแปรแต่ละตัวมีค่ามากกว่า  $\pm 0.500$  ซึ่งเป็นค่าที่เหมาะสม สามารถนำมาจัดองค์ประกอบได้ (Hair et al., 2014) (ดังตารางที่ 1)

ทั้งนี้ การวิเคราะห์องค์ประกอบจัดได้ 3 กลุ่มปัจจัย ประกอบด้วยปัจจัยด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านความสามารถของผู้ขายสินค้าออนไลน์เป็นองค์ประกอบปัจจัยที่สอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรม สมมติฐานการวิจัยและกรอบแนวคิดการวิจัย การจัดองค์ประกอบปัจจัยสรุปได้ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ชื่อว่า ความรู้ของผู้ขายสินค้าออนไลน์ (Knowledge) ประกอบด้วย

ความรู้การใช้ภาษาอังกฤษ การขายและการตลาด การบริการลูกค้า และการบริหารจัดการ

องค์ประกอบที่ 2 ชื่อว่า ทักษะของผู้ขายสินค้าออนไลน์ (Skills) ประกอบด้วย ทักษะการฟังเพื่อจับประเด็นเพื่อเข้าใจในเนื้อหา ทักษะการถ่ายทอดข้อมูลเกี่ยวกับการขายโดยการพูดคุยกับลูกค้า ทักษะการคิดอย่างมีเหตุผลในการวิเคราะห์ทางเลือกเพื่อวางแผนหรือแก้ปัญหาในงานขาย และทักษะการค้นหาวิธีในการให้บริการหรือช่วยเหลือลูกค้าในสถานการณ์ต่าง ๆ

องค์ประกอบที่ 3 ชื่อว่า ความสามารถของผู้ขายสินค้าออนไลน์ (Abilities) ประกอบด้วย ความสามารถในการเขียนโต้ตอบเกี่ยวกับงานขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความสามารถในการสื่อสารข้อมูลข่าวสารและการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ด้วยการเขียนได้อย่างดีเยี่ยม และความสามารถในการประยุกต์แนวคิดหรือหลักการต่าง ๆ เพื่อนำมาแก้ไขปัญหาเกี่ยวข้องกับงานขาย

**ตารางที่ 1** ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัย

ข้อความ/องค์ประกอบปัจจัย	Factor Loading
<b>องค์ประกอบที่ 1 ด้านความรู้ของผู้ขายสินค้าออนไลน์ (Knowledge)</b>	
- ความรู้การใช้ภาษาอังกฤษในการฟัง พูด เขียน อ่าน (English Language)	0.688
- ความรู้การขายและการตลาด (Sales and Marketing)	0.711
- ความรู้การบริการลูกค้า (Customer Service)	0.712
- ความรู้การบริหารจัดการ (Administration and Management)	0.725
<b>องค์ประกอบที่ 2 ด้านทักษะของผู้ขายสินค้าออนไลน์ (Skills)</b>	
- ทักษะการฟังเพื่อจับประเด็นเพื่อเข้าใจในเนื้อหา (Active Listening)	0.646
- ทักษะการถ่ายทอดข้อมูลเกี่ยวกับการขายโดยการพูดคุยกับลูกค้า (Speaking)	0.608
- ทักษะการคิดอย่างมีเหตุผลในการวิเคราะห์ทางเลือกเพื่อวางแผนหรือแก้ปัญหาในงานขาย (Critical Thinking)	0.758
- ทักษะการค้นหาวิธีในการให้บริการหรือช่วยเหลือลูกค้าในสถานการณ์ต่าง ๆ (Service Orientation)	0.610
<b>องค์ประกอบที่ 3 ด้านความสามารถของผู้ขายสินค้าออนไลน์</b>	
- ความสามารถในการเขียนโต้ตอบเกี่ยวกับงานขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Written Comprehension)	0.710

- ความสามารถในการสื่อสารข้อมูลข่าวสารและการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ด้วยการเขียนได้อย่างดีเยี่ยม (Written Expression)	0.743
- ความสามารถในการประยุกต์แนวคิดหรือหลักการต่าง ๆ เพื่อนำมาแก้ไขปัญหาเกี่ยวข้องกับงานขาย (Deductive Reasoning)	0.725

3. ผลการทดสอบปัจจัยทุนมนุษย์มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานสมดุล (Balanced Scorecard Performance) โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ผู้วิจัยได้ตรวจสอบเงื่อนไขความสัมพันธ์ของตัวแปรต้น พบว่าไม่เกิดปัญหา Multicollinearity โดยมีการแจกแจงแบบปกติมีค่า Kolmogorov-Smirnov เท่ากับ 0.135 มีค่า Sig เท่ากับ 0.2 มากกว่า 0.05

- ค่า Tolerance มีค่าเท่ากับ 0.662, 0.565 และ 0.580 มีความเหมาะสม เพราะมีค่ามากกว่า 0.2 (Pedhazur, 1997)

- ค่า VIF มีค่าเท่ากับ 1.70, 1.30 และ 1.60 มีความเหมาะสม เพราะไม่ควรเกิน 10 (Miles and Shevlin, 2001)

- ค่า Condition Index มีค่าเท่ากับ 15.798 23.899 และ 24.260 มีความเหมาะสม เพราะไม่ควรเกิน 30 (สุวิมล ติรภานันท์, 2553)

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

Model	ค่าสัมประสิทธิ์			t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	0.445	0.193		2.303	0.022
ความรู้ (X1)	0.210	0.064	0.195	3.258	0.001
ทักษะ (X2)	0.371	0.074	0.277	5.032	0.000
ความสามารถ (X3)	0.513	0.072	0.428	7.153	0.000

\*P-Value = 0.05, R = 0.812, R<sup>2</sup> = 0.660, Adjusted R<sup>2</sup> = 0.655, Std. Error = 0.41581

จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter สรุปได้ว่า ทั้ง 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยความรู้ของผู้ขายสินค้าออนไลน์ (Knowledge) ปัจจัยทักษะของผู้ขายสินค้าออนไลน์ (Skills) และปัจจัยความสามารถของผู้ขายสินค้าออนไลน์ (Abilities) มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานสมดุลของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในจังหวัดนครราชสีมา มีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจร้อยละ 66.00 (R<sup>2</sup> = 0.660) อย่างมีนัยสำคัญ 0.05 ส่วนอีกร้อยละ 34.00 เกิดจากอิทธิพลของปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาพิจารณา

สมการพยากรณ์มีตัวแปรอิสระคือ ความรู้ ทักษะ และความสามารถของผู้ขายสินค้าออนไลน์ ตัวแปรตามคือ ผลการดำเนินงานสมดุลของผู้ขาย

สินค้าออนไลน์ โดยตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานสมดุลของผู้ขายสินค้าออนไลน์มากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านความสามารถ (X3) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านทักษะ (X2) และปัจจัยด้านความรู้ (X1) ตามลำดับ โดยเลือกค่า B ในตารางที่ 2 แสดงเป็นสมการได้ดังนี้

$$\text{ผลการดำเนินงานสมดุลของผู้ขายสินค้าออนไลน์} = 0.445 + 0.210X_1 + 0.371X_2 + 0.513X_3$$

#### อภิปรายผล

จากผลการวิจัยสามารถนำมาอภิปรายเพื่อนำไปสู่การตอบวัตถุประสงค์การวิจัยใน 2 ประเด็นดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยทุนมนุษย์ (Human Capital) ของผู้ขายสินค้าออนไลน์ได้จำนวน 3 องค์ประกอบ ประกอบด้วย ความรู้ของผู้ขายสินค้าออนไลน์ (Knowledge) ทักษะของผู้ขายสินค้าออนไลน์ (Skills) และความสามารถของผู้ขายสินค้าออนไลน์ (Abilities) โดยผลการวิเคราะห์องค์ประกอบนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Dess and Pickon (1999); Crook et., al. (2011) ผู้วิจัยขออภิปรายเพิ่มเติมดังนี้

- ความรู้ของผู้ขายสินค้าออนไลน์ (Knowledge) แสดงถึงความรู้ที่ถูกใช้ในการทำงานของผู้ขายสินค้าออนไลน์ ความรู้เป็นปัจจัยพื้นฐานแรก ๆ ที่ผู้ขายสินค้าออนไลน์ควรต้องมีอยู่ในตัวบุคคล โดยที่ผู้ขายสินค้าออนไลน์จะสามารถทำงานในอาชีพได้สำเร็จต้องมีความรู้ในหลาย ๆ ด้าน เช่น ความรู้หลักในการทำงาน (Core Knowledge) และความรู้อื่น ๆ ที่ช่วยสนับสนุนการทำงาน (นิสตราร์ก เวชนานนท์, 2559) สอดคล้องกับผลของงานวิจัยนี้ โดยวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยได้กลุ่มความรู้ของผู้ขายสินค้าออนไลน์ ซึ่งเป็นความรู้พื้นฐานของบุคคลหรือความรู้ที่ช่วยสนับสนุนการทำงานเพื่อต่อยอดความรู้เชิงลึกหรือความรู้หลักในการทำงาน ได้แก่ ความรู้ในการใช้ภาษาอังกฤษ ความรู้ในการขายและการตลาด ความรู้การบริการลูกค้า และความรู้ด้านการบริหารจัดการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เกศราภรณ์ พลสีลา และคณะ (2558) ศึกษาตัวแบบของทุนมนุษย์ของโรงพยาบาลชุมชนที่ผ่านการตรวจคุณภาพผลการศึกษาพบว่าความรู้ของบุคคลเป็นองค์ประกอบหนึ่งของทุนมนุษย์มีส่วนสำคัญให้งานประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Felicio et al., (2014) กล่าวว่า ความรู้เป็นองค์ประกอบของทุนมนุษย์ของพนักงานในกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) ในประเทศโปตุเกส โดยความรู้ของพนักงานนับเป็นตัวชี้วัดความสามารถในการทำกำไรขององค์กร

- ทักษะของผู้ขายสินค้าออนไลน์ (Skills) หมายถึงความเชี่ยวชาญ ความคล่องแคล่วในกระบวนการทำงานของผู้ขายสินค้าออนไลน์

โดยทักษะจะมีผลต่อความสำเร็จของงานของผู้ขายสินค้าออนไลน์ (นิสตราร์ก เวชนานนท์, 2559) สอดคล้องกับผลการวิจัยนี้ กลุ่มปัจจัยด้านทักษะของผู้ขายสินค้าออนไลน์แสดงถึงความเชี่ยวชาญในการขาย ไม่ว่าจะเป็นทักษะการฟังเพื่อจับประเด็น ทักษะการถ่ายทอดข้อมูลเกี่ยวกับการขายโดยการพูดคุยกับลูกค้า ทักษะการคิดอย่างมีเหตุผลในการวิเคราะห์ทางเลือกเพื่อวางแผนหรือแก้ปัญหาในงานขาย และทักษะการให้บริการลูกค้า สอดคล้องกับการศึกษาของ กัลย์ ปิ่นเกศา และคณะ (2560) กล่าวว่าทักษะของพนักงานทั้ง Soft Skill และ Hard Skill เป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากการลงทุนในการพัฒนาทุนมนุษย์ขององค์กร

- ความสามารถของผู้ขายสินค้าออนไลน์ (Ability) หมายถึงความสามารถทางสติปัญญาของบุคคลถูกสร้างมาเพื่อกระทำเกี่ยวกับงานต่าง ๆ ให้สำเร็จ เช่น ความสามารถในการตีความจากการอ่าน ความสามารถในการวิเคราะห์เหตุผลเพื่อการตัดสินใจ เป็นต้น (Robbins, 2003) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยนี้ว่า ผู้ขายสินค้าออนไลน์ควรมีความสามารถในการเขียนโต้ตอบเกี่ยวกับงานขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความสามารถในการสื่อสารข้อมูลและการแสดงความเห็นต่าง ๆ ด้วยการเขียนอย่างดีเยี่ยม รวมถึงความสามารถในการประยุกต์แนวคิดหรือหลักการต่าง ๆ เพื่อนำมาแก้ไขปัญหาและตอบข้อสงสัยที่เกี่ยวข้องกับงานขายได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เกศราภรณ์ พลสีลา และคณะ (2558) กล่าวว่าความสามารถในการเรียนรู้ หรือความสามารถค้นหาคำตอบจากการตั้งคำถามในข้อสงสัยต่าง ๆ เป็นประโยชน์ต่อการทำงาน ความสามารถเหล่านั้นเป็นตัวแบบของทุนมนุษย์ของโรงพยาบาลชุมชนที่ผ่านการรับรองคุณภาพโรงพยาบาล

2. ผลการวิจัยวิเคราะห์ปัจจัยทุนมนุษย์มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานสมดุลงของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า องค์ประกอบปัจจัยทุนมนุษย์ทั้ง 3 กลุ่มได้แก่ ความรู้ของผู้ขายสินค้าออนไลน์ (Knowledge) ทักษะของผู้ขายสินค้าออนไลน์ (Skills) และ ความสามารถของผู้ขายสินค้า

ออนไลน์ (Abilities) มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน สมดุลของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในจังหวัดนครราชสีมา โดยเฉพาะทุนมนุษย์ด้านความสามารถของผู้ขายสินค้าออนไลน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรวิพรรณ เจริญรูป, พวงทอง วัชรราชกุล และนภาภรณ์ ทรัพย์กุล มงคล (2560) กล่าวว่าทุนมนุษย์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานในเชิงปริมาณของบริษัทจดทะเบียนตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สอดคล้องกับการศึกษาของ Felicio et al., (2014) ซึ่งผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าทุนมนุษย์ของพนักงานในธุรกิจ SMEs มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรวรรณ ไพโรจน์วิวัฒน์ และคณะ (2560) ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าการจัดการทุนมนุษย์เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลเชิงบวกเป็นตัวแปรคั่นกลางเชื่อมโยงระหว่างการจัดการความรู้และผลการดำเนินงานขององค์กร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ นุช สัทธาฉัตรมงคล และคณะ (2562) ผลการวิจัยแสดงว่าการพัฒนาทุนมนุษย์ของบุคลากรในอุตสาหกรรมไม้ ต้องพัฒนาด้านความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการ ด้านทักษะภาษาอังกฤษ เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Najib et. al., (2019) ผลการวิจัยแสดงว่าตัวแปรทุนมนุษย์มีอิทธิพลเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเมือง Rawalpindi และ Islamabad ประเทศปากีสถาน

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัยสามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะได้ 2 มุมมอง ดังนี้

1. มุมมองด้านการเติบโตของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบการขายออนไลน์ให้กับผู้ซื้อโดยตรงไม่ผ่านคนกลาง เรียกว่า B2C จูงใจให้มีแนวโน้มของจำนวนผู้ขายสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้นก่อให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจออนไลน์ โดยผู้ขายรายใหม่สามารถเข้าสู่ตลาดออนไลน์ได้ง่าย

เนื่องจากใช้เงินลงทุนในการเริ่มต้นธุรกิจไม่สูงมาก เมื่อพิจารณามูลค่าของธุรกิจออนไลน์ที่มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของรายได้ในครัวเรือนและรายได้ของประเทศ ไทย ผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรส่งเสริมให้ผู้ขายสินค้าออนไลน์สามารถดำเนินธุรกิจให้มีผลการดำเนินงานสมดุลทั้งทางด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการบริหารภายในที่มีประสิทธิภาพและให้เกิดความยั่งยืน

จากผลการวิจัยนี้ ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยทุนมนุษย์ที่ถูกสะสมในตัวบุคคลของผู้ขายสินค้าออนไลน์ ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความสามารถ โดยได้รับมาจากการศึกษาในสถาบันการศึกษาหรือผ่านการอบรมนั้น มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน สมดุล โดยทุนมนุษย์ด้านความสามารถมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานสมดุลมากที่สุด เมื่อพิจารณาความสามารถของผู้ขายออนไลน์ทั้ง 3 กลุ่มปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ขายสินค้าออนไลน์ควรได้รับการพัฒนาความสามารถในการประยุกต์แนวความคิดหรือหลักการต่าง ๆ เพื่อนำมาแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวกับงานขาย รองลงมาคือความสามารถในการเขียนโต้ตอบเกี่ยวกับงานขายให้มีความชัดเจนมากขึ้น ซึ่งหากผู้ขายสินค้าออนไลน์พัฒนาความสามารถเหล่านั้น จะส่งผลต่อผลการดำเนินงานสมดุลที่เพิ่มมากขึ้น

2. มุมมองด้านหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการให้ความรู้กับผู้ขายสินค้าออนไลน์ ได้แก่ สถาบันการศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน สามารถนำผลการวิจัยนี้ ไปพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรให้มีความทันสมัยและตรงกับความต้องการของอาชีพต่าง ๆ มากขึ้น โดยเฉพาะอาชีพผู้ขายสินค้าออนไลน์ เนื่องจากมีแนวโน้มอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น จึงเป็นไปได้ว่าผู้ขายสินค้าออนไลน์อาจมีความต้องการค้นหาความรู้เพิ่มเติม เช่น ความรู้ในเรื่องของภาษา ความรู้เรื่องการขายและการตลาด

## เอกสารอ้างอิง

- กนกรส สุดประไพ. (2560). รูปแบบคุณภาพการบริการที่มีประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน). *วารสารบัณฑิตศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 15(1), 68-82.
- เกศราภรณ์ พลสีลา, รัตพงษ์ สอนสุภาพ และจิรัชมา วิเชียรปัญญา. (2558). ตัวแบบทุนมนุษย์ของโรงพยาบาลชุมชน. *วารสารสาธารณสุขมหาวิทยาลัยบูรพา*, 10(1), 96-106.
- กัลย์ ปิ่นเกษร, เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน และจิรวรรณ คงคล้าย. (2560). ทุนมนุษย์: ตัวชี้วัดทุนมนุษย์ระดับองค์กร. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 11(2), 193-202.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2555). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ธนาคารทหารไทย. (2563). 5 เรื่องจริงปวดใจของร้านค้าออนไลน์. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://www.tmbbank.com/sme>.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). *การปรับตัวของธุรกิจไทย ในยุค E-commerce*. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://www.bot.or.th/Thai>
- ธนพร เทียนประเสริฐ. (2560). บทบาทของทุนมนุษย์ต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ: การเปรียบเทียบไทย มาเลเซียและอินโดนีเซีย. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, 8(1), 27-38.
- นิสตาร์ เวชยานนท์. (2559). *การบริหารทุนมนุษย์เชิงกลยุทธ์เพื่อเพิ่มมูลค่า*. กรุงเทพฯ: กราฟิกโก ซิสเต็มส์ นุช สัทธาฉัตรมงคล, เกิดศิริ เจริญวิศาล และพิทักษ์ ศิริวงศ์. (2562). ศึกษาแนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์ของบุคลากรระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมไมซ์. *วารสารธุรกิจปริทัศน์*, 11(1), 146-162.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2557). ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในการวิจัยเชิงปริมาณ. *วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 27(1), 145-163.
- พสุ เดชะรินทร์. (2546). *เส้นทางจากกลยุทธ์สู่การปฏิบัติด้วย Balanced Scorecard และ Key Performance Indicators* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์.
- โพธิ์ชันนิง. (2563). *เจาะลึกเรื่องต้องรู้ 6 แพลตฟอร์ม Social Media*. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2563 จาก <http://positioningmag.com/12>
- มุกดาวรรณ สมจันทร์มะวงศ์. (2561). การประเมินประสิทธิภาพองค์กรโดยใช้เทคนิคการบริหารแบบสมดุล กรณีศึกษาสถานีรถไฟ ท่านาแล้ง สปป.ลาว. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครพนม*, 5 (1), 79-90.
- สุนีย์ วรรณโกมล และอดิศักดิ์ วรพิวุฒิ. (2559). ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบธุรกิจซื้อขายสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต. *วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ*, 26(1), 133-140.
- สุวิมล ตีรกานนท์. (2553). *การวิเคราะห์ตัวแปรพหุในงานวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการประเมินและการวิจัย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2558). *เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy): นโยบายขับเคลื่อนเศรษฐกิจใหม่*. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2563. จาก <https://parliament.go.th/ejournal>.
- สำนักบริหารการทะเบียน. (2562). *ประกาศจำนวนประชากร*. สืบค้นเมื่อวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2563. จาก <https://www.bora.dopa.go.th>

- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2562). *ETDA เผย ปี 62 คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 10 ชั่วโมง 22 นาที Gen Y ครองแชมป์ 5 ปีซ้อน*. สืบค้นเมื่อวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2563. จาก <https://www.etda.or.th/content/>.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2561). *รายงานผลสำรวจมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ปี 2560*. สืบค้นเมื่อวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2563. จาก [https://dga.or.th/upload/download/file\\_41edad3e31172ef0ef319f7b22cc2cdc.pdf](https://dga.or.th/upload/download/file_41edad3e31172ef0ef319f7b22cc2cdc.pdf)
- วริวรรณ เจริญรูป, พวงทอง วัชรราชกูร์ และนภากาศ ทรัพย์กุลมงคล. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างทุนมนุษย์กับผลการดำเนินงานของกิจการ: กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*, 9(3), 43-54.
- อรรวรรณ ไพโรจน์วุฒิพงศ์, ราณี อีสัยกุล, กิ่งพร ทองใบ และมนตรี พิริยะกุล. (2560). อิทธิพลของการจัดการทุนมนุษย์ในฐานะปัจจัยคั่นกลางที่ถ่ายทอดอิทธิพลของการจัดการความรู้และการจัดการผลงานสู่ผลการดำเนินงานขององค์การธุรกิจบริการในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี*, 6(1), 52-67.
- Becker, G.S. (1975). *Human Capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education* (2nd ed.) New York: National Bureau of Economic Research.
- Dress, G. G., & Pickon. (1999). *Beyond Productivity: How Leading Companies achieve superior performance by leveraging their human capital*. New York: American Management Association.
- Felicio, J.A., & Couto, E. (2014). Human Capital, Social Capital and Organization Performance. *Management Decision*, 52(2), 350-364.
- Field, A. (2005). *Discovering statistics using SPSS*. London: Sage.
- Ghosh, S., & Mondal, A. (2009). Indian software and pharmaceutical sector IC and financial performance. *Journal of Intellectual Capital*, 10(3), 369-388.
- Hair, J.F., Black, W.C, Babin, B. J., & Anderson, R.E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. USA: Pearson Education.
- Hsu, I. C., Lin, C. Y. Y., Lawler, J. J., & Wu, S. H. (2007). Toward a model of organizational human capital development: Preliminary evidence from Taiwan. *Asia Pacific Business Review*, 13(2), 251-275.
- Kaplan, R.S., & Norton, D.P. (1996). Using the Balanced Scorecard as a Strategy Management System. *Harvard Business Review*, 74(1), 75-85.
- Marimuthu, M., Arokiasamy, L., & Ismail, M. (2009). Human capital development and its impact on firm performance: evidence from developmental economics. *The Journal of International Social Research*, 2(8), 265-272.
- Miles, J., & Shevlin, M. (2001). *Applying Regression and Correlation: A Guide for Students and Researchers*. London: Sage.

- Najib, U. K., Shuangjie L., Muhammad N., S., & Zia U., K. (2019). The Role of Entrepreneurial Strategy, Network Ties, Human and Financial Capital in New Venture Performance. *Journal of Risk and Financial Management*, 12(1), 1-16.
- O\*NET Online. (2019). *Details Report for: Online Merchants*. Retrieved November 16, 2019, from <https://www.onetonline.org>.
- Pedhazur, E. J. (1997). *Multiple regression in behavioral research: Explanation and Prediction (3rd ed.)*. Ft. Worth, TX: Harcourt Brace.
- Robbins, S., P. (2003). *Organizational Behavior*. NJ: Prentice-Hall.
- Schultz, T. W. (1961). Investment in Human Capital. *The American Economic Review*, 51(1), 1-17.